

دور النقود الإلكترونية في تحقيق التفوق التنافسي دراسة تطبيقية لعينة من المصارف الحكومية

أ. م. صفاء تايه محمد
الباحثة عبير أمير عبد الحسن العياش
جامعة الكوفة / كلية الإدارة والاقتصاد / قسم العلوم المالية والمصرفية

المستخلص

احتل مفهوم التفوق التنافسي اهمية كبيرة في الادبيات المتخصصة، وذلك لماشهدته بيئة الاعمال من تنافس ديناميكي ناتج عن الثورة التكنولوجية والمعرفية وثورة الاتصالات نحو التركيز على الزبون ومتطلباته، الأمر الذي يتطلب البحث عن آليات ووسائل تساهم في تحقيق هذه المتطلبات ونجاحها. ومن هنا يهدف هذا البحث للتعرف على دور تطبيق النقود الإلكترونية في تحقيق التفوق التنافسي للمصارف، تم تطبيق الدراسة في عينة من المصارف العراقية ضمن حدود مدينة النجف الاشرف، وقد تم تحليل النتائج واختبار الفرضيات والتوصل الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها إن هنالك قناعة كبيرة بضرورة تطبيق النقود الإلكترونية ضمن المصارف إلا إن ذلك يتطلب التوعية الكاملة وتوفير البنية التحتية الداعمة.

Abstract

The concept of competitive superiority occupied great importance in specialized literature, The dynamic business environment witnessed by the business environment as a result of information ,knowledge and communication revolution to focus on the customer and its requirements, Which requires the search for mechanisms and means that contribute to the fulfillment of these requirements and their success. Hence, this research aims to identify the role of applying electronic money in achieving the competitive superiority of banks, the research applied in a sample of Iraqi banks within the boundaries of the city of Najaf, The results were analyzed, hypotheses tested and a number of conclusions were reached. Most importantly, there is a strong belief in the need to apply electronic money within banks, but this requires full awareness and the provision of supporting infrastructure.

المبحث الاول - الاطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

يشهد عالمنا المعاصر منافسة كبيرة وشديدة نتيجة التقدم العلمي والتكنولوجي شملت كافة القطاعات، وقد تأثر من ضمنها القطاع المصرفي، مما توجب على المصارف أن تبذل المزيد من الجهود في سبيل استثمار كافة العوامل التي من الممكن أن تحقق لها تفوقاً تنافسياً يضمن لها مواجهة التحديات، وقد جاءت النقود الالكترونية كأحد افرازات هذا التقدم وتعد من أهم العوامل التي تساهم في تحقيق هذه الأهداف، ومن هنا جاء هذا البحث من أجل تسليط الضوء على النقود الإلكترونية ودورها في تحقيق التفوق التنافسي للقطاع المصرفي.

يمكن تأطير مشكلة البحث بالأسئلة البحثية الآتية في محاولة الاجابة عنها في سياق البحث:

1. هل يوجد لدى العاملين في المصارف المبحوثة تصور واضح عن دور وأهمية النقود الالكترونية في تحقيق التفوق التنافسي.

2. ما هو مستوى استثمار النقود الإلكترونية في تحقيق التفوق التنافسي في المصارف المبحوثة.
3. ما هو تأثير النقود الإلكترونية على التفوق التنافسي؟

ثانياً: أهمية البحث

تتمثل أهمية البحث في إنها تخوض في غمار موضوع مهم وحيوي يمثل تحدياً كبيراً للمصارف على اختلاف أنشطتها، يتمثل بمواكبة التطور والتقدم العالمي وتكييفه لخدمة أهدافها، وكيفية توظيف وتطبيق النقود الإلكترونية في تحقيق تفوق تنافسي يضمن لها الاستدامة في أعمالها، فضلاً عن تحقيق رغبات الزبائن وتلبية طموحاتهم لضمان التفوق التنافسي على المدى الطويل.

ثالثاً: أهداف البحث

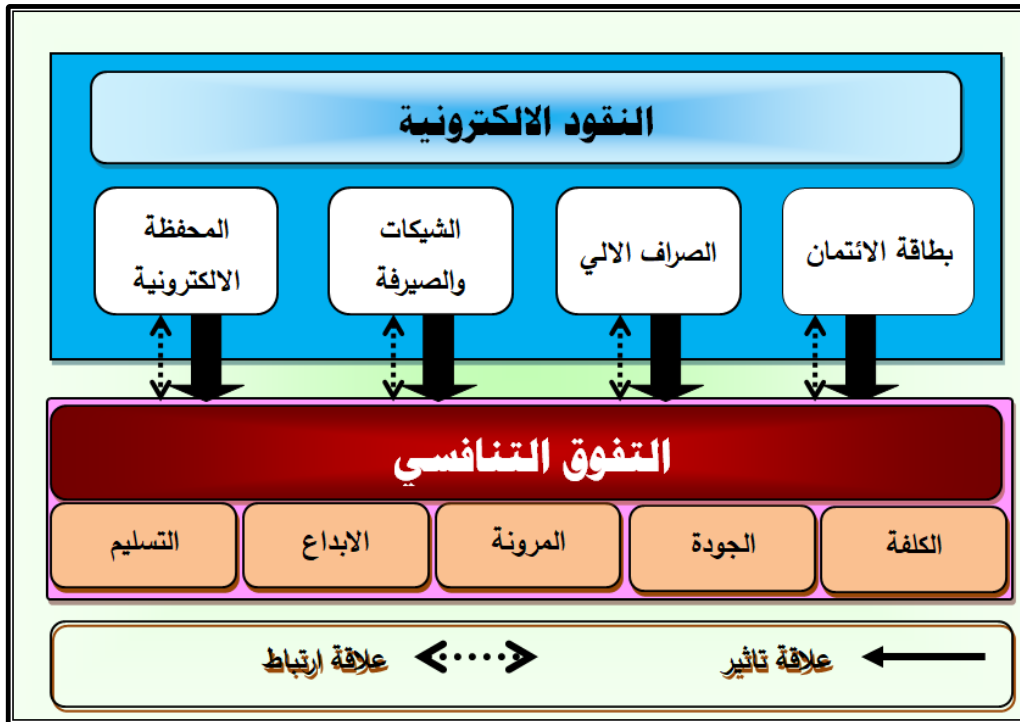
يهدف بحثنا الحالي لتحقيق الآتي :

- 1) تسليط الضوء على مفهوم النقود الإلكترونية وتطبيقاتها وأنواعها والتفوق التنافسي ومتطلباته.
- 2) التعرف على الدور الذي تلعبه النقود الإلكترونية في تحقيق التفوق التنافسي.

رابعاً: المخطط الفرضي للبحث

يتضمن المخطط نوعين من المتغيرات وكما يلي :

1. المتغير المستقل: النقود الإلكترونية ويتمثل بأربعة أبعاد هي (بطاقة الائتمان، بطاقة الصراف الآلي، الشيكات والصيرفة الإلكترونية، والمحفظة الإلكترونية).
2. المتغير المعتمد: التفوق التنافسي ويتمثل بخمسة أبعاد هي (الكلفة، الجودة، المرونة، الابداع، والتسليم).



شكل (1) المخطط الفرضي للبحث

المصدر: إعداد الباحثة.

خامساً: فرضيات البحث

استكمالاً لمتطلبات البحث ويهدف الإجابة عن تساؤلاتها تم وضع مجموعتين من الفرضيات كالتالي:
الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط معنوية إحصائياً بين النقود الإلكترونية والتفوق التنافسي ،
على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد.
الفرضية الرئيسية الثانية: تؤثر النقود الإلكترونية معنوياً في التفوق التنافسي، وتشتق عنها الفرضيات
الآتية :

- الفرضية الفرعية الأولى** تؤثر بطاقة الانتماء معنوياً في التفوق التنافسي.
- الفرضية الفرعية الثانية** تؤثر بطاقة الصراف الآلي معنوياً في التفوق التنافسي.
- الفرضية الفرعية الثالثة** تؤثر الشيكات والصيرفة الإلكترونية معنوياً في التفوق التنافسي.
- الفرضية الفرعية الرابعة** تؤثر المحفظة الإلكترونية معنوياً في التفوق التنافسي.

سادساً: مجتمع وعينة البحث

يتكون مجتمع البحث من جميع المصارف العاملة في محافظة النجف الأشرف، ونظراً لصعوبة اجراء
البحث على جميع المصارف العراقية، تم اختيار عينة من هذه المصارف كما في الجدول (1) للأسباب
التالية:

1. تعد المصارف عينة البحث من أهم المصارف العاملة على مستوى محافظة النجف الأشرف.
 2. تعد المصارف الحكومية عينة البحث من المصارف الأطول عمراً والأكثر خبرة، كما تم أخذ عينة
من المصارف الأهلية لما لها من دور كبير في دعم الاقتصاد للبلد، فضلاً عن سمعتها الطيبة
في العمل المصرفي في العراق.
- وتم اختيار المصارف العاملة في محافظة النجف الأشرف كونها أول محافظة من محافظات الفرات
الأوسط في استخدام النقود الإلكترونية بما فيها بطاقة الائتمان (الفيزا أو الماستر كارد).

الجدول (1) توزيع العينة وفقاً للمصارف

ت	اسم المصرف	عدد الفروع
1	مصرف الرافدين	3
2	مصرف الرشيد	3
3	مصرف العراقي للتجارة	1
4	مصرف بغداد	1
5	مصرف الخليج التجاري	2
6	مصرف بابل	1
7	مصرف التنمية الدولي	1
8	مصرف البلاد الاسلامي	1
9	مصرف التعاون الاسلامي	1
10	مصرف الاتحاد العراقي	1

المصدر: إعداد الباحثة.

سابعاً: اختبارات استمارة الاستبانة

- تم إجراء عدد من الإختبارات على إستمارة الإستبانة للتأكد من صدقها وثباتها
- 1. الصدق الظاهري:** بعد إعداد استمارة الاستبيان بصيغتها الأولية تم عرضها على مجموعة من الأساتذة والخبراء في الجامعات العراقية، من أجل التأكد من صحة فقرات المقياس وملائمتها لنموذج وفرضيات البحث، وتم الأخذ بالملاحظات والآراء التي قدمها الخبراء والتعديل عليها لتكون الاستبانة بصيغتها النهائية.
 - 2. ثبات المقياس:** من أجل التأكد من ثبات الأداة المستخدمة تم اعتماد طريقة الاتساق الداخلي عن طريق احتساب معامل (كرونباخالفا)، ويوضح الجدول (2) نتائج الاختبار لفقرات القياس المعتمدة، وكانت النتائج هي أكبر من الحد الأدنى المطلوب والمقبول والبالغ (0.70) ومن هنا فإن الاتساق الداخلي قد توفر بين الفقرات.

