



مجلة القلزم للدراستات التطبيقية



ISSN: 1858 - 9553

علمية دولية مُحكمة - تصدر بالشراكة مع جامعة دنقلا - السودان

في هذا العدد:

□ عناصر التتروجين والفسفور والبوتاسيوم الموجودة في أوراق شجيرة الفبيش
د. وداعه أحمد الطيب - د. مصعب محمد هناعي - د. زينب محمد المصطفي الامام

□ تطوير الخدمات المصرفية وأثرها على التنمية الاقتصادية
(دراسة حالة مصرف الخرطوم 2015م - 2017م)
د. معتصم حسين بلال

□ أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية
(بالتطبيق علي البنك الإسلامي السوداني - فرع شندي 2023م)
د. مي أحمد عبدالقادر علي - د. سامح الفاضل محمد الفاضل

□ Investigating Reading Comprehension Problems among EFL learners
(A case study at Port Sudan Town)
Dr. Suad Abdelwahid Fadlalla - Osman Alnor Abker Ahmed

□ Investigating the Problems of Learning Mechanical Engineering
Terms in Arabic and English
Intisar Ibrahim Mohamed Elshiek



فهرسة المكتبة الوطنية السودانية - السودان
مجلة القلزم

Al Qulzum Scientific Journal

الخرطوم : مركز بحوث ودراسات دول حوض البحر الأحمر 2024
تصدر عن دار آريشريا للنشر والتوزيع - السوق العربي الخرطوم - السودان

ردمك: 1858-9553

الهيئة العلمية والإستشارية

- أ.د سهام محمد أحمد بخيت - رئيس الهيئة - جامعة الزعيم الأزهرى - السودان
- أ.د محمد عبدالوهاب محمد علي - جامعة دنقا - السودان
- أ.د. طارق محي الدين الزاكي -جامعة جدة - المملكة العربية السعودية
- أ.د. سامية صادق إسماعيل - جامعة دنقا - السودان
- أ.د. عاصم عثمان الزبير - جامعة دنقا - السودان
- د. تاج السر علي أحمد عبدالرحمن - جامعة الخرطوم السودان
- د. لنا محمد عبدالمطلب علي - جامعة دنقا
- د. محمد المأمون عبدالرحيم الخضر - جامعة الزعيم الأزهرى - السودان
- د. إبتسام محمد بشير إدريس - جامعة الزعيم الأزهرى - السودان
- د. منى إبراهيم محمد الماحي - محطة أبحاث أسماك البحر الأحمر - السودان
- د. صالحة سيد أحمد عبدالله - جامعة دنقا - السودان
- د. إبتسام محمد عبدالباقي عبدالله - جامعة بخت الرضا - السودان
- د. فردوس عمر عثمان عبدالرحمن - جامعة غرب كردفان - السودان
- د.معالي سعد العوض مختار- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - السودان

هيئة التحرير

المشرف العام

د. الوليد مصطفى إبراهيم
مدير الجامعة

رئيس التحرير

أ. د. حاتم الصديق محمد أحمد

نائب رئيس التحرير

د. عوض أحمد حسين شبا

سكرتير التحرير

د. حرم مبارك الإمام الحاج

التدقيق اللغوي

أ. الفاتح يحيى محمد عبدالقادر
السودان

الإشراف الإلكتروني

د. محمد المأمون

التصميم الفني

خالد عثمان أحمد

الآراء والأفكار التي تنشر في المجلة
تحمل وجهة نظر كاتبها ولا تعبر بالضرورة عن آراء المركز

ترسل الأوراق العلمية على العنوان التالي
هاتف: +249121566207 - +249910785855
بريد إلكتروني: rsbcrcs@gmail.com
السودان - الخرطوم - السوق العربي
عمارة جي تاون - الطابق الثالث



موجهات النشر

تعريف المجلة:

مجلة (أقلزم) للدراسات السياسية والقانونية، مجلة علمية مُحكمة، تصدر عن مركز بحوث ودراسات دول حوض البحر الأحمر. تهتم المجلة بالبحوث والدراسات التي تخص حوض البحر الأحمر والدول المطلة عليه والمواضيع ذات الصلة.

موجهات المجلة:

1. يجب أن يتسم البحث بالجودة والأصالة، وألا يكون قد سبق نشره قبل ذلك.
 2. على الباحث أن يقدم بحثه من نسختين. وأن يكون بخط (Traditional Arabic) بحجم 14 على أن تكون الجداول مرقمة وفي نهاية البحث وقبل المراجع على أن يشار إلى رقم الجدول بين قوسين دائريين ().
 3. يجب ترقيم جميع الصفحات تسلسلياً بالأرقام العربية بما في ذلك الجداول والأشكال التي تلتحق بالبحث.
 4. المصادر والمراجع الحديثة يستخدم أسم المؤلف، اسم الكتاب، رقم الطبعة، مكان الطبعة، تاريخ الطبعة، رقم الصفحة.
 5. المصادر الأجنبية يستخدم اسم العائلة (Hill, R).
 6. يجب ألا يزيد البحث عن 30 صفحة، وبالإمكان كتابته باللغة العربية أو الإنجليزية.
 7. يجب أن يكون هناك مستخلص لكل بحث باللغتين العربية والإنجليزية على ألا يزيد على 200 كلمة بالنسبة للغة الإنجليزية. أما بالنسبة للغة العربية فيجب أن يكون المستخلص وافيّاً للبحث بما في ذلك طريقة البحث والنتائج والاستنتاجات، مما يساعد القارئ العربي على استيعاب موضوع البحث وبما لا يزيد عن 300 كلمة.
 8. لا تلزم هيئة تحرير المجلة بإعادة الأوراق التي لم يتم قبولها للنشر.
 9. على الباحث إرفاق عنوانه كاملاً مع الورقة المقدمة (الاسم رباعي، مكان العمل، الهاتف، البريد الإلكتروني).
- نأمل قراءة شروط النشر قبل الشروع في إعداد الورقة العلمية.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد
وعلى آله وصحبه أجمعين

وبعد:

القارئ الكريم ..

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.. نطل على حضراتكم من نافذة
جديدة من نوافذ النشر العلمي، وهي **مجلة القلزم للدراسات
التطبيقية**، ونحن في غاية السعادة والمجلة تصل عددها السادس
بفضل الله تعالى ومنتته.

القارئ الكريم:

هذه المجلة تصدر بالشراكة مع جامعة دنقلا، وهي إحدى الجامعات
السودانية الفتية التي وضعت بصمات مميزة في مسيرة البحث العلمي،
وهذا العدد هو السادس في إطار هذه الشراكة العلمية التي تأتي
في إطار استراتيجية مركز بحوث ودراسات دول حوض البحر الأحمر، في
تفعيل الحراك العلمي والبحثي داخل السودانى وخارجه.

القارئ الكريم:

هذا العدد يشتمل على العديد من البحوث والدراسات المهمة ذات
البعد النظري والتطبيقي، ولضمان نجاح واستمرارية هذه المجلة بإذن
الله تعالى، نأمل أن يرفدنا الباحثون بمزيد من إسهاماتهم العلمية
المميزة.

مع خالص الشكر والتقدير للجميع

أسرة التحرير

المحتويات

الصفحة	الموضوع
9	عناصر التتروجين والفسفور والبوتاسيوم الموجودة في أوراق شجيرة الفبيش د. وداعه أحمد الطيب د. مصعب محمد هنائي د. زينب محمد المصطفي الامام
27	تطوير الخدمات المصرفية وأثرها على التنمية الاقتصادية (دراسة حالة مصرف الخرطوم 2015م - 2017م) د. معتصم حسين بلال
59	أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية (بالتطبيق علي البنك الإسلامي السوداني - فرع شندي 2023م) د. مي أحمد عبدالقادر علي د. سامح الفاضل محمد الفاضل
82	استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها على زيادة الودائع وجودة الربحية (دراسة حالة بنك أمدرمان الوطني) (2011 - 2020م) د. محمد الطيب إلياس أ. آدم محمد إبراهيم بروي
103	الثلاثة الذين تحلّفوا عن غزوة تبوك (دراسة تحليلية) د. عبد اللطيف أحمد يعقوب

123	دور التقنية في تطوير الأداء المصرفي بالمصارف السودانية (دراسة حالة بنك أم درمان الوطني للفترة من 2015م-2022م) أ. أمين موسى محمد الحاج
157	Investigating Reading Comprehension Problems among EFL learners (A case study at Port Sudan Town) Dr. Suad Abdelwahid Fadlalla Osman Alnor Abker Ahmed
187	Investigating the Problems of Learning Mechanical Engineering Terms in Arabic and English (A Case Study of Students of the Faculty of Mechanical Engineering University of Khartoum, University of Sudan of Science of Technology and University of Gezira) Intisar Ibrahim Mohamed Elshiek

