

أثر استخدام الخدمات المصرفية الآلية على تطوير وتحسين
الخدمات المصرفية بالمصارف التجارية الليبية
دراسة تحليلية لأراء العاملين وعملاء أربع مصارف
تجارية بمدينة طرابلس

د. الصادق امحمد بلقاسم عبدالله

كلية الإقتصاد والعلوم السياسية بجامعة طرابلس

قسم التمويل والمصارف

alsadigasd@gmail.com

:Abstract

This research aims to assess the current situation of the banking mechanism in commercial banks, the Libyan, and through the identification of the opinions and attitudes of employees and customers of these banks on the concept of banking mechanism and infrastructure for banking services mechanism, and factors influencing the adoption of banking mechanism as the aim of this chapter is to clarify and define the methods and means used in the preparation of research and especially regarding the aspect of your field study, and through the identification of the conceptual framework used in conducting the field study and hypotheses and research variables and how they are measured in addition to the identification and characterization of the research community and its limits and means of data collection and analysis.

According to the objectives and hypotheses adopted researcher on the descriptive analytical approach in addressing the problem of search and access to the results and propose appropriate recommendations for the treatment of the problem, through the induction literature of previous studies relevant to the subject of the formation of the conceptual framework and the extraction of indicators and elements that were used in the formulation of hypotheses and research variables

1. المقدمة:

إن استخدام الأنظمة الآلية في العمل المصرفي، أمر لا بد منه من أجل الإستجابة للتغيير والتطوير، بعد أن بدأت علامات التطوير التكنولوجي، تنعكس علي جزء رئيسي من الخدمة المصرفية، فالعلاقات الإنسانية الجيدة لا تكفي وحدها لكي يشعر الزبون بالرضا التام، فهناك أوجه فنية لأداء الخدمة كما إن الآلات الحديثة المستخدمة من قبل المصرف، تعطي صورة واضحة ومتطورة وحديثة عنه، وكان لا بد للمصارف التجارية اللببية شأنها من ذلك شأن المصارف المتطورة أن تستجيب لتلك التطورات التكنولوجية وتستوعبها، وتتبنى الأنظمة الآلية الملائمة لها.

تمثل الخدمات المصرفية أحد الأنشطة الاقتصادية الهامة في أي دولة، وإذا نظرنا إليها كنشاط اقتصادي نجد إنه ينطوي على عديد من الخصائص ولا شك إن توافر هذه الخصائص يعني ضرورة مواكبة النشاط المصرفي لمتطلبات التطور في جميع أوجه النشاط الاقتصادي والاجتماعي في أي دولة بغض النظر عن طبيعة نظامها الاقتصادي أو فلسفتها السياسية.

من أهم مظاهر التقدم في تقديم الخدمات المصرفية هي التوسع الكبير في استخدام تقنيات الكمبيوتر في العمل المصرفي، حيث أدى هذا إلى السرعة في تقديم الخدمات وتقليل الأعباء البيروقراطية وتوفير الوقت لكل من العملاء والعاملين في البنوك، وقد أدى هذا إلى مواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية، وإمكانية حصول العميل على الخدمات المطلوبة في أي فرع من فروع البنك المعين في أي منطقة من المناطق داخل الدولة المعينة دون الحاجة إلى الاتصال بالفرع الذي قام العميل بفتح حساب فيه، كما أن العميل يستطيع معرفة رصيده، ومجموع وتفاصيل مسحوباته وتواريخها، والحصول على نقدية في ظرف دقيقة واحدة.

كذلك من مظاهر التقدم في تقنية الخدمات المصرفية هي ظهور البنوك الآلية، وإدخال خدمات الحاسب على الشبائيك بطريقة On Line system كما هو الحال الآن في بنوك أوروبا و أمريكا وكذلك في بعض البنوك الأجنبية وفي بعض الدول العربية، يضاف

إلى كل ما سبق أن بطاقات الضمان وبطاقات صرف النقدية وبطاقات الشيكات وغيرها ما كانت تصدر إلا في حالة وجود التقدم في استخدام التقنية.

2. المشكلة البحثية:

علي الرغم من إدراك كثير من المؤسسات المالية بأن استخدام الأنظمة الآلية في العمل المصرفي سيسهم في إنجاح عملياته، مازالت بعض الشركات والمؤسسات مترددة في الإقدام علي تبني الخدمات المصرفية الآلية.

وهنا يتساءل الباحث عن مدى قبول العملاء لهذه الخدمة المصرفية، وإذا كان هناك تباين فما هي العوامل التي تساعد على سرعة وزيادة التبني لهذه الخدمات وما هي الخدمات المصرفية الآلية الأكثر استخداماً، وهل توجد مشاكل أو عقبات تواجه العملاء في تبني الخدمات المصرفية بما إنها خدمات حديثة.

لذا قام الباحث بالدراسة الاستطلاعية والتي ساهمت هي والدراسات السابقة في تحديد وصياغة مشكلة البحث والتي تتلخص في:

"محاولة الكشف عن أثر استخدام الخدمات المصرفية الآلية على تطوير وتحسين الخدمات المصرفية الآلية بالمصارف التجارية اليبية والعوامل التي تشجع أو تعوق هذا التبني".

وبناء علي ما سبق يحاول الباحث الإجابة علي السؤال التالي:

ما المشاكل والمعوقات التي تحد أو تمنع من تبني الخدمات المصرفية الآلية ؟ وهل يفضل العملاء التعامل مع موظف البنك المباشر أم التعامل مع الأجهزة الالكترونية الحديثة ؟

3. أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى الآتي:

- أ- التعرف على الميزة النسبية للخدمات الآلية الحديثة في البنوك التجارية اليبية.
- ب- التعرف على الخدمات المصرفية (التقليدية والحديثة) بالمصارف التجارية اليبية، عن طريق دراسة الخدمات المصرفية التي تقدمها تلك المصارف والتعرف على حجم نشاطها وخططها المستقبلية.

ج- اقتراح سياسة الخدمات التي يجب أن يقدمها المصرف في ضوء التطورات في مفاهيم العملاء والتطورات العالمية في الفن المصرفي والعمل على تقديم الخدمات المصرفية الجديدة للسوق وتحديد وقت التقديم وكيفيته والمغريات بالتعامل في كل خدمة، ودراسة وتطوير الخدمات الحالية للمصارف بهدف جذب أكبر عدد من العملاء للتعامل فيها.