الجدول (2) ثبات المقياس

المتغير	أبعاد أداة القياس	الرمز	عدد فقرات المقياس	معامل الثبات
النقود الإلكترونية	بطاقة الانتماء	X_1	5	0.583
	الصراف الآلي	X_2	5	0.692
	الشبكات والصرافة الإلكترونية	X_3	5	0.723
	المحفظة الإلكترونية	X_4	5	0.830
		Y	24	0.921
التفوق التنافسي	الكلفة	y_1	4	0.745
	الجودة	y_2	5	0.850
	المرونة	y_3	5	0.707
	الابداع	y_4	5	0.794
	التسليم	y_5	5	0.753
	الاستبانة بشكل عام		44	0.911

المصدر: إعداد الباحثة.

ثامناً: اساليب جمع البيانات

- 1. الجانب النظري:** إسهامات الكتاب والباحثين والمؤلفين التي تم جمعها من مصادر مختلفة متمثلة بالكتب العربية والانكليزية والبحوث والمقالات والرسائل والاطاريح ذات الصلة، فضلا عن استخدام شبكة المعلومات الدولية (الانترنت) وما تحتويه هذه الشبكة من كتب ودراسات إلكترونية غنية بالمعلومات ومن أرصن المكتبات والجامعات الدولية.

2. الجانب الميداني: ويتضمن ما يلي:

- أ- المقابلات الشخصية مع مديري المصارف عينة الدراسة التي كان لها الأثر الكبير في توضيح الكثير من الأمور للباحثة حول مدى استخدام النقود الإلكترونية في المصارف العراقية.

ب- المشاهدات الميدانية.

ت- استمارة الاستبانة.

جرى الاعتماد بشكل رئيسي على استمارة الاستبيان وهي إحدى الأدوات المهمة والمستخدمه في مجال البحوث الوصفية، وقد اعتمدت الباحثة في اعدادها على الكثير من البحوث العربية والاجنبية، وكتبت الاستمارة بما يتلائم مع طبيعة وبيئة القطاع المصرفي العراقي.

إذ تم تصميمها لمديري وموظفي المصارف العامة والخاصة بالاعتماد على بعض الدراسات السابقة ذات الصلة وعلى الجانب النظري من البحث الحالي لغرض صياغة الأسئلة التي تضمنتها محاور وفقرات استمارة الاستبانة، وصياغة هذه الاستمارة على مقياس 5-Point Likert إذ أعطيت خمس خيارات هي (دائما، غالبا، أحيانا، نادرا، أبدا) وأعطيت الخيارات الدرجات الآتية (5، 4، 3، 2، 1). الجدول (3) يوضح أبعاد أداة القياس وترميزها وعدد الفقرات لكل بعد والمصادر المعتمدة في تحديدها وكالاتي :

الجدول (3) قياس متغيرات البحث

متغيرات البحث	أبعاد أداة القياس	الاختصار	عدد الفقرات	المصادر
النقود الإلكترونية X	بطاقة الانتمان	x_1	5	(الانباري، 2010). و(مصطفى وتعلوا، 2013). و(العزاوي، 2012). (Wulandari et al., 2016).
	بطاقة الصراف الآلي	x_2	5	
	الشبكات والصرافة الإلكترونية	x_3	5	
	المحفظة الإلكترونية	x_4	5	
	كافة متغيرات النقود الإلكترونية		20	
التفوق التنافسي Y	الكلفة	y_1	4	(الجنابي، 2006). و(العزاوي والخفاجي، 2015). و(زكريا البطة، 2015). (Hui-Ling Wang, 2014)
	الجودة	y_2	5	
	المرونة	y_3	5	
	الابداع	y_4	5	
	التسليم	y_5	5	
	كافة متغيرات التفوق التنافسي		24	

المصدر : من اعداد الباحثة وفقا للمصادر المذكورة.

المبحث الثاني - الاطار النظري

أولاً: النقود الإلكترونية

1. نشأة النقود الإلكترونية ومفهومها

يعد موضوع النقود الإلكترونية من أهم الابتكارات التي نشأت من التقدم التكنولوجي، فقد مرت الحياة البشرية بتطورات كثيرة الى أن وصلت النقود الإلكترونية بالشكل الحالي، إذ إن ظهورها كان نتيجة لمساوئ المقايضة من الصعوبة النقاء الرغبات بين المشتريين والتابعين وصعوبة تجزئتها، ولقد أخذت النقود في بادئ الأمر من خلال الاعتماد على المعادن النفيسة (الذهب والفضة)، الى مرحلة التعامل بالنقود الورقية

والمصرفية، ثم تطورت بشكل كبيرحتلت النقود الإلكترونية(الزركاني، 2011: 47). والشكل (2) يبين صور النقود الالكترونية وهي تقطع شوطاً طويلاً.



شكل (2) صور النقود الالكترونية وهي تقطع شوطاً طويلاً

Source: (Wilkins,2014:1).

ويُرجع بعضهم نشأة نظم الدفع الالكترونية الى عام 1918 عندما قام بنك الاحتياطي الامريكي (Federal Reserve) بنقل النقود باستخدام التلغراف ولكن لم يظهر الاستخدام الواسع لنظم الدفع الالكترونية الا بعد عام 1972 ، بعد ان تاسست مؤسسة المقاصة الالية (Automated Clearing House)، لإدارة عملية إمداد خزانة الولايات المتحدة الامريكية والمؤسسات المالية ببديل الكتروني لإصدار الشيكات،وفي نفس الاطار انتشرانتشرت الانظمة المشابهة في اوربا وعلى اثر ذلك انتشرت النقود الالكترونية. (ElGawady,Non:4) بالاضافة الى البطاقات البلاستيكية والتي تعد احدى الصور الرئيسية للنقود الالكترونية والتي عرفت في 1970 من قبل العالم الياباني (KunitakeArimura) الذي ركز جهده في تطوير الشريحة الإلكترونية والتي تحتوي على المخزون النقدي أو أية بيانات أخرى، إلا أن هذا العالم لم يهتم بنوع الاستخدام للبطاقات. وفي السبعينات وتحديدا 1974 طور احد العلماء الفرنسيين المدعو (Ronald Morens) استخدام هذه البطاقات بشكل اكثر سهولة ، أما اليابان فقد عرفت في عام 1995 حينما تشكل مجلس للاجتماع وتم فيه مناقشة كافة الوسائل المتعلقة بالنقود الإلكترونية والموافقة على إصدارها وكذلك الماكينات التي تقوم بذلك.(العجمي،2013:78)

ولا يوجد تعريف متفق عليه عموماً للنقود الإلكترونية في الأدبيات المعاصرة، وذلك ناتج عن طبيعة المفهوم والغموض الذي يكتنفه وقد أقرت لجنة بازل بهذه الصعوبة، وقد تم تعريفه بطرق مختلفة وبأسماء مختلفة أيضاً مثل (Electronic ,Smart , Virtual ,Cyber, Digital ,money ,Electronic Currency , Electronic Purse) ومن الأفضل استخدام مصطلح النقود الالكترونية (Money)، لاستعماله الشائع في التعاملات الإلكترونية في أكثر الدول التي تضمنت النقود في قوانينها(Chouseinoglou,2004:46). ومن هنا تتفق الباحثة مع (Mboweni,1999:3) حيث يعرفها على إنها قيمة نقدية الكترونية مخزنة على جهاز تقني قائم على أساس البطاقة أو الشبكة.

وفي هذا المجال أكد البنك المركزي الأوربي أنها تمثل المخزون الإلكتروني للقيمة النقدية للجهاز التقني التي يمكن استخدامها في عمليات السحب النقدي وتسوية المدفوعات للوحدات الاقتصادية الأخرى، دون الحاجة إلى الحساب المصرفي عند إجراء الصفقات وهنا يتم استخدامها كأداة محمولة للدفع المسبق (Griffith & Stephen, Non:47)، إن هذا التعريف يوضح صور النقود الإلكترونية ويستبعد النشاطات الأخرى التي يمكن أن تتشابه معها.

واستناداً إلى ذلك يمكن القول إن النقود الإلكترونية (وسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني التي تمثل قيمة نقدية مخزنة بطريقة إلكترونية مدفوعة وغير مرتبطة بالحساب المصرفي ذات قبول كبير وواسع وتستخدم لتحقيق أغراض مختلفة كإجراء السلع والخدمات أو دفع الضرائب وغيرها من الاستخدامات).

2. خصائص النقود الإلكترونية

تشير الدراسات والبحوث إلى أن النقود الإلكترونية تتصف بالآتي :

- أ- قيم نقدية مخزنة إلكترونياً: عبارة عن بيانات مشفرة داخل الوسائل الإلكترونية بشكل بطاقات بلاستيكية داخل ذاكرة الحاسوب (Indriastuti & Wicaksono., 2014:10-11)
- ب- غير متجانسة: حيث أن المصادر التي تقوم بإصدار النقود الإلكترونية قد تختلف في قيمتها بالاستناد على السلع والخدمات ، فهي ليست متجانسة أو متماثلة. (الزلمي، 2010:548)
- ت- متنوعة: حيث يتم إصدارها في أغلب الدول عبر المؤسسات الائتمانية الخاصة ، على العكس من النقود القانونية المصدرة من البنك المركزي (العجمي، 2013:97)
- ث- ثنائية الأبعاد: حيث يتم نقلها من الزبائن إلى التجار بدون الحاجة إلى طرف ثالث ، وتعد هنا صالحة من أجل إبراء الذمة ، ووسيلة لدفع الائتمان للسلع والخدمات ، فإنها صالحة من أجل إبراء الذمة ، واداءة لدفع ثمن الخدمات والسلع ، بدون الحاجة للتحقق منها. (سليمة، 2014:47)
- ج- مخاطرها كبيرة: نتيجة التقدم التكنولوجي واستخدام الإنترنت لذا فهي عرضة لوجود مخاطر كبيرة من الأخطاء البشرية والتكنولوجية ، وهنا تكون معرضة للعطل والمشاكل في ظل غياب الإدارة والتقنيات الحديثة (الزركاني، 2011:52)
- ح- ليس لها حساب مصرفي: بحيث لا يتم الاحتفاظ بأي أرصدة في المصارف مقارنة بوسائل الدفع الإلكترونية الأخرى، حيث تعبر عنها بطاقات إلكترونية ترتبط بحسابات مصرفية للزبائن (الموسوي والشمري، 2014:267)
- خ- وسيلة دفع ذات أغراض متعددة : بحيث تكون صالحة للإيفاء بالالتزامات مثل شراء السلع والخدمات أو دفع الضرائب وغيرها ، وفي حالة شراء نوع معين فلا توصف بكونها نقود إلكترونية.