تطوير الخدمات المصرفية وأثرها على التنمية الاقتصادية

(دراسة حالة مصرف الخرطوم 2015م - 2017م)

د. معتصم حسين بلال

كلية الامارات للعلوم والتكنولوجيا - السودان

المستخلص:

تمثلت مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية، ما اثر الخدمات المصرفية في التنمية الاقتصادية، ما أثر التجارة الالكترونية علي الخدمات المصرفية، ما هو أثر الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الخرطوم علي التنمية الاقتصادية. هدفت الدراس إلى التعرف على اثر الخدمات المصرفية في التنمية الاقتصادية، التعرف على اثر التجارة الالكترونية على الخدمات المصرفية، التعرف على اثر الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الخرطوم على التنمية الاقتصادية. اختبرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الخرطوم وبين التنمية الاقتصادية، ووجود علاقة ذات دلالة احصائية بين الخدمات الالكترونية في بنك الخرطوم، بين التنمية الاقتصادية. توصلت الدراسة إلى نتائج منها، ادراك إدارة بنك الخرطوم لتطوير الخدمات المصرفية بالرغم من انعدام إدارة متخصصة تقوم بالممارسة الفعلية والحقيقية. اهتمت ادارة المصرف بالتقنيات الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية والمتمثلة في الصراف الآلي والرسائل الصوتية والتعريفية والخدمات الالكترونية. اوصت الدراسة بدراسة جودة الخدمات المقدمة باستمرار لتواكب التطور العالمي المتسارع. الاهتمام بتقنية المعلومات وخدمة العملاء لان ذلك يدعم علاقة المصرف بالعملاء.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية – الخدمات الالكترونية – التنمية الاقتصادية.

The Development of Banking Services and its Impact on Economic Development

(A Case Study The Bank of Khartoum 2015-2017 AD)

■ Dr. Mutasim Hussein Belal Sedig

Abstract:

The problem of the study is focused questions: What is the impact of banking services on economic development, What is the impact of electronic

commerce on banking services, What is the impact of banking services provided by Bank of Khartoum on economic development. The study aim at identifying the impact of banking services on economic development, to identify the impact of electronic commerce on banking services, and banking services provided by Bank of Khartoum on economic development. The study tested the statistical relationship between banking services provided by Bank of Khartoum and economic development, the statistical relationship between electronic services in Bank of Khartoum, and economic development. The study reached out that, , including, Bank of

Khartoum administration is fully aware with the development of banking services, despite the absence of a specialized department that carries out actual and real practice. The bank's administration paid more attention to modern technologies in providing banking services, such as the automated teller machine, voice messages, tariffs, and electronic services. The study recommended that, the quality of services provided should be studied from time to time to keep pace with the rapid global development, and update information technology and customer service as this supports the bank's relationship.

Key words: Banking services – Electronic services- Economic development

المحور الأول: الإطار العام:

أولاً: الإطار المنهجي:

المقدمة:

يعتبر القطاع المصرفي من بين أهم القطاعات التي تؤدي دوراً مهماً في النشاط الاقتصادي، وهو من أكثر القطاعات استجابة للمتغيرات سواء الدولية أو المحلية، وتتمثل أهم تلك المتغيرات في التطورات التكنولوجية وكذا عالمية الأسواق المالية والتحرر من كل القيود أي تحرير أسعار الفائدة وأسعار الخدمات المصرفية والمالية، بالإضافة إلى إزالة الحواجز التي كانت تمنع بعض المؤسسات المالية من العمل في قطاعات معينة، وأيضاً الاتجاه إلى تطوير وإدارة المخاطر الناجمة عن الإقراض.

يبرز الدور الذي يقدمه الجهاز المصرفي في عملية التنمية الاقتصادية من خلال الائتمان الذي يقدمه لتمويل تكوين رأس المال، وهذا لن يتأتى إلا من خلال ظهور القدرة العالية للمصارف على خلق ائتمان يفوق ما لديها من احتياطات نقدية ورأس مال مدفوع، وودائع متنوعة ناتجة عن ادخار نقدي حالي أو ادخارات من دخول سابقة، وتلك الودائع تتوجه نحو القروض، أي تقدم إلى أصحاب المشروعات على شكل قروض تمكنهم من تحقيق استثمارات تعمل على خلق توسع اقتصادي في كافة المجالات بما يؤدي إلى تحقيق النمو الاقتصادي.

مشكلة الدراسة:

تظهر المشكلة في أن المعاناة من ضعف تمويل الاستثمار بشكل واضح، أدى إلى صعوبة الاستمرار في عملية التنمية الاقتصادية بقوة، وقد أثر ضعف التمويل على أداء المشاريع في المجالات الاقتصادية المختلفة من حيث صغر حجم المشاريع، واعتمادها تكثيف العمل، حيث تعتمد المشاريع في التمويل غالباً على التمويل الذاتي أو تمويل العائلة ونادراً ما تلجأ هذه المشاريع للبنوك بغرض التمويل. ومن هنا فإن مشكلة الدراسة تتلخص في التساؤلات الرئيسية التالية:

1. ما اثر الخدمات المصرفية في التنمية الاقتصادية؟
2. ما اثر التجارة الالكترونية علي الخدمات المصرفية؟

فروض الدراسة:

يمكن صياغة فروض الدراسة كالاتي:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الخرطوم وبين التنمية الاقتصادية.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الالكترونية في بنك الخرطوم وبين التنمية الاقتصادية.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

1. التعرف على اثر الخدمات المصرفية في التنمية الاقتصادية.
2. التعرف على اثر التجارة الالكترونية علي الخدمات المصرفية.

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية الدراسة في أصالتها من حيث إنها تتحدث عن القطاع المصرفي، حيث يعتبر هذا القطاع من القطاعات الاقتصادية الهامة، من كونها تركز على مدى مساهمة المصارف في عملية التنمية الاقتصادية واثراستثماراتها على الناتج المحلي الاجمالي. وعليه يستمد البحث أهمية الدراسة من الاعتبارات التالية:

1. قلة الدراسات السابقة في هذا الموضوع حسب علم الباحث.
2. مساهمة من الباحث لاثراء المكتبة السودانية والعربية.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تقتصر هذه الدراسة علي مصرف الخرطوم.

الحدود الزمانية: الفترة من 2015م-2017م

الحدود البشرية: تقتصر هذه الدراسة على مدراء الادارات ورؤساء الاقسام والموظفين في بنك الخرطوم.

منهج الدراسة:

سوف يتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال دراسة القوانين والتعليمات والمراجع والصادر المحاسبية والأبحاث السابقة والتي لها علاقة بموضوع البحث، والمنهج الاستقرائي والاستنباطي من خلال جمع الملاحظات والبيانات من الواقع وتحليلها بالاسلوب المناسب لتقديم الاقتراحات والتوصيات اللازمة.

مصادر جمع البيانات:

المصادر الأولية: استمارة الاستبانة

المصادر الثانوية: الكتب والمجلات والرسائل الجامعية والمواقع الالكترونية.

ثانياً: الدراسات السابقة:

دراسة: أحمد، (2007م):

هدفت الدراسة الي دراسة وتقويم نظام تسعير الخدمات المصرفية داخل المصارف السودانية، الوقوف على أهم العوامل التي تؤثر على تسعير الخدمات المصرفية،

الوقوف على أهم الأطر الاقتصادية والمحاسبية لتسعير الخدمات المصرفية. استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي والمنهج الاستقرائي. توصلت الدراسة نتائج منها، ان المصارف السودانية لا تهتم كثيراً بالاسس العلمية لتسعير الخدمات المصرفية ويتضح ذلك من خلال التغير البطيء في أسعار الخدمات المصرفية خلال سنوات الدراسة حيث يظهر جلياً اعتماد المصارف السودانية على الرغم من اختلافها من حيث (الحجم والمقدرة والملاءة المالية والتخصص ودرجة استخدام التقنية... إلخ) على تسعير خدماتها عن طريق التعديل في الاسعار الواردة في التعريفات للسنة السابقة إن لم يكن تبني ذات التعريفات وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة ويؤكد عدم صحة الفرضية الاولى. اوصت الدراسة بأن على المصارف الاهتمام بتبني اسس علمية في تسعير خدماتها المصرفية، على المصارف الاهتمام بتطوير الخدمات المصرفية بإدخال التقنية المصرفية والابتكار في الخدمات المصرفية.

دراسة: همت، (2012م):

هدفت الدراسة إلى ابراز أهمية التسويق المصرفي وأثره في المحافظة على العملاء ومعرفة اسباب وجود جزء كبير من الاموال خارج المصارف. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى نتائج منها، العناصر التي تؤثر على جذب العملاء والمحافظة عليهم هي (سعر الخدمة المصرفية، الترويج للخدمة المصرفية، العمليات وخدمات العملاء) وإن أكثر عنصر مؤثر هو الترويج للخدمات المصرفية. اوصت الدراسة بضرورة العمل على تفعيل عناصر المزيج التسويقي التي تتمثل في (التوزيع، وتدريب العنصر البشري، والعمل على تحسين السعر وخدمات العملاء والعمليات للمحافظة على العملاء وجذبهم.