4. أهمية البحث:

ويستمد البحث أهميته الموضوعية والتطبيقية للمصارف من عدة اعتبارات أساسية هي:

أ- أهمية الدور الذي تلعبه الخدمة المصرفية الآلية المتطورة في تحقيق نجاح المصرف التجاري، خاصة وإن المصارف التجارية تلعب دوراً مهماً في الاقتصاد الوطني، وتقدم خدمات متنوعة للمجتمع.

ب- تزايد الاهتمام بالتجديد والتطوير في أساليب وطرق تقديم الخدمة المصرفية الآلية بين المهتمين بالعمل المصرفي، وذلك بسبب المنافسة التي أصبحت تواجهها المصارف التجارية فيما بينها أو مع المؤسسات المالية الأخرى، محلياً أو إقليمياً وعالمياً.

ج- يأمل أن تؤدي التوصيات التي تخلص إليها الدراسة إلى تبني الخدمات المصرفية الآلية بالمصارف التجارية في ليبيا.

5. منهجية البحث:

أ- فروض البحث:

- **الفرضية الأولى:** لا توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الطلب على الخدمات المصرفية الآلية وتوجه العاملين نحو تحسين الخدمات المصرفية بالبنوك التجارية الليبية.

- **الفرضية الثانية:** لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين آراء العملاء تجاه تبني الخدمات المصرفية الآلية وفقاً للعوامل المؤثرة على أداء الخدمة المصرفية الإلكترونية.

ب- أسلوب البحث:

يعتمد هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى أهدافه وذلك من خلال التحليل والتوصيف الدقيق للعوامل المؤثرة في تبني العملاء للخدمات المصرفية الآلية ومعرفة في أي مرحلة تبني تقع كل خدمة ويشمل منهج البحث تحديداً لمجتمع البحث وكيفية اختيار عينة البحث ونوع ومصادر جمع البيانات وأدوات القياس المستخدمة في تصميم قائمة الاستقصاء ثم تحديد أساليب التحليل الإحصائي وذلك كما يلي:

اعتمد الباحث على في أسلوب الدراسة النظرية نوعين من البيانات المرتبطة بمشكلة البحث والتي استخدمت للتحقق من الفروض والوصول إلى أهداف البحث.

كما استخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي في تصميم قائمة الاستقصاء، وهو من أكثر المقاييس استخداماً بين الباحثين وذلك لبساطته، وتتراوح درجات المقياس من (1) إلى (5) حيث أن (1) غير موافق على الإطلاق و(5) تعني موافق تماماً وتمثل درجة (3) الحياد ويعتبر ذلك جيداً لأن بعض هذه الخدمات الآلية حديثة وبالتالي يتم تحديد ميول الأفراد سواء للموافقة أو الرفض.

6. حدود البحث:

تم إجراء هذا البحث في إطار الحدود التالية:

أ- الحدود الزمنية:

اقتصرت عملية جمع البيانات عن الخدمات المصرفية الآلية بالمصارف التجارية الليبية على الفترة من عام 2000 إلى عام 2010، ويرى الباحث إن هذه الفترة كافية لتحقيق أهداف البحث، خاصة وقد شهد القطاع المصرفي خلال هذه الفترة تطوراً ملحوظاً في مجال الصناعة المصرفية الآلية.

ب- الحدود المكانية:

- تم اختيار أربعة مصارف تجارية ليبية وفروعها الواقعة في مدينة طرابلس وهي: (مصرف الجمهورية- مصرف الوحدة- مصرف الصحاري- المصرف التجاري الوطني)، ويرجع السبب في اختيار هذه المصارف إلى إنها بنوك قطاع الأعمال العام

والتي تعكس حالة الاقتصاد القومي الليبي ومن ثم يجب توجيه الدراسات إلى هذا القطاع للنهوض به.

- تم التركيز على الخدمات المصرفية الآتية، دون سواها من العمليات المصرفية الأخرى والخدمات هي:

- خدمات الصراف الآلي.
- خدمة الإنترنت المصرفي.
- الخدمة المصرفية التليفونية.

7. الصعوبات التي واجهت البحث:

أ- صعوبة الحصول على المعلومات من أغلب المصارف بسبب وجود الكثير من الإجراءات الروتينية التي تحكم عملية الحصول على المعلومات وتخلف أساليب تداولها بالإضافة إلى سيطرة عقلية "إن كل شيء سري ولا يجوز نشره" لدى معظم الإدارات المسؤولة فيها.

ب- قلة الدراسات الميدانية في مجال الخدمات المصرفية الآلية في ليبيا حتى إنها تكاد تكون معدومة فيها.

8. الدراسات السابقة:

أ- الدراسات العربية:

دراسة (ياسين والرفاعي، 2001): والمقدمة بعنوان: "الأعمال الإلكترونية في المصارف بالتطبيق على الأردن".

- أهداف الدراسة:

- بحث حالة الأردن في مجال الأعمال الإلكترونية المصرفية.
- التركيز على الأهمية النسبية لمزايا العمل الإلكتروني في المصارف الأردنية ودرجة تفضيل العملاء للخدمات المصرفية الآلية.

- تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال شبكة الإنترنت على خيار التحول إلى المصارف الإلكترونية بالإضافة إلى معرفة آرائهم حول محددات ومستلزمات العمل بالمصارف الإلكترونية في الأردن.

– أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- فروق ذات دلالة إحصائية للأهمية النسبية لمزايا المصارف الإلكترونية من وجهة نظر أفراد العينة من المصارف التجارية ومصارف الإستثمار، بينما كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مديري الإدارات العليا لمصارف العينة ومديري إدارات تكنولوجيا المعلومات بشأن تفضيل خيار تقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت على خيار التحول الكامل إلى المصرف الإلكتروني.

- تحتاج مصارف العينة إلى استكمال تطوير البنية التقنية التحتية للأعمال الإلكترونية وبخاصة تطوير وبناء شبكات الإنترنت والإكسترانت بالإضافة إلى تطوير مواقع المصارف على شبكة الويب.

دراسة (إسكندر، 2011) والمقدمة بعنوان: “تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير أداء الجهاز المركزي للرقابة والمحاسبة في الجمهورية اليمنية).

– أهداف الدراسة:

- تحديد أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على تطوير كفاءة أداء الجهاز المركزي للرقابة والمحاسبة في الجمهورية اليمنية.
- التعرف على العوائق والمشكلات التي تحد من فعالية استخدامها.
- وضع المقترحات التي تساعد على تطوير نظم المعلومات القائمة في وحدات وقطاعات الجهاز المركزي للرقابة والمحاسبة في الجمهورية اليمنية.
- فحص واختبار العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين درجة كفاءة الأداء في الجهاز المركزي.

– النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- عدم توافر الوعي الكافي لدى القيادات والعاملين بالجهاز . محل الدراسة - بأهمية تكنولوجيا المعلومات.
- إقتصار إستخدام نظم تكنولوجيا المعلومات على الأعمال الروتينية.
- عدم التكامل والإتصال بين الجهاز والجهات الخاضعة لرقابة الجهاز .
- قصور نظم إقتناء الحاسبات والبرامج.
- عدم التنسيق والتعاون المعلوماتي بين رئاسة الجهاز وفروعه بمختلف المحافظات.
- لا توجد خطة واضحة بالجهاز للإستفادة من تطبيق تكنولوجيا المعلومات.

ب. الدراسات الأجنبية:

دراسة (Kardaras & Papathanassiou 2001): المقدمة بعنوان: (التجارة الإلكترونية للحصول على فرص تحسين خدمة العملاء في الشركات المصرفية في اليونان).

- أهداف الدراسة:

- تحديد المعوقات التي تواجه البنوك في تبني وتطبيق التعامل الإلكتروني من خلال الإنترنت وقد تم جمع البيانات من خلال المقابلة الشخصية مع أحد عشر مديراً للتسويق ونظم المعلومات في خمسة بنوك رئيسية باليونان وتم التوصل إلى أن هناك مجموعة من العوامل تمثل عائقاً أمام تلك البنوك في إستخدام الإنترنت في التعامل مع العملاء.
- تحسين عملية التنسيق بين عمليات البنوك وإحتياجات العملاء.
- زيادة مستوى ثقة العملاء في التعامل الإلكتروني من خلال الإنترنت.
- تقوية العلاقة مع العملاء من خلال زيادة درجة إشباعهم وإكتساب ولائهم، وتطوير أساليب تمكن العملاء من الدخول على الإنترنت.

- أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- إنخفاض درجة حماية العمليات التي يتم أدائها على الإنترنت.
- صعوبة دخول العملاء على موقع البنك على الإنترنت.
- إنخفاض درجة ثقة العملاء في درجة التعامل الإلكتروني مع البنك.

- عدم معرفة البنك بإحتياجات العملاء.
 - عدم الإقتناع بأهمية الإستثمار في وضع بنية أساسية سليمة لنظم المعلومات.
 - نقص الخبرات التي تدعم تبني وتطبيق الإنترنت في توزيع الخدمات المالية.
- دراسة (Kardaras & Papathanassiou, 2001) بعنوان: (تأثير تكنولوجيا المعلومات على معدل الأداء في البلدان المتقدمة والنامية).

- أهداف الدراسة:

- تحليل البيانات الجديدة عن الإستثمار والإنتاجية في تكنولوجيا المعلومات لـ 41 دولة من عام 1985 إلى 2004.
- مقارنة النتائج من عام 1994 إلى عام 2004 مع نتائج عام 1985 حتى عام 1993.
- تتوقع الدراسة أن ترى علاقات جديدة بين تكنولوجيا المعلومات ومعدل الاداء في البلدان المتقدمة والنامية.

- النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- أظهرت النتائج أن الدول النامية حققت مكاسب كبيرة في الإستثمار والإنتاجية في تكنولوجيا المعلومات في الفترة الأخيرة.
- أشارت النتائج إلى وجود الخبرة الجيدة في إستخدام تكنولوجيا المعلومات.
- أظهرت النتائج إلى أن الإستثمار في تكنولوجيا المعلومات يؤدي إلى مردودات إقتصادية كبيرة.
- أشارت النتائج إلى تقليل فجوة رأس المال في مجال تكنولوجيا المعلومات بين الدول النامية والدول المتقدمة.

دراسة (Dedrick, Kenneth & Eric Shih, 2011): والمقدمة بعنوان: (العلاقة بين مخاطر تكنولوجيا المعلومات وعوائد الإستثمار).

- أهداف الدراسة:

- هدفت الدراسة إلى تحليل حجم مخاطر الإستثمار في تكنولوجيا المعلومات على تحديد مقدار العوائد في الإستثمار في تكنولوجيا المعلومات.
- القيام بتسليط الضوء على حجم المخاطر المعلوماتية وطبيعة العوائد على إستثمارات تكنولوجيا المعلومات.
- التعرف على العوائق والمشكلات التي تحد من فعالية إستخدامها.

- النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- أشارت النتائج إن إستثمارات تكنولوجيا المعلومات أكثر خطورة من أنواع أخرى من الإستثمارات الرأسمالية.
- أظهرت النتائج إلى تقديم رؤية جديدة في القيمة المستمدة من قرارات الإستثمار في تكنولوجيا المعلومات.
- أشارت النتائج أن قيمة الخيارات المرتبطة مع إستثمار رأس المال هو وظيفة متزايدة لخطر متوسط الإستثمار مما يجعل إستثمارات تكنولوجيا المعلومات ذات مخاطر عالية.
- أظهرت النتائج إن إستثمارات تكنولوجيا المعلومات لاتزال تعتمد على الإبتكار وإدخال تكنولوجيا جديدة بمعدل سريع مما يتيح للمدراء الإستفادة منها.

9. الفجوة البحثية:

- أ- فيما يتعلق بالدراسات العربية أو الدراسات الأجنبية التي تناولت اثر استخدام الخدمات المصرفية الآلية في البيئة العربية، نجد أن هذه الدراسات، رغم ندرتها، قد أظهرت نتائجها مجتمعة مدي القصور في تبني الخدمات المصرفية الآلية في عديد من الدول العربية مقارنة بالخدمات المصرفية الآلية في الدول المتقدمة.
- ب- أن أي من هذه الدراسات لم تقدم إطار محدد أو خطة عمل مقترحة لمتطلبات نجاح أو تفعيل تبني الخدمات المصرفية الآلية من قبل البنوك في البيئة العربية، وهو ما تسعى الدراسة إلى تحقيقه من خلال التطبيق على قطاع البنوك في ليبيا.

ج- عدم تركيز معظم الدراسات السابقة وخصوصا الدراسات التي تمت في البيئة العربية على تقديم تصور لأبرز متطلبات تبني المصارف للخدمات المصرفية الآلية، وهو ما تضمنه الباحث في الإطار المفاهيمي لمتطلبات تبني العملاء للخدمات المصرفية الآلية في هذا البحث.