3. مزايا ومخاطر النقود الإلكترونية

1- المزايا

تتمتع النقود الإلكترونية بمزايا عديدة أهمها أنها تساعد على توسيع الخدمات المصرفية على المحيط العالمي ، وتؤدي إلى خفض الكلفة والسهولة للاستخدام ، وبذلك تتمثل مزاياها:

- أ- انتشارها الواسع عالمياً ومحلياً: تكون مقبولة بنطاق واسع على المحيط العالمي والمحلي ، فهي يمكن استخدامها في ظل الانترنت والتجارة الالكترونية.
- ب- انخفاض كلفتها: إن تحويلها من خلال الشبكات أرخص بكثير من استعمال الأنظمة المصرفية التقليدية ، وتشير بعض الدراسات الى أن التكلفة لوسائل الدفع الإلكترونية تصل الى نصف التكلفة لوسائل الدفع التقليدية، بالإضافة الى انها غير مكلفة لطباعة (ختم وتوزيع الفواتير والقطع النقدية). (Andresen,2013:138)
- ت- سهولة الحمل والاستخدام:إن حملها من قبل الزبون يكون أيسر من حمل النقدية التي تكون كبيرة الحجم فهي تغنيه من ذلك عند شراء السلعة والخدمة التي تكون رخيصة الثمن كالصحف او المشروبات (سليمة، 2014:48).وتتميز بأنها سهلة الاستخدام مقارنة بوسائل الدفع الاخرى، لكونها تشكل عاملاً جاذباً وتقبلها من قبل الزبائن لأي نظام خاص بالنقود الإلكترونية. (سفر، 2008:50)
- ث- قابليتها للانقسام (Divisibility): تتميز بأنها متاحة بأصغروحدات النقد الممكنةتمهيدا لإجراء المعاملات محدودة القيمة.(Chugh,2015:271)
- ج- الأمان والثقة في التحويلات المالية: إن المصارف التي تتعامل بالنقود الالكترونية تتوفر لها وسائل الكترونية خاصة تدعم البروتوكول للحركات المالية الامنة ومستعرضات الويب التي تدعم الطبقات الامنة (الزركاني، 2011:52)
- ح- السرعة في إنجاز الدفع : يتم تبادل المعلومات الخاصة خلال الزمن الحقيقي بدون الحاجة للوساطات وتتم بمجرد الضغط على الأزرار المطلوبة في لوحة المفاتيح (Keyboard) (العبودي والمشهداني، 2013:53)
- ### 2- المخاطر
- بالرغم من المزايا التي تتمتع بها هذه النقود المتمثلة بالتسهيلات للعمليات المصرفية خلال العقود الاخيرة ، ويرافق ذلك العديد من المخاطر الأمنية والقانونية والاقتصادية والمالية التي يثيرها استخدام هذا النوع من النقود (كتانة، 2009:199). وأبرز هذه المخاطر التي تولد عند التعامل بها هي: (الجزراوي، 2011)
- أ- معرصة للتزوير الذي يؤدي الى خسارة مالية تلحق بمالكها.
- ب- تعطل أجهزة الكمبيوتر والأنظمة التي تستخدم سواء كان بفعل فاعل او تلقائيا.
- ت- إمكانية فك التشفير عبر الدخول لغير المشروع الى أجهزة وأنظمة الحاسب الشخصي لغرض نسخ وتزييف وسرقة هذه النقود.
- ث- لا يوجد في النظام الإلكتروني ما يقابله من النظام القانوني بحيث يمنع الاعمال الخاصة بالقرصنة المحوسبة (القريشي، 2015:25)
- ج- يصاحب انتشارها كثرة جرائم التهريب الضريبي سيكون صعبا على الجهات المختصة بالضرائب القيام بتحصيلها لانها تتم الكترونيا (العجمي، 2013:100)

ويتفق كل من (El-Gawady, Non:6-7) (Al-Laham et al., 2009:344) في تحديد أنواع المخاطر التي تتطوي على استخدام النقود الإلكترونية من قبل المؤسسة أو الجهة المصدرة لها وهي تشمل نوعين هما:

- المخاطر القابلة للقياس الكمي: وتشمل على
 - أ- مخاطر الائتمان: يعد الخطر الأكثر شيوعاً المتعلقة بالنشاط المصرفي.
 - ب- مخاطر السيولة: تتمثل بأن المصرف يكون غير قادر على تلبية التزاماته بالدفع حسب استحقاقها دون تكبد خسائر.
 - ت- مخاطر أسعار الفائدة: قد تؤثر سلباً على الأوضاع المالية للمصرف.
 - ث- مخاطر الصرف الأجنبي: إن تقلبات أسعار صرف العملات الأجنبية قد تؤثر سلباً على الأوضاع المالية للمصرف، وتتسأ عندما تكون الجهة المصدرة لها مستعدة لقبول العملات الأجنبية في الدفع مقابل النقود الإلكترونية، أو عندما يكون هيكلها يسمح لقبول عملات متعددة.

- المخاطر غير القابلة للقياس الكمي: وتتضمن ما يلي
 - أ- المخاطر الاستراتيجية
 - ب- المخاطر التشغيلية: تتضمن مخاطر القصور في الضوابط الداخلية ونظم المعلومات وقد يؤدي الى خسائر غير متوقعة للمصرف، ويرتبط هذا الخطر بشكل طبيعي مع عدم كفاية الإجراءات والضوابط وفشل نظام المعلومات والخطأ البشري.
 - ت- مخاطر الامتثال: المخاطر المرتبطة بعدم الامتثال للقوانين والقواعد والأنظمة والممارسات المقررة والمعايير الأخلاقية.
 - ث- مخاطر السمعة: عند ظهور خلل أو ثغرة أمنية في النظام، عجزه عن حل المشاكل مع الزبائن، التغطية الاعلامية السلبية وغيرها قد تؤثر سلباً على سمعة المصرف.
 - ج- المخاطر القانونية: بسبب الشكوك حول الاطار القانوني الذي يحكم عملها على سبيل المثال يمكن أن يحدث هذا عندما تكون القوانين التجارية ليست واضحة بما فيه الكفاية لتسوية النزاعات بين المصدر والزبون.

4. أنواع النقود الإلكترونية

تُصنّف النقود الإلكترونية الى أنواع عديدة نذكر منها ما يلي :

- أ- بطاقة الائتمان **credit card**: تعد الأكثر ربحية للمصرف المصدر للبطاقة بين جميع أنواع البطاقات وتتنافس المصارف على تقديم عروض ترويجية لتشجيع إصدارها واستخدامها لتعظيم الأرباح، ومن مزاياها: (عبدالله والطراد، 2011:212)
 - تستخدم في السحب النقدي والشراء.
 - تستخدم داخل وخارج البلد التي تصدر فيه البطاقة.
 - يمكن ربطها بالحساب بالعملة المحلية فقط.

- تصدر بأنواع عديدة (انظر الملحق رقم 3).

- توفر ميزة تسديد المبالغ المستخدمة على البطاقة على أقساط شهرية.

- يمكن إصدار بطاقات فرعية للأقارب من الدرجة الأولى.

- مخاطر عدم التسديد هو الخطر الرئيسي لها.

إن بطاقات الائتمان كانت الأسبق في الظهور من بطاقات الخصم الفوري (debit card) وذلك بسبب ضرورة وجود نظام آلي متطور لبطاقات الخصم الفوري، ففي بدايات القرن الماضي ظهرت أولى بطاقات الائتمان في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق شركة بترول أصدرتها ووزعتها على الزبائن وتمكنهم من القيام بعملية تعبئة الوقود في محطات الوقود المختلفة دون الحاجة للدفع نقداً مما شجع بعض محلات البيع الكبرى في نفس البلد على اتباع هذه الطريقة وتقليدها لزيادة المبيعات والأرباح، بعدها قام مصرف فرانكلين الأمريكي في سنة 1952 بإصدار أول بطاقة دفع تبعه مصرف أمريكا سنة 1958 وهي البطاقة التي تعرف حالياً باسم فيزا (Visa card) والتي ما زال مركزها الرئيس في نيويورك.

ب- بطاقة الصراف الآلي **ATM card**: يصدر هذا النوع من قبل نفس المصرف أو بالاتفاق مع شركة (Jonet) وهي تعطي الامكانية للسحب النقدي في حدود الرصيد بواسطة الصرافات الآلية ، ويقوم الزبون بأعمال (السحب والايذاع ، والاستعلام عن الارصدة والكشوفات ودفاتر الشيكات) (الوادي وآخرون، 2010:147)

وظهرت أجهزة الصراف الآلي (Automatic teller machines ATMs) في سنة 1970 بهدف خفض تكاليف المصرف (Scholnick et al.,2008:1474)، وحسب إحصائية تظهر معدل تركيب أجهزة الصراف الآلي في البلدان المتقدمة لكل (742) شخص يجب أن يكون هناك جهاز صراف آلي واحد وفقاً لعدد السكان، فمثلاً ايران تحتاج لتمتلك (95007) صراف آلي لتكون جنباً الى جنب مع البلدان المتقدمة. (Meihami et al.,2013:1304)

ت- البطاقة البلاستيكية الممغنطة : تعد بانها بطاقة دفع مسبق تكون فيها قيمة مالية مخزونة ، ويمكن استخدامها للدفع من الانترنت ، ولايد من توفر بعض الشروط ليكون النظام الالكتروني للنقود فعالا :

- توفر ثلاثة اطراف (الزبون - المتجر - المصرف) والذي يعمل الكترونياً.
- توفر برنامج النقود الالكترونية لدى كل الاطراف .
- ان يكون للمتجر والزبون حساب لدى المصرف ، واستخدام برامج (e-cash) لاتمام عمليات الشراء والدفع.
- تتيح البرامج ارسال النقود الالكترونية بصيغة مرفقة.

