



عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية في البنك العربي
"حالة دراسية - فرع اريحا"

ايمن فريد عبد العال

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

١٤٤٠ هـ / ٢٠١٩ م

العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية في البنك العربي

"حالة دراسية فرع اريحا"

إعداد:

ايمن فريد محمد عبد العال

بكالوريوس رياضيات من جامعة القدس - فلسطين

المشرف الرئيس: د. سلوى البرغوثي

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في إدارة الاعمال
من برنامج الدراسات العليا / كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة القدس

القدس - فلسطين

١٤٤٠ هـ / ٢٠١٩ م



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

كلية الإدارة والاقتصاد

إجازة الرسالة

العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية في البنك العربي
"حالة دراسية- فرع اريحا"




اسم الطالب: أيمن فريد عبد العال

الرقم الجامعي: ٢١٤١٠٠٠٥

المشرف الرئيس: د. سلوى البرغوثي

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 21/ 4 / ٢٠١٩ من لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم

وتواقيعهم:

التوقيع: 
التوقيع: 
التوقيع: 

١. رئيس لجنة المناقشة: د. سلوى البرغوثي

٢. الممتحن الداخلي: د. أحمد حرز الله

٣. الممتحن الخارجي: د. عطيه مصلح

القدس - فلسطين

١٤٤٠ هـ / ٢٠١٩ م

الإهداء

إلى روح من علمني الحب والوفاء معلمي الأول

روح أبي الطاهرة - رحمه الله

إلى من أعطتني من دمها وروحها لأبدأ المشوار

أمي العزيزة

إلى من عشنا معاً أسعد لحظات حياتنا رفيقة دربي وعوني

زوجتي

إلى أصدقائي وزملائي وكل من يهتم لأمرني

إلى كل من ينتمي بصدق وإخلاص الى هذا الوطن

إليهم جميعاً أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع

أيمن عبد العال

إقرار

أقر أنا معد هذه الرسالة أنها قدمت لجامعة القدس لنيل درجة الماجستير وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة باستثناء ما تم الإشارة اليه حيثما ورد، وأن هذه الرسالة أو أي جزء منها لم يقدم لنيل أية درجة عليا لأي جامعة أو معهد.

التوقيع: _____

الاسم: أيمن فريد عبد العال

التاريخ: ٢٠١٩/٤/٢١ م .

الشكر والعرفان

الشكر لله من قبل ومن بعد واهب العقل وجاعل تمامه في تدبر آياته وتيسيرها للإنسانية،
كي نساعد بعضنا بعضا في تحقيق المنفعة العامة.

يطيب لي عرفاناً بالجميل أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان الى أولئك الذين وقفوا بجانبني طوال
فترة دراستي ولم يبخلوا عليّ بمساعدة أو إرشاد أو توجيه، وأخص بالذكر أستاذي المشرف
الدكتورة سلوى البرغوثي، التي قدمت لي الدعم والإرشاد مما دفع بهذه الرسالة الى النور.

الى الأساتذة الأفاضل أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة القدس والى
جميع من ساندني وآزرنني خلال فترة دراستي، لكم شكري وامتناني.

وأتقدم بوافر التقدير وعظيم الامتنان للجنة المناقشة الافاضل الذين شرفوني بقبول مناقشة الدراسة
ودورهم الكبير في إثراء الدراسة من علمهم وخبرتهم.

كما وأتقدم بجزيل الشكر والتقدير لكل من ساهم ومد يد العون والمساعدة في إخراج هذه الرسالة
الى النور.

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى التعرف إلى أهم العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية لدى معتمدي البنك العربي ومدى استخدام المعتمدين لهذه الخدمات وذلك من خلال التعرف على أثر كل من (الخصوصية، الأمان، سهولة الاستخدام، الترويج، الثقة، وتدريب المعتمدين).

وتتبع أهمية هذه الدراسة في انها تتناول واحدا من اهم العوامل المؤثرة في البيئة التنافسية للمصارف والبنوك في فلسطين والتي تسهم في تحسين ربحيتها واستقطاب الزبائن والمحافظة عليهم وتحفيزهم من أجل زيادة استخدامهم للخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة لهم.

وقد قام الباحث بتصميم استبانة خاصة لتحقيق أهداف الدراسة، بحيث تم توزيع ٣٦٨ استبانة على عينة عشوائية من معتمدي البنك العربي فرع اريحا، ومن ثم تم اخضاع هذه الاستبانات للتحليل باستخدام برنامج SPSS الاحصائي.

وقد أظهرت النتائج أن هناك تأثير قوي للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك العربي لمعتمديه من حيث الخصوصية، الأمان، سهولة الاستخدام، الترويج، الثقة، وتدريب المعتمدين، كما أظهرت النتائج تنوع الخدمات الالكترونية التي يستخدمها معتمدين البنك العربي سواء النقدية منها وغير النقدية، كما أظهرت نتائج الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية وبين مدى استخدامها تعزى لمتغير الجنس وكانت لصالح الذكور، في حين أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير العمر، بالإضافة لمتغير طبيعة المعتمد، ومكان سكنه، ومستواه التعليمي. في حين أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى استخدام المعتمدين للخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك العربي تعزى لمتغير الجنس، و متغير العمر، وطبيعة المعتمد، ومكان سكنه، ومستواه التعليمي.

وقد خلص الباحث الى مجموعة من التوصيات أهمها ضرورة توعية العميل بمنافع الخدمات المصرفية الالكترونية وأهميتها وفوائدها والتي توفر على العملاء الوقت والجهد والتكلفة في إجراء العمليات المصرفية المختلفة، وضرورة العمل على مواكبة التطورات التكنولوجية المصرفية وتحديث الخدمات المصرفية المقدمة من خلال تطوير قنوات موجودة أصلا او إضافة قنوات الكترونية جديدة، للمحافظة على العملاء الحاليين وجذب واستقطاب عملاء جدد.

Factors Affecting the Use of Electronic Services in the Arab "Empirical Case of Jericho Bank Perspective of "Beneficiaries Branch

**Prepared by: Ayman Fareed Mohamad Abdelal
Supervisor: Dr. Salwa Barghouthi**

Abstract:

The aim of this study is to identify the most important factors influencing the demand for the electronic banking services of Arab Bank's accredited and the extent of the use of those services by those who are authorized by recognizing the impact of both recognition of the impact of each of the (privacy, security, ease of use, promotion, trust, and training Accredited).

The importance of this study is that it addresses one of the most important influencing factors affecting the competitive environment of banks and banks in Palestine, which contribute to improve their profitability, attract and retain customers and increase their satisfaction with the banking services provided to them.

The researcher designed a special questionnaire to achieve the objectives of the study, so that 360 questionnaires were distributed to a random sample of the Arab Bank of Jericho Branch, and then these questionnaires were subjected to analysis using SPSS statistical program.

The results show that there is a strong influence on the factors influencing the demand for e-services provided by Arab Bank for the privacy, security, ease of use, promotion, trust, and training of the acleint, as the results show the diversity of electronic services used by the accredited Arab Bank both cash and non-cash, the results of the study showed a statistically significant number of factors influencing the demand for e-services and the extent to which it used to be attributed to the gender variable and was in favor of males, while the results showed that there were no statistically significant differences attributable to the variable Age, in addition to the approved nature variable, place of residence, and level of education. The results of the study showed that there were no statistically significant differences in

the extent of the use of electronic services by the Arab Bank due to the variable of sex, age, nature of the dependent, place of residence, and level of education.

The researcher has concluded a series of recommendations, the most important of which is the need to educate the client about the benefits of electronic banking services and its importance and benefits, which saves customers time, effort and cost in conducting various banking operations, and the need to work to keep up with the technological developments and modernize Banking services provided through the development of existing channels or the addition of new electronic channels, to maintain existing customers and attract and attract new customers.

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
أ	إقرار
ب	الشكر والعرفان
ج	ملخص الدراسة
و	قائمة المحتويات
ح	قائمة الجداول
ك	قائمة الاشكال
الفصل الأول: خلفية الدراسة	
١	١,١ المقدمة
٢	٢,١ مشكلة الدراسة
٣	٣,١ أهمية الدراسة
٣	٤,١ أهداف الدراسة
٤	٥,١ أسئلة الدراسة
٤	٦,١ فرضيات الدراسة
٥	٧,١ متغيرات الدراسة
٥	٨,١ نموذج الدراسة
٦	٩,١ حدود الدراسة
٦	١٠,١ هيكلية الدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة	
٩	١,٢ الدراسات السابقة
٩	١,١,٢ الدراسات المحلية
١٤	٢,١,٢ الدراسات العربية
٢٠	٣,١,٢ الدراسات الأجنبية
٢٥	٤,١,٢ التعليق على الدراسات السابقة
٢٦	٥,١,٢ ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات والبحوث السابقة
٢٦	٦,١,٢ مدى استفادة الباحث من الدراسات والبحوث السابقة
٢٧	٢,٢ الإطار النظري

٢٧	١,٢,٢ مفهوم البنك
٢٨	٢,٢,٢ نشأة المصارف وتطورها
٢٨	٣,٢,٢ الخدمات المصرفية
٣٠	٤,٢,٢ عوامل نجاح تقديم الخدمات المصرفية
٣٠	٥,٢,٢ مراحل عملية تطوير الخدمات المصرفية
٣١	٦,٢,٢ نشأة المصارف الالكترونية وتطورها
٣١	٧,٢,٢ أهداف الصيرفة الالكترونية
٣٢	٨,٢,٢ العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية
٣٣	٩,٢,٢ مزايا استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية
٣٤	١٠,٢,٢ عيوب المصارف الالكترونية
٣٥	١١,٢,٢ الخدمات الالكترونية المقدمة في المصارف التجارية
٣٦	١٢,٢,٢ أنواع الخدمات الالكترونية المقدمة في المصارف الفلسطينية
٤١	١٣,٢,٢ نبذة عن الجهاز المصرف الفلسطيني
٤٣	١٤,٢,٢ نبذة عن البنك العربي
	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات
٤٥	١,٣ منهج الدراسة
٤٥	٢,٣ مصادر جمع المعلومات
٤٦	٣,٣ مجتمع الدراسة
٤٦	٤,٣ عينة الدراسة
٤٧	٥,٣ أداة الدراسة
٤٨	٦,٣ وصف متغيرات الدراسة
٤٩	٧,٣ صدق الأداة
٥١	٨,٣ ثبات الأداة
٥٢	٩,٣ إجراءات الدراسة
٥٢	١٠,٣ المعالجة الإحصائية
	الفصل الرابع: تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها
٥٤	١,٤ تمهيد
٥٥	٢,٤ نتائج أسئلة الدراسة
٥٥	١,٢,٤ محور الخصوصية

٥٧	٢,٢,٤ محور الأمان
٥٨	٣,٢,٤ محور سهولة الاستخدام
٦٠	٤,٢,٤ محور الترويج
٦١	٥,٢,٤ محور الثقة
٦٢	٦,٢,٤ محور التدريب
٦٤	٧,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الأول
٦٥	٨,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني
٦٧	٩,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث
٦٩	١٠,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع
٨٢	١١,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس
الفصل الخامس: النتائج والتوصيات	
٩١	١,٥ نتائج الدراسة
٩٣	٢,٥ التوصيات
٩٤	٣,٥ قائمة المصادر والمراجع
٩٨	٤,٥ مرفقات الدراسة

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
٣٦	الخدمات الالكترونية التي تقدمها المصارف الفلسطينية.	١,٢
٣٧	الحركات التي تم تنفيذها من خلال الصراف الالي للبنك العربي للعام ٢٠١٦	٢,٢
٤٢	البنوك العاملة في فلسطين	٣,٢
٤٧	جدول مقياس ليكرت الخماسي	١,٣