10. الإطار النظري:

10-1 ماهية الخدمات المصرفية الآلية:

نتيجة للتطور الكبير في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالإضافة إلى التغييرات في أنماط الحياة، إنعكس ذلك بصورة مباشرة على أعمال البنوك، وظهر ما يسمى بالبنوك الإلكترونية والتي هي عبارة عن النظام الذي يستخدم الآليات الإلكترونية، ويشير كلا من (guinaliu & torres، flavian، 2000) إلى أن القطاع المصرفي واحد من مجالات الأعمال التي تأثرت بانتشار التكنولوجيا، فهذه التكنولوجيا لم تؤثر على عملائها، حيث تستخدم البنوك تكنولوجيا الانترنت كسلاح استراتيجي لإحداث التغييرات في الطريقة التي تعمل بها وتقدم الخدمات لعملائها وتتنافس بعضها البعض (Alsajjan 2006) B،

أولاً: تعريف الخدمة المصرفية:

يعرف الباحث الخدمة المصرفية بأنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة (الحقيقية)، وغير الملموسة (غير الحقيقية) المدركة من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والانتمانية الحالية والمستقبلية التي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية الخدمة المصرفية.

ثانياً: العوامل المصرفية التي تؤثر في استخدام تكنولوجيا المعلومات على

الخدمات المصرفية الآلية:

حيث ترتبط هذه العوامل بالخدمة المصرفية فهي إما تساعد على تقبل وتبني هذه الخدمة أو الرفض لها والإبتعاد عن المصرف ذاته واهم هذه العوامل ما يلي: (الشحات، 2001).

1- درجة التحديث في الخدمة المصرفية:

حيث كلما زادت درجة التحديث والإبتكار كلما طالت الفترة اللازمة لتقبل العميل للخدمة المصرفية، وإقباله عليها، نظرا لاحتياجه وقتا ليس بالقصير للإحاطة بالعناصر الجديدة في تلك الخدمة وفهمها، وإستيعابها، ومعرفة المزايا التي ستعود عليه من التعامل معها..وهل ستقدم له هذه الخدمة الإشباع المنشود، وتساعد على سرعة تقبل هذه الخدمة إمكانية تجربتها بسهولة وبدون مخاطر (حسين، 2005).

2- درجة التعقيد والصعوبة في الخدمة المصرفية المقدمة:

تؤثر درجة تعقد الخدمة المصرفية على إستعداد الأفراد لقبولها والتعامل معها، وكلما زادت درجة التعقيد في الخدمة، كلما كان صعبا على الأفراد العاديين فهمها وتقبلهم لها، وكلما كان هذا دافعا لإنصراف العملاء عنها، وإبتعادهم وعزفهم عن التعامل عليها، ومن ثم تحرص على البنوك الرائدة على تبسيط مكونات الخدمة المصرفية، وجعل الإحاطة بمنافعها ومزاياها أمرا سهلاً على الفرد العادي، حتى وإن لجأت إلى تجزئة الخدمة، وجعلها خدمتين أو أكثر.

3- مدى توافق الخدمة المصرفية المقدمة مع قيم وعادات وتقاليد المجتمع:

إن البنك وليد المجتمع الذي يعمل فيه ومن ثم عليه أن يتوافق مع هيكل القيم وبنیان العادات والتقاليد والأعراف الإجتماعية، فكلما ازداد الدافع والحافز على تقبل العميل للخدمة والعكس بالعكس بل وقد يتسع مدى الأمر ويتم رفض البنك ذاته، وازدياد درجة المقاومة لكل ما يقدمه، لذلك نجد ان عادة ماتحرص البنوك على تعميق وتوسيع الإرتباط العضوي بالمجتمع وجماهيره وذلك من خلال أساليب وتنمية المجتمع.

4- مدى إمكانية التعرف على مزايا وتكاليف الخدمة المصرفية قبل التعامل معها:

ويقصد بها مدى وفرة المعلومات والبيانات الكافية عن الخدمة المصرفية، ومدى نجاح أجهزة المعلومات في إيصال هذه المعلومة بشكل سليم إلى العميل المرتقب وإحاطته بها، حيث تزداد احتمالات تقبل العملاء للخدمات المقدمة إذا إزدادت معلوماتهم عنها، ومعرفتهم بكافة جوانبها وتكاليفها والمزايا التي تمنحها هذه الخدمة نسبياً أو مطلقاً، بالقياس بالنسبة للمنتجات البديلة أو المنافسة، ونلاحظ أن كلما كانت مزايا الخدمة واضحة للعميل مثلاً

كالسرعة وقلة الجهود والأمان كلما زاد هذا من سرعة تبني وتقبل العميل للخدمة (بازرعة (1995).

ثالثاً: واقع الخدمات المصرفية الآلية في المصارف التجارية الليبية.

يتضح من خلال دراسة جوانب متعددة للمصارف التجارية الليبية أن هناك تفاوتاً واضحاً بين المصارف التجارية من حيث تطوير الخدمات المصرفية وذلك لعوامل متعددة، أهمها توجهات الإدارة العليا لدى المصرف نحو عملية التطوير، ولهذا علاقة بخبرات وقناعات الإدارات المختلفة للمصارف كل حسب توجهاته وطريقته في إدارة الخدمات المصرفية، كذلك فإن هناك عاملاً مهماً وهو الخبرة العملية لدى المصرف منذ تأسيسه والتي تؤدي إلى زيادة الوعي نحو أهمية تطوير الخدمات المصرفية بشكل مستمر ليلائم الإحتياجات المتجددة لدى العملاء نظراً لتحسين ثقافة العملاء وزيادة مدى ودرجة تعقيد الأنشطة التجارية المختلفة.

ومن خلال المقابلات الشخصية التي تم إجرائها مع المديرين العامين لبعض المصارف التجارية الليبية (والإستبان) من قبل الباحث تبين أن هناك أموراً مهمة يجب الإشارة إليها، وهي أن هناك..

أ- عوامل تؤدي إلى عرقلة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الليبية أو الحد منها، وأهمها ما يلي:

- 1- الطبيعة الحدية في التعامل بين العملاء والموظفين.
- 2- عدم إتقان اللغة الإنجليزية لدى بعض المختصين، وخاصة في مجال التعامل مع الخدمات المصرفية الحديثة التي يتطلب إستخدامها إتقان هذه اللغة.
- 3- عدم وجود تخصص في تقديم مجموعة الخدمات المصرفية بحيث يكون هنالك مسؤولين يوزعون العملاء، لتقديم كل أنواع الخدمات المصرفية لكل عميل ولا سيما لكبار العملاء.
- 4- ارتفاع تكلفة الأجهزة الخاصة بالتطوير وارتفاع تكاليف عملية التطوير بشكل كامل، حيث أن هناك نقصاً في الإمكانيات المادية الكافية لعمليات التطوير.