ث- الشيكات الالكترونية (الصكوك الالكترونية): تمثل الكافيء الالكترونية للشيكات التقليدية الورقية ، وتكون رسالة الكترونية موثوقة ومؤمنة تتضمن : رقم الصك واسم الدافع ورقم حسابه واسم كل من المصرف والمستفيد والقيمة المدفوعة ، والعملية المستخدمة وتاريخ صلاحية الدفع والتوقيع

الإلكتروني ، يتم إرسالها من قبل المصدر ليتم اعتمادها من قبل المصرف المتصل بالانترنت ، ويقوم المصرف بتحويل الكتروني للقيمة المالية للصك الى حساب المستلم ، وبعد ذلك يتم الإلغاء والاعادة الإلكترونية الى المستلم ليتوفر الدليل على صرف الصك (سفر، 2008:43-44)، ويمتاز الشيك الإلكتروني بأنه الأسرع والأرخص وذو الامان العالي، ويمكن الزبائن ممن لديه حساب جاري من ان يقوم بتحريره من اجل شراء السلع والخدمات ، وفي حالة التجارة الإلكترونية او المشتريات الحكومية ما بين المصارف فانه يتضمن اصدار الشيك الإلكتروني اجراءات تكون اكثر امنا حتى في حالة الشيكات الكبيرة (الشمري والعبد اللات، 2008:50)

أما الصيرفة الإلكترونية تُعرف بأنها "استغلال المصارف للتطور التكنولوجي بما يسمح لزبائنها بإتمام تعاملاتهم المصرفية الكترونيا بدون زيارته وذلك من طريق ربط الحاسوب الشخصي للزبون بالحاسوب المركزي للمصرف من خلال شبكات الاتصال المتنوعة". (Sethi and Bhatia, 2008:56) وإن الشيكات الإلكترونية تعد أحد أساليب الصيرفة الإلكترونية التي يستخدمها الزبون في الحصول على الخدمات التي يطلبها دون أن يكون حاملا للنقود مما تسهل عمليات البيع والشراء. (أبو رحمة، 2009:38)

ج- بطاقات الخصم الفوري **debit card**: إن هذه البطاقات تشبه بطاقات الائتمان، وهي تمكن الزبائن من شراء السلع عن طريق تحويل الأموال الكترونيا من حساباتها المصرفية الى حساب التاجر. وتستخدم هذه البطاقات في أماكن متعددة ، والآن أصبحت أسرع في استخدامها من الدفع نقدا (Cash). (يونس، 2013:47)

ومثال على ذلك عندما يتم شراء المواد الغذائية من السوق (Super Market) يستطيع الزبون استخدام البطاقة العائدة له في اجهزة القراءة المخصصة للدفع الإلكتروني (Card Reader) عن نقطة المحاسبة وتخصم مشترياته فورا من الحساب الخاص به من المصرف وهذا هو سبب تسميتها. ومعظم المصارف والشركات مثل مؤسسة visa التي كانت في الأصل بطاقات ائتمان يصدرها مصرف امريكا والمؤسسة المصدرة لبطاقات ائتمان المعروفة باسم Master Card، وفي الوقت الحاضر أصبحت تُصدر هذه البطاقات. (القريشي، 2015:23)

ح- البطاقة الذكية: ان (HoneywellBull) يعد اول من اخترع البطاقة الإلكترونية في 1979 والتي تمثل الشكل الرئيسي للنقود الإلكترونية (العجمي، 2013:78)، وتم تطويرها باستخدام تكنولوجيا متطورة فظهرت عام 1986، وهي واحدة من آخر الإصدارات في عالم تكنولوجيا المعلومات. (غندور، 2012:580)

خ- المحفظة الإلكترونية: بطاقة تصلح للدفع عبر شبكة الانترنت لغاية مبلغ محدد يكون مخزن فيها مسبقا من قبل الجهة المصدرة لها ويتم تسجيل هذا الرصيد في بطاقة خاصة أو على القرص الصلب لجهاز الحاسب الشخصي بمستعمل الشبكة وهي ما تسمى بـ محفظة النقود الافتراضية، ولهذا فإنها تماثل من الناحية الفنية المعلومات المخزنة في ذاكرة جهاز الحاسب، ويتم الحصول عليها أو التعامل بها من أحد المصارف أو المؤسسات الوسيطة بإعطاء الزبون رخصة تسمح له

باستخدامها، فضلا عن ذلك هي ليست بمجرد احتوائها على نقد الكتروني فقط وإنما يمكن تخزين بعض البيانات فيها كأرقام بطاقات الائتمان وكذلك هي لا تشترط نوع العملة التي يجب فتح الحساب بها وتحتوي على سندات رقمية مشفرة لتوفير الأمان للمحفظة بأكثر قدر للوصول الى الهدف الذي من أجله أنشئت. (الانباري، 2010:212)

ثانياً التفوق التنافسي

1- مفهوم التفوق التنافسي

احتل التفوق التنافسي (Competitive Superiority) أهمية عالية خلال الاديات المتخصصة، وذلك بما شهده قطاع الاعمال من عملية تنافس ديناميكي الناتج عن الثورة التكنولوجية والمعلوماتية والمعرفية وثورة الاتصالات نحو التركيز على الزبون (العزاوي والخفاجي، 2015:209). ويرى الجنايفي هذا الصدد أنه يمكن للمصارف من ان تحقق اهداف التفوق التنافسي من خلال مجموعة المزايا التي تستند الى المقارنة (الجنايفي، 2006:80) ، إذ أصبح التحدي الحقيقي هو كيفية تحويل المزايا التنافسية والاستفادة منها في تحقيق التفوق التنافسي. (جثير والعامري، 2012:130)

يعد مفهوم التفوق التنافسي من المفاهيم الحديثة ذات المضامين غير المحددة بمفهوم معين، حيث لقي اهتماماً واسعاً في أدبيات إدارة الأعمال. وما زال هذا المصطلح بحاجة الى المزيد من الإغناء والتأطير، وانطلق الباحثون في تحديده من خلال رؤى مختلفة (الريبيعي، 2011:71)، فيعرفه (نجم، 2007:273) بأنه يمثل القدرة على التفوق للمصرف على منافسيه في احد اباد الاداء الاستراتيجي المتمثلة ب (الكلفة . الجودة ، المرونة . الاعتمادية ، الابداع) ، أما (Ball et al.,2008:353) فيعرفه بأنه يمثل إمكانية المصرف لامتلاكه أعلى معدلات الأرباح من منافسيه، اما (Evans,2009:83) فعرفه بالقابلية على تقديم قيمة متفوقة للزبون.

وبناءً عليه يمكن تعريف **التفوق التنافسي** (بأنه نظام يمتلك ميزة يجعل المصرف قادر على المنافسة وتحقيق الأرباح وزيادة حصته السوقية من خلال استخدامه للأبعاد المتمثلة بالكلفة والجودة والمرونة والتسليم والابداع).

2- مصادر التفوق التنافسي

ان الاهتمام برصد التغييرات البيئية وتحديد أساليب للتعامل معها يعد بمثابة التحدي الأكبر الذي يواجه منظمات الاعمال ، مهما كان حجم المصرف فإنه يهدف لإيجاد الوسيلة والمصدر الذي يحقق التفوق في البيئة المتغيرة ، وأصبح التحدي الحقيقي الذي يواجه المدراء في المصارف في كيفية تحويل الميزة النسبية الى ميزة تنافسية من خلال العمل على صنع العوامل الانتاجية التي تستند الى المهارات البشرية العالية (جثير والعامري، 2012:131). ووفقا لذلك يشير (الريبيعي، 2011:92-88) الى إن مصادر التفوق التنافسي تنحصر بمصدرين أساسيين هما:

أ- مصادر داخلية: إذ تتمثل بتجديد كل من الهيكل التنظيمي، الموارد، وكذلك الثقافة التنظيمية إضافة الى الأنشطة والمهارات التي يؤديها المصرف.

- ب- مصادر خارجية: تتعلق بالبيئة الخارجية وهيكل الصناعة التي يعمل فيها المصرف، إن إن نقاط القوة والضعف في المصرف يتجلبان بالمقارنة مع ما يحيط بها من مؤثرات بيئية خارجية، والتي تتضمن العناصر التي تؤثر وتتأثر بها بشكل مباشر في المصرف مقابل المنافسين او الموزعين او الزبائن او حملة الأسهم وغيرهم. وتضم البيئة الخارجية مجموعة من المتغيرات هي :
- المتغيرات السياسية والقانونية المتمثلة بتشريعات الدولة وقوانينها.
 - المتغيرات الاقتصادية التي تشمل تأثيرات الدورات الاقتصادية وتغيرات معدل تحويل العملة، أسعار السلع، التغيرات في الأسواق الرأسمالية.
 - المتغيرات الاجتماعية والديموغرافية والثقافية التي تتعلق بالعادات والأعراف الاجتماعية ومعدلات النمو السكاني واللغة ونسبة الأمية.
 - المتغيرات التكنولوجية وتتضمن تأثيرات التغير التكنولوجي في المنتجات والخدمات والعمليات المصرفية وقنوات التوزيع.

يتضح مما سبق أن المتغيرات العامة (البيئة الخارجية) قد تسبب خطراً على إحدى المصارف في حين تشكل فرصة نجاح لمصرف آخر، وكلما ازدادت قدرة المصرف على التأثير بشكل إيجابي على بيئة الصناعة الخاصة بها، ارتفعت احتمالية حصوله على أرباح أعلى من المعدل. (Hitt et al., 2000:52)

3- مؤشرات التفوق التنافسي

تختار المصارف المؤشر المناسب الذي يساعد على تحقيق التفوق التنافسي في الأسواق التي تتعامل فيها وذلك عبر الخدمات التي تقدمها بالشكل الذي يليب الحاجات والرغبات التي يتمنى الزبون الحصول عليها منها ، ونتيجة التطورات والتغيرات الحاصلة في البيئة وارتباطه بتلك الرغبات أنعكس على مؤشرات المنافسة التي يعتمدها المصرف في تعامله مع السوق المستهدف. فبعضهم يعتمد على الكلفة المنخفضة في المنافسة والآخر يعتمد على تقديم خدمات بجودة أعلى، وظهرت الحاجة مرة أخرى للبحث عن مؤشر تنافسي جديد فاعتمدت مجموعة من المصارف على الوقت ومن ثم اعتمدت على المرونة، وعليه فإن المصارف التي تريد أن تبقى في الصدارة وتسعى للتفوق عن منافسيها أن تتبنى أكثر من مؤشر يتلاءم مع قدرات وإمكانيات المصرف وبيئته التسويقية (العامري، 2012:85).