دراسة: مقداد وحلس، (2005م):

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور البنوك الإسلامية في تمويل الاستثمار عموماً والاستثمار طويل الأجل على وجه الخصوص في فلسطين، تحديد حجم ما تستثمره هذه البنوك داخل وخارج الأراضي الفلسطينية. التبعته الدراسة المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى نتائج منها، إن المصارف تمكنت من تجميع المدخرات من المودعين، حيث قد وصل إجمالي ودائع المصارف في فلسطين حتى عام 2000م حوالي 3.5 مليار دولار أمريكي. اوصت الدراسة بأنه يجب على السلطات المختصة المساهمة في إنجاح دور المصارف الإسلامية لما لها من أثر كبير في تجميع المدخرات وإيجاد البديل المحلي لتمويل عملية التنمية الاقتصادية في فلسطين بعيداً عن السيطرة الأجنبية المتمثلة في القروض الخارجية.

المحور الثاني: الخدمات المصرفية:

أولاً: المصارف:

1. مفهوم المصارف:

كلمة بنك: يقال إنها كلمة مشتق من الكلمة الإيطالية (بانكو) (BANCO) وتعني المنضدة أو الطاولة. ويرجع سبب التسمية، كما أوردت البعض، إلى انتشار عادة استعمال الصرافين للمباردين لمكاتب خشبية، لممارسة أعمالهم في الأسواق، لبيع وشراء العملات المختلفة (أحمد، 1982م، ص32).

مصرف في اللغة: كلمة مصرف (بكسر الراء) في اللغة العربية مأخوذة من الصرف بمعنى (بيع النقد بالنقد) وهي اسم مكان على وزن (مفعل) ويقصد بها المكان الذي يتم فيه الصرف، ووردت كلمة مصرف في سورة الكهف الآية (53) قوله تعالى: (وراءا المجرمون النار فظنوا أنهم مواقعوها ولم يجدوا عنها مصرفاً). كما تعني: الجدول واصلها في جدول وهو النهر الصغير ومنها يقال جدول أي مصرف الماء (الرازي، د.ت).

المصرف اصطلاحاً: يعرفه البعض على "أنه مؤسسة مالية إسلامية تقوم بأداء الخدمات المصرفية والمالية، وكما تباشر أعمال الاستثمار، في المجالات المختلفة، في ضوء قواعد وأحكام الشريعة الإسلامية، بهدف المساهمة في غرس القيم والمثل والخلق الإسلامية، في مجال المعاملات، والمساعدة في تحقيق التنمية الاجتماعية والاقتصادية". (حسن، د.ت، ص 50)

يعرفه آخر: "يقصد بالمصارف وبيوت التمويل الإسلامية، تلك المؤسسات التي تباشر الأعمال المصرفية، مع التزامها باجتنب التعامل بالفوائد الربوية أخذاً واعطاءً. بوصفه تعامللاً محرماً شرعاً، وواجتنب أي عمل آخر مخالف لأحكام الشريعة الإسلامية". (غريب، 1398هـ، ص 42)

يعرف الباحث المصرف بأنه مؤسسة مصرفية إسلامية، تعمل على جمع المدخرات، ورفع الوعي الادخاري لدى الأفراد، واستثمار تلك المدخرات في الاستثمار، وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية المالية، بغرض تحقيق مقاصد الاقتصاد الإسلامي، التنموية والاجتماعية والأخلاقية.

2. أهداف المصارف الإسلامية:

تنحصر أهداف المصرف التجاري، في استقطاب الودائع ومن ثم إقراضها. وتنحصر مسئولية المصرف، في مخاطر استرداد أصل الدين مع الفائدة، دون تحمل أعباء تشغيل راس المال زائداً الأرباح. وكذلك من أهدافه تسيير عملية التبادل، وخلق الائتمان والتنمية الاقتصادية (باقر، 1983م، ص 20).

أما المصارف الإسلامية، فإنها تنطلق من الصفات الفكرية المميزة لها، في أداء وظائفها وتحقيق أهدافها، والتي تتمثل في الصفات التالية:

أ. الصفة العقائدية: البعض يعتقد أن المصرف الإسلامي (هو مجرد مصرف لا يتعامل بالربا أخذاً واعطاءً وذلك ما يميزه عن غيره). ولكن هذا الاعتقاد غير صحيح، باعتبار أن المصرف الإسلامي، له أيديولوجيته التي يستمد منها أفكاره، وهي الاقتصاد الإسلامي والشريعة. فهو جزئية لتجسيد مبادئ الإسلام، وكذلك يلتزم بالشمولية في السلوك الإسلامي، بالإضافة إلى عدم تعامله بالربا. تلك هي الصفة العقائدية للمصرف الإسلامي، فالفارق كبير بين المصرف الربوي و اللاربوي (مجلة البنوك الإسلامية، ص 40).

ب. الصفة الاستثمارية: إن الصفة الاستثمارية للمصارف الإسلامية، تستوجب على المصارف الإسلامية، أن تتخذ الاستثمار المباشر أو غير المباشر، سبيلاً لتحقيق أغراضها الربحية والاجتماعية، دون الفائدة التي تتعامل بها المصارف الربوية، فهذا يعني إلغاء الفائدة أخذاً واعطاءً، مما استرعى إنتباه الكثير، وحدى بهم إلى القول كيف يمارس مصرف عمله دون فائدة. أما المصرف الإسلامي فإنه يقوم بالاستثمار مباشرة والفرق واضح وكبير بين الطبيعة الإقراضية والطبيعة الاستثمارية، فالبنك في حالة الإقراض، يجلس مطمئناً على أصل القرض وفوائده، أما في حالة الاستثمارات فالبنك هو الذي يبحث عن الاستثمارات وعن فرصها، وهو الذي يقوم بدراسة الجدوى الاقتصادية للمشروعات الجديدة، ولكن لن تنتفي المخاطر فقد تكون مشاركة بين البنك والعمل أو تكون علي عاتق البنك طبقاً لعقد الإقراض) (الهوراي، د.ت، ص 40).

ج. الصفة الاجتماعية: العائد الاجتماعي للاستثمار الإسلامي، باعتبار انه مهم، لان التنمية الاقتصادية مرتبطة بالتنمية النفسية والاجتماعية، فانفصال النظرة، إلي التنمية الاقتصادية فقط، يجبر المصارف إلى العائد المباشر للاستثمار. ويرون ضرورة وضع معايير لقبول أو رفض الاستثمارات.

د. الصفة التنموية: هو الهدف الأساسي لقيام المصارف الإسلامية وليس تحقيق الربح بقدر ما هو تنمية المجتمع الإسلامي. فنقوم المصارف الإسلامية، بتعبئة

الموارد وتوجيهها للمحتاجين، بغرض النهوض بالمجتمع أساساً، ويأتي الربح عرضاً (الهوراري، مرجع سابق، ص48).

إن الاتجاه الجديد في تعريف عملية التنمية الاقتصادية، يركز على ثلاث قيم جوهرية تتمثل في الآتي (بشير، islamonline.com):

- i. توفير قوت المعيشة: تعني القدرة على تلبية الحاجات الضرورية بما يشمل الطعام والمأوى والصحة والأمن، وهي في مجملها الاحتياجات الأساسية لاستمرارية الحياة لجميع البشر.
- ii. تقدير الذات: تعني أن يكون الشخص إنساناً مكرماً، فواحدة من مقومات الحياة الكريمة الشعور بالقيمة وتقدير النفس الإنسانية، وجميع الأفراد والمجتمعات تحاول أن يكون لها شكلاً أساسياً في تقدير الذات يطلق عليه أحياناً الهوية، أو الأصالة أو السيادة.
- iii. التحرر من العبودية: يقصد بذلك أن يكون الشخص قادراً على الاختيار بحرية تامة، مما يعني التحرر من الجهل والفقر والعادات والمعتقدات الخرافية، والحرية وتوسيع مدى الاختيارات الاقتصادية، بالنسبة للأفراد والمجتمعات وتقليل المعوقات الخارجية لمواصلة تحقيق الأهداف.

ثانياً: الخدمات المصرفية:

1. مفهوم الخدمة المصرفية:

مفهوم الخدمة المصرفية لا يبتعد كثيراً عن مفهوم الخدمة بشكل عام إذ تعرف الخدمة المصرفية بأنها: أي شيء يمكن تقديمه للسوق لمقابلة حاجة المستهلك والاستخدام أو الاستفادة منه ويشمل ذلك الأشياء المادية (منتجات ملموسة أو سلع) والخدمات والأفكار (الناجي، 2003م، ص197).