- 5- البطء في تقبل عملية التطوير عند تقديم خدمة مصرفية جديدة من قبل العملاء والموظفين
- 6- المنافسة في تقديم خدمات مماثلة لتلك الخدمات التي يطورها المنافسون.
- 7- مقاومة موظفي المصرف وعملائه لكل تغيير وهو موقف إنساني معروف.
- 8- غريزة التمسك بالقديم لدى جمهور العملاء (زبائن المصرف).

رابعاً: أنواع الخدمات المصرفية الآلية:

تعمل المصارف التجارية الليبية جاهدة علي اللحاق بركب التكنولوجيا الحديثة، والعمل على الإستفادة المرجوة من ثورة الإتصالات والمعلومات والإنتفاح على الأسواق العالمية وذلك من خلال تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف التجارية (المصرف ليبيا المركزي، 2008م).

وفيما يلي عرض عن بعض الخدمات المصرفية الإلكترونية الحديثة المتواجدة في السوق المصرفية الليبية والعالمية:

- 1- أجهزة الصراف الآلي.
- 2- بطاقات الدفع البلاستيكية (النقود البلاستيكية).
- 3- ماكينات الخصم على البطاقات الإلكترونية في مواقع البيع المختلفة خدمة نقاط البيع.
- 4- الخدمة المصرفية التليفونية.
- 5- نظام معلومات العميل، خدمة البنوك المنزلية والفيديو توكس.
- 6- نظام الحوالات السريعة.
- 7- الخدمات المصرفية عبر شبكة الإنترنت.
- 8- فكرة التوقيع الإلكتروني.
- 9- أداء الخدمات المصرفية من خلال التليفون المحمول.

11. تحديد نوع ومصادر البيانات:

في ضوء مشكلة ومتغيرات البحث يمكن تحديد البيانات التي تم الإعتماد عليها في تحقيق أهداف البحث كما يتضح على النحو التالي:

1-11 البيانات الثانوية:

تم الإعتماد على بعض البيانات الثانوية المسجلة والمنشورة ذات الصلة بقضية استخدام تكنولوجيا المعلومات في الخدمات المصرفية الآلية والعوامل المؤثرة فيها بالبنوك التجارية الليبية خلال الفترة من عام 2000 إلى عام 2010.

2-11 البيانات الأولية:

تم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة من البنوك وعملائها من خلال أسلوب الإستقصاء، وتم الإعتماد على آراء واتجاهات العاملين والعملاء في البنوك التجارية الليبية للحصول على البيانات الأولية التي تخدم متطلبات البحث..

12. أساليب التحليل الإحصائي:

بعد الإنتهاء من جمع البيانات تم الإستعانة بالحاسب الآلي بالإعتماد علي برنامج SPSS16 لتفريغ البيانات وجدولتها وإجراء التحليل الإحصائي المناسب لتحليل البيانات ولإختبار صحة فروض الدراسة وتطلب ذلك تطبيق بعض أساليب الإحصاء الوصفي والإحصاء التحليلي كالاتي:

1-12 الإحصاء الوصفي: تم الإعتماد على الإحصاء الوصفي وكل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري لتوصيف متغيرات الدراسة من خلال البيانات التي تم جمعها وكذلك تم الإعتماد على معامل ألفا كرونباخ (Cron Bach's Alpha)، و يستخدم لقياس مدى الصدق والثبات للأسئلة الموجودة في الإستقصاء وكذلك التأكد من مدى أهمية هذه الأسئلة.

تم حساب معامل الصدق و الثبات (Cronbach Alpha) لأسئلة الإستقصاء، وذلك لبحث مدى ثبات أسئلة الإستبيان و مدى إمكانية الإعتماد على هذه الأسئلة في التحليل.

جدول رقم (1)
معامل الصدق والثبات
(Cronbach Alpha) لأسئلة الإستقصاء

السؤال	معامل الثبات لإستمارة العاملين (Cronbach Alpha)	معامل الثبات لإستمارة العملاء (Cronbach Alpha)
الأول	0.961	0.943
الثاني	0.926	0.907
الثالث	0.932	0.920
الرابع	0.955	0.960
الخامس	0.948	0.956
السادس	0.947	0.954
السابع	0.867	0.961
الثامن	0.666	0.958
التاسع	0.936	0.923
العاشر	0.967	0.848

من الجدول السابق يتضح أن معاملات الصدق والثبات مقبولة لجميع الأسئلة، لأن جميع قيم معاملات الثبات تجاوزت (0.5) وبالتالي يمكن القول أنها معاملات ذات دلالة جيدة لأغراض البحث، ويمكن الإعتماد عليها في التحليل و تعميم النتائج.

2-12 الإحصاء الإستدلالي:

حيث إعتمد الباحث في تحليل بيانات الدراسة على أساليب الإحصاء التحليلي للتعرف على إثبات صحة الفروض وهذه الأساليب كما يلي:

1. اختبار كا (Chi Square Test):

وهو أحد أساليب إختبارات الفروض اللامعلمية ويستخدم لإختبار معنوية الفروق بين النسب المختلفة للإجابات في جداول التوزيعات التكرارية.

2. تحليل الإنحدار الخطي البسيط وإختبارات المعنوية:

وهو أسلوب يستخدم لمعرفة العلاقة وكذلك حجم التأثير لمتغير واحد أو أكثر يسمى متغير مستقل على متغير وحيد يسمى المتغير التابع.

3-1 اختبار الفرضيات:

13-1 إختبار صحة الفرض الأول:

ينص الفرض الرئيسي الأول من فروض الدراسة والذي تم صياغته في صورة فرض العدم على إنه: (لا توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الطلب على الخدمات المصرفية الآلية وتوجه العاملين نحو تحسين الخدمات المصرفية بالبنوك التجارية الليبية).

المتغير المستقل: الطلب على الخدمات المصرفية الآلية.

المتغير التابع: توجه العاملين نحو تحسين الخدمات المصرفية بالبنوك التجارية الليبية:

ولإختبار صحة هذا الفرض تم إستخدام تحليل الإنحدار الخطي البسيط لكل فئة من فئات الدراسة كالتالي:

أ. نتائج الإنحدار الخطي البسيط في فئة العملاء.