٤٧	جدول مقياس ليكرت الثلاثي	٢,٣
٤٩	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة	٣,٣
٥٠	نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي	٤,٣
٥١	نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي	٥,٣
٥١	معامل الثبات للمحاور والدرجة الكلية.	٦,٣
٥٤	مفتاح درجة الفقرات	١,٤
٥٥	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الخصوصية	٢,٤
٥٧	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الأمان	٣,٤
٥٨	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور سهولة الاستخدام	٤,٤
٦٠	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الترويج	٥,٤
٦١	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الثقة	٦,٤
٦٢	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور تدريب المعتمدين	٧,٤
٦٤	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي	٨,٤
٦٥	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي	٩,٤

٦٨	معامل ارتباط بيرسون والدلالة الاحصائية للعلاقة بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية ومدى استخدامها	١٠,٤
٧٠	نتائج اختبار "T" للعينات المستقلة لاستجابة أفراد العينة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي حسب متغير الجنس	١١,٤
٧١	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر	١٢,٤
٧٣	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر	١٣,٤
٧٤	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد	١٤,٤
٧٥	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد	١٥,٤
٧٧	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن	١٦,٤
٧٨	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن	١٧,٤
٨٠	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي	١٨,٤
٨١	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي	١٩,٤
٨٣	نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة لاستجابة أفراد العينة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي حسب متغير الجنس	٢٠,٤
٨٤	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر	٢١,٤

٨٤	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير العمر	٢٢,٤
٨٥	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد	٢٣,٤
٨٦	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد	٢٤,٤
٨٧	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن	٢٥,٤
٨٧	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن	٢٦,٤
٨٨	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي	٢٧,٤
٨٨	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي	٢٨,٤

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
٥	النموذج الافتراضي للدراسة	١,١

الفصل الأول

خلفية الدراسة

- ١,١ المقدمة
- ٢,١ مشكلة الدراسة
- ٣,١ أهمية الدراسة
- ٤,١ أهداف الدراسة
- ٥,١ أسئلة الدراسة
- ٦,١ فرضيات الدراسة
- ٧,١ متغيرات الدراسة
- ٨,١ نموذج الدراسة
- ٩,١ حدود الدراسة
- ١٠,١ هيكلية الدراسة

١,١ المقدمة:

مع التطور المتسارع للإنترنت وعولمة الأسواق، تحاول العديد من الشركات جذب وإبقاء عملاءها في السوق الإلكتروني عالي التنافس. لقد أصبحت الخدمات الإلكترونية ذات أهمية متزايدة ليس فقط في تحديد نجاح أو فشل التجارة الإلكترونية (e-commerce)، بل أيضا في توفير خدمة ملائمة للعملاء^١.

بالإضافة إلى ذلك فقد أصبح العملاء يطالبون بمستويات أعلى من الخدمات المريحة والمرنة إضافة إلى القوة والسهولة، وهو أمر لا تستطيع الخدمات التقليدية توفيره. وعلى هذا النحو فقد حولت الشركات تركيزها إلى الخدمات الإلكترونية (e-service) في معاملاتها سواء كان ذلك في مرحلة ما قبل أو بعد المعاملة^٢. تحول كهذا يدل على أن فهم كيفية تقييم العملاء للخدمات الإلكترونية (e-service) لأمر ضروري لنجاح الشركات في سوق العمل.

يعتبر القطاع المصرفي العمود الأساسي لاقتصاد كل بلد وهو من أهم العناصر للتطور الاجتماعي والاقتصادي ومن أساسيات الدعم للتطور والنمو في البلاد حيث يعمل في فلسطين العديد من البنوك التجارية والتي تتنافس على تقديم الخدمات بالشكل الأفضل لعملائها لمواكبة التطور العالمي اول بأول منها الخدمات المالية والخدمات غير مالية ومن أهم هذه الخدمات في الوقت الحاضر ومع التطور والتقدم العالمي خدمات البنوك الإلكترونية والتي تشمل (الصراف الالي، خدمة الانترنت، الرسائل عبر الجوال، تطبيق الجوال).

مع التطور والتقدم الحاصل والثورة التكنولوجية التي يمثل الانترنت اساسا فيها فان ظهور الانترنت ثورة في حياتنا اليومية حتى أصبح يدخل في شتى جوانب حياتنا اليومية في التسوق والتواصل الاجتماعي ظهرت الخدمات الإلكترونية البنكية لتقوم بالتركيز على هذا الجانب لمواكبة هذه الثورة التكنولوجية حيث تحرص البنوك على توفير أفضل التقنيات والخدمات من خلال

^١ Alasmydia, M. ,eta(٢٠١٢): the factors influencing consumers satisfaction and continuity to deal with E-Banking services in Jordan, global journal of management and business research, V. ١٢, I. ١٤, V. ١.

^٢ Alasmydia, M. ,eta(٢٠١٢): the factors influencing consumers satisfaction and continuity to deal with E-Banking services in Jordan, global journal of management and business research, V. ١٢, I. ١٤, V. ١.

الخدمة الالكترونية فكان للثورة التكنولوجية تأثير كبير على اقتصاد الدول وذلك بسبب النمو السريع والكبير للتجارة الالكترونية.

يمكن تعريف الخدمات البنكية الالكترونية من خلال لجنة بازل (Basel committee on banking supervision) ٢٠٠٣ على أنها: "تقديم خدمات ومنتجات البنك من خلال قنوات الكترونية عبر انشاء البنوك لمواقع الكترونية وتشمل هذه الخدمات ايداع، سحب، دفع فواتير، ادارة حساب وخدمات اخرى مثل تحويل الحوالات".^١

٢,١ مشكلة الدراسة:

شهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين تطورات هائلة في مختلف المجالات الاقتصادية والعلمية والتكنولوجية وغيرها، إذ أصبحت السمة الغالبة على بيئة العمل هي التقلب والتغير السريع وأصبح تقدم الأمم ورفيها يحسب على تملكه من خزين علمي وتكنولوجيا متطورة.

وشهدت القطاعات الخدمية بصورة عامة والقطاع المصرفي بصفة خاصة تسارعا هائلا في السنوات الأخيرة في مجال تطبيق التكنولوجيا الحديثة والتي أدت إلى أحداث تحول جذري في العمل لاسيما بعد بداية التطور التكنولوجي في تقديم الخدمة المصرفي، وأفضل مثال على ذلك الصيرفة الالكترونية التي مكنت من تقديم الخدمة الكترونيا حيث سهلت عملية انجاز المعاملات المصرفية، وتقليل الجهد والوقت والعناء اعتماد على الأساليب الالكترونية الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية الكترونيا^٢

وتتجلى مشكلة هذه الدراسة من واقع المنافسة الذي تواجهه البنوك والمصارف بشكل عام والبنك العربي بشكل خاص، الامر الذي يحتم عليها تحسين الخدمات التي تقدمها والتعرف على أهم العوامل التي تؤثر في ثقة الزبائن بالخدمات التي تقدمها والذي ينعكس إيجابا على زيادة حصتها السوقية وتحقيقها للميزة التنافسية، كون العديد من الزبائن - بناءً على خبرة الباحث - يشعرون

^١Alasmadi, M.(٢٠١٢): Factors affecting adoption of electronic banking: an analysis of the perspectives of bank's customers, international journal of business and social science, V. ٣, No. ١٧..

^٢ Alasmadi, M.(٢٠١٢): Factors affecting adoption of electronic banking: an analysis of the perspectives of bank's customers, international journal of business and social science, V. ٣, No. ١٧...

بالارتياح لنمط الحياة الالكترونية المعاصرة ويرغبون بالتعامل مع الخدمات الإلكترونية المقدمة
تقليلًا للعبء والجهد وتوفيرًا للوقت.

ومن هذا المنطلق فإن السؤال الرئيسي لهذه الدراسة هو:

"ماهي العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية في البنك العربي؟"

٣,١ أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية القطاع المصرفي في فلسطين، بالإضافة إلى أهمية التطور
الالكتروني والتكنولوجي الذي يعتبر سمة من سمات العصر الذي نعيش فيه، وكذلك تتأتى أهميته
من سرعة التغير في عوامل البيئة بكل أنواعها وأهمية التأقلم معها ومجارات تغيراتها.
كما وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تتناول واحدا من أهم العوامل التي تؤثر في البيئة
التنافسية للمصارف والبنوك في فلسطين والتي تسهم في تحسين ربحيتها واستقطاب الزبائن
والمحافظة عليهم وزيادة رضاهم عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

وستفيد هذه الدراسة العديد من القطاعات كالقطاع المصرفي الفلسطيني عامة، البنك العربي على
وجه الخصوص، الشريحة المستفيدة من الخدمات الالكترونية، وطالبي العلم والمعرفة.

٤,١ أهداف الدراسة:

يتلخص الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في: التعرف على أهم العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات
الالكترونية التي يقدمها البنك العربي لمعمديه.
وذلك من خلال اتخاذ فرع اريحا كحالة دراسية، وينبثق عن هذا الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية
التالية:

١. التعرف الى مدى استخدام الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك العربي.
٢. التعرف الى أثر الخصوصية في زيادة الطلب على الخدمات المصرفية الالكترونية.
٣. التعرف الى أثر الأمان في زيادة الطلب على الخدمات المصرفية الالكترونية.
٤. التعرف الى أثر سهولة الاستخدام في زيادة الطلب على الخدمات المصرفية الالكترونية.

٥. التعرف الى أثر الترويج في زيادة الطلب على الخدمات المصرفية الالكترونية.
٦. التعرف الى أثر الثقة في زيادة الطلب على الخدمات المصرفية الالكترونية.
٧. التعرف الى أثر تدريب المعتمدين في زيادة الطلب على الخدمات المصرفية الالكترونية.
٨. التعرف الى مدى وجود علاقة بين المتغيرات المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية تبعا للمتغيرات الديمغرافية محل الدراسة.
٩. التعرف الى مدى وجود اختلاف في استخدام الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك العربي تبعا للمتغيرات الديمغرافية محل الدراسة.

٥,١ أسئلة الدراسة:

للإجابة عن السؤال الرئيسي للدراسة "ماهي العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية في البنك العربي؟" قام الباحث بتقسيم السؤال الرئيسي الى عدة أسئلة كالآتي:

١. ما هي العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي؟
٢. ما مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي؟
٣. ما مدى وجود علاقة بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية ومدى استخدامها؟
٤. هل تختلف العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي حسب متغيرات (الجنس، العمر، طبيعة المعتمد، مكان السكن، المستوى التعليمي)؟
٥. هل يختلف استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي حسب متغيرات (الجنس، العمر، طبيعة المعتمد، مكان السكن، المستوى التعليمي)؟

٦,١ فرضيات الدراسة:

أن مراجعة الدراسات السابقة وما تناولته وتوصلت إليه من نتائج ساعد في تحديد وصياغة عدد من الفرضيات ذات الصلة بمشكلة البحث ومتغيراته المستقلة والمعدلة والتابعة للدراسة بما يعكس أهداف الدراسة.

- الفرضية الرئيسية الاولى:** لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية ومدى استخدامها.
- الفرضية الرئيسية الثانية:** لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي تعزى للمتغيرات الديمغرافية لدى المبحوثين (الجنس، العمر، طبيعة المعتمد، مكان السكن، المستوى التعليمي).