كما تعرف بأنها تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد أو المكائن التي تقدم من خلالها وان مستوي الإشباع بالوعي لمستفيد يرتبط بمستوي أداء الأفراد والمكائن أو ذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل أو أن هذه الخدمات قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا ترتبط (الصميدعي، يوسف، 2001م، ص63-64).

كما تعرف الخدمة المصرفية بأنها الأنشطة والعمليات المالية للزبائن والمتعلقة بالقيمة والمزودين للخدمات. (العجارمة، 2005م، ص32).

بإستعراض التعريفات السابقة يرى الباحث ترجيح التعريف الاخير للخدمة المصرفية لانه اكثر شمولية إذ أكد على ما جاء بالتعريفات السابقة كما بيّن الاتجاهين النفعي والخصائصي للخدمة المصرفية.

2. خصائص الخدمة المصرفية:

يمكن إيجاز خصائص الخدمة المصرفية في الآتي:

أ. **التأكد من تقديم ما يطلبه العميل:** فالخدمات المصرفية وثقة المصرف ليس من الممكن الحكم عليها للمشتري، بمعنى أن صعوبة تقييم الخدمات المصرفية لأنها غير ملموسة ولعدم قدرة المصرف على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية فان الحكم النهائي على ما يقدمه الموظف سوف يرتبط بما يطلبه ويتوقعه العميل من هذه الخدمة (الحداد، 1999م، ص53).

ب. **الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت (التلازم):** لان الإنتاج والاستهلاك للخدمة المصرفية متلازمان. فالعميل لا يستطيع أن يتداول هذه الخدمة مع طرف ثالث وكل ما يتبقى له هو سعادته أو تعاسته من الخدمة والتي يصعب عليه حتى أن يعيد وصفها للآخرين بأكثر من شعوره بالسعادة أو التعاسة، ولذلك فالاهتمام الرئيسي لرجال التسويق في المصارف هو في العادة خلق المنفعة الزمانية والمكانية للخدمة.

د. **الاعتماد علي الودائع:** تعتمد المصارف علي الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق الأرباح للمصرف.

هـ. **تنوع الخدمات المصرفية وتعددتها:** المؤسسات المصرفية تعمل على تقديم مدى واسع للخدمات والمنتجات لملاقة الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل زبائن مختلفين في مناطق مختلفة الأمر الذي يزيد من صعوبة تسويق هذه الخدمات (العجارمة، مرجع سابق، ص31).

و. **التشتت الجغرافي (الانتشار):** تسعى المصارف إلى امتلاك شبكة من الفروع في شكل متناسب مع تقديم الخدمة المصرفية التي تحقق احتياجات الزبائن بإختلاف مناطقهم الجغرافية .

ز. **التدريب والتطوير للعمالة المصرفية:** تقديم الخدمات المصرفية يتطلب نوعية خاصة من العاملين المهرة والذين يتميزون بسرعة الأداء والدقة في العمل مع توفر الكفاءة العالية ولا يتأتى ذلك إلا من خلال تبني سياسة واضحة ومرنة في تدريب

وتطوير قدرات العاملين لتتواءم وطبيعة المنتجات التي يقدمها المصرف.

ط. استخدام أحدث التقنيات: في ظروف الصيرفة الالكترونية و المصارف الالكترونية تتطلب الأنشطة المصرفية استخدام أحدث التقنيات لتنفيذها. ويتكامل ذلك مع التدريب والتطوير لخلق المصرفي المتخصص العارف بالتطورات المالية والمصرفية في الإطار الجغرافي الإقليمي والدولي (الصميدعي، يوسف، مرجع سابق، ص 65).

ي. المسؤولية الائتمانية: من أهم المسؤوليات لأي مصرف هي حماية ودائع ومكاسب زبائنه وهذا مهم ليس في المصارف فقط بل في اغلب المؤسسات المالية الأخرى (العجارمة، مرجع سابق، ص33). ويثير هذا الأمر واجب من واجبات المصارف المتمثل في السرية المصرفية في التعامل مع حسابات الذبون والمعلومات التي يتقدم بها للبنك ويمتد هذا الواجب ليغطي ليس فقط فترة تعامل الزبون مع البنك بل يمتد إلى ما بعد انتهاء تعاملات الزبون مع البنك.

المحور الثالث: التجارة الالكترونية والعمل المصرفي الالكتروني:

أولاً: التجارة الالكترونية:

1. مفهوم التجارة الالكترونية:

يمكن القول بأن مصطلح التجارة الإلكترونية ببساطة يعني استخدام الانترنت والشبكة العنكبوتية العالمية لتبادل العمليات بشتى أشكالها بين الأعمال المختلفة، مع التركيز على استخدام التكنولوجيا الرقمية في العمليات التجارية بين الشركات والأفراد (Laudon, Guericio, 2001,P.7).

قد عرفها البعض بأنها "المعاملات التجارية التي تتم من قبل الأفراد والهيئات والتي تعتمد على معالجة ونقل البيانات الرقمية، بما فيها الصوت والصورة من خلال شبكات مفتوحة مثل الانترنت أو مغلقة، والتي تسمح بالدخول إلى الشبكات المفتوحة" (علي، 2002م، ص306).

لقد ظهر خلاف وجدل حول تعريف التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية، وأيهما يندرج تحت الآخر، فالرأي الأول يعتقد بأن التجارة الإلكترونية تشمل جميع العمليات الإلكترونية التي تقوم بها الشركات متضمنة كذلك البنية التحتية لنظم معلومات المنشأة وتضم بالتالي الأعمال الإلكترونية، وحسب هذا الرأي فإن الأعمال الإلكترونية عبارة عن العمليات الرقمية الإلكترونية ضمن بيئة المنشأة فقط، ويقتصر دورها ضمن إجراءات الرقابة الداخلية وكمثال عليها، عملية السيطرة والاطلاع على

حيثيات مخزون الشركة الموجود في موقع بعيد من خلال وسائط تكنولوجيا رقمية. أما الرأي الثاني فيعتقد بأن الأعمال الإلكترونية هي الأشمل ويندرج تحتها جميع أدوات التعامل الإلكترونية الأخرى (Laudon, Guericio, Op.Cit.,P.109).

تعد التجارة الإلكترونية أحد ثمار الثورة المعلوماتية التي يشهدها العالم اليوم، كما تمثل واحداً من موضوعي ما يعرف بالاقتصاد الرقمي (Digital Economy) حيث يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين التجارة الإلكترونية (Electronic Commerce) وتقنية المعلومات (IT Information Techninology) والتي باتت تؤثر بلا شك على مختلف الأنشطة الاقتصادية، نظراً لما تمثله من أستثمار في الطاقات الذهنية والقدرات الفكرية للعنصر البشري. وقد تعددت وجهات نظر الباحثين الذين تناولوا مفهوم التجارة الإلكترونية، فمنهم من يرى أنها عمليات بيع وشراء ما بين المستهلكين والمنتجين أو بين الشركات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (T., 1996, P.526-530).

كما يرى البعض أنها عمليات استخدام الشبكة الإلكترونية في المجال التجاري والتي تتيح للمستهلك أن يعقد العديد من صفقات البيع والشراء بأسلوب سريع وسهل (درويش، 2002م، ص6).

عرفت منظمة التجارة العالمية W.T.O التجارة الإلكترونية بانها "النشاط التجاري الذي يشمل عملية انتاج وترويج وتسويق وبيع وتوزيع المنتجات من سلع وخدمات من خلال شبكة اتصالات الكترونية" (نجار، 2002م، ص14).

يتفق الباحث مع هذا تعريف لأنه يعد من وجهة نظره أكثر شمولية ودقة وأكثر ارتباطاً بأهداف البحث وفرضيته الرئيسة .

2. أهمية التجارة الإلكترونية:

أ. ساهمت التجارة الإلكترونية في تطوير الاسواق التجارية وجعلها اسواق مفتوحة امام الزبائن بغض النظر عن الموقع الجغرافي اذ انها تتعدى الحدود الزمانية والمكانية التي تعيق حركة التعاملات التجارية.

ب. انها تساعد على قيام سوق عالمي الكتروني وخلق بيئة تمكن الزبائن من التحكم بشكل اكثر فاعلية في عملية الشراء والحصول على معلومات حسب الطلب.

ج. انها تقوم على عمليات متبادلة سواء كانت تجارية او خدمية ووجود عدة اطراف تتعامل مع بعضها البعض ووجود جانب تكنولوجي او الكتروني عند

تطبيقها اذ انها لا تتطلب اجتماع اطراف التعامل كما انها لا تشترط وجودهم او اتصالهم بصورة مباشرة.

د. انها تساعد على رفع الكفاءة في الاداء وتحقيق الفاعلية في العمل.

3. خصائص التجارة الالكترونية:

تتسم التجارة الالكترونية بالعديد من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية والتي تتمثل بالاتي (رضوان، 1999م، ص349):

أ. عدم وجود مكان جغرافي محدد يلتقي فيه البائعون والمشترون، وإنما يتم التلاقي عبر شبكة الانترنت.