جدول رقم (2) اختبار معاملات الإنحدار

المتغير المستقل	معامل الإنحدار	قيمة T	مستوى الدلالة	القرار	معامل الارتباط R
الطلب على الخدمة المصرفية الآلية	0.349	125.2	0.0	معنوي	0.99

من نتائج جدول إختبار معاملات الإنحدار نجد أن:

- أ- بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.0) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) مما يعني وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين كلا من الطلب على الخدمات المصرفية بالبنوك التجارية الليبية وتحسين الخدمات المصرفية بتلك البنوك.
- ب- بلغت قيمة معامل الإرتباط بين الطلب على الخدمات المصرفية بالبنوك التجارية الليبية والتوجه نحو تحسين الخدمات المصرفية (0.99) مما يعني وجود علاقة طردية موجبة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تلك المتغيرات.

جدول رقم (3): تحليل التباين لإختبار المعادلة ككل (ANOVA)

مصادر التباين	درجات الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار	معامل التحديد R^2
الإنحدار البواقي	1 198	15694	0.0	معنوي	98.7 %

من نتائج جدول إختبار تحليل التباين (ANOVA) نجد أن:

- أ- بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.0) وهذا أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) مما يعني إمكانية الإعتماد على معادلة الإنحدار إحصائيا أي أن تأثير التوجه نحو تحسين الخدمات المصرفية له دلالة إحصائية.
- ب- بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 98.7\%$ وهذا يعني أن التوجه نحو تحسين الخدمات المصرفية بالبنوك التجارية الليبية مسؤل عن 98.75% من التغير الذي يحدث في الطلب على الخدمات المصرفية بهذه البنوك وهناك ما نسبته 1.3% يرجع لعوامل أخرى وهذا يدل على المقدرة التفسيرية الجيد للمعادلة.

ب. نتائج الإنحدار الخطي البسيط في فئة العاملين:

جدول رقم (4) اختبار معاملات الإنحدار

المتغير المستقل	معامل الإنحدار	قيمة T	مستوى الدلالة	القرار	معامل التحديد R
الطلب على الخدمة المصرفية الآلية	0.847	131.9	0.0	معنوي	0.994

من نتائج جدول اختبار معاملات الإنحدار نجد أن:

أ- بلغت قيمة مستوى الدلالة = (0.0) وهي أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) مما يعني وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين كل من الطلب على الخدمات المصرفية بالبنوك التجارية الليبية والتوجه نحو تحسين الخدمات المصرفية في هذه البنوك.

ب- بلغت قيمة معامل الارتباط بين الطلب على الخدمات المصرفية الآلية في البنوك التجارية والتوجه نحو تحسين الخدمات المصرفية في تلك البنوك (0.994) مما يعني وجود علاقة طردية موجبة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تلك المتغيرات.

جدول رقم (5) تحليل التباين ANOVA

مصادر التباين	درجة الحرية	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار	معامل التحديد R ²
الإنحدار البواقي	1 198	17404	0.0	معنوي	% 98.9

من نتائج إختبار تحليل التباين ANOVA نجد أن:

أ- بلغت قيمة مستوى الدلالة (0.0) وهذا أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$) مما يعني إمكانية الإعتماد على معادلة الإنحدار إحصائياً أي أن تأثير التوجه نحو تحسين الخدمات المصرفية له دلالة إحصائية.

ب- بلغت قيمة معامل التحديد $R^2 = 98.9\%$ أي أن 98.9% من التغيير الذي يحدث في الطلب على الخدمات المصرفية الآلية بالبنوك التجارية الليبية يقوم بتفسيره التوجه نحو تحسين الخدمات المصرفية وهناك ما نسبته 1.1% يرجع لعوامل أخرى.

مما سبق يمكن رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على:

" توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الطلب على الخدمات المصرفية الآلية بالبنوك التجارية الليبية وتوجه العاملين نحو تحسين الخدمات المصرفية بتلك البنوك".

13-2 إختبار صحة الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني الذي تم صياغته في صورة فرض العدم على أنه:

لا توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين آراء العملاء تجاه تبني الخدمات المصرفية الآلية وفقا للعوامل المؤثرة على أداء الخدمة المصرفية الإلكترونية.

المتغير المستقل: العوامل المؤثرة على أداء الخدمة المصرفية الإلكترونية:

المتغير التابع: آراء العملاء تجاه تبني الخدمات المصرفية الآلية:

ولإختبار صحة هذا الفرض تم إستخدام إختبار (χ^2) لإختبار معنوية الفروق بين نسب الإجابات المختلفة لعينة الدراسة وأسفرت نتائج التحليل الإحصائي للدراسة ما يلي:

جدول رقم (6): نتائج إختبار (كا 2)

القرار	مستوى الدلالة لإختبار (χ^2)	العبرة
معنوي	0.0	هل تحصلون على خدمات مصرفية من خلال قنوات التوزيع الإلكترونية؟
معنوي	0.0	- وجود شبكة إنترنت تربط بين جميع الأقسام بالبنك.
معنوي	0.0	- توافر نظام إتصال إلكتروني مستحدث.
معنوي	0.0	- وجود أجهزة صراف آلي (ATM) في أماكن ملائمة.
معنوي	0.0	- وجود كوادر بشرية مؤهلة ومدربة على استخدام تكنولوجيا المعلومات.

أثر استخدام الخدمات المصرفية الآلية على تطوير وتحسين الخدمات المصرفية.

معنوي	0.0	- توافر الموازنة المخصصة لدعم تكنولوجيا المعلومات في البنك.
معنوي	0.0	- يتوافر لدى البنك قاعدة بيانات شاملة ومحدثه عن عملائه (بيانات ديموغرافية- المركز المالي- الوضع الإجتماعي).
معنوي	0.0	- لدى البنك قواعد بيانات تمكنه من تقسيم العملاء وفقاً لإحتياجاتهم المصرفية.
معنوي	0.0	- لدى البنك قاعدة بيانات تاريخية توضح جميع التعاملات السابقة.
معنوي	0.0	- البنك قادر علي الإستجابة السريعة لمتطلبات العملاء نتيجة للمعرفة المتكاملة بالعملاء في عديد من أقسامه.
معنوي	0.0	- يستخدم البنك المعلومات المتاحة لتحسين الخدمة المقدمة للعملاء.
معنوي	0.0	- البنك قادر علي اتخاذ القرارات بسرعة نتيجة للمعرفة المتكاملة بالعملاء.
معنوي	0.0	- البنك لديه شبكات لتبادل المعلومات مع العملاء على مدار اليوم.
معنوي	0.0	لدى البنك إدراك بأن الخدمات الآلية تزيد من نسبة الإحتفاظ بالعملاء القدامى وإجتذاب عملاء جدد.