الفرضية الرئيسية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في مدى استخدام الخدمات الإلكترونية المقدمة من البنك العربي تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، طبيعة المعتمد، مكان السكن، المستوى التعليمي)

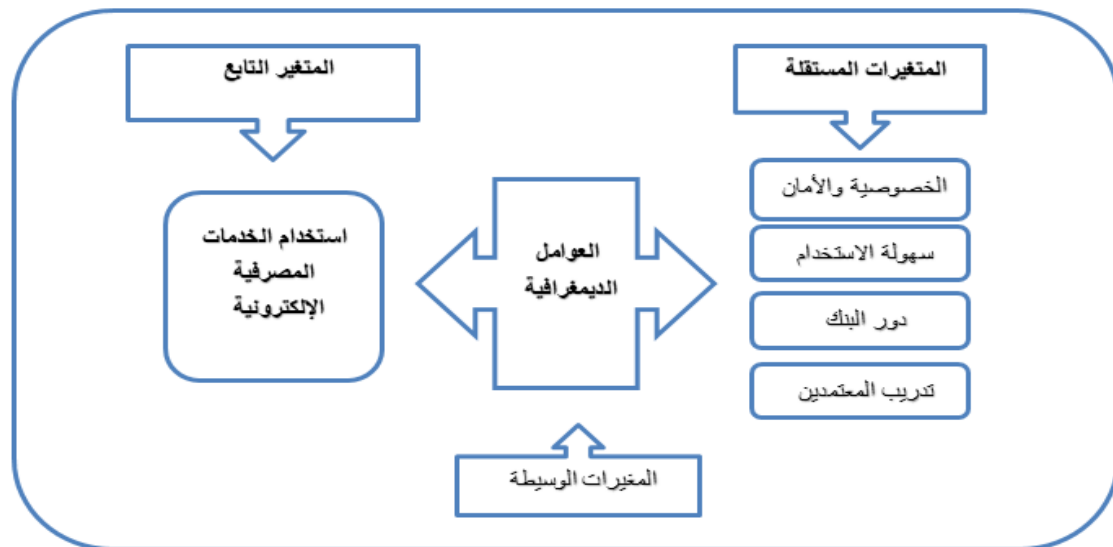
٧,١ متغيرات الدراسة

بعد الاطلاع على ادبيات موضوع الدراسة وما جاء به الآخرون ومنهم الباهي (٢٠١٦)، خرويش (٢٠١١)، منصور والعايد (٢٠١٣) Gadise & Sintsyehu (٢٠١٧) في دراساتهم أصبح بالإمكان تحديد متغيرات الدراسة والتي تنقسم إلى قسمين: المتغير المستقل والمتمثل بعناصر الخدمات الإلكترونية (الخصوصية والأمان، سهولة الاستخدام، دور البنك، الثقة، تدريب المعتمدين)، والمتغير الوسيط والذي يتمثل بالعوامل الديمغرافية للمبحوثين والمتغير التابع والذي يمثل استخدام المعتمد للخدمات المصرفية الإلكترونية.

٨,١ نموذج الدراسة

بعد التعرف على متغيرات الدراسة فإنه أصبح بالإمكان تحديد نموذج فرضي للمتغيرات محل الدراسة (المتغير المستقل، والمتغير التابع) والتي يمكن توضيحها من خلال الشكل رقم (١,١):

شكل (١,١) النموذج الافتراضي للدراسة



٨,١ حدود الدراسة

١. الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية لهذه الدراسة في دراسة أثر عناصر الخدمات الالكترونية على استخدام المعتمد للخدمات المصرفية الالكترونية.
٢. الزمنية: تم إجراء هذه الدراسة المتمثلة في أثر عناصر الخدمات الالكترونية على قرار المعتمد استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية، والحصول على البيانات التي تفيد هذه الدراسة خلال الفترة الواقعة بين شهري تشرين أول وتشرين ثاني من العام ٢٠١٨.
٣. المكانية: يتمثل المجال المكاني للبحث في فرع البنك العربي في محافظة اريحا.
٤. البشرية: تتألف الحدود البشرية للدراسة من عينة عشوائية من معتمدي البنك العربي / فرع اريحا والبالغ عددهم (٣٦٨).

٩,١ هيكلية الدراسة

تتكون هذه الدراسة من خمسة فصول وهي كالتالي:

- الفصل الأول: مشروع الدراسة.
- الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري.
- الفصل الثالث: منهجية الدراسة والإجراءات.
- الفصل الرابع: التحليل الإحصائي والمناقشة.
- الفصل الخامس: النتائج والتوصيات.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة والإطار النظري

١,٢ الدراسات السابقة:

- ١,١,٢ الدراسات المحلية.
- ٢,١,٢ الدراسات العربية.
- ٣,١,٢ الدراسات الأجنبية.
- ٤,١,٢ التعليق على الدراسات السابقة.
- ٥,١,٢ ما يميز الدراسة الحالية عن البحوث والدراسات السابقة.
- ٦,١,٢ ما استفادة الباحث من الدراسات السابقة.

١,٢ الإطار النظري:

- ١,٢,٢ مفهوم البنك
- ٢,٢,٢ نشأة المصارف وتطورها
- ٣,٢,٢ الخدمات المصرفية
- ٤,٢,٢ عوامل نجاح تقديم الخدمات المصرفية
- ٥,٢,٢ مراحل عملية تطوير الخدمات المصرفية
- ٦,٢,٢ نشأة المصارف الالكترونية وتطورها
- ٧,٢,٢ أهداف الصيرفة الالكترونية
- ٨,٢,٢ العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية
- ٩,٢,٢ مزايا استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

١٠,٢,٢ عيوب المصارف الالكترونية

١١,٢,٢ الخدمات الالكترونية المقدمة في المصارف التجارية

١٢,٢,٢ أنواع الخدمات الالكترونية المقدمة في المصارف الفلسطينية

١٣,٢,٢ نبذة عن الجهاز المصرفي الفلسطيني

١٤,٢,٢ نبذة عن البنك العربي

١,٢ الدراسات السابقة

تم خلال هذا المبحث عرض الدراسات السابقة التي تناولت العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية في القطاع المصرفي، للاستفادة منها في هذه الدراسة، سواء من ناحية الطريقة التي اعتمدها الدراسة السابقة والإجراءات التي اتبعتها، أو العوامل المؤثرة على قرار المعتمد في استخدام الخدمات الالكترونية، حيث قسمت هذه العوامل الى عوامل تسويقية وعوامل ديمغرافية. وتقسم الدراسات التي تم تناولها الى ثلاثة أقسام هي: المحلية، والعربية، والأجنبية.

١,١,٢ الدراسات المحلية

- دراسة (الركبي، ٢٠١٠)^١

بعنوان " جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن "

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف على وجهات نظر الإدارة والزبائن حول جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك في فلسطين والمتمثلة في (الاعتمادية، وسرعة الاستجابة، القدرة والمهارة في أداء الخدمة، سهولة الوصول الى الخدمة، التعاطف مع العملاء، الاتصال، المصدقية، تفهم احتياجات العملاء، التسهيلات المادية) وأثرها على القدرة التنافسية، وذلك وفقا للاختلاف في متغير الجنس والمستوى التعليمي ومكان السكن ومستوى الدخل الشهري وطبيعة العمل، بالإضافة الى توضيح ابعاد الجودة في الخدمات المصرفية والتعرف على أثرها في تحقيق الميزة التنافسية وذلك من خلال بعد التجسيد والاعتمادية والأمان وبعد التعاطف.

واعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي المقارن، واستخدام الباحث في هذه الدراسة الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات وزعت على ٢٠٢ من الافراد العاملين في البنوك في مدينة

^١ الركبي، ن. (٢٠١٠): جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخليل، الخليل، فلسطين.

الخليل وبيت لحم ورام الله بالإضافة الى استبانة اخرى وزعت على ٣٢٥ من الزبائن الذين يتعاملون مع هذه البنوك.

وقد خلص الباحث الى مجموعة من النتائج أهمها:

١. ان تقدير افراد العينة من الاداريين كانت عالية حول أثر الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين.

٢. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في أثر جودة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين ومن وجهة نظر الاداريين وكذلك من وجهة نظر الزبائن.

- دراسة (وادي، ٢٠١٠) ^١

بعنوان " أهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها "

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف الى أهمية توفر البنوك الالكترونية من وجهة نظر الادارة العليا ونجاحها في جذب العملاء وتقديم الخدمات التجارية، بالإضافة الى التعرف على مزايا توفر البنوك الالكترونية في تقديم الخدمات عبر الإنترنت، ومدى الصعوبات التي تواجه البنوك الالكترونية ونجاحها في تقديم خدماتها عبر الإنترنت، كما وقد سعى الباحث الى التعرف على مدى وجود فروق حول نجاح البنوك الإلكترونية، تعزى الى الخصائص الشخصية لأفراد العينة والمتمثلة في المؤهل العلمي وسنوات الخبرة ومجال التخصص والعمر والجنس.

وقد عرف الباحث البنوك الالكترونية في دارسته على انها: "قيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو أي مكان آخر، وفي الوقت الذي يريده الزبون، ويعبر عنه بعبارة (الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان). أما عن اهم الخدمات التي تقدمها البنوك الالكترونية وانماطها حسب دارسته فهي:

- الموقع المعلوماتي: وهنا يقدم البنك معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.
- الموقع التفاعلي أو الإتصالي: ويقصد به التبادل الإتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات او نماذج أو تعديل معلومات القيود والحسابات الكترونيا.

^١ وادي، رشدي، أهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها، ورقة بحثية، الجامعة الإسلامية، غزة فلسطين، ٢٠١٠.

• الموقع التبادلي: وهو المستوى الذي يمارس فيه البنك خدماته وانشطته في بيئة الكترونية حيث يسمح للزبون بالوصول الى حساباته وإدارتها واجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير واجراء كافة الخدمات الاستعلامية على حساباته.

اتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي واستخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات وزعت على ٦٠ موظفا من المستويات الإدارية العليا موزعين على جميع البنوك في قطاع غزة، خضع منها ٤٨ للدراسة.

وقد خلص الباحث الى مجموعة من النتائج أهمها:

١. ان البنوك الالكترونية تعد وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء وتنمية وتطوير التجارة الالكترونية في فلسطين.
٢. ان تأثير الخدمات الالكترونية يقتصر على العملاء الذين يجيدون التعامل مع الانترنت.
٣. ان المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الانترنت: (١) هي تقليل التكاليف (٢) زيادة حجم التعاملات التجارية وسهولة الدخول الى الاسواق المحلية والعالمية (٣) تحسين خدمة العملاء وإمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة وتوفير الوقت والجهد (٤) تقليل فتح فروع للبنك وزيادة كفاءة أداء البنك وتقديم خدمات مصرفية جديدة.

- دراسة (خرويش، ٢٠١١)^١

بعنوان " نموذج تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في فلسطين "

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف على العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية، بالإضافة الى التعرف على أثر دور المعتقدات والمشاركة والسلوك والقواعد والتعليمات والمخاطرة والأمان في تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في فلسطين بالإضافة الى التعرف على مدى تأثير ترابط المتغيرات في تبني نموذج الخدمات الالكترونية المصرفية في فلسطين.

وقد اتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الاستكشافي الوصفي في دراسته واعتمد الباحث اسلوب المقابلات في جمع البيانات الاولية من موظفي قسم الحاسوب في البنوك ومن ثم قام بتصميم

^١ خرويش، أ. (٢٠١١): نموذج تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح، نابلس، فلسطين.

استبانة وزعت على ١٠١٠ من عملاء البنوك العاملة في الضفة الغربية والذين يستخدمون واحدة على الأقل من الخدمات المصرفية الالكترونية وقد خضع ما نسبته ٧٣% منها للتحليل.