وقد اشارت الدراسات الى أن المؤشرات الأكثر تركيزاً من قبل الباحثين والمهتمين بموضوع التفوق التنافسي قد انحصرت بـ (الكلفة ، الجودة . المرونة ، التسليم ، الابداع). وفي هذه الدراسة سوف نتبنى هذه المؤشرات بوصفها المؤشرات ذات الاتفاق الاعلى بين الباحثين والاكثراً ملائمة مع متطلبات هذه الدراسة ، ويمكن توضيح هذه المؤشرات كالآتي :

أ- الكلفة الأقل

تعني التضحية الاقتصادية التي يتحملها المصرف نتيجة تقديمه الخدمة المصرفية. وهي أحد مؤشرات التفوق التنافسي التي تمثل قدرة المصرف على تقديم الخدمات بأقل النفقات لتعزيز حصته السوقية (العبادي والدعيمي، 2010)، ويشير (Dilworth) أن ما يميز المصرف الذي يركز على الكلف المختلفة من أجل



تحقيق التفوق وميزة التنافس وانخفاض راس المال وقوة العمل وكلف الخدمات بالمقارنة بالمصارف الاخرى التي تنافسها. (القطار،2010:58)

كما أن عددا من الباحثين والدارسين يعدونها مؤشراً مهماً لقدرة المصارف على الاستمرار بالعمل والمحافظة على البقاء، فضلا عن أنها تركز على الكلفة أساساً للمنافسة عليها أن تقدم خدماتها المصرفية بكلفة أقل مقارنة مع الآخرين. (البياتي، 2008:53)

ولتحقيق التفوق التنافسي على أساس الكلفة الأقل قيام المصرف بتطوير خدماته من السياقات التقليدية والتي تستوجب كلفاً كبيرة من آلات الطباعة ومستلزماتها ودفاتر الشيكات فضلاً عن عامل الوقت الى خدمات مصرفية إلكترونية حديثة تراعي الاختصار في الكلف والوقت والدقة في إنجاز الأعمال وتلافي الأخطاء المحتملة.

ب- الجودة العالية:

ترتبط الجودة بشكل متلازم بالموصفات الجيدة ، وها الموصوف يكون ماديا ملموسا او غير ملموس، اي انه يتصف بمواصفات ذات طبيعة ايجابية (الطائي ،2006:23)، ويتفق كل من (Zolghadar,2007:29) (Himdrikes et al.,2006:18) بان الجودة تمثل القدرة على تقديم خدمات مطابقة لحاجات ورغبات الزبائن.

حيث إن الجودة تحتل مكانه مرموقة ضمن أولويات التنافس حيث ان رضا الزبون عن الخدمة المقدمة ومقدار جودتها يعد احد العوامل للمحافظة عليها وتحقيق التنافس مع المصارف المنافسة ، لذلك على المصرف أن لا ينظر الى رضا الزبون بالاعتماد على المنظور القصير المدى وانما يجب التركيز على استراتيجية جودة الخدمة ، من خلال التحسينات المستمرة والتي تواكب اذواق الزبائن المستقبليين (الشيياوي والجبوري،2015:37)

وتأسيساً لما سبق يتضح إن مؤشر الجودة يعد من ركائز نجاح المصرف في قطاع الاعمال بواسطة تقديم خدمات بمواصفات تفوق متطلبات الزبائن لكسب رضاهم وثقتهم، وهذا يسهم في تعزيز تفوقه التنافسي في السوق.

ت- المرونة :

إن الكلفة الأقل والجودة الأفضل لن تحقق تفوقاً تنافسياً بسبب تغير متطلبات ورغبات الزبائن بسرعة وانتقاله من خدمة الى أخرى، فضلا عن وسائل إشباعها، لذلك أصبحت مؤشراً تنافسياً حاسماً بعد أن أصبح الإنتاج وفقاً لطلب الزبون.(محمود،2007)

إن المرونة تتضمن القدرة على توفير خدمات جديدة وبقدر واسع، وبنفس الوقت قدرة المصرف على إدخال التعديلات على خدماتها الحالية لأجل التكيف مع التغير والتنوع في متطلبات الزبون من أجل تحقيق رضاه (Russell&Taylor,1998:32)، وتعرف المرونة بأنها قدرة المصرف على الاستجابة للتغيرات والأحداث السريعة بخصائص تصميم الخدمة أو المتعلقة بحجم طلبات الزبون. (William,2007:38)

وبناءً على ما تقدم يتبين أن المرونة بوصفها مؤشراً تنافسياً مهماً تحقق للمصرف رضا الزبون بواسطة الخدمات المقدمة المتنوعة أو تحسين الخدمات الحالية وتطويرها بما يتلائم ومتطلباته المتنوعة والمتجددة.
ث- التسليم :

يعد مؤشراً تنافسياً حاسماً في الوقت الحاضر وله أثر كبير على قرار الشراء وهو أحد المتطلبات الأساسية للزبائن. (Xiand et al.,2012:288)

وعرف كوتلر التسليم بأنه أفضل طريقة لتسليم الخدمة الى الزبون وتتضمن السرعة، الدقة، والاعتناء بعملية التسليم. (Kotler,2000:292) وإن التفوق التنافسي الذي يعتمد على اساس التسليم يشمل ثلاثة جوانب هي :

سرعة التسليم وسرعة وقت الانتظار للخدمة للزبون.

ان تتم عملية التسليم في الوقت المحدد والمتفق عليه.

سرعة التطوير والتي تقاس بالوقت المطلوب من اجل تطوير الخدمة الجديدة وإنتاجها ، حيث انه كلما قل الوقت المخصص لتوليد الفكرة للانتاج النهائي كلما حقق المصرف التفوق التنافسي.

ومع تطبيق البطاقات المصرفية كالبطاقة الذكية وبطاقة الائتمان/ الخصم الفوري أصبح التسليم أسرع بكثير من ذي قبل، فلا يحتاج لانتظار الزبون وتجنبه عناء الذهاب والمجيء الى المصرف، وهذا يرجع لتطور التكنولوجيا.

ج- الإبداع :

يعرف الإبداع بأنه أفكار تتصف بالجديدة والمفيدة لحل مشكلات معينة أو تجميع أو إعادة التركيب في أشكال فريدة وتتم عملية الإبداع بأربع مراحل هي: (الاعداد، الاختيار، الاستشراق، التحقق). (الحكيم،2015:637)

في حين عرف (Higgins) الإبداع أنه اعتماد أسلوب جديد لم يستخدم سابقاً (Higgins,1994:828)، وتتبين أهميته عن طريق معرفة الفرص الجديدة في البيئة الخارجية ومراقبة أعمال المنافسين، إذ يحتاج المصرف الى معلومات استراتيجية لتطوير خدماته بصورة تختلف عن المتتبع في القطاع الذي يعمل فيه، لذا فإن الإبداع يتحقق من خلال سرعة الاستجابة للفرص والتحديات وأسس التفوق التنافسي. (O'brien,1990:45)

المبحث الثالث - الاطار العملي

أولاً : التحليل الوصفي لمتغيرات البحث

1. النقود الالكترونية

من مراجعة مؤشرات التحليل الظاهرة في الجدول (4) والتي تشير الى قيم التوزيعات التكرارية والنسب المئوية والأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية، يتضح الآتي :

أ- بطاقة الائتمان

من مراجعة النتائج يتضح أن هنالك اتفاقاً إيجابياً لهذا البعد إذ يتفق (81.95%) من أفراد العينة، وقد بلغت قيمة الوسط الحسابي (4.1) بانحراف معياري بلغت قيمته (1.13).

كما عززت الأهمية من خلال الفقرة (q₄) التي تشير الى (تتميز بطاقات الائتمان بنسبة عالية من الأمن والأمان) فقد بلغت قيمة الاتفاق (90.54%) والوسط الحسابي (4.53) وقيمة الانحراف المعياري (0.714)، بينما كانت أقل نسبة في هذا المتغير للفقرة (q₁) التي تشير الى (يتم تقديم خدمة البطاقة الائتمانية لفئة محددة من الزبائن وبخصم خاص) إذ بلغت نسبة الاستجابة (63.84%) والوسط الحسابي (3.19) والانحراف المعياري (1.42).

ب- بطاقة الصراف الآلي

يشير هذا البعد الى أنه اتفق (84.16%) من الأفراد المبحوثين ووسط حسابي (4.21) وانحراف معياري بلغت قيمته (0.938).

ودعمت الاستجابة بعض الفقرات أهمها (q₁₀) التي تشير الى أنه (تساعد بطاقة الصراف الآلي على زيادة عدد الزبائن المتعاملين مع المصرف) فقد بلغت قيمة الاتفاق (88.6%) وبوسط حسابي (4.43)، وانحراف معياري بلغت قيمته (0.772).

بينما كانت أقل نسبة في هذا المتغير للفقرة (q₈) والتي تشير الى أنه (يمكن أنتشار استخدام آلات الصراف الآلي بإضافة قناة جديدة في توزيع تشكيلة من الخدمة المصرفية)، إذ بلغت نسبة الاستجابة (78.4%) وبوسط حسابي (3.92) وقيمة الانحراف المعياري (0.967).

ت- الشيكات والصيرفة الإلكترونية

من خلال مراجعة النتائج يتضح أن نسبة الاتفاق على هذا البعد بلغت (81.71%)، وبلغت قيمتا الوسط الحسابي والانحراف المعياري (4.09) و(1.00) على التوالي، وأن أهم العناصر التي أسهمت في زيادة أهمية هذا البعد هي الفقرة (q₁₁) والتي تنص على (أن الشيكات والصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسهيل التعامل بين المصارف)، باتفاق (88.93%) وبوسط حسابي (4.45) وانحراف معياري بلغت قيمته (0.851).

بينما كانت أقل نسبة في هذا المتغير للفقرة (q₁₅) (تتيح الشيكات الإلكترونية للزبائن فرصة للتعاملات الخارجية وبتكاليف منخفضة) باتفاق (76.79%) وقيمة الوسط الحسابي (3.84) والانحراف المعياري (1.06).

ث- المحفظة الإلكترونية

من خلال مراجعة النتائج يتضح أن نسبة الاتفاق على هذا البعد بلغت (74.7%)، كما أن قيمتي كل من الوسط الحسابي والانحراف المعياري بلغت (4.03) و(1.08) وأن أهم العناصر التي أدت الى ارتفاع أهمية هذا البعد هي الفقرة (q₁₇) والتي تشير الى (أن هذا النوع من المحفظة الجديدة يسمح للزبون باختيار طريقة التعامل سواء كان ائتماني أو دفع فوري)، باتفاق (77.41%) وبوسط حسابي (3.87) وانحراف معياري بلغت قيمته (1.14).