من الجدول السابق يتضح أن:

معنوية جميع البنود التي تتعلق بالعوامل المؤثرة على أداء الخدمة المصرفية الإلكترونية حيث إن مستوى الدلالة لجميع البنود = 0.0 وهو أقل من مستوى المعنوية ($\alpha = 0.05$).

وهذا يعني أنه تم رفض الفرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على انه:

" توجد فروق معنوية ذات دلالة إحصائية بين آراء العاملين تجاه الخدمات المصرفية وفقاً للعوامل المؤثرة على أداء الخدمة المصرفية الإلكترونية".

13. الاستنتاجات والتوصيات:

1-14 النتائج:

يمكن استخلاص بعض النتائج الهامة ذات الصلة بموضوع البحث وذلك على النحو

التالي:

1. وجود علاقة طردية معنوية ذات دلالة إحصائية بين كل من ملكية البنوك والموقع الجغرافي وتأثير مستوى الخدمات المصرفية على استخدام الأنظمة الآلية للعمل المصرفي.
2. إن عملية تخطيط وتطوير الخدمات في المصرف لا تخضع لعملية تخطيط منظمة حيث لا توجد سياسة مكتوبة وواضحة لتخطيط الخدمات بالمعنى العملي، يتم في ضوءها تحديد تشكيلة الخدمات ومواصفاتها بما يتناسب مع حاجات ورغبات العملاء الفعلية وكذلك دون دراسة مسبقة للسوق، كما أن التخطيط للخدمات الجديدة يتم من قبل جهة مركزية (مصرف ليبيا المركزي) دون مشاركة فعلية من قبل مدراء الفروع الذين على اتصال مباشر مع العملاء وأدرى باحتياجاتهم ورغباتهم.
3. أدى استخدام الأنظمة الآلية إلى زيادة حدة المخاطر التي يتعرض لها العمل المصرفي مما أبرز ضرورة الاهتمام بأمن المعلومات.

2-14 التوصيات:

- في إطار مشكلة البحث وفروضه وأهدافه، وفي إطار نتائج اختبارات فروض البحث والنتائج يمكن القول بأن أهم توصيات البحث على النحو التالي:
- 1- العمل على تبني المصارف التجارية سياسات تقنية جديدة من خلال تقديم الخدمة المصرفية للعملاء في أماكن تواجدهم، وينبغي أن يكون هدف المصارف هو كسب العملاء والمحافظة عليهم، وإرضاء رغباتهم كوسيلة لتحقيق المصارف لأهدافها.
 - 2- ضرورة الإهتمام بتوفير البنية التحتية اللازمة لتبني الخدمات الإلكترونية الحديثة ولإنجاح وتفعيل تبني الخدمات المصرفية الآلية.
 - 3- على المصارف التجارية ضرورة الإهتمام بتطوير مواقعها على شبكات الإنترنت، وذلك من خلال تقديم الخدمات من خلال شبكة المعلومات العالمية، بدلاً من إقتصار هذه المواقع على التعريف بالمصارف والإعلان عن أسعار خدماتها، ولابد أن يواكب ذلك ضرورة نوعية العملاء بأهمية التعامل مع شبكة الإنترنت.

4- إطار مقترح لتبني الخدمات المصرفية الآلية في البنوك التجارية الليبية في ظل استخدام التقنية الإلكترونية.

في هذا الإطار، وفي ضوء الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، يضع الباحث نموذج مقترح لتبني الخدمات المصرفية الآلية في البنوك التجارية الليبية في ظل استخدام التكنولوجيا الإلكترونية، كما يلي:

المرحلة الأولى: دعم الإدارة العليا لاستخدام التقنية الإلكترونية الآلية:

يرى الباحث من خلال الدراسة أن نقطة البداية في تبني الخدمات المصرفية الآلية في البنوك التجارية الليبية، هي دعم الإدارة العليا لتطبيق التكنولوجيا الإلكترونية، حيث تعتبر توجهات الإدارة العليا هي المحدد الأساسي لعمليات تطبيق التكنولوجيا الإلكترونية في كافة البنوك، ويمكن تحديد ملامح الدور الإيجابي للإدارة العليا في هذا الشأن في النقاط التالية:

- 1- توفير المتطلبات اللازمة لتحقيق أكبر إستفادة ممكنة من تكنولوجيا المعلومات.
- 2- تقديم الدعم المالي اللازم لأنشطة البحوث والتطوير وتوفير الإمكانيات المادية والتجهيزات التي يحتاجها الخبراء والمتخصصين حتى يتمكنوا من إستخراج أكبر قدر لديهم من طاقتهم
- 3- إتخاذ قرارات فورية بمكافأة المبتكرين وأصحاب الأعمال الإبداعية.
- 4- توفير الإمكانيات المالية لدعم ميزانية التكنولوجيا الإلكترونية.
- 5- التشجيع على تبادل الخبرة والمعرفة من البنوك العاملة في نفس المجال.

المرحلة الثانية: مرحلة التخطيط لتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية.

يجب أن تدرك إدارة البنوك أن تبني الخدمات المصرفية الآلية ليس هدفا في حد ذاته وإنما هو وسيلة لتحقيق أهداف البنك، كما يجب أن تدرك إدارة البنوك أن لهذه الوسيلة أهدافا يجب العمل على تحقيقها، ويمكن الإشارة إلى بعض الأهداف التي يسعى البنك لتحقيقها من وراء تبني الخدمات المصرفية الآلية على النحو التالي:

- 1- زيادة الربحية لدى البنك من خلال تخفيض التكاليف.
- 2- تدعيم القدرات التنافسية لدى البنك.
- 3- زيادة كفاءة إدارة علاقات العملاء في البنك.

4- زيادة الحصة السوقية لدى البنك.

5- إرضاء العملاء من خلال دعم العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية الآلية.

المرحلة الثالثة: توفير متطلبات استخدام التقنية الالكترونية لتطوير الخدمات المصرفية الآلية:

إن التوجه نحو استخدام التقنية الالكترونية لتطوير الخدمات المصرفية الآلية يتطلب توافر مجموعة من الدعائم والمتطلبات البشرية والمادية والمالية والتنظيمية والتي يمكن إبراز أهمها فيما يلي:

1- ضرورة تهيئة الموارد البشرية للتوجه الجديد القائم على إستثمار تكنولوجيا المعلومات، مع شرح الفوائد الإيجابية التي سوف تعود على الأفراد والمنظمة والعملاء ككل من تبني الخدمات المصرفية الآلية.

2- توفير البنية الأساسية اللازمة لدعم العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية الآلية.