وقد خلص الباحث الى مجموعة من النتائج أهمها أن الفائدة الملحوظة، سهولة الاستخدام، والتكنولوجيا (استخدام الكمبيوتر والإنترنت) هي أهم العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في فلسطين. في حين تؤثر المعايير الذاتية ودور البنك والمراقبة السلوكية المتصورة والمخاطر المتصورة على تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في فلسطين بدرجة أقل.

- دراسة (عبيد، ٢٠١٢)^١

بعنوان " دور الخدمات الالكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في قطاع البنوك في محافظة جنين "

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف الى دور الخدمات الالكترونية في تحقيق ميزة تنافسية في البنوك التجارية في محافظة جنين، بالإضافة الى التعرف الى دور البرامج التدريبية في تنمية مهارات موظفي قطاع البنوك في محافظة جنين باختلاف كل من متغير الجنس، المهنة، المؤهل العلمي، العمر.

اتباع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات وزعت على ١٠٠ فرد من جميع عملاء قطاع البنوك في محافظة جنين على اختلاف اجناسهم وأعمارهم ومؤهلاتهم العلمية ومهنتهم.

وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

١. ان دور الخدمات الالكترونية المصرفية التي تقدمها البنوك في محافظة جنين في تعزيز الميزة التنافسية جاءت بدرجة متوسطة.
٢. عدم وجود تأثير يعزى لجميع متغيرات الدراسة في دور الخدمات الالكترونية التي تقدمها البنوك في محافظة جنين.

^١ عبيد، ش. (٢٠١٢): دور الخدمات الالكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في قطاع البنوك في محافظة جنين، ورقة بحثية مقدمة الى المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة، نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية، رام الله، فلسطين.

بعنوان " معيقات تبني التسويق الالكتروني في البنوك الاسلامية في شمال الضفة الغربية من وجهة نظر المتعاملين "

هدف الباحثان من خلال هذه الدراسة الى التعرف على معيقات تبني التسويق الالكتروني في البنوك الاسلامية في شمال الضفة الغربية من وجهة نظر المعتمدين، وذلك من خلال التعرف على الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها البنوك ومدى انتشار هذه الخدمات في كل من محافظة نابلس وجنين وطولكرم، بالإضافة الى التعرف على المعوقات التي تحد من انتشار هذه الخدمات في البنوك الاسلامية، بالإضافة الى التعرف على دور متغير الجنس وسنوات التعامل مع البنك والمؤهل العلمي والدخل ومدى درجة اعاقتها لتبني الخدمات المصرفية الالكترونية وتسويقها في البنوك الاسلامية في شمال الضفة الغربية من وجهة نظر المعتمدين.

واتبع الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال اختيار مجتمع البنوك الاسلامية في شمال الضفة الغربية، واستخدم الباحثان الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات وزعت على عينة من مجتمع الدراسة بلغ عددها ١٨٠ مفردة.

وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

١. عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية لتبني الخدمات المصرفية الالكترونية تعزى لمتغيرات الدراسة التي تم تناولها.
٢. ان اهم المعيقات التي تواجه تبني الخدمات المصرفية الالكترونية من وجهة نظر المتعاملين تتمثل في: (١) درجة وضوح التعليمات (٢) صعوبة الاستخدام (٣) والتدريب على الاستخدام.

^١ منصور، م، العايد، ح. (٢٠١٣): معيقات تبني التسويق الالكتروني في البنوك الاسلامية في شمال الضفة الغربية من وجهة نظر المتعاملين، ورقة بحثية، جامعة النجاح، نابلس فلسطين.

٢,١,٢ الدراسات العربية

- دراسة (قدومي، ٢٠٠٧) ^١

بعنوان "العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية، دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الاردنية"

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف على واقع وتحديات الصيرفة الالكترونية في الاردن خصوصا فيما يتعلق بدرجة الامان والثقة وسهولة الاستخدام والفاعلية ومدى استجابة عملاء البنوك مع الصيرفة الإلكترونية، بالإضافة الى التعرف الى رأي ووجهة نظر البنوك فيما يتعلق بذلك وتوضيح أهم مزايا ومخاطر ومعيقات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية من وجهة نظر موظفي البنوك، بالإضافة الى التعرف الى الاجراءات التي يمكن القيام بها من قبل البنوك للتوسع ونشر استخدام الصيرفة الالكترونية.

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي ولجأ الباحث الى تصميم استبانة واستخدامها كأداة رئيسية في جمع البيانات حيث وزعت على ١٤٢ فرد من العاملين في قسم الخدمات الالكترونية للبنوك التجارية العاملة في الاردن.

وقد أظهرت الدراسة مجموعة من النتائج أهمها:

١. أن انتشار نقاط البيع والفروع والمكاتب في الاردن بشكل واسع يعتبر من أهم المعوقات التي تواجه الصيرفة الالكترونية.
٢. انخفاض نسبة الوعي لدى المتعاملين مع البنوك تجاه خدمات الصيرفة الالكترونية.
٣. ان عناصر مخاطر الصيرفة الالكترونية تركزت فقط حول عدم توفر قوانين وتشريعات واضحة لحماية المتعاملين بالخدمات المصرفية الإلكترونية.

^١ قدومي، ع.(٢٠٠٨): العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، م.١١، ع.٢، عمان، الأردن.

٤. أن توفير بنية تحتية ونشر الوعي بين العملاء وإعفاء الخدمات الالكترونية من أية رسوم والقيام بتحديث وتطوير موقع البنك الالكتروني، تعتبر من المقومات الرئيسية التي يجب توفرها لضمان انتشار واستخدام الصيرفة الالكترونية من قبل عملاء البنوك.

- دراسة (الصمادي، ويوسف، وخصاونة، ٢٠١٢) ^١

بعنوان "العوامل المؤثرة على رضا المستهلك واستمراريته في التعامل مع الخدمات المصرفية الالكترونية في الاردن"

"The Factors Influencing Consumers Satisfaction and Continuity to Deal with E-Banking Services in Jordan"

هدف الباحثون من خلال هذه الدراسة الى التعرف على أثر العوامل المتعلقة بجودة الخدمة الالكترونية على رضا العملاء واستمراريتهم في التعامل مع الخدمات المصرفية، بالإضافة الى التعرف على أثر العوامل الشخصية على رضا العملاء في التعامل مع الخدمات المصرفية. واعتمد الباحثون الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات والتي تكونت من ١٦ فقرة وزعت على عينة الدراسة المكونة من ٤٠ عميل من عملاء البنوك الاردنية.

وقد خلصت نتائج الدراسة الى:

١. وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين جميع تركيبات نموذج الدراسة.
٢. أن العوامل المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية الالكترونية والعوامل الشخصية والفوائد المتحققة لها تأثير على رضا المستهلك واستمراره في التعامل مع الخدمات المصرفية الالكترونية.

^١ Alsamydai, M, & eta. , The Factors Influencing Consumers Satisfaction And Continuity To Deal With E-Banking Services In Jordan, Global journal of management and business research, ٧١٢, Issue ١٤, version ١,٠, ٢٠١٢.

- دراسة (عبيدات، وآخرون، ٢٠١٥)^١

بعنوان " دور الخدمات الالكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية"

هدف الباحثون من خلال هذه الدراسة الى التعرف على الخدمات الالكترونية التي تقدمها المصارف التجارية الاردنية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية، والتعرف على أثر العوامل الديمغرافية (النوع الاجتماعي، العمر، مدى علاقة المستفيد مع المصرف، والمؤهل العلمي، وقطاع العمل) على الخدمات المالية الالكترونية التي تقدمها المصارف التجارية، بالإضافة الى التعرف على الخدمات الالكترونية المالية التي حققت اعلى قبول بالنسبة للعملاء.

اعتمد الباحثون في هذه الدراسة المنهج الوصفي واستخدموا الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات وزعت على ٤٥٥ فرد من زبائن البنوك التجارية خضع ٧٧% منها للتحليل.

وقد اظهرت نتائج الدراسة أن الخدمات المالية الالكترونية قد حققت متوسطات حسابية مرتفعة من وجهة نظر العملاء ويعود السبب في ذلك الى: (١) سهولة استخدامها (٢) عدم التقييد بوقت محدد لإجراء المعاملات مما زاد من مرونة الخدمة (٣) انتشار الهواتف الذكية (٤) طبيعة الحياة العملية (٥) الحاجة للتسوق السريع والشعور بالأمان عند استخدام هذه الخدمات. كما وأظهرت النتائج ان خدمة الصيرفة عبر شبكة الانترنت هي الخدمة ذات الاثر الاكبر في تحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظر العملاء، وكانت خدمة الصراف الالي هي الاقل تأثيرا في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الاردنية.

- دراسة (الأسود، ٢٠١٥)^٢

بعنوان " دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية، دراسة مقارنة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تقرت وبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة الوادي.

وهدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة الى التعرف على اهمية تطبيق الصيرفة الإلكترونية، ومعرفة أهم معايير القدرة التنافسية، وفهم متطلبات تحسين القدرة التنافسية ومدى انعكاس الخدمات

^١ عبيدات، س، وآخرون (٢٠١٥): دورة الخدمات الالكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، ورقة بحثية منشورة، المجلة العربية للدراسات المعلوماتية، الأردن.

^٢ الأسود، ع. (٢٠١٤): دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر.

المصرفية الالكترونية على الاداء البنكي، بالإضافة الى التعرف الى مدى التطبيق الفعلي للصيرفة الالكترونية بالبنكين محل الدراسة من خلال التعرف الى واقع الخدمات المصرفية الالكترونية بكلا البنكين، كما وهدفت الباحثة الى محاولة معرفة مدى اهتمام ادارتي البنكين محل الدراسة بالقدرة التنافسية ومعاييرها من خلال الخدمات المصرفية المقدمة .

واعتمدت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كما واعتمدت مزيجا من دراسة الحالة والمنهج المقارن في دراسة الجانب التطبيقي للدراسة، ولجأت الباحثة الى استخدام المقابلات الشخصية مع بعض الاطارات العاملة بالبنكين الذين شملتهما الدراسة في جمع البيانات.

وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: (١) أن البنوك العمومية تواجه منافسة من طرف البنوك التجارية الخاصة العاملة في السوق البنكي وبالتالي فهي تستفيد من المزايا التي تمنحها، (٢) أن الصيرفة الالكترونية تعد سلاحا تنافسيا فعالا لتحقيق رضا العملاء وبقاء ونمو البنك، (٣) ان الصيرفة الالكترونية تمكن البنوك من تقليل التكلفة والوقت وبالتالي زيادة الراحة مما يساعد على تعزيز القدرة التنافسية.

- دراسة (الباهي، ٢٠١٦)^١

بعنوان " أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن -دراسة ميدانية على البنك الاسلامي الاردني في عمان، الاردن"

وقد هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الامان) على رضا الزبائن في البنك الاسلامي الاردني وفروعه في مدينة عمان.

واعتمد الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد لجأ الباحث الى استخدام الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات حيث وزعت على ٣٤٠ فرد من افراد عينة الدراسة والمتمثلة في عملاء فرع البنك الاسلامي الاردني والبالغ عددها ٣٤ فرع.

^١ الباهي، ص. (٢٠١٦): أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا لزبائن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: (١) ان مستوى الخدمات المصرفية الالكترونية بشكل عام في البنك الاسلامي الاردني في مدينة عمان وفروعه من وجهة نظر الزبائن كان مرتفعاً، (٢) أظهرت نتائج الدراسة وجود دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية الالكترونية (سهولة الاستخدام، الوقت، السرية والأمان) على رضا الزبائن في البنك الاسلامي الاردني في مدينة عمان وفروعه.