وكانت أقل نسبة في هذا المتغير للفقرة (q₁₉) (تتسم المحفظة الإلكترونية بسهولة إدارتها مصرفياً بحيث يمكن للزبون أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد)، إذ بلغ الاتفاق (71.79%) والوسط الحسابي (3.59) وقيمة الانحراف المعياري (1.25).

ومن النتائج السابقة يتضح :

- إن الوسط الحسابي لأبعاد النقود الإلكترونية (4.03) وقيمة الانحراف المعياري (1.08) بأهمية نسبية بلغت (80.64%).
- إن بعد (الصراف الآلي) يأتي أولاً بأهمية نسبية بلغت (84.16%) وقيمة وسطها الحسابي (4.21) ثم تلتها الأبعاد الأخرى (بطاقة الائتمان، الشيكات والصيرفة الإلكترونية) وجاءت (المحفظة الإلكترونية) بالمرتبة الأخيرة وفقاً لقيمة الأهمية النسبية.

الجدول (4) نتائج التحليل الوصفي لمتغير النقود الإلكترونية

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي الموزون	n	%	منخفض جدا	%	منخفض	%	معتدل	%	مرتفع	%	مرتفع جداً	ال فقرات
63.8	1.42	3.19	224	19.2	43	11.2	25	24.1	54	22.3	50	23.2	52	q1
84.5	1.11	4.22	224	3.57	8	7.59	17	8.04	18	24.6	55	56.3	126	q2
85.4	0.88	4.27	224	1.34	3	2.68	6	12.9	29	33.9	76	49.1	110	q3
90.5	0.71	4.53	224	0.89	2	0.89	2	4.91	11	31.3	70	62.1	139	q4
85.5	0.91	4.28	224	1.34	3	4.02	9	10.7	24	33.5	75	50.4	113	q5
81.9	1.13	4.1	1120	5.27	59	26.3	59	60.7	136	146	326	241	540	#####
87.8	0.93	4.39	224	2.23	5	2.68	6	9.82	22	24.6	55	60.7	136	q6
78.8	1.06	3.94	224	3.13	7	6.7	15	19.6	44	33.9	76	36.6	82	q7
78.4	0.97	3.92	224	1.34	3	6.7	15	22.8	51	37.1	83	32.1	72	q8
87.2	0.8	4.36	224	0.89	2	1.34	3	11.2	25	33.9	76	52.7	118	q9
88.6	0.77	4.43	224	0.89	2	0.45	1	10.7	24	30.8	69	57.1	128	q10
84.2	0.94	4.21	1120	1.7	19	17.9	40	74.1	166	160	359	239	536	#####
88.9	0.85	4.45	224	0.89	2	2.68	6	10.3	23	23.2	52	62.9	141	q11
79.5	0.98	3.97	224	3.13	7	4.46	10	17.4	39	42	94	33	74	q12
77.9	1.06	3.9	224	3.57	8	6.7	15	20.1	45	35.7	80	33.9	76	q13
85.4	0.9	4.27	224	0.89	2	4.46	10	12.1	27	31.7	71	50.9	114	q14
76.8	1.07	3.84	224	3.57	8	8.48	19	19.2	43	37.9	85	30.8	69	q15
81.7	1	4.09	1120	2.41	27	26.8	60	79	177	171	382	212	474	#####
75.1	1.03	3.75	224	3.57	8	6.25	14	27.7	62	36.2	81	26.3	59	q16
77.4	1.14	3.87	224	4.91	11	6.7	15	22.3	50	28.6	64	37.5	84	q17
72.5	1.08	3.63	224	6.25	14	5.8	13	29.5	66	36.2	81	22.3	50	q18

71.8	1.25	3.59	224	9.38	21	11.6	26	15.6	35	37.5	84	25.9	58	q19
76.9	1.3	3.84	224	7.14	16	11.6	26	15.2	34	21.9	49	44.2	99	q20
74.7	1.17	3.74	1120	6.25	70	42	94	110	247	160	359	156	350	#####
80.6	1.08	4.03	4480	15.6	175	113	253	324	726	637	1426	848	1900	

المصدر: إعداد الباحثة وفقاً لنتائج الحاسوب.

2. التفوق التنافسي

تهتم هذه الفقرة بتقديم وصفاً لبعده (التفوق التنافسي) بالاعتماد على نتائج الاستبيان، إذ يركز مضمونه على وصف هذا البعد وطبيعته، والذي يوصفه الجدول (5) وكما يلي:

أ- الكلفة

إن نسبة الاتفاق بلغت (78.95%) من الأفراد المبحوثين، وإن الوسط الحسابي بلغ (3.95) بانحراف معياري (1.01).

وإن أهم الفقرات التي أسهمت في زيادة نسبة الأهمية هي (y₄) والتي تشير إلى (الاستخدام الأفضل للعاملين يقلل من معدلات الهدر والضياع ويضمن أفضل الخدمة للزبائن) إذ كان الاتفاق عليها بنسبة بلغت (83.04%) وبوسط حسابي (4.15) وانحراف معياري (0.991).

بينما كانت أقل نسبة في هذا المتغير للفقرة (y₂) التي تشير إلى (يتميز المصرف بانخفاض الكلف الإدارية والتشغيلية وكلف العمل الأخرى)، فقد كانت شدة الإجابة (76.96%) وبوسط حسابي (3.85) وانحراف معياري (0.949).

ب- الجودة

يشير هذا البعد إلى اتفاق (81.27%) من الأفراد المبحوثين وإن قيمة الوسط الحسابي بلغت (4.06) وقيمة الانحراف المعياري (1.04).

وإن أهم الفقرات التي أسهمت في زيادة نسبة الأهمية هي (y₈) (y₉) وتشير إلى (تؤدي الخدمة المصرفية بما هو متوقع عن سمعة و شهرة المصرف) (يحتل موقع المصرف مكاناً استراتيجياً بالنسبة للزبائن)، وباتفاق (85%) وبوسط حسابي (4.25) وبانحراف معياري بلغت قيمته (0.970) (0.923) على التوالي.

بينما كانت أقل نسبة في هذا المتغير للفقرة (y₆) (يعمل المصرف بمستويات عالية لتحقيق متطلبات الأيزو)، كانت قوة الإجابة عليها (73.21%) والوسط الحسابي (3.66) وقيمة الانحراف المعياري (1.16).

ت- المرونة

تشير نتائج الجدول إلى أن المعدل العام للأهمية بلغ (76.77%)، بوسط حسابي وانحراف معياري بلغا (3.84) و (1.04).

وأن أهم الفقرات التي أسهمت في زيادة نسبة الأهمية هي (y_{10}) ويشير الى (التقويم الموضوعي والمستمر للأداء يدفع العاملين للإبداع الذي يتبناه المصرف عند التخطيط لتقديم خدمات جديدة)، باتفاق (82.41%) وقيمة الوسط الحسابي (4.12) وقيمة الانحراف المعياري بلغ (0.908).
بينما كانت أقل النسب لهذا البعد للفقرة (y_{13}) وتنص على (يواجه المصرف صعوبة في تغيير العمليات المحددة لأقسامه المختلفة بسبب ضعف الموارد)، وقد كانت أهميتها النسبية (69.11%) والوسط الحسابي (3.46) وقيمة الانحراف المعياري (1.07).

ث - الإبداع

تشير نتائج الجدول الى أن الأهمية النسبية بلغت (78.95%)، والوسط الحسابي (3.95) بقيمة انحراف معياري بلغت قيمته (1.09).
وكانت أكثر فقرة أسهمت بإيجابية هذا المتغير هي الفقرة (y_{15}) وتشير الى (يشجع المصرف العاملين فيه للارتقاء بالخدمات لتحقيق التميز عن المصارف الأخرى)، باتفاق (81.52%) وبوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري بلغت قيمته (1.03).
بينما كانت أقل نسبة في هذا المتغير للفقرة (y_{16}) إذ تضمنت (تدعم إدارة المصرف العاملين المبدعين والمبادرين وتشجعهم)، فقد كانت أهميتها (74.64%) والوسط الحسابي (3.73) والانحراف (1.22).

ج - التسليم

تشير نتائج الجدول الى أن المعدل العام للأهمية بلغ (75.5%)، والوسط الحسابي والانحراف المعياري (3.78) و(1.20)، وكانت أكثر فقرة أسهمت بإيجابية هذا المتغير هي الفقرة (y_{20}) والتي تنص على (يحرص العاملون على تقليل وقت انتظار الزبون)، باتفاق (84.38%) ووسط حسابي (4.22) وقيمة انحراف معياري (0.985).
بينما كانت أقل أهمية للفقرة (y_{24}) التي تنص على (تتوفر التسهيلات اللازمة مثل وسائل النقل والإيصال)، فقد بلغت الأهمية لها (57.23%) وبوسط حسابي (2.86) وانحراف (1.38).
ومن خلال ما تقدم يتضح الآتي:

- إن الوسط الحسابي لجميع الأبعاد (3.91) بأهمية بلغت (78.26%).
- إن متغير (الجودة) يأتي أولاً بأعلى قيمة أهمية نسبية بلغت (81.26%) وقيمة وسطه الحسابي (4.06) وتلته الأبعاد الأخرى (الكلفة، الإبداع، المرونة) وقد جاء (التسليم) في المرتبة الأخيرة.