ب. أن عملية التبادل التجاري الالكتروني تتم بأعلى درجة من الكفاءة وبأكثر فعالية وبأقل تكلفة ممكنة، كونها تعتمد التبادل الالكتروني للبيانات Electronic Data Interchange (EDT) والمستندات كأرسال الحوالات المالية والقوانين والكمبيالات والنظم المعلوماتية الأخرى.

ج. تمتاز التجارة الالكترونية بإمكانية مطلقة في عرض منتجاتها من السلع والخدمات على المستهلكين في وقت واحد وعلى مدار الساعة في اليوم الواحد، مما يساهم في تحقيق أقصى فائدة ممكنة لكل من المنتجين أو المستهلكين.

د. أن التجارة الالكترونية تساعد على أنجاز العديد من الصفقات والمعاملات بسهولة ويسر ودون أن يتطلب ذلك أنتقال البائع أو المشتري الى حيثما تعرض هذه المنتجات والخدمات.

هـ. تشكل التجارة الالكترونية عاملاً محفزاً للشركات المتعاملة معها كي تطور خدماتها التجارية بشكل مستمر.

ثانياً: العمل المصرفي الالكتروني:

1. تعريف المصرف الالكتروني:

يمكن تعريف المصارف الإلكترونية " تلك البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم الخدمات المصرفية بأمان مطلق " (الغندور، 2003م، ص81-83).

في السابق كانت المصارف تستخدم وسائل عديدة للاتصال بعملائها مثل الهاتف،

ولكن مع انتشار الإنترنت والذي كانت بدايات استخدامه عام 1957 أثناء الحرب الباردة بين الولايات المتحدة والاتحاد السوفيتي سابقاً، ثم تطور استخدامها بشكل سريع في جميع أنحاء العالم عام 1969م (Fuller, 2000, P67-68) فمن خلال الإنترنت يمكن للبنك تقديم خدمات مصرفية في المنزل، مثل تسديد الفواتير، والاستفسار عن الرصيد، والتحويل على مدار 24 ساعة في اليوم (Mols, 1998, P331-337) كما يمكن الحصول على الخدمات المصرفية الإلكترونية من أي مكان وفي أي وقت شرط توفر خدمة الإنترنت.

مصطلح المصارف الإلكترونية أو بنوك الإنترنت يعتبر مفهوم متطور وشامل للخدمات المصرفية عن بعد أو البنك المنزلي أو البنك على الخط بمعنى (الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان) (الإنترنت). لكن ليس كل موقع لبنك على شبكة الإنترنت يعني بنكا إلكترونياً، (بريكة، 2006م، ص68) .

2. تطور واستخدامات الصيرفة الإلكترونية:

خلال العقود القليلة السابقة شهدت الصناعة المصرفية تغيرات كثيرة، لكن في الوقت الحالي وبسبب التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت فإن التغيرات كانت جوهرية وأكثر أهمية من التغيرات السابقة، حيث أن الإنترنت ليس أداة تسويقية فقط بل أداة إعلانية، وليست أداة لتسريع التعاملات بل يعتبر الإنترنت الأساس لشكل جديد من الصناعة المصرفية: التطور السريع في وسائل الاتصال دفع الكثير من شركات الخدمات بما فيها المؤسسات المالية للبحث عن وسائل جديدة لإيصال الخدمة لعملائهم، فالتكنولوجيا تعمل على تخفيض التكاليف وتحسين العلاقة بين المستخدم ومزود الخدمة وتطوير قدرات المستخدم على استخدام الخدمات المختلفة:

بدأ استخدام البطاقة الإلكترونية في أمريكا عام 1914 من قبل شركات البترول من خلال إصدار بطاقات معدنية لعملائها لشراء منتجات الشركة وفي عام 1950 بدأت المصارف الأمريكية بالتوسع في إصدار البطاقات واستخدامها، تعتبر بطاقات الصراف الآلي من أكثر الخدمات المصرفية الإلكترونية استخداماً من قبل عملاء المصارف حيث بلغ عدد مستخدميها في أمريكا 89% من إجمالي العائلات الأمريكية في عام 2004م (قدومي، د.ت، ص12).

3. مفهوم العمل المصرفي الإلكتروني:

عرف العمل المصرفي الإلكتروني بأن "يضم كل العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية (مثل

الهاتف، الحاسوب المصرف الآلي الإنترنت، التلفزيون الرقمي وغيرها) وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات المالية. وكذلك العمليات التي يجريها مصدرها بطاقات الإيفاء أو الدفع أو الائتمان الإلكتروني على أنواعها كلها أو مروجوها وأيضا المؤسسات التي تتعاطى التحويلات النقدية إلكترونيا ومواقع العرض والشراء والبيع وتأدية سائر الخدمات الإلكترونية للأدوات المالية على مختلف أنواعها ومراكز التسوية والمقاصة العائدة إليها" (سفر، 2006م، ص9).

عرف أيضا العمل المصرفي عبر الإنترنت بأنه "العمل المصرفي الذي تكون فيه الإنترنت وسيلة أخرى يصبح عميل المصرف قادرا (Systems) الاتصال بين المصرف والعميل، وبمساعدة نظم على الاستفادة من الخدمات الحصول على المنتجات المصرفية المختلفة التي يقدمها المصرف من أو من خلال استخدام أي (host) خلال استخدام جهاز كمبيوتر شخصي موجود لديه يسمى بالضيف مضيف آخر، وكل ذلك عن بعد وبدون الحاجة للاتصال المباشر بكادر المصرف البشري. وتشتمل الخدمات والمنتجات التي يقدمها المصرف لعملائه عبر الانترنت على كافة الخدمات والمنتجات المقدمة لهم عبر الوسائل التقليدية" (قاحوش، 2001م، ص32).

4. مراحل التحول إلى العمل المصرفي الإلكتروني: وتضم (سفر، مرجع سابق، ص 89):

أ. مرحلة التخطيط:

- i. مرحلة تشخيص المشكلات الحالية: وصف الوضع الحالي وصفا دقيقا؛ تحديد المشكلات والمميزات الناتجة عن الوضع الحالي؛ تحديد مدى مساهمة التحول الإلكتروني في معالجة المشكلات وتحقيق مزايا جديدة.
- ii. تحديد عملية التحول وأهداف التطوير: جدوى التحول إلى العمل الإلكتروني؛ عملية التحول (مستوى التكنولوجيا، مجالات التطبيق، توقيت التطبيق)؛ النتائج (المزايا منها: السرعة الدقة التكلفة المتوقعة، الانعكاس على العائد والربحية).
- iii. تقدير وتحديد إمكانيات التطوير: الإمكانيات المادية المطلوبة؛ القوة البشرية.
- iv. إستراتيجية التطوير: إما تدريجي أو فجائي؛ من الداخل أو من الخارج.
- v. إعداد خطة وبرامج التطوير: الخطة العامة؛ البرامج التفصيلية.

ب. تنظيم أنشطة التطوير: وتضم تحديد الأنشطة التطويرية؛ تجميع أوجه

النشاط؛ تحديد الاختصاصات والسلطات والصلاحيات التعديل والتطوير التنظيمي المستدام.

ج. توجيه وقيادة التغيير والتطوير: الإعداد والتحضير للتنفيذ؛ التوجيه بالتغيير وأهميته؛ التدريب والتأهيل؛ التحفيز والتنشيط؛ قيادة التغيير ومواجهة التحديات حاضراً ومستقبلاً؛ الإشراف والرقابة والإرشاد.

د. متابعة وتقييم التطوير: حصر المشكلات الناتجة عن برامج التطوير؛ تحليل وتحديد أسباب المشكلات الناشئة؛ قياس مدى تحقق الأهداف المرسومة؛ إدخال تعديلات على الخطة تبعاً للمستجدات.

المحور الرابع: الدراسة الميدانية:

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة:

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة، يتكون مجتمع الدراسة الأصلي من جميع الموظفين في بنوك الخرطوم.

أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة، حيث قام الباحث بتوزيع عدد (200) استمارة استبيان على المستهدفين من بعض الجهات، وقد استجاب (160) فرداً حيث أعادوا الاستبيانات بعد ملئها بكل المعلومات المطلوبة أي ما نسبته تقريباً (80%) من المستهدفين.

للخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرص الباحث على تنوع عينة الدراسة من حيث شمولها على الآتي: (العمر، المؤهلات العلمية، التخصصات العلمية، المؤهلات المهنية، المراكز الوظيفية، سنوات الخبرة).

ثانياً: أداة الدراسة:

أداة البحث عبارة عن الوسيلة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات اللازمة عن الظاهرة موضوع الدراسة، ويوجد العديد من الأدوات المستخدمة في مجال البحث العلمي للحصول على المعلومات والبيانات اللازمة للدراسة. وقد اعتمد الباحث على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات من عينة الدراسة.