- دراسة (العضائية، وآخرون، ٢٠١٦)^١

بعنوان " العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت من وجهة نظر العملاء-دراسة ميدانية على اقليم الجنوب-الاردن"

وقد هدف الباحثون من خلال هذه الدراسة الى التعرف على مستوى الخدمات الالكترونية التي تقدمها المصارف العاملة في اقليم الجنوب من وجهة نظر العملاء، وذلك من خلال التعرف على أثر مستوى المهارة التقنية والفائدة المدركة ومستوى الثقة وتصميم الخدمة وتوافر المعلومات في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت.

وقد اعتمد الباحثين في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد استخدموا الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات، حيث قام الباحثين بتوزيع ٣٥٠ استبانة على عينة من المصارف المختلفة في اقليم الجنوب.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن العوامل (مستوى المهارة التقنية، الفائدة المدركة، توافر المعلومات) لها أثر ذو دلالة إحصائية في مستوى الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت، كما وأظهرت عدم وجود أثر لعامل الثقة وتصميم الخدمة على استخدام الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت.

^١ العضائية، وآخرون(٢٠١٦): العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية عبر الانترنت من وجهة نظر العملاء، المجلة الأردنية في إدارة الاعمال، م. ١٢، ع. ٣، الأردن.

-دراسة (عبد الخالق، والمهيرات، ٢٠١٦)^١

بعنوان "رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الالكترونية في القطاع المصرفي السعودي"

"Customer Satisfaction with Electronic Banking Services in the Saudi Banking Sector"

هدف الباحثان من خلال هذه الدراسة الى التعرف الى مدى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الالكترونية في القطاع المصرفي السعودي ومعالجة القضايا المتعلقة بجودة الخدمات من خلال التركيز على سهولة الاستخدام وامن المعلومات وموثوقيتها ودورها في التأثير على اعتماد العملاء للخدمات الالكترونية واليات مراقبة هذه الخدمات.

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال الاعتماد على البيانات الاولية المتوفرة بالإضافة الى اعتماد الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات حيث وزعت الاستبانة على عينة من العملاء مكونة من ٢٥٠ عميل من عملاء بنك الراجحي والبنك الاهلي في اقليم القسم خضع منها ١٠٠ استبانة للتحليل أي ما نسبته ٤٠%.

وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: (١) ان الخدمات المصرفية الالكترونية لا تلقى الاهتمام الكافي الذي يتطلبه العملاء وذلك من خلال كيفية التعامل مع المواقع الالكترونية، (٢) ان الخدمات المصرفية الالكترونية السعودية لا تولي اهتمام كبير لتحفيز العملاء على اختيار الخدمات الالكترونية (٣) عدم قدرة البنوك على تطوير الحلول الالكترونية للمشاكل بالسرعة والكفاءة اللازمة.

في حين اظهرت النتائج ان المصارف السعودية نجحت في كسب رضا العملاء عن التقارير والإشعارات حول عمليات الحساب اليومية بالإضافة الى ضمان سرعة التطبيقات الالكترونية وسرية المعلومات الشخصية للعملاء وخصوصية الخدمات الالكترونية.

^١ Alhaliq, H, Al Muhirat, A(٢٠١٦): Customer Satisfaction with Electronic Banking Services in the Saudi Banking Sector, Asian Social Science: Vol١٢, No ٥.

٣,١,٢ الدراسات الأجنبية

- دراسة (Nwobodo, ٢٠١١)^١

بعنوان " ربحية الخدمات المصرفية عبر الانترنت: حالة البنوك شمال قبرص "

"Internet Banking in Terms of Profitability: The Case of Northern Cyprus Banks"

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى تحليل ربحية البنوك التي تقدم الخدمات المصرفية عبر الانترنت، بالإضافة الى التعرف الى كفاءة التكاليف وغيرها من خصائص الربحية من وجهة نظر البنوك التي تعتمد النظام المصرفي عبر الانترنت.

اعتمد الباحث المنهج التحليلي وذلك من خلال تحليل بيانات ٢٢ بنك من بنوك التجزئة العاملة في جمهورية شمال قبرص (التركية) والتي تتألف من ١ مصرف حكومي و ١٤ مصرف خاص و ٧ مصارف أجنبية، في الفترة الواقعة بين العام ٢٠٠٤ والعام ٢٠٠٩.

وقد خلص الباحث الى مجموعة من النتائج أهمها: (١) وجود تقدم كبير لدى المصارف نحو فهم الاعمال المصرفية عبر الانترنت وتأثيرها المتصور على تجارة البنوك سواء البنوك الاجنبية او البنوك الخاصة، (٢) وجود تأثير سلبي على عوائد البنوك على الأصول، (٣) وجود تأثير سلبي على معدل نمو الودائع، (٤) وجود تقدم في عائد البنوك التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية كوسيط لتقديم الخدمات المصرفية نسبة الى معدل أصولها.

^١ Nwobod, J. (٢٠١١), Internet Banking in Terms of Profitability: The Case of Northern Cyprus Banks, Master Thesis, Eastern Mediterranean University, North Cyprus.

- دراسة (Etim, & Edet, ٢٠١٦)^١

بعنوان "قرار استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية من قبل عملاء البنك في الاقتصاد الريفي- نيجيريا "

"Decision to Use Electronic Banking by Bank Customers in a Rural Economy- Nigeria"

هدف الباحثان من خلال هذه الدراسة الى التعرف على العوامل المؤثرة في اتخاذ قرار استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية وذلك من خلال دراسة أثر العمر والحالة الاجتماعية والجنس والمستوى التعليمي ومعدل الدخل الشهري وحجم الاسرة ومسافة أقرب بنك الى محل اقامة العميل بالإضافة الى الصراف الالي.

اعتمد الباحثان المنهج الوصفي واستخدم الباحثان الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات حيث وزعت ١٢٠ استبانة على العملاء في منطقة الدراسة.

وقد خلص الباحثان الى مجموعة من النتائج أهمها: (١) أن العمر والدخل الشهري والتعليم وقرب المسافة من البنك تلعب دور كبير في قرار العملاء تبني الخدمات المصرفية الالكترونية، (٢) ان حجم الاسرة يلعب دورا سلبيا في تبني قرار استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

- دراسة (Azhgan, & Malathi) (٢٠١٦)^٢

بعنوان " تصور العملاء نحو الخدمات المصرفية الالكترونية في مقاطعة تريشي _ الهند "

"Customer Perception towards E-Banking in Trichy District – India"

هدف الباحثان من خلال هذه الدراسة الى التعرف على العوامل التي تؤثر بشكل اساسي على إدراك العميل للخدمات المصرفية عبر الانترنت بين الجنسين والفئات العمرية المختلفة في مقاطعة تريشي في الهند بالإضافة الى تقييم أثر هذه العوامل في رضا العملاء عن البنك.

^١ Etim, N, Edet, G. (٢٠١٦): Decision to Use Electronic Banking by Bank Customers in a Rural Economy- Nigeria, Asian Journal of Economic, Business and Accounting, Article no. AJEBA. ٢٩٤٤٩..

^٢ Azhgan, C, Malathi, M. (٢٠١٦): Customer Perception towards E-Banking in Trichy District _ India, International Journal for Innovative Research in Science and Technology, V.٢, I. ١١.

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات حيث وزعت على عينة الدراسة المكونة من ١٦٠ عميل.

وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج منها عدم وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس ومستوى الرضا عن الخدمات المصرفية الالكترونية، في حين اظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير العمر وصعوبة التعامل مع الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة بالإضافة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير العمر والخصوصية في المعلومات.

- دراسة (Serener, ٢٠١٦)^١

بعنوان " التحليل الإحصائي للاستخدام المصرفي عبر الإنترنت مع الانحدار اللوجستي " " Statistical Analysis of Internet Banking Usage with Logistic Regression" هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة الى تحليل خصائص مستخدمي الخدمات المصرفية عبر الانترنت في شمال قبرص وذلك لتقييم تأثير العمر، الجنس، الدخل، الحالة الاجتماعية، التعليم، المهنة، مستوى الراحة مع اجهزة الكمبيوتر والتجربة السابقة، على استخدام الاشخاص للخدمات المصرفية عبر الانترنت.

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات وزعت على ٤٨٣ من زبائن البنوك في شمال قبرص.

وخلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها: (١) أن الفئة العمرية بين ١٨ و ٢٥ هم الاكثر تبني للخدمات المصرفية الالكترونية، (٢) ان الذكور اكثر استجابة لهذه الخدمات من الاناث، (٣) ان الافراد المتزوجين اقل اعتماد على خدمات المصرفية الإلكترونية، (٤) ارتفاع نسبة تبني الخدمات المصرفية الالكترونية مع زيادة مستويات الدخل، (٥) ان الزبائن من حملة الشهادات الدراسية العليا أكثر تبني ممن هم دونهم، (٦) ارتفاع نسبة تبني الخدمات المصرفية الالكترونية

^١ Serener, B. (٢٠١٦), Statistical Analysis of Internet Banking usage with Logistic Regression, ١٢th International Conference on Application of Fuzzy System and Soft Computing, Vienna, Austria.

للعملاء الذين سبق لهم التسوق من خلال الانترنت ومن لديهم مستويات عليا من الراحة مع اجهزة الكمبيوتر .

- دراسة (Gadise, & Sintayehu ، ٢٠١٧)^١

بعنوان " محددات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية بين البنوك التجارية في اثيوبيا: تحليل وجهات نظر العملاء "

"Determinants of E-Banking Services Adoption among Commercial Banks in Ethiopia: Analysis of Banks' Customers Perspectives"

هدف الباحثان من خلال هذه الدراسة الى تقييم مدى اعتماد الخدمات المصرفية الالكترونية بين البنوك التجارية في اثيوبيا وذلك من خلال التعرف على مدى تأثير الثقة على اعتماد الخدمات المصرفية الالكترونية بين عملاء البنوك التجارية بالإضافة الى التعرف على مدى تأثير تكلفة اعتماد الخدمات المصرفية الالكترونية بين عملاء البنوك التجارية في اثيوبيا، بالإضافة الى التعرف على تأثير الخصوصية والأمان في اعتماد هذه الخدمات.

واعتمد الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي واستخدم الباحثان الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات وزعت على عينة من عملاء البنوك مكونة من ٤٨٢ استبانة.

وقد خلص الباحثان في هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: (١) أن غالبية المستخدمين للخدمات المصرفية الالكترونية من العملاء هم الذكور، وأن غالبيتهم من حملة الشهادات الدراسية الأولى، (٢) أن التكلفة، الثقة، الخصوصية، والأمن تعتبر من أهم المحددات المؤثرة في استخدام العملاء للخدمات المصرفية الالكترونية.

^١ Gezu, G.& Sintayehu, T. (٢٠١٧), Determinants of E-Banking Services Adoption among Commercial Banks in Ethiopia: Analysis of Banks' Customers Perspectives, International Journal of Scientific & Engineering Research, V. ٨, Issue ٦.

- دراسة (Nayana, & Veena, ٢٠١٨) ^١

بعنوان " دراسة حالة حول تصور الموظف تجاه البنوك الالكترونية "
"A Case Study on Employee Perception towards E-Banking"

هدف الباحثان من خلال هذه الدراسة الى التعرف على تصور وإدراك الموظف تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية وتحليل إدراك الموظفين لتبادل البيانات الالكترونية، بالإضافة الى تحليل تصور الموظف حول فوائد الخدمات الالكترونية.

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي واستخدموا الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات وزعت على ٥٠ موظف من موظفي البنوك في كلا القطاعين العام والخاص في منطقة بنغالور.

وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها: (١) وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير الجنس وأتمته البنوك وكانت النتيجة لصالح الاناث، (٢) الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير العمر وأتمته البنوك وكانت لصالح الفئات العمرية الصغيرة، (٣) أن التحول الى العمل المصرفي الالكتروني يزيد من رضا العملاء ويقلل من التكاليف المترتبة على العمل المصرفي والسرعة في انجاز المعاملات، أن العمل المصرفي الالكتروني يزيد من نسبة الشفافية والموثوقية.

^١ Nayana, N., Vena, P., (٢٠١٨), A Case Study on Employee Perception towards E-Banking, IJEDR ٢٠١٨, V.٦, Issue ٢, Issn:٢٣٢١-٩٩٣٩

٤,١,٢ التعليق على الدراسات السابقة

من خلال إطلاع الباحث على الدراسات المحلية والعربية والأجنبية السابقة يمكن ملاحظة ما يلي:

١. جميع الدراسات أظهرت ان صناعة الخدمات المالية والمصرفية الالكترونية أحد أهم النتائج الرئيسية للتطور العلمي والتكنولوجي المعاصر، كما انها تعد أحد ملامح النهضة الاقتصادية.
٢. أتفاق الدراسات السابقة على أن الالمام بنظم المعلومات ضروريا للبنوك والمصارف وذلك لضمان بقائها واستمرارها في السوق، ولتوسيع اعمالها وتحسين منتجاتها والمحافظة على ميزتها التنافسية.
٣. اتفقت الدراسات على أهمية ودور الخدمات الالكترونية في زيادة رضا العملاء والمعتمدين ولكنها تتفاوت فيما بينها من حيث المتغيرات التي تؤثر في رضا العملاء.
٤. اتفقت الدراسات السابقة ان تطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية يعمل على توسيع الأنشطة داخل وخارج الحدود المحلية للبنك بالإضافة الى تحقيق عنصر السرعة في انجاز الاعمال المصرفية وتخفيض التكلفة التشغيلية وكذلك تقليل الاعمال الورقية.
٥. اتفقت الدراسات السابقة ان انجاز العملاء لمعاملاتهم البنكية من خلال الخدمات المصرفية الالكترونية يحقق السرية التامة والراحة المطلقة للعملاء في ادارة حساباتهم من أي مكان وعلى مدار الساعة حيث توفر عليه مشقة الانتقال والانتظار لمقابلة الموظف المسئول عن تقديم الخدمة.
٦. لاحظ الباحث تشابه الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في انها استخدمت الاسلوب الوصفي التحليلي لمنهج الدراسة واستخدمت الاستبانة كأداة رئيسية في البحث.

٥,١,٢ ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات والبحوث السابقة

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها تساهم في بناء القاعدة المعرفية في مجال دراسة العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية في البنك العربي من وجهة نظر المعتمدين، كما أن هذه الدراسة تطرقت الى واقع الخدمات البنكية الالكترونية من وجهة نظر المعتمدين باعتبار أن هذه الخدمات موجهة لهم وتهدف لتلبية احتياجاتهم كما وأنها تساعد في تعزيز الميزة التنافسية للبنك العربي، كما أن هذه الدراسة قد تساهم في زيادة وعي المعتمدين لأهمية ودور الخدمات البنكية الالكترونية في زيادة رضاهم عن الخدمات التي يقدمها البنك العربي من خلال زيادة السرعة في انجاز معاملاتهم وتقليل عناء الانتقال والانتظار لتلقي الخدمات البنكية .

٦,١,٢ مدى استفادة الباحث من الدراسات والبحوث السابقة

لقد ساعدت الدراسات السابقة والنتائج التي تم التوصل إليها الباحثين في تحديد وتوضيح مشكلة الدراسة، وكذلك ساعدت هذه الدراسات في تحديد الإطار النظري بشكل أفضل، حيث تم الاستعانة بالعديد من الدراسات السابقة في رسم وتوضيح هيكل الإطار النظري ومراجعة المواضيع المهمة ذات الصلة بالدراسة الحالية، كما أن نتائج هذه الدراسات قد ساعدت الباحث في تحديد كيفية الحصول على البيانات الأولية للدراسة من خلال المساعدة في تصور الإطار العام والمحاور الرئيسية للدراسة، والمساعدة في صياغة وبناء الاستبانة، كما أن نتائج الدراسات السابقة قد تعد أحياناً مقياساً لمدى قدرة ونجاح الدراسات الحالية في تحقيق أهدافها من خلال مقارنة نتائجها بنتائج غيرها من الدراسات السابقة.

وعند مقارنة نتائج الدراسة مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة من نتائج يرى الباحث اتفاق نتائج الدراسة مع معظم هذه الدراسات من حيث أهمية الخدمات الالكترونية المصرفية لما توفره من سهولة في الاستخدام وتوفير للوقت والجهد وإمكانية انجاز معاملاتهم بسهولة وامان وثقة عالية، بالإضافة الى ضرورة تدريب المعتمدين على هذه الخدمات لما له من أثر في زيادة الرضا عن هذه الخدمات. كما اتفقت هذه الدراسة مع ما توصلت إليه الدراسة السابقة من تمتع هذه الخدمات بالسرية والخصوصية الأمر الذي يزيد من اقبال المعتمدين على تبني هذه الخدمات، بالإضافة الى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام هذه الخدمات والمتغيرات الديمغرافية.

٢,٢ الإطار النظري

في هذا المبحث سيتم التطرق الى عدد من المفاهيم هي:

١,٢,٢ مفهوم البنك Bank :

إن اصل كلمة بنك إيطالي (Banco) وتعني المصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة، ثم تطور المعنى فيما بعد لكي يقصد بالكلمة المنضدة التي يتم فوقها عد وتبادل العملات ثم أصبحت في النهاية المكان الذي توجد فيه تلك المنضدة وتجري فيه المتاجرة بالنقود، أما باللغة العربية فيقال: صرف وصارف واصطرف الدنانير أي بدلها بدراهم أو دنانير سواها، والصرافة والصريف والصريفي وجمعها صيارفة هو بائع النقود بنقود غيرها، والصرافة أو الصيرفة هي حرفة الصراف ومن هنا جاءت كلمة المصرف والتي تعني المؤسسة المالية التي تتعاطى الاقراض والاقتراض.^١

ويعرف البعض المصرف بأنه مكان التقاء عرض الاموال بالطلب عليها، وبمعنى آخر هو مكان التقاء المدخرين الذين يتوفر لديهم اموالا فائضة بالمقترضين الذين يحتاجون الى هذه الاموال.^٢ وبنفس المنطق يعرف حداد وهذلول^٣ المصرف بأنه تلك المؤسسة التي تتيح وجود خدمات متنوعة للجماهير دون تمييز، اذ انها تقدم للمدخرين عدة فرص لاستثمار مدخراتهم من خلال الودائع التقليدية أو شهادات الايداع قصيرة الأجل، كما انها تتيح عدة فرص للمقترضين من خلال تقديم قروض قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل.

وقد عرف القانون الفلسطيني رقم (٢) لسنة ٢٠١٠ الخاص بالمصارف المادة رقم (١) فصل التعاريف والأحكام العامة المصرف على أنه "شركة مساهمة عامة يرخص لها بممارسة الاعمال المصرفية في فلسطين وفقا لأحكام هذا القانون"^٤، هذا وقد عرف القانون نفسه الاعمال المصرفية

^١ لأسود، عبد الحليم، (٢٠١٤) دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية، رسالة ماجستير، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر.

^٢ محفوظ، ج. (٢٠١٤): الاتجاهات المعاصرة في ادارة البنوك، عمان، الأردن.

^٣ حداد، أ، هذلول، م. (٢٠١٠): النقود والمصارف: مدخل تحليلي ونظري، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

^٤ القانون الفلسطيني رقم ٢ لسنة ٢٠١٠ الخاص بالمصارف، المادة رقم ١، فصل التعاريف والاحكام العامة.

على أنها "النشاط الذي يتضمن قيام المصارف المرخصة بقبول الودائع من الجمهور أو من مصادر التمويل الأخرى واجبة الدفع وذلك بغرض الاستثمار ومنح الائتمان، كما يشمل العمل المصرفي الأنشطة التي تمارسها المصارف المتخصصة والأعمال التي تمارسها المصارف الإسلامية، أو أي عمل يسمح به هذا القانون^١.

ومن هنا فإنه يمكن تعريف البنك بأنه مؤسسة تعمل كوسيط مالي بين مجموعتين رئيسيتين من المعتمدين، الأولى لديها فائض من الأموال وتحتاج إلى الحفاظ عليه وتنميته، والثانية هي مجموعة من المعتمدين تحتاج إلى أموال لأغراض الاستثمار أو التشغيل أو كلاهما.

٢,٢,٢ نشأة المصارف وتطورها:

يرتبط ظهور المصارف التجارية تاريخياً بتطور نشاط الصيرفة والصاغة، فمنذ وقت بعيد يحتفظون بالأموال والذهب التي يودعها لديهم التجار ورجال الأعمال وكل من يرغب في الحفاظ على أمواله من الضياع، ومع مرور الزمن أصبح الناس يقبلون الإيصال فيما بينهم كوسيلة للتبادل ويبقى الذهب مكدياً في خزائن الصائغ وقد تنبه الصائغ لذلك فأصبح يقرض مما لديه من الذهب مقابل فائدة، وهكذا نشأت وظائف المصرف التقليدية كالإيداع والإقراض، ولعل أول مصرف قام في البندقية عام ١١٥٧ م ثم توالى بعد ذلك ظهور المصارف فظهر مصرف امستردام عام ١٦٠٩ م ومصرف إنجلترا عام ١٦٩٤ م ومصرف فرنسا عام ١٨٠٠ م^٢.

٣,٢,٢ الخدمات المصرفية:

تلعب الخدمات دوراً مهماً في المنظمات بشكل خاص واقتصاد الدول بشكل عام لذا يقع على عاتق مقدمي الخدمات وإدارتها مسؤولية كبيرة ولاسيما في المصارف كونها تشكل محور النشاط الاقتصادي في أي دولة أو مجتمع.

وقد عرف العجائمة الخدمات المصرفية بأنها " مجموعة الأنشطة والعمليات ذات والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة من قبل المصرف، والتي يدركها

^١ القانون الفلسطيني رقم ٢ لسنة ٢٠١٠ الخاص بالمصارف، المادة رقم ١، فصل التعاريف والاحكام العامة.
^٢ رمضان، ز، جودة، م.(٢٠٠٦): الاتجاهات المعاصرة في ادارة البنوك، دار وائل للنشر، ط. ٣، عمان، الأردن.

المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، كما تشكل في الوقت ذاته مصدرا لإرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين"^١.

وقد أدى التطور التكنولوجي الذي شهدته الصناعة المصرفية في الآونة الأخيرة إلى تطور الخدمات المصرفية وظهور ما يسمى بالخدمات المصرفية الإلكترونية والتي تتمتع بعدة ميزات وهي انخفاض التكاليف، كما تتمتع أيضا بجودة خدمة العملاء وسرعتها، كذلك مساعدة العميل في إمكانية المقارنة والمفاضلة بين كم هائل من البدائل المتاحة، وأخيرا زيادة الانتاجية حيث تزيد انتاجية المصارف من خلال مواقعها الإلكترونية.^٢

وعرف العدوان الخدمات المصرف الإلكترونية (Electronic Banking Services) بأنها "إجراء العمليات المصرفية بطرق مبتكرة من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أم الجديدة، وتقتصر صلاحية الدخول إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية على المشاركين فيها فقط وفقا لشروط الاثبات التي يحددها المصرف، وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطرا إلى القدوم للمصرف".^٣

وهنا يمكن تعريف البنوك الإلكترونية على أنها تلك المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان مطلق وبأقل كلفة وأقل جهد للعملاء.^٤

وتعرف أيضا بأنها: أي استعمال لتكنولوجيا المعلومات واتصال والوسائل الإلكترونية بواسطة البنوك لإتمام المعاملات البنكية وإيجاد تفاعل مع الزبائن.^٥

^١ العجارمة، تيسير، (٢٠٠٥)، التسويق المصرفي، دار الحامد، عمان، الأردن
^٢ العضاليلة، وآخرون(٢٠١٦): العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية عبر الانترنت من وجهة نظر العملاء، المجلة الأردنية في إدارة الاعمال، م. ١٢، ع. ٣، الأردن.
^٣ الباهي، ص.(٢٠١٦): أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا لزبائن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
^٤ الشمري، ن، العبد اللات، ع.(٢٠٠٨): الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

^٥ Selman,SH, Kashif, S (٢٠١٠) electronic banking and e-readness adoption by commercial banks inPakistan, linnaeus university, p٧.