الجدول (5) نتائج التحليل الوصفي لمتغير التفوق التنافسي

الأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الموزون	n	%	منخفض جدا	%	منخفض	%	ممتثل	%	مرتفع	%	مرتفع جدا	الفقرات
77.9	1.05	3.9	224	2.23	5	6.7	15	26.8	60	27.7	62	36.6	82	y1	
77	0.95	3.85	224	1.79	4	6.7	15	22.8	51	42.4	95	26.3	59	y2	
77.9	1.04	3.89	224	3.13	7	8.48	19	15.6	35	41.5	93	31.3	70	y3	
83	0.99	4.15	224	2.68	6	4.02	9	14.3	32	33.5	75	45.5	102	y4	
79	1.01	3.95	896	2.46	22	25.9	58	79.5	178	145	325	140	313		
81.1	1.13	4.05	224	4.02	9	7.59	17	14.3	32	27.2	61	46.9	105	y5	
73.2	1.16	3.66	224	3.57	8	16.5	37	19.2	43	31.7	71	29	65	y6	
82.1	0.92	4.1	224	0.89	2	4.02	9	20.1	45	33.9	76	41.1	92	y7	
85	0.97	4.25	224	3.13	7	1.79	4	13.4	30	30.4	68	51.3	115	y8	
85	0.92	4.25	224	1.79	4	2.23	5	15.6	35	29.9	67	50.4	113	y9	
81.3	1.05	4.06	1120	2.68	30	32.1	72	82.6	185	153	343	219	490		
82.4	0.91	4.12	224	0.89	2	4.91	11	15.6	35	38.4	86	40.2	90	y10	
77.7	1.11	3.88	224	4.46	10	7.14	16	20.1	45	32.1	72	36.2	81	y11	
77.7	0.94	3.88	224	1.34	3	6.7	15	21.9	49	42.4	95	27.7	62	y12	
69.1	1.07	3.46	224	6.7	15	7.59	17	36.2	81	32.6	73	17	38	y13	
77	1.06	3.85	224	2.68	6	7.14	16	26.8	60	29.5	66	33.9	76	y14	
76.8	1.04	3.84	1120	3.21	36	33.5	75	121	270	175	392	155	347		
81.5	1.03	4.08	224	2.68	6	4.91	11	18.8	42	29.5	66	44.2	99	y15	
74.6	1.23	3.73	224	7.14	16	8.48	19	23.7	53	25.4	57	35.3	79	y16	
77.1	1.06	3.85	224	2.68	6	8.48	19	23.2	52	32.1	72	33.5	75	y17	
81.5	0.99	4.08	224	1.79	4	6.7	15	14.3	32	36.6	82	40.6	91	y18	
80	1.1	4	224	4.02	9	7.14	16	14.3	32	33.9	76	40.6	91	y19	
78.9	1.09	3.95	1120	3.66	41	35.7	80	94.2	211	158	353	194	435		
84.4	0.98	4.22	224	2.68	6	3.57	8	12.9	29	30.8	69	50	112	y20	
81.3	1.02	4.07	224	2.23	5	7.14	16	13.4	30	36.2	81	41.1	92	y21	
78.6	1.04	3.93	224	2.23	5	9.82	22	15.2	34	38.4	86	34.4	77	y22	
76	1.06	3.8	224	4.02	9	8.93	20	17	38	43.3	97	26.8	60	y23	
57.2	1.38	2.86	224	22.8	51	20.5	46	18.8	42	23.7	53	14.3	32	y24	
75.5	1.2	3.78	1120	6.79	76	50	112	77.2	173	172	386	167	373		
78.3	1.09	3.91	5376	3.81	205	177	397	454	1017	803	1799	874	1958		

المصدر: إعداد الباحثة وفقاً لنتائج الحاسوب

ثانيا : اختبار وتحليل الفرضية الرئيسية الأولى

من خلال مراجعة نتائج الجدول (6) يتضح أن هنالك علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين النقود الإلكترونية والتفوق التنافسي على المستوى العام، فقد بلغت قيمة الارتباط (0.631)، أما على مستوى الأبعاد فقد اتضح وجود علاقات معنوية بين الأبعاد، بعد مقارنة قيمة الدلالة المعنوية (P..Value) مع القيمة الجدولية المفترضة، ومن هنا فإن الفرضية الرئيسية الأولى متحققة.

الجدول (6) نتائج علاقات الارتباط بين النقود الإلكترونية (X) و التفوق التنافسي (Y)

	X1	X2	X3	X4	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	X	Y
X1	1	.371**	.289**	.479**	.251**	.369**	.409**	.256**	.529**	.695**	.391**
		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X2		1	.436**	.461**	.302**	.442**	.417**	.409**	.749**	.727**	.481**
			.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X3			1	.490**	.283**	.498**	.518**	.432**	.779**	.731**	.529**
				.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
X4				1	.297**	.477**	.470**	.405**	.862**	.848**	.504**
					.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Y1					1	.465**	.434**	.427**	.369**	.375**	.710**
						.000	.000	.000	.000	.000	.000
Y2						1	.664**	.687**	.592**	.593**	.868**
							.000	.000	.000	.000	.000
Y3							1	.660**	.590**	.601**	.834**
								.000	.000	.000	.000
Y4								1	.515**	.499**	.854**
									.000	.000	.000
Y5									1	.978**	.631**
										.000	.000
X										1	.631**
											.000
Y											1

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

المصدر : مخرجات برنامج (spssv.21)

ثالثا : اختبار وتحليل الفرضية الرئيسية الثانية

من النتائج الواردة في الجدول (7) يتضح الاتي :

1. لمتغير (النقود الإلكترونية) تأثير ذو دلالة معنوية في (التفوق التنافسي)، فعند مراجعة قيمة (f) المحتسبة هي أكبر من قيمة (f) المجدولة عند مستوى الدلالة (0.05)، وقد

$$Y = \alpha + \beta_1 X_3$$

(الشيكات والصيرفة الإلكترونية) $(0.529) + (0.492) =$ التفوق التنافسي

وتشير قيمة معامل B المعيارية الى أن أي تغير بمقدار وحدة واحدة في المتغير المستقل (الشيكات والصيرفة الإلكترونية) يؤدي الى تغير (0.529) في متغير التفوق التنافسي، وأنها تفسر (27.9%) من التباين الحاصل في التفوق التنافسي بالاعتماد على معامل التفسير، واستنادا الى ما أحرزته نتائج تحليل الانحدار للتعرف على حجم التأثير فقد توفر دعما للفرضية.

5. حقق بعد المحفظة الإلكترونية تأثيراً ذا دلالة معنوية في التفوق التنافسي، فعند مراجعة

قيمة (f) المحسوبة هي أكبر من قيمة (f) الجدولة عند مستوى الدلالة (0.05)، وقد

بلغت قيمة الثابت (الفا) (0.352)، وكانت قيمة (بيتا المعيارية) $(\beta)(0.504)$ ، ومن هنا

تكون المعادلة الانحدارية كالاتي:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_4$$

(المحفظة الإلكترونية) $(0.504) + (0.352) =$ التفوق التنافسي

وتشير قيمة معامل B المعيارية الى أن أي تغير بمقدار وحدة واحدة في المتغير المستقل (المحفظة الإلكترونية) يؤدي الى تغير (0.504) في متغير التفوق التنافسي، وأنها تفسر (25.4%) من التباين الحاصل في التفوق التنافسي بالاعتماد على معامل التفسير، واستنادا الى ما أحرزته نتائج تحليل الانحدار للتعرف على حجم التأثير فقد توفر دعما للفرضية.

الجدول (7) خلاصة المؤشرات التحليلية لأثر النقود الإلكترونية في التفوق التنافسي

المتغيرات	F	D.F	P	R2	α	β	الدلالة
بطاقة الائتمان	40.129	1,223	0.000	0.153	0.386	0.391	قبول
الصراف الالي	67.060	1,223	0.000	0.231	0.494	0.481	قبول
الشيكات والصيرفة الإلكترونية	86.457	1,223	0.000	0.279	0.492	0.529	قبول
المحفظة الإلكترونية	76.015	1,223	0.000	0.254	0.352	0.504	قبول
المؤشر العام	147.797	1,223	0.000	0.399	0.741	0.631	قبول

قيمة (F,0.01,1,223) بمستوى = 6.85

قيمة (F,0.05,1,223) بمستوى = 3.92

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS v.21).

وفي مجال تأثير الأبعاد مجتمعة يتضح أن جميع الأبعاد كان لها تأثير معنوي بنسب متفاوتة. ومن خلال ماتقدم يتضح قبول فرضية التأثير للنقود الإلكترونية في التفوق التنافسي.

الجدول (8) خلاصة المؤشرات التحليلية لأثر النقود الإلكترونية في التفوق التنافسي

المتغيرات	F	P	R2	α	β
بطاقة الائتمان	38.395	0.030	0.411	0.844	0.131
الصراف الالي		0.001			0.210
الشيكات والصيرفة الإلكترونية		0.000			0.303
المحفظة الإلكترونية		0.004			0.196

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS v.21).

المبحث الرابع - الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

تمخضت الدراسة عن عدد من الاستنتاجات وكالاتي :

1. يتضح ان هنالك أهمية لتطبيق النقود الالكترونية في ظل الظروف البيئية المعقدة والتحديات التي تفرضها امام المصارف التي تبحث عن التفوق والنجاح.
2. أن التفوق التنافسي ليس بالأمر اليسير فهو يتطلب مجموعة من العوامل التي تتفاعل فيما بينها من أجل نجاحه.
3. ان غالبية افراد العينة يتجهون نحو اعتماد عملية التحول من العمل التقليدي الى العمل الالكتروني، وتوفير الموارد مع السعي لتسخير الامكانيات والتعاون لتحقيق ذلك.
4. هنالك تأثير معنوي ايجابي مباشر لتطبيق النقود الالكترونية في تحقيق التفوق التنافسي، إلا أن العلاقة الأفضل هي بشكل غير مباشر عبر تطوير الخدمة المصرفية لتحقيق التفوق التنافسي.
5. أسفرت نتائج التحليل الإحصائي أن تبني تطبيق النقود الالكترونية سيؤدي الى تطوير الخدمة المصرفية وبالتالي سيحقق التفوق التنافسي المطلوب.

ثانياً: التوصيات

1. يتوجب على إدارات المصارف العامة أن تولي عناية واهتمام أكبر بتوفير متطلبات تطبيق النقود الالكترونية في العمل المصرفي بواسطة شراء الأجهزة المختصة بالصيرفة الالكترونية وشراء النظم بما فيها نظام POS الجهاز الذي تمرر به البطاقة لخصم مبلغ معين عند شراء السلعة من البائع أو الصيدلية أو أي مكان والبرامج الحديثة والمتخصصة بالعمل المصرفي الالكتروني وتدريب العاملين عليها.
2. توسيع استخدام خدمة الانترنت في المصارف وفي قسم التسويق على نحو خاص، لكي تتمكن من الاطلاع على التطورات الحاصلة في العالم ومواكبتها وتطوير عملها وبشكل يعزز خدمة الزبون والعلاقة معه وتطوير الخدمات.
3. إرسال موظفي المصارف الى بعثات تدريبية بالخارج لاستيعاب أدوات التكنولوجيا المستخدمة في المصارف العالمية وطرق التعامل معها وكيفية تطبيقها.
4. ضرورة نشر الوعي المصرفي المعلوماتي في أوساط البلد بأهمية ومزايا استخدام النقود الالكترونية وسهولة استخدامها.
5. ضرورة إعادة النظر بالهيكل التنظيمية للمصارف العامة ومنح المديرين منها المزيد من الصلاحيات بما يتيح لها المرونة في اتخاذ القرارات ويسمح لهم بالابتكار والإبداع في الأداء المصرفي.