وصف الاستبيان: أرفق مع الاستبيان خطاب للمبحوث تم فيه تنويره بموضوع الدراسة وهدفه وغرض الاستبيان. واحتوى الاستبيان على قسمين رئيسيين:

القسم الأولى: تضمن عبارات عن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، حيث يحتوي هذا الجزء على عبارات حول العمر بالسنوات، المؤهل العلمي، التخصص العلمي، المؤهل المهني، المركز الوظيفي، سنوات الخبرة.

القسم الثانية: يحتوي هذا القسم على عدد (17) عبارة، طلب من أفراد عينة الدراسة أن يحددوا استجاباتهم عن ما تصفه كل عبارة وفق مقياس ليكرت الخماسي المتدرج الذي يتكون من خمس مستويات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة)، وتم توزيع هذه العبارات على فرضيات الدراسة فرضيتين حيث تضمن الفرضية الأولى 8 عبارات والفرضية الثانية 9 عبارات.

ثالثاً: ثبات وصدق أداة الدراسة:

الصدق الظاهري: للتأكد من الصدق الظاهري للاستبيان وصلاحيته عباراته من حيث الصياغة والوضوح قام الباحث بعرض عبارات الاستبيان على عدد من المحكمين الأكاديميين والمتخصصين بمجال الدراسة، وبعد استعداته من المحكمين تم إجراء بعض التعديلات التي اقترحت عليه.

الثبات الإحصائي: يقصد بثبات الاختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما استخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة، ويعني الثبات أيضاً أنه إذا ما طبق اختبار ما على مجموعة من الأفراد ورصدت درجات كل منهم، ثم أعيد تطبيق الاختبار نفسه على المجموعة نفسها وتم الحصول على الدرجات نفسها يكون الاختبار ثابتاً تماماً.

كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والاتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الاختبار. ومن أكثر الطرق استخداماً في تقدير ثبات المقياس هي: (طريقة التجزئة النصفية باستخدام معادلة سبيرمان-براون، معادلة ألفا-كرونباخ، طريقة إعادة تطبيق الاختبار، طريقة الصور المتكافئة، معادلة جوتمان).

أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين، ويحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات، وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح.

الصدق الذاتي للاستبانة هو معرفة صلاحية الاداة لقياس ما وضعت، قام الباحث لإيجاد الصدق الذاتي باستخدام المعادلة التالية:

$$\sqrt{\text{الثبات}} = \text{الصدق}$$

قام الباحث بحساب معامل ثبات المقياس المستخدم في الاستبيان بطريقة التجزئة النصفية حيث تقوم هذه الطريقة على أساس فصل إجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات ذات الأرقام الفردية عن العبارات ذات الأرقام الزوجية، ومن ثم يحسب معامل ارتباط بيرسون بين إجاباتهم على العبارات الفردية والزوجية وأخيراً يحسب معامل الثبات وفق معادلة سبيرمان-براون بالصيغة الآتية:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{r \times 2}{r + 1}$$

حيث: (r) يمثل معامل ارتباط بيرسون بين الإجابات على العبارات ذات الأرقام الفردية والإجابات على العبارات ذات الأرقام الزوجية.

لحساب صدق وثبات الاستبيان كما في أعلاه قام الباحث بأخذ عينة استطلاعية بحجم (9) أفراد من مجتمع الدراسة وتم حساب ثبات الاستبيان من العينة الاستطلاعية بموجب طريقة التجزئة النصفية وكانت النتائج كما في الجدول الآتي:

الجدول (1)

الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على الاستبيان

معامل الصدق الذاتي	معامل الثبات	الفرضيات
0.85	0.73	الأولى
0.91	0.83	الثانية
0.91	0.82	الاستبيان كاملاً

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

يتضح من نتائج الجدول (1) أن جميع معاملات الثبات والصدق لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على العبارات المتعلقة بكل فرضية من فرضيات الدراسة، وعلى الاستبيان كاملاً كانت أكبر من (50%) والبعض منها قريبة جداً إلى (100%) مما يدل على أن الاستبيان يتصف بالثبات والصدق الكبيرين جداً بما يحقق أغراض البحث، ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً.

رابعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف الدراسة وللتحقق من فرضياتها، تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية: (التوزيع التكراري للإجابات، النسب المئوية، الوسيط، اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات).

للحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان، تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS والذي يشير اختصاراً إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Statistical Package for Social Sciences.

خامساً: تطبيق أداة الدراسة:

تم توزيع الاستبيان على (160) فرداً، وقد تم تفرغ البيانات والمعلومات في الجداول التي أعدها الباحث، حيث تم تحويل المتغيرات الأسمية (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) إلى متغيرات كمية (5، 4، 3، 2، 1) على الترتيب وتم تفرغ البيانات في الجداول الآتية.

1. الفرضية الأولى: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الخرطوم وبين التنمية الاقتصادية".

يوضح الجدول (2) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الأولى.

جدول (2)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الأولى

ت	العبارات	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
1	تتناسب نسبة الأرباح الموزعة على المساهمين مع توقعاتهم.	16 10.0%	76 47.5%	40 25.0%	26 16.3%	2 1.3%
2	يتم استغلال الموارد والإمكانيات المتاحة بآليات تمكن من تحقيق أرباح فوق مستوى الهوامش السائدة في السوق المصرفية.	35 21.9%	73 45.6%	37 23.1%	15 9.4%	0 0%

44

0	10	17	80	53	تعديل مواصفات الخدمات المصرفية بإستمرار وبما يتلاءم ورغبات المودعين والمستثمرين.	3
0%	6.3%	10.6%	50.0%	33.1%		
0	4	25	68	63	تستخدم آليات فاعلة لزيادة التدفق النقدي المستقبلي بشكل يلبي متطلبات السياسة الاستثمارية للبنك.	4
0%	2.5%	15.6%	42.5%	39.4%		
2	11	33	70	44	يقدم البنك شروط ميسرة فيما يتعلق بالتمويل التنموي.	5
1.3%	6.9%	20.6%	43.8%	27.5%		
2	9	34	68	47	يقدم البنك خدماته وفق مبدأ التكلفة والعائد (زيادة الأرباح مقابل خفض النفقات)	6
1.3%	5.6%	21.3%	42.5%	29.4%		
0	2	26	76	56	تسعى الإدارة إلى تعظيم ثروة المساهمين من خلال تحقيق عوائد حقيقية على الإستثمار.	7
0%	1.3%	16.3%	47.5%	35.0%		
0	6	22	55	77	تعمل الإدارة على زيادة المبيعات من الخدمات المصرفية المتنوعة عبر الدخول في مجالات جديدة.	8
0%	3.8%	13.8%	34.4%	48.1%		

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

يتبين من الجدول (2) أن عينة الدراسة تضمنت على (566) إجابة وبنسبة (44.2%) موافقة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الأولى، و(391) إجابة وبنسبة (30.5%) موافقة بشدة، و(234) إجابة وبنسبة (18.3%) محايدة، و(83) إجابة وبنسبة (6.5%) غير موافقة، و(6) إجابات وبنسبة (0.5%) غير موافقة بشدة على ذلك، وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد الإجابات الموافقة والمحايدة وغير الموافقة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الأولى (809.52) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

2. الفريضة الثانية: "توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الخدمات الإلكترونية في بنك الخرطوم والأنشطة ذات الطابع التنموي".

يوضح الجدول (3) التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية.

جدول (3)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية

ت	العبارات	وافق بشدة	وافق	محايد	لاوافق	لاوافق بشدة
1	لدى البنك المقدرة على تقديم الخدمات المصرفية بتكنولوجيا حديثة.	99	48	11	2	0
		61.9%	30.0%	6.9%	1.3%	0%
2	يوفر البنك عنصر الأمان والثقة في الخدمات المصرفية بسرية المعلومات.	100	47	13	0	0
		62.5%	29.4%	8.1%	0%	0%
3	يوفر البنك خدمات تمويل الكترونية لأغراض تنموية.	57	56	38	9	0
		35.6%	35.0%	23.8%	5.6%	0%
4	تساعد التجارة الإلكترونية على تلبية إحتياجات ومتطلبات الزبائن وتحقيق أعلى درجات الرضا لديهم.	64	57	32	5	2
		40.0%	35.6%	20.0%	3.1%	1.3%
5	يوفر البنك خدمات الكترونية لتسهيل التبادل التجاري.	74	55	23	7	1
		46.3%	34.4%	14.4%	4.4%	0.6%
6	يوفر البنك خدمات الكترونية لتمويل خدمات الصحة.	41	43	48	26	2
		25.6%	26.9%	30.0%	16.3%	1.3%
7	يوفر إستخدام التجارة الإلكترونية من تكاليف السفر إلى الأسواق المستهدفة.	63	52	29	13	3
		39.4%	32.5%	18.1%	8.1%	1.9%
8	ساعدت الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة الحصة السوقية للبنك.	73	59	23	3	2
		45.6%	36.9%	14.4%	1.9%	1.3%
9	يوفر البنك خدمات الكترونية لتمويل خدمات التعليم.	62	57	28	11	2
		38.8%	35.6%	17.5%	6.9%	1.3%

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

من الجدول (3) يتبين أن عينة الدراسة تضمنت على (633) إجابة وبنسبة (43.9%) موافقة بشدة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثانية، و(474) إجابة وبنسبة (32.9%) موافقة، و(245) إجابة وبنسبة (17.0%) محايدة، و(76) إجابة وبنسبة (5.3%) غير موافقة، و(12) إجابة وبنسبة (0.9%) غير موافقة بشدة على ذلك، وقد بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد الإجابات الموافقة والمحايدة

وغير الموافقة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية الثانية (960.38) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28).