٤,٢,٢ عوامل نجاح تقديم الخدمات المصرفية:

هنالك عدة عوامل يجب توفرها لنجاح الخدمات المصرفية:^١

١. السرية في التعامل: وبالتالي شعور الزبون بالمزيد من الأمان، الامر الذي يساعد على ضمان ولاء الزبون للبنك وعدم خروجه من قائمة الزبائن الكبار له.
٢. ضرورة فهم طبيعة الزبون وتوقعاته وتوفير راحة التعامل من خلال المسؤول عن قسم الخدمات البنكية.
٣. ضرورة توفير إطارات مؤهلة ومحترفة وذوو خبرة متنوعة وعميقة تستطيع أن توفر حلولاً شاملة ومتصلة تناسب احتياجات الزبون من حيث الوقت المكان والسعر وبالطريقة المناسبة وبالسرعة والدقة اللازمة.
٤. ضرورة توفير مسؤولاً واحداً لكل زبون وذلك لتأمين إقامة علاقات على درجة عالية لخصوصية ومعرفة وثيقة بمقدم الخدمة ومدير العلاقة بين هذا المسؤول والزبون.
٥. ضرورة توفير البنك لفريق من المحليين على الصعيدين الجزئي والكلي وذلك لإبقاء الزبائن وعلى مدار ٢٤ ساعة بكشوفات الحسابات وتقارير أداء المحافظ الاستثمارية.

٥,٢,٢ مراحل عملية تطوير الخدمات المصرفية:

تتم عملية تطوير الخدمات المصرفية من خلال مجموعة من الخطوات يطلق عليها خطوات تطوير الخدمات الجديدة، وهذه الخطوات هي:^٢

١. مرحلة توليد الأفكار: وتشمل البحث عن أفكار جديدة ذات مضامين خدمية عالية.
٢. مرحلة غربلة الأفكار: وتتضمن عملية فرز الأفكار وتخفيض عددها الى أقل عدد ممكن.
٣. مرحلة تطوير مفهوم الخدمة المصرفية لغرض توشيح اهمية الخدمة للزبون ومدلولها للزبون.

^١ عبد الله، س.(٢٠٠٩): دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي، دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري باتنه، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنه، الجزائر
^٢ ردينه عثمان، محمود الصمدي،(٢٠١٠) التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان .

٤. مرحلة اختبار مفهوم الزبون: لتحديد ردود فعل واستجابات الزبائن المرتقبين وإجراء التعديلات اللازمة للخدمة.

٥. مرحلة التحليل التجاري: وتنطوي على مراجعة التقديرات الخاصة بحجم مبيعات الخدمة والتكاليف الخاصة بإنتاج وتسويق الخدمة، والأرباح المتوقعة منها للوقوف على مدى تلبيتها للأهداف الأساسية للمصرف وانسجامها معا.

٦. مرحلة التطوير النهائي للخدمة: وهنا يتم إخراج مفهوم الخدمة الى صورته بوصفه منتجا فعليا.

٦,٢,٢ نشأة المصارف الالكترونية وتطورها

في البداية تم إنشاء شبكة الانترنت ١٩٦٩/٠٦/٠٢ التي أنشأتها الحكومة الامريكية إبان الحرب العالمية الباردة خوفا من أي تدمير لأي مركز من مراكز الاتصال الحاسبي من ضربة سوفيتية. وفي أوائل السبعينات ١٩٧٢ عقد المؤتمر الدولي الاول لاتصالات الحاسوب وظهرت خدمة البريد الالكتروني ثم تضمنت كل من بريطانيا والنرويج الى عمل الشبكة لتصبح دولية بدلا من كونها شبكة امريكية، وبعد ذلك انتشرت في كثير من الدول الى أن تبلورت هذه الظاهرة في بداية الثمانينات لكي تصبح وسيطا تجاريا فاعلا.^١

٧,٢,٢ أهداف الصيرفة الالكترونية:

وللصيرفة الالكترونية أهداف عدة منها:^٢

١. وسيلة لتعزيز حصة البنوك في السوق المصرفي.
٢. تعتبر كوسيلة لتوسيع نشاطات البنوك داخل وخارج حدود الوطن.
٣. وسيلة لتخفيض التكاليف.
٤. إتاحة المعلومات عن الخدمات التي يؤديها المصرف دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.
٥. حصول العملاء على الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي زمان ومكان.

^١ وادي، ر. (٢٠١٠): أهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها، ورقة بحثية، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

^٢ الحداد، واخرون (٢٠١٢): الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط.٤، عمان، الأردن.

٢, ٨, العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية:^١

هناك العديد من العوامل التي تؤثر في استخدام العملاء للخدمات المصرفية الالكترونية والتي لها تأثير ملحوظ على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية:

الفائدة المدركة: ان الفائدة المدركة هي مقدار المنفعة التي يتوقعها المستخدم عند استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية، وقد اظهرت الدراسات ان المستخدم يبحث عن قيمة مضافة عند استخدامه للخدمات المصرفية الالكترونية، كما اظهرت دراسات أخرى ان المستخدمين يبحثون عن الخدمات التي توفر الوقت والجهد وسهولة الاستخدام.

مستوى الثقة: يمكن تعريف الثقة على انها التصورات التي يمتلكها الشخص حول سمات وتصرفات وسلوكيات الآخرين، وقد اثبتت الدراسات أن عامل الثقة هو الاكثر أهمية بالنسبة للمستخدمين وخاصة مستخدمين الإنترنت، ولثقة تأثير كبير على اعتماد الخدمات المصرفية الالكترونية من قبل العملاء، ويمكن النظر الى الثقة على انها عامل من العوامل المؤثرة في استخدام العملاء أو عدم استخدامهم للخدمات المصرفية الالكترونية.

مستوى المهارة التقنية : هناك فروق كبيرة بين المستخدمين الذين يتعاملون مع المصارف سواء بخدماتها التقليدية أو الالكترونية فمنها فروق في العمر وفروق في مستوى التعليم وفروق في مدى استخدام هؤلاء العملاء للتكنولوجيا في حياتهم اليومية العملية، وبالتالي هناك تفاوت في مستوى العملاء المعرفي لاستخدام التقنيات الحديثة وشبكة الانترنت والتعامل مع المواقع الالكترونية بشكل عام، وهذه العوامل سألقة الذكر تؤثر تأثيرا كبير إلى حد ما في نسبة استخدام العملاء للخدمات المصرفية الالكترونية والتي تعتمد على نوع الخدمة المستخدمة فالمهارة التي يتطلبها استخدام الصراف الألي تختلف عن المهارة التي يتطلبها التعامل مع الموقع الالكتروني للمصرف واستخدام خدماته المختلفة.

^١العضايلة، وآخرون(٢٠١٦): العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية عبر الانترنت من وجهة نظر العملاء، المجلة الأردنية في إدارة الاعمال، م. ١٢، ع. ٣، الأردن.

تصميم الخدمة الالكترونية: يرى الباحثون ان عامل تصميم الخدمة الالكترونية يلعب دور مهما في استخدام العملاء للخدمات الالكترونية سواء تصميم الخدمة على الهاتف المحمول أو تصميم الموقع الالكتروني للمصرف الذي يقدم الخدمة، وكما تبين أن محتويات الموقع الالكتروني للمصرف تؤثر في تحول العملاء نحو الصيرفة الالكترونية حيث أن نوع المعلومات التي يقدمها الموقع واللغة التي يعبر عنها عن محتويات الموقع وسهولة الاستخدام ستؤثر في رضا العملاء وبالتالي التحول نحو الانترنت في اجراء المعاملات المصرفية.

توافر المعلومات: إن انتشار التكنولوجيا وتطورها المتسارع والملحوظ والذي أضفى تغييرا على الخدمات المصرفية الالكترونية وتحديثها بشكل دائم ومستمر، حيث يرى الباحثون ذلك يتطلب من المصرف توفير معلومات عن تلك الخدمات التي يقدمها وبشكل دائم ومستمر سواء عن طريق الموقع الالكتروني أو الهاتف المحمول او عن طريق ارسال النشرات التعريفية عبر البريد الالكتروني للعملاء واستخدام القنوات الاعلامية لتعريف العملاء بهذه الخدمات والتعامل معها.

٩,٢,٢ مزايا استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

يؤدي استخدام المصارف الالكترونية الى تحقيق عدة مزايا أهمها:^١

١. إمكانية الوصول الى قاعدة أوسع من العملاء: حيث تتميز البنوك الالكترونية بقدرتها على الوصول الى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الاسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل.
٢. تخفيض التكاليف وزيادة ربحية البنك: حيث يتم تخفيض تكاليف التشغيل التي يتحملها البنك لإجراء بعض المعاملات المصرفية دون الحاجة الى الانتقال الى البنك، وهو ما يؤدي الى تخفيض تكلفة إنشاء فروع جديدة في المناطق البعيدة، لأن تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد له بما يحتاجه من مباني وأجهزة وعمالة مدربة ومستندات وصيانة.

^١ الأسود، ع.(٢٠١٤): دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر.

٣. فرصة تحقيق معدلات أفضل للمنافسة والبقاء في السوق: من خلال تقديم الخدمات المرتبطة بالتقنيات الحديثة مما يجعل خدماته أكثر جاذبية للعملاء.
٤. تحرير العمل المصرفي من الروتين والأعباء الإدارية: مما يخفف الضغط على موظفي البنك ويساعدهم على الاهتمام بجودة الخدمة.
٥. تسويق خدمات مصرفية جديدة ومنتوعة لم تكن معروفة من قبل.
٦. تحديث وعصرنة نظم الادارة وزيادة كفاءة أداء البنك.

ومن أهم المزايا والفوائد التي تحققها المصارف الالكترونية للفرد:^١

- ✓ تحقق للفرد درجة عالية من الراحة وعدم الوقوف في طابور الانتظار طويل.
- ✓ تحقيق سرية الحسابات التي يرغب فيها عدد كبير من العملاء.
- ✓ حرية الاختيار حيث تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات والخدمات.

١٠,٢,٢ عيوب المصارف الالكترونية:

- وفيما يلي استعراض لأهم عيوب المصارف الالكترونية منها:^٢
١. صعوبة الاستخدام مثل (صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الارشادية).
 ٢. عدم توفير الأمان والسرية في استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي مما يعرض هذا الأخير الى ما يعرف بمخاطر التشغيل الناجمة عن ممارسة الاعمال المصرفية الالكترونية.
 ٣. غسل الأموال: لقد ساعد تطور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تقاوم هذه الظاهرة افقيا وراسيا، ويمكن أن تكون بقصد او بغير قصد من طرف البنوك، سواء من خلال قبول الودائع دون أن يكون لها الحق في النظر الى مصدرها أو من خلال منطلق الحركة الاقتصادية أو من منطلق السر المهني أو من خلال التحويلات (الوساطة في توظيف هذه الأموال في سوق الأوراق المالية لصالح الزبائن). الأمر الذي دفع البنوك الى تحديد سقف الحوالات التي يتم تنفيذها من خلال الخدمات الالكترونية.