المصادر

أولاً : المصادر العربية

1. أبو رحمة، أياد زكي محمد، اساليب تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها: دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية – غزة، كلية التجارة، 2009.
2. الأنباري، وعود كاتب، السداد الإلكتروني، مجلة رسالة الحقوق، العدد الخاص ببحوث المؤتمر القانوني السابع، 2010.
3. البياتي، مروان محمد نجيب جريس، دور المزيج التسويقي السياحي في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة استطلاعية في فنادق الدرجة الأولى في محافظة دهوك، بحث دبلوم عالي، جامعة الموصل، كلية الادارة والاقتصاد، 2008.
4. جثير، سعدون محمود، والعامري، سارة علي سعيد، أثر سماع صوت الزبون في تحقيق التفوق التنافسي: دراسة مقارنة في شركات الهاتف النقال زين للاتصالات، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 18، العدد 68، 2012.
5. الجزراوي، نورا صباح عزيز، أثر استعمال النقود الإلكترونية على العمليات المصرفية، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا، 2011.
6. الجنابي، أميرة هاتف حداوي، أثر ادارة معرفة الزبون في تحقيق التفوق التنافسي: دراسة مقارنة بين عينة من المصارف العراقية، رسالة ماجستير، جامعة الكوفة، كلية الادارة والاقتصاد، 2006.
7. الحكيم، ليث علي يوسف، نحو امكانية تطبيق مدخل 6SIGMA المرتكز على ادارة المعرفة لتحقيق التفوق التنافسي: دراسة تحليلية لآراء عينة من رؤساء الاقسام في الشركة العامة للاسمنت الجنوبية، مجلة كلية الاسلامية الجامعة، العدد 33، 2015.
8. الربيعي، أكرم محسن علي، المعلومات الاستراتيجية والابداع المنظمي وأثرهما في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، اطروحة دكتوراة، الجامعة المستنصرية، كلية الادارة والاقتصاد، 2011.
9. الزركاني، أسراء عبد فرحان جثير، الصيرفة الالكترونية انماطها وخيارات القبول والرفض مع اشارة خاصة للعراق، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، 2011.
10. الزلمي، بسام أحمد، دور النقود الالكترونية في عمليات غسيل الأموال، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد الأول، 2010.
11. سفر، أحمد، أنظمة الدفع الالكترونية، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008.
12. سليمة، مغني، وسائل الدفع الالكترونية وانعكاساتها على الوطن العربي والجزائر خاصة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة خميس مليانة، 2014.
13. الشمري، ناظم محمد نوري، والعبد اللات، عبد الفتاح زهير، الصيرفة الالكترونية: الادوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، دار وائل للنشر، ط 1، 2008.
14. الشيباوي، حامد كاظم متعب، والجبوري، حسين يوسف كريم، دور إدارة الإمداد في تحقيق الأسبقيات التنافسية دراسة تحليلية لآراء عينة من موظفي معمل إسمنت السماوة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 17، العدد 3، 2015.
15. الطائي، يوسف حبيب سلطان، استراتيجية السوق الازرق ودورها في تحقيق التفوق التنافسي: دراسة تطبيقية في معمل بيبسي الكوفة، مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 8، العدد 4، 2006.
16. العامري، هدى هادي حسن، امكانية تطبيق ادوات التصنيع الرشيق في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة استطلاعية في الشركة العامة للاسمنت الجنوبية (معمل سمنت الكوفة/ معمل النورة كربلاء)، رسالة ماجستير، جامعة كربلاء، كلية الادارة والاقتصاد، 2012.
17. العبادي، هاشم فوزي دباس، والدعيمي، وليد عباس جبر، دور المقارنة المرجعية في تحقيق البعد التنافسي (الكلفة): دراسة مقارنة بين معمل سمنت النجف الأشرف ومعمل سمنت الكوفة الجديد، مجلة مركز دراسات الكوفة، المجلد 1، العدد 16، 2010.

18. عبد الله، خالد أمين، والطراد، اسماعيل ابراهيم، إدارة العمليات المصرفية: المحلية والدولية، دار وائل للنشر، ط 2، 2011.
19. العبيدي، رائد عبدالخالق عبدالله، والمشهداني، خالد أحمد فرحان، النقود والمصارف، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
20. العجمي، أحمد عبدالعليم، نظم الدفع الالكترونية وانعكاساتها على سلطات البنك المركزي، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2013.
21. العزاوي، فراس رحيم يونس، والخفاجي، عثمان ابراهيم أحمد، تشخيص قدرات تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحقيق التفوق التنافسي: بحث تحليلي في شركة بغداد للمشروبات الغازية/ الزعفرانية، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 21، العدد 81، 2015.
22. العطار، فؤاد حمودي، دور فلسفة المحيط الأزرق في تحقيق التفوق التنافسي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في شركة زين للاتصالات ببغداد، مجلة جامعة كربلاء العلمية، المجلد 8، العدد 3، 2010.
23. غندور، غسان فاروق، طرائق السداد الالكترونية وأهميتها في تسوية المدفوعات بين الأطراف المتبادلة، أطروحة دكتوراه، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، 2012.
24. القريشي، محمد صالح، اقتصاديات النقود والبنوك والمؤسسات المالية، ط 2، مكتبة الجامعة وإثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
25. كتانة، خيرى مصطفى، التجارة الالكترونية، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
26. محمود، دجلة مهدي، أثر إعادة الهندسة في تحقيق المزايا التنافسية، مجلة التقني، المجلد 20، العدد 2، 2007.
27. الموسوي، نهى خالد عيسى، والشمري، اسراء خضير مظلوم، النظام القانوني للنقود الالكترونية، مجلة جامعة بابل\ العلوم الانسانية، المجلد 22، العدد الثاني، 2014.
28. نجم، رفاهدندان، العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمة المصرفية: دراسة تطبيقية على عينة من المستفيدين في محافظة نينوى، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والادارية، العدد 3، 2007.
29. الوادي، محمود حسين، وسمحان، حسين محمد، وسمحان، سهيل أحمد، النقود والمصارف، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2010.
30. يونس، محمود، اقتصاديات النقود والبنوك والاسواق المالية، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، الاسكندرية، 2013.

ثانيا : المصادر الاجنبية

1. Al-Laham, Mohammad., Al-Tarawneh, Haroon., & Abdallat, Najwan., Development of Electronic Money and Its Impact on the Central Bank Role and Monetary Policy, Issues in Informing Science and Information Technology, Volume 6, 2009.
2. Andresen, Trond, Improved macroeconomic control with electronic money and modern monetary theory, The Norwegian University of Science and Technology, Norway, real-world economics review, issue no. 63, 2013.
3. Ball, A.Donald&McCulloch, H.Wendell&Geringer, Michael, J. & Minor, S.Michael&McNett, M.Jeanne, International Business The Challenge Of Global Competition, 1st Ed, McGraw-Hill, New York, 2008.
4. Chouseinoglou, Oumout, Anelectronic Money Model For Micropayments, AMaster Thesis Submittedto The Graduate Schoolof Informatics of TheMiddleeast Technical University, 2004.
5. Chugh, Yash, Electronic money A way of convenience for making transaction over internet, International Journal of Engineering



- Science and Innovative Technology (IJESIT)
Vol 4, No. 2, 2015.
6. El-Gawady, Zeinab Mohamed, **Relationship between E-money and Monetary Policy in Egypt**, Lecturer of Economics, Faculty of Management and Economics, Misr University for Science and Technology, Giza- Egypt, non year.
 7. Griffith, Reynolds & F, Stephen, **Electronic Money and Monetary Policy**, Austin State University, non number, non year.
 8. Higgins, James, M., **The Management Challenge**, 2nd Ed, Marchland and Publishing., Co, New York, 1994.
 9. Hindrikes, Erik & Karlsson, Jens, **Understanding Stakeholder Satisfaction And Balanced Scorecards Within a Dispute Resolution Organization**, Master Of Science Programme Industrial Economics, 2006.
 10. Hitt, Michael, R. Ireland & Hokissson, R., **Strategic Management Competitiveness And Globalization**, 4th Ed, South-Western College Publishing, U.S.A., 2000.
 11. Indriastuti, Maya, & Wicaksono, Rizki Herdian, **Inluencers E-money in Banking Sector**, South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law, Vol. 4, No. 2, 2014.
 12. Kotler, Philip, **Marketing management**, Millennium Edition, prentice-Hall international, Inc, 2000.
 13. Mboweni, Tito, **Mr Mboweni discusses e-money and its impact on the central bank's operations**, Governor of the South African Reserve Bank, at the Sun Microsystems Conference 1999, held in Vodaworld, Midrand on 11 October 1999.
 14. Meihami, Bahram., Varmaghani, Zeinab., & Meihami, Hussein, **The Effect of Using Electronic Banking on Profitability of Bank**, Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, Vol 4, No. 12, Iran, 2013.
 15. Obrien, James, **Management Information systems**, Irwin, Boston, 1990.
 16. Russel, S, Roberta. S & Taylor, Bernard W., **Operation Management: Focusing on Quality and Prentice competitiveness**, 2th, 1998.
 17. Scholnick, Barry., Massoud, Nadia., Saunders, Anthony., Carbo-Valverde, Santiago & Rodri ' guez-Ferna ' ndez, Francisco. **The economics of credit cards, debit cards and ATMs: A survey and some new evidence**, Journal of Banking & Finance 32, 2008.
 18. Sethi, Jyotsna & Bhatia, Nishwan. **Elements of Banking and Insurance**, PHI Learning Private Limited, 2nd Edition, New Delhi, India, 2008.
 19. Wilkins, Ms Carolyn, **Money in a digital world**, Remarks Senior Deputy Governor of the Bank of Canada, at the Wilfrid Laurier University, Waterloo, Ontario, 13 November 2014.
 20. William, Stevenson, J. Production / **Operations Management**, 8th ed, VonHoffmann Press, 2007.
 21. Xiande, zhao., jeff, Hoi & Yan Yeung, Qiangzhon, **competitive priorities of enterprises**, copy university of southern Queensland, 2012.
 22. Zolghader, Manuel, **Business Process Management And The Need For Measurements**, Including An Empirical Study About Operating Figures Master Thesis In Business Administation, Lund University, 2007.