سادساً: اختبار الفرضيات:

1. عرض ومناقشة نتائج الفرضية الأولى:

التي تنص على: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الخرطوم وبين التنمية الاقتصادية".

للتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعة، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (4)

الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الأولى

ت	العبارات	الوسيط	التفسير
1	تناسب نسبة الأرباح الموزعة على المساهمين مع توقعاتهم	4	موافق
2	يتم استغلال الموارد والإمكانيات المتاحة بآليات تمكن من تحقيق أرباح فوق مستوى الهوامش السائدة في السوق المصرفية	4	موافق
3	تعديل مواصفات الخدمات المصرفية بإستمرار وبما يتلاءم ورغبات المودعين والمستثمرين	4	موافق
4	تستخدم آليات فاعلة لزيادة التدفق النقدي المستقبلي بشكل يلبي متطلبات السياسة الأستثمارية للبنك	4	موافق
5	يقدم البنك شروط ميسرة فيما يتعلق بالتمويل التنموي	4	موافق
6	يقدم البنك خدماته وفق مبدأ التكلفة والعائد (زيادة الأرباح مقابل خفض النفقات)	4	موافق
7	تسعى الإدارة إلى تعظيم ثروة المساهمين من خلال تحقيق عوائد حقيقية على الإستثمار	4	موافق

موافق	4	تعمل الإدارة على زيادة المبيعات من الخدمات المصرفية المتنوعة عبر الدخول في مجالات جديدة	8
موافق	4	جميع العبارات	

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

يتبين من الجدول رقم (4) أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على جميع عبارات الفرضية الأولى بلغت (4)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد عينة الدراسة موافقين على ما جاء بعبارات الفرضية الأولى.

إن النتيجة أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة الدراسة متفقون على ذلك، حيث أنه وكما ورد في الجدول رقم (2) أن هناك أفراداً محايدين أو غير موافقين على ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الأولى، الجدول رقم (5) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات:

جدول رقم (5)

نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الأولى

ت	العبارات	درجة الحرية	قيمة مربع كاي
1	تناسب نسبة الأرباح الموزعة على المساهمين مع توقعاتهم	4	99.75
2	يتم استغلال الموارد والإمكانيات المتاحة بآليات تمكن من تحقيق أرباح فوق مستوى الهوامش السائدة في السوق المصرفية	3	43.70
3	تعديل مواصفات الخدمات المصرفية باستمرار وبما يتلاءم ورغبات المودعين والمستثمرين	3	79.95
4	تستخدم آليات فاعلة لزيادة التدفق النقدي المستقبلي بشكل يلبي متطلبات السياسة الاستثمارية للبنك	3	70.85
5	يقدم البنك شروط ميسرة فيما يتعلق بالتمويل التنموي	4	91.56
6	يقدم البنك خدماته وفق مبدأ التكلفة والعائد (زيادة الأرباح مقابل خفض النفقات)	4	92.31

79.80	3	تسعى الإدارة إلى تعظيم ثروة المساهمين من خلال تحقيق عوائد حقيقية على الإستثمار	7
76.85	3	تعمل الإدارة على زيادة المبيعات من الخدمات المصرفية المتنوعة عبر الدخول في مجالات جديدة	8

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

يمكن تفسير نتائج الجدول رقم (5) كآلاتي:

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين على ما جاء بالعبارة الأولى (99.75) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (2)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن نسبة الأرباح الموزعة على المساهمين تتناسب مع توقعاتهم.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بالعبارة الثانية (43.70) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (11.35)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (9/2/4)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أنه يتم استغلال الموارد والإمكانات المتاحة بأليات تمكن من تحقيق أرباح فوق مستوى الهوامش السائدة في السوق المصرفية.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين على ما جاء بالعبارة الثالثة (79.95) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (11.35)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (2)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن مواصفات الخدمات المصرفية تعدل بإستمرار وبما يتلاءم ورغبات المدعين والمستثمرين.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة

الموافقين والمحايدين وغير الموافقين حول ما جاء بالعبارة الرابعة (70.85) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (11.35)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (2)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أنه تستخدم آليات فاعلة لزيادة التدفق النقدي المستقبلي بشكل يلبي متطلبات السياسة الاستثمارية للبنك.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين حول ما جاء بالعبارة الخامسة (91.56) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (2)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن البنك يقدم شروط ميسرة فيما يتعلق بالتمويل التنموي.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين حول ما جاء بالعبارة السادسة (92.31) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (2)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن البنك يقدم خدماته وفق مبدأ التكلفة والعائد (زيادة الأرباح مقابل خفض النفقات).

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين حول ما جاء بالعبارة السابعة (79.80) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (11.35)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (2)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن الإدارة تسعى إلى تعظيم ثروة المساهمين من خلال تحقيق عوائد حقيقية على الإستثمار.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين حول ما جاء بالعبارة الثامنة (76.85) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%)

والبالغة (11.35)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (2)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن تعمل الإدارة على زيادة المبيعات من الخدمات المصرفية المتنوعة عبر الدخول في مجالات جديدة.

مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على أن: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الخرطوم وبين التنمية الاقتصادية" قد تحققت.

2. عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية:

التي تنص على الآتي: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمات الإلكترونية في بنك الخرطوم والأنشطة ذات الطابع التنموي".

للتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الثانية، ويتم حساب الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة ومن ثم على العبارات مجتمعةً، والوسيط هو أحد مقاييس النزعة المركزية الذي يستخدم لوصف الظاهرة والذي يمثل الإجابة التي تتوسط جميع الإجابات بعد ترتيب الإجابات تصاعدياً أو تنازلياً وذلك كما في الجدول الآتي:

جدول رقم (6)

الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية

ت	العبارات	الوسيط	التفسير
1	لدى البنك المقدرة على تقديم الخدمات المصرفية بتكنولوجيا حديثة	5	موافق بشدة
2	يوفر البنك عنصر الأمان والثقة في الخدمات المصرفية بسرية المعلومات	5	موافق بشدة
3	يوفر البنك خدمات تمويل الكترونية لأغراض تنموية	4	موافق
4	تساعد التجارة الإلكترونية على تلبية إحتياجات ومتطلبات الزبائن وتحقق أعلى درجات الرضا لديهم	4	موافق
5	يوفر البنك خدمات الكترونية لتسهيل التبادل التجاري	4	موافق
6	يوفر البنك خدمات الكترونية لتمويل خدمات الصحة	4	موافق

7	يوفر استخدام التجارة الإلكترونية من تكاليف السفر إلى الأسواق المستهدفة	4	موافق
8	ساعات الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة الحصة السوقية للبنك	4	موافق
9	يوفر البنك خدمات الكترونية لتمويل خدمات التعليم	4	موافق
	جميع العبارات	4	موافق

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

يتبين من الجدول رقم (6) أن قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارة الأولى والثانية من الفرضية الثاني بلغت (5)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على العبارة الأولى والثانية. كما بلغت قيمة الوسيط لإجابات أفراد عينة الدراسة على بقية عبارة الفرضية الثانية (4)، وتعني هذه القيمة أن غالبية أفراد العينة موافقين على هذه العبارات.