^١ وادي، ر.(٢٠١٠): أهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها، ورقة بحثية، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

^٢ الأسود، ع.(٢٠١٤): دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر.

٤. صعوبة مراقبة البنك المركزي لحجم السيولة، حيث أن نظام البنك الإلكتروني يتيح للعميل القيام بتحويل أمواله وأي مبالغ بضغط زر الكمبيوتر أو التلفون خارج حدود الدولة الى دولة أخرى أو العكس، مما يجعل الدولة عرضة للتأثر بأزمات السيولة سواء بالزيادة او النقصان.
٥. ظهور المخاطر التنظيمية نظرا لان الشبكة تقدم الخدمات من أي مكان في العالم، فإن هناك خطرا يتمثل في محاولة المصارف التهرب من الاشراف والتنظيم، مما يضع البنوك المركزية في وضع يصعب عليها فيه فرض رقابتها الكاملة على هذه المصارف.
٦. ظهور المخاطر القانونية، حيث تتطوي المعاملات المصرفية على درجة كبيرة من المخاطر القانونية، كعدم معرفتها الكاملة بالقوانين والتنظيمات المطبقة في بلد ما قبل بدأها في تقديم خدماتها فيه.
٧. مخاطر السمعة، فوجود سمعة سيئة للمصرف من ناحية عدم توفر الوسائل الكافية والمؤكدة للبيانات التي تحتفظ بها المصارف الخاصة بعملائها أو وقوعه في بعض عمليات الاختراق يؤثر في عدد عملائه ويقص من نشاطاته الى أقصى حد ممكن مما يقلل من أرباحه.
٨. المخاطر الأخرى، وهي المخاطر الخاصة بالعمليات المصرفية التقليدية (مخاطر الائتمان، السيولة، ...).

١١,٢,٢ الخدمات الإلكترونية المقدمة في المصارف التجارية:

تقدم الخدمات الإلكترونية من البنوك مزايا متعددة لمعتمديها منها خدمة الاستفسار عن الحساب فيتمكن المعتمد من الاطلاع على جميع المعلومات المتعلقة بحسابه الخاص ويمكنه الحصول على كشف الحساب الخاص به وطباعته. تتيح الخدمات الإلكترونية المقدمة امكانية تحويل الحوالات المالية عبر الانترنت او الصراف الآلي او خدمة الموبايل البنكية. وتمكن هذه الخدمات المصرفية المعتمد تغيير معلوماته الشخصية وتحديث بياناته على الانترنت، وبالإمكان اجراء تبديل العملات وتغيير كلمة السر والاشتراك في بعض الخدمات وبإمكانه ايضا التبليغ عن أي فقدان او خطأ لبطاقات الائتمان، مع الأخذ بعين الاعتبار بأن الخدمات الإلكترونية التي تقدمها المصارف لعملائها ومعتمديها يحكمها العديد من القوانين الخاصة بسلطة النقد من جهة وبقوانين وسياسات البنك من جهة أخرى.

١٢,٢,٢ أنواع الخدمات الالكترونية المقدمة في المصارف الفلسطينية:

جدول (١,٢) : الخدمات الالكترونية التي تقدمها المصارف الفلسطينية.

الصراف الآلي
الخدمة المصرفية عبر الانترنت
البطاقات الائتمانية
الخدمة المصرفية عبر الهاتف
خدمة الرسائل القصيرة
خدمة الموبايل البنكي

(١) خدمة الصراف الآلي:

يعتبر الصراف الآلي واحد من أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية في فلسطين حيث يلعب دور أساسي في تقديم خدمات مصرفية إلكترونية وفي تخفيف الضغط الحاصل في فروع البنوك وتقليل التكلفة على هذه البنوك، حيث تطور عدد المستخدمين لخدمات الصراف الآلي في فلسطين بشكل متزايد خلال السنوات السابقة وينم عن مدى ثقة معتمدي البنوك في هذه الخدمة ، وقد قامت سلطة النقد خلال العام ٢٠١٦ بإطلاق المفتاح الوطني ١٩٤ من خلاله بالإمكان استخدام أي صراف تابع لأي بنك ومشترك في المفتاح الوطني ان يقدم المعتمد باستخدامها مقابل عمولة قيمتها شيكل واحد فقط مقابل كل سحب وبالتالي سهلت على المعتمدين استخدام صرافات البنوك المختلفة وبكلفة بسيطة جداً.

ومن أهم الخدمات التي يقدمها البنك العربي لمعتمديه من خلال الصرافات الآلية المنتشرة لدى فروعها ومعظم الأسواق التجارية ومحطات الوقود...، ومنها:^١

- خدمة السحب النقدي.
- خدمات الإبداع النقدي الفوري.
- الاستفسار عن الرصيد.

^١ <http://www.arabbank.ps/ar/waysbankhala.aspx> ٢٤/٠٢/٢٠١٦

- طلب كشف حساب مختصر .
- طلب دفاتر شيكات يتم استلامه من الفرع.
- طلب كشف حساب يتم ارساله بالبريد .
- تسديد الفواتير (الاتصالات، وجوال).
- خدمة أضافة الرصيد للهاتف الخليوي (جوال، وطنية موبايل).
- خدمات بطاقة فيزا الائتمانية (معلومات البطاقة حركات البطاقة، تسديد دفعات البطاقة).
- تحويل الأموال بين حساباتك، تحويل الأموال الى حسابات أخرى ضمن البنك العربي فلسطين.

كما توفر صرافات البنك العربي خدمة قبول البطاقات الدولية من خلال خدمتي السحب النقدي والاستفسار عن الرصيد لحاملي بطاقات فيزا الدولية وحاملي بطاقات ماستر كارد الدولية).

الجدول (٢,٢): الحركات التي تم تنفيذها من خلال الصراف الالي للبنك العربي للعام ٢٠١٦

التحويل بين الحسابات	الاستعلام عن الرصيد	تسديد الفواتير	الإيداع النقدي	السحب النقدي	طلبات دفاتر شيكات	تسديد بطاقات فيزا الائتمانية	كشف حساب	شحن الهواتف الخليوية	تحويل الدفعات	مجموع الحركات	وع المعاملات التي تمت من خلال ATM للعام ٢٠١٦
١٥٣٠٢	١١٩١٥٠ ٢	١٢٥	٦٨٢٩٠ ٦	٣٧٢٨٢٠١	٥٧١٠١	٣٤٢٢	١٧٤٣٩٠	٦١٧٣٠	١٧٢٨٣	٥٩٣٣٣٠ ٤	عدد الحركات

يظهر الجدول (٢,٢) اعلاه عدد الحركات التي تم تنفيذها من خلال الصراف الالي للعام ٢٠١٦ بكافة انواع الحركات حيث يبين لنا مدى اهمية الصراف الالي لقدرته على خدمة معتمدي البنك في كافة الاوقات وعلى مدار العام دون توقف ولهذا يعتبر الصراف الالي من أكثر الخدمات الالكترونية استخداما لسهولة التعامل معه.

(٢) الخدمة الالكترونية عبر الانترنت:

وتعرف هذه الخدمة أيضا بمصرف الانترنت، فهي عبارة عن انجاز المعاملات المصرفية من خلال الدخول على موقع البنك على الانترنت، حيث تسمح هذه الخدمة المريحة الامنة للعملاء الذين لديهم بطاقات السحب الالي من الدخول لمعلوماتهم المصرفية من أي مكان وعلى مدار

الساعة سواء من المنزل أو المكتب، ويتك إعطاء العميل رقم شخصي تعريف لتسهيل الدخول وإجراءات المعاملات المالية، وبالتالي يمكن للعملاء التحكم بأموالهم مع توافر إجراءات حماية وأمان في عملية التصفح والبحث والعرض.^١

ويوفر البنك العربي الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت من خلال عربي اون لاين والمتوفرة باللغتين العربية والانجليزية، والتي يمكن من خلالها القيام بما يلي:^٢

- الاطلاع على ارصدة وتفاصيل حسابك.
- الحصول على كشف حساب تفصيلي فوري.
- إنشاء أوامر تغطية لأي من حساباتك لتسديد أي التزامات أو سحبات عليها.
- فتح حسابات فرعية.
- انشاء حوالات مستقبلية وحوالات متكررة.
- الاطلاع على ارصدة وتفاصيل بطاقاتك الائتمانية وتسديد أية مستحقات قائمة.
- تسديد أية التزامات قائمة على بطاقات ائتمانية أخرى لدى البنك العربي.
- التحويل بين حساباتك، أو لحسابات أخرى لدى البنك العربي أو لبنوك محلية ودولية.
- شحن الخط الخليوي (لمشتركي جوال ووطنية موبايل)
- تسديد فواتير الخدمات الحالية أو المستقبلية (الاتصالات، جوال وجامعة بيرزيت وأخرى)
- الاطلاع على آخر أسعار صرف العملات الأجنبية.
- ارسال برجي الكتروني أمن للبنك.
- التقدم لأي من الخدمات التالية:
 - طلب دفاتر شيكات.
 - طلب شهادة رصيد أو شهادة عمولات وفوائد.
 - طلب بطاقات ائتمانية أو قروض.
 - التسجيل الفوري لخدمة " هلا عربي " الخدمة المصرفية الهاتفية.
 - ارسال تعليمات خاصة.
 - خدمات أخرى عن طريق مركز الطلبات.

^١ مرابط، م. (٢٠١٥): أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خضير، الجزائر.

^٢ <http://www.arabbank.ps/ar/waysbankhala.aspx> ٢٤/٠٢/٢٠١٦

٣) البطاقات الائتمانية:

وهي من الخدمات الالكترونية المهمة التي تقدمها البنوك في فلسطين من خلال بطاقات بلاستيكية تصدر من خلال البنوك بالتعاون مع شركات عالمية تمتلك هذه البطاقات مثل شركة فيزا وشركة ماستر كارد ويمكن استخدام هذه البطاقات بديلا عن النقد في كافة دول العالم واستخدامها في شراء السلع او السحب النقدي من خلال اجهزة الصراف الالي. حيث يقدم البنك العربي العديد من البطاقات الائتمانية منها:^١

- بطاقة فيزا سلفر الائتمانية.
- بطاقة فيزا جولدا الائتمانية.
- بطاقة فيزا بلاك الائتمانية.
- بطاقة فيزا بلاتينيوم الائتمانية.
- بطاقة تيتانيوم ماستر كارد
- بطاقة VISA Signature الائتمانية.

٥) خدمة الرسائل القصيرة:

هي خدمة تتيح للعميل استقبال رسائل قصيرة للعديد من الخدمات المصرفية والحركات التي تمت على حساباته، إضافة الى معلومات ترويجية عن المصرف بحيث يستقبلها بشكل منتظم على هاتفه الخليوي في أي مكان وفي أي وقت، ومن أهم الرسائل تحويل الراتب التحويلات بين الحسابات، الإيداع النقدي، معاملات بطاقات السحب الالي ومعاملات استخدام بطاقات الائتمان.^٢

ويوفر البنك العربي من خلال خدمة SMS اكسبرس ومن خلال هذه الحزمة ستصلك رسائل نصية فورية تتعلق بالعمليات التالية التي تتم على حسابك / حساباتك:^٣

- سحب نقدي باستخدام الصراف الالي أو عن طريق الفرع.
- حوالة واردة أو صادرة.
- دفع قيمة مشترياتك بواسطة الفيزا الكترون.

^١ <http://www.arabbank.ps/ar/waysbankhala.aspx> ٢٤/٠٢/٢٠١٦

^