3- توفير وسائل ومساعدات التدريب المبنية على إستخدام التقنية الآلية وبالشكل الذي يسمح بالتعلم والإستفادة من بيئات التعلم التنظيمي العالمية.

4- ضرورة إعداد دراسات جدوى متخصصة لتحديد إقتصاديات تبني الخدمات المصرفية الآلية

5- التحسين والتطوير المستمر في بيئة العمل لمدخل إدارة المعرفة، وإقامة بيئة تنظيمية تعتمد على نشر المعرفة والمشاركة فيها.

المرحلة الرابعة: مرحلة التطبيق:

تتضمن هذه المرحلة وضع خطة لتنفيذ البديل الذي يتم إختياره، وتحديد المراحل التي تمر بها عملية التنفيذ، ثم التنفيذ الفعلي لهذا البديل، وينبغي في مرحلة التطبيق الأخذ في الإعتبار ما يلي:

1- مدى توافر البنية التحتية لتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية.

2- وضع خطة لتنمية مهارات وقدرات العاملين على إستخدام تقنية تكنولوجيا المعلومات.

3- مدى وعي كلا من الإدارة العليا والعاملين والعملاء بأهمية تبني الخدمات المصرفية الآلية

4- توافر الدعم المالي اللازم لتبني الخدمات المصرفية الآلية.

5- تحقيق أقصى إستفادة من التقنية الآلية البنكية.

6- تحقيق التوافق والإنسجام بين أهداف البنك والأهداف الأساسية للعاملين.

المرحلة الخامسة: تقييم النتائج المحققة:

تهدف هذه المرحلة إلى التأكد من مدى قدرة البديل الذي تم تنفيذه على تحقيق الأهداف المنشودة، وتحديد أهم الصعوبات التي قد تعترض عملية التنفيذ، وتحديد الإنحرافات الموجودة في النتائج، والعمل على تصحيح تلك الإنحرافات، وكيفية التغلب عليها، ومدى وجود خطة واضحة للمتابعة والتقييم.

ويمكن تحديد مدى جودة النتائج المحققة في هذا الشأن من خلال المقاييس التالية:

1- العائد على الإستثمار من الخدمات الآلية الإلكترونية الحديثة.

2- مقدار التخفيض في التكاليف.

3- مقدار زيادة الحصة السوقية لدى البنك.

4- القدرة على مواجهة منافسين.

14. المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

أ. الكتب:

1. محمود صادق بازرعة، (1995)، بحوث التسويق للتخطيط والرقابة وإتخاذ القرارات التسويقية، (القاهرة: دار النهضة العربية).
2. محسن الحضيرى، (2001)، التسويق المصرفي مدخل متكامل للبنوك لإمتلاك منظومة المزايا التنافسية في عالم ما بعد الجات، (إيتراك للنشر والطباعة).
3. ناجي معلا، (1995)، إستراتيجيات التسويق في المصارف والمؤسسات المالية، (عمان: معهد الدراسات المصرفية).
4. نظير رياض محمد الشحات، (2001)، الإدارة المالية والعولمة، (المنصورة: المكتبة العصرية).
5. نظير رياض محمد الشحات، (2007)، إدارة محافظ الأوراق المالية في ظل حوكمة الشركات، (دار المغربي للطباعة).
6. هاني محمد السعيد، دمجدي طایل، (2008)، إدارة المنشآت المالية في إطار الإتجاهات المالية المعاصرة.

ب. الرسائل العلمية:

1. زيدان عبد السلام محمد " دور البنوك الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية" رسالة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في التمويل والمصارف، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، (2005).
2. نجيب علي إسكندر، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير الجهاز المركزي للرقابة والمحاسبة في الجمهورية اليمنية، رسالة دكتوراه، جامعة قناة السويس، كلية التجارة، (2011).

ج. المجالات والدوريات والنشرات:

1. سعد ياسين، غالب الرفاعي (المجلة العلمية للتجارة والتمويل، العدد الثاني، 2001) الأعمال الإلكترونية في المصارف حالة الأردن (كلية التجارة بجامعة طنطا).

2. د. نظير رياض محمد الشحات (المجلة المصرية للدراسات التجارية، مجلد 28،
2004) دراسة مقارنة لإندماج البنوك التجارية المصرية للتأهيل لمقررات لجنة
بازل.

3. مجلة المصارف العربية - العدد 192، مجلد 16، كانون الأول لسنة 2006.

4. برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، تقرير التنمية البشرية - /التقنية
والابتكار في العالم، 2006.

5. دليل المصارف بليبيا، جمعية المصارف الليبية، 2008.

6. مصرف ليبيا المركزي، إدارة البحوث والإحصاء، النشرة الإقتصادية المجلد 47
عام 2007.

7. مصرف ليبيا المركزي، إدارة البحوث والإحصاء، النشرة الإقتصادية المجلد 50
عام 2010.

8. مصرف ليبيا المركزي، التقرير السنوي الخامس والأربعون، السنة المالية 2001.

9. مصرف ليبيا المركزي، التقرير السنوي الثاني والخمسون، السنة المالية 2008.

10. مصرف ليبيا المركزي، التقرير السنوي الثالث والخمسون، السنة المالية 2009.

ثانيا: المراجع باللغة الإنجليزية:

1. الكتب:

2. Buswell, (2003) "Measuring the Quality of In-Branch Customer Service" International Journal of Bank Marketeting-Vol.1. No.1.

3. Charles P. Bowen, (2001) "Let's Put Realism Into Management development," Harvard Business Review" July- August.

4. Alsajjan, B (2006) "The Impact of Trust on Acceptance of Online Banking", European Association of Education and Resarch in commercial Distribution, 27-30 june.

أ- الدوريات والأبحاث العلمية:

1. Jason Dedrick & Kenneth L & Eric Shih, (2011), *IT and Productivity in Developed and Developing Countries*, Personal Computing Industry Center (PCIC) University of California, Irvine.

2. Dimitris Kardaras & Eleutherios Papathanassiou (2001), "Electronic Commerce Opportunities For Improving Corporate Customer Support In Banking In Greece", European Management Journal, Vol. 25, No.1.
3. Dewan, Shi, Gurabaxani, (2010), *Investigating the Risk-Return Relationship of Information Technology Investment*, Firm-Level Empirical Analysis Article submitted to Management Science.

ب- المواقع المستخلصة من الإنترنت:

1. <http://www.atm.org.uk/>
2. <http://www.pirg.org/consumer/banks/debit/debitcards1.htm#bigmoney>
3. http://www.dfi.wa.gov/consumers/education/debit_faq.htm