إن النتائج أعلاه لا تعني أن جميع أفراد عينة الدراسة متفقون على ذلك، حيث أنه وكما ورد في الجدول من رقم (3) أن هناك أفراداً محايدين أو غير موافقين على ذلك، ولاختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد الموافقين والمحايدين وغير الموافقين للنتائج أعلاه تم استخدام اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الفرضية الثانية، الجدول رقم (7) يلخص نتائج الاختبار لهذه العبارات:

جدول رقم (7)

نتائج اختبار مربع كاي لدلالة الفروق للإجابات على عبارات الفرضية الثانية

ت	العبارات	درجة الحرية	قيمة مربع كاي
1	لدى البنك المقدرة على تقديم الخدمات المصرفية بتكنولوجيا حديثة	3	145.75
2	يوفر البنك عنصر الأمان والثقة في الخدمات المصرفية بسرية المعلومات	2	72.09
3	يوفر البنك خدمات تمويل الكترونية لأغراض تنموية	3	37.75
4	تساعد التجارة الإلكترونية على تلبية إحتياجات ومتطلبات الزبائن وتحقق أعلى درجات الرضا لديهم	4	102.44

123.75	4	يوفر البنك خدمات الكترونية لتسهيل التبادل التجاري	5
43.56	4	يوفر البنك خدمات الكترونية لتمويل خدمات الصحة	6
80.38	4	يوفر استخدام التجارة الإلكترونية من تكاليف السفر إلى الأسواق المستهدفة	7
132.25	4	ساعدت الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة الحصة السوقية للبنك	8
90.06	4	يوفر البنك خدمات الكترونية لتمويل خدمات التعليم	9

المصدر: إعداد الباحث من الدراسة الميدانية، 2016م

ويمكن تفسير نتائج الجدول رقم (7) كالآتي:

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين على ما جاء بالعبارة الأولى (145.75) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (11.35)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (3)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أنه لدى البنك المقدرة على تقديم الخدمات المصرفية بتكنولوجيا حديثة.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين على ما جاء بالعبارة الثانية (72.09) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (2) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (9.21)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (3)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن البنك يوفر عنصر الأمان والثقة في الخدمات المصرفية بسرية المعلومات.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين على ما جاء بالعبارة الثالثة (37.75) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (3) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (11.35)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (3)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن البنك يوفر خدمات تمويل الكترونية لأغراض تمويلية.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين والمحايدين وغير الموافقين حول ما جاء بالعبارة الرابعة (102.44) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (3)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن التجارة الإلكترونية تساعد على تلبية إحتياجات ومتطلبات الزبائن وتحقيق أعلى درجات الرضا لديهم.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين حول ما جاء بالعبارة الخامسة (123.75) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (3)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن البنك يوفر خدمات الكترونية لتسهيل التبادل التجاري.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين حول ما جاء بالعبارة السادسة (43.56) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (3)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على أن البنك يوفر خدمات الكترونية لتمويل خدمات الصحة.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين حول ما جاء بالعبارة السابعة (80.38) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (3)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن استخدام التجارة الإلكترونية يوفر من تكاليف السفر إلى الأسواق المستهدفة.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين حول ما جاء بالعبارة الثامنة (132.25) وهذه القيمة

أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (3)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية ساعدت في زيادة الحصة السوقية للبنك.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد عينة الدراسة الموافقين بشدة والموافقين حول ما جاء بالعبارة التاسعة (90.06) وهذه القيمة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية عند درجة حرية (4) ومستوى دلالة (1%) والبالغة (13.28)، واعتماداً على ما ورد في الجدول رقم (3)، فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية وعند مستوى دلالة (1%) بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين بشدة على أن البنك يوفر خدمات الكترونية لتمويل خدمات التعليم.

مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على أن: "توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين الخدمات الإلكترونية في بنك الخرطوم والأنشطة ذات الطابع التنموي" قد تحققت.

المحور الخامس: الخاتمة:

النتائج:

1. ادراك إدارة بنك الخرطوم لتطوير الخدمات المصرفية بالرغم من انعدام إدارة متخصصة تقوم بالممارسة الفعلية والحقيقية.
2. اهتمت ادارة المصرف بالتقنيات الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية والمتمثلة في الصراف الآلي والرسائل الصوتية والتعريفية والخدمات الالكترونية
3. قام البنك بدعم القطاعات الاقتصادية ذات الطابع التنموي والتي أدت إلى الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي والسياسي.

التوصيات:

1. دراسة جودة الخدمات المقدمة باستمرار لتواكب التطور العالمي المتسارع.
2. الاهتمام بتقنية المعلومات وخدمة العملاء لان ذلك يدعم علاقة المصرف بالعملاء.
3. ربط العملاء مع المصرف برسائل تعريفية عن الخدمة المصرفية.

قائمة المراجع

المراجع العربية:

- (1) أحمد، حمود سامي حسن (1982م)، تطوير الأعمال المصرفية بما يتفق والشريعة الإسلامية، ط2، دار الفكر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- (2) أحمد، عماد الدين أحمد السندي (2007م)، أثر طرق تسعير الخدمات المصرفية على الإيرادات في المصارف السودانية" خلال الفترة 2000-2005م"، بحث دكتوراه غير منشور جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم.
- (3) باقر، الصدر محمد (1983م)، البنك اللاربوي في الإسلام-أطروحة للتعويض عن الربا، ط8، دار التعارف للمطبوعات، بيروت.
- (4) بريكة، السعيد (2006م)، المصارف الإلكترونية: واقع وتحدي، المؤتمر العلمي الثاني "الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات"، جامعة العلوم التطبيقية، عمان.
- (5) الحداد، عوض بدير (1999م)، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة.
- (6) حسن، شحاتة حسين (د.ت)، افتراءات علي البنوك الإسلامية والرد عليها، نقلا من المؤتمر الثاني للمصرف الإسلامي.
- (7) درويش، إبراهيم محمد (2002م)، المعالجة الضريبية للصفقات الالكترونية، مؤتمر المناخ المالي والاستثماري الذي عقدته كلية الاقتصاد للعلوم الادارية-جامعة اليرموك للمدة 29-31 تشرين، أربد.
- (8) الرازي، محمد بن ابي بكر بن عبد القادر (د.ت)، مختار الصحاح، تحقيق: محمود خاطر بك، دار الكتاب العربي، بيروت، مادة (صرف).
- (9) رضوان، رأفت (1999م)، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، بحوث ودراسات.
- (10) سفر، أحمد (2006م)، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس.
- (11) الصميدعي، محمود جاسم، يوسف، ردينة عثمان (2001م)، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي تحليلي، دار المناهج للنشر، عمان.

- (12) العجارمة، تيسير العجارمة (2005م)، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
- (13) علي، زايري بلقاسم ولوباشي (2002م)، طبيعة التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها المتعددة، المؤتمر العلمي السنوي الثاني لتكنولوجيا المعلومات ودورها في التنمية الاقتصادية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة 6-8 أيار - مايو، عمان .
- (14) غريب، الجمال (1398هـ)، المصارف وبيوت التمويل الإسلامية، دار الشروق، جدة.
- (15) الغندور، حافظ كامل (2003م)، محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة، جمعية اتحاد المصارف العربية، بيروت.
- (16) قاحوش، نادر ألفرد (2001م)، العمل المصرفي عبر الأنترنت، الدار العربية للعلوم.
- (17) مجلة البنوك الاسلامية، العدد 40.
- (18) مقداد، محمد إبراهيم وحلس، سالم عبد الله (2005م)، دور البنوك الإسلامية في تمويل التنمية الاقتصادية في فلسطين، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية) المجلد 13- العدد 1، غزة.
- (19) الناجي، السيد عبده (2003م)، تسويق الخدمات المصرفية الأسس والتطبيق العملي في البنوك، اتحاد المصارف العربية، بيروت.
- (20) نجار، احمد (2002م)، اشكالية البعد الضريبي في التجارة الالكترونية، جامعة الكويت، الكويت.
- (21) همت، مبروكة حسين سليمان (2012م)، التسويق المصرفي واثره في المحافظة علي العملاء دور الوعي المصرفي كمتغير وسيط دراسة القطاع المصرفي في السودان بالتركيز علي بنك الخرطوم، بحث دكتوراه غير منشور جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، الخرطوم.
- (22) الهواري، سيد (د.ت)، مامعنى بنك اسلامى.

المراجع الاجنبية:

- Fuller, F.(2000), Getting started with electronic commerce, New York – Harcourt College Publisher.
- Laudon, Kenneth c. & Guericio, Carol (2001), E-commerce, by Eyewire, USA.
- Mols, Niels. (1998), The internet and the bank's strategic distribution channel decisions“, Internet Research, Vol.8, No. 4.
- T,David R., (1996), The Impact of the Tnترنت on the Taxation of Tnternational Transaction, Bulletin for Tnternational of Fisical Documentation , vol. 50, No 11-12.

المواقع الإلكترونية:

- بشير، محمد شريف، التنمية من الكم إلى الانسان، islamonline.com
- قدومي، ثائر، الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الأردنية "دراسة تطبيقية لدور الخصائص الشخصية- المعوقات ومقومات النجاح" الموقع www.aabu.edu.jo/thesis/economy/thesis20.doc
- الموسوعه العربية للكمبيوتر والانترنت \ showac. Php www. C4arab.com



دار آريثيريا للنشر والتوزيع
Arrythria for Publishing and Distribution

ردمك ISSN: 1858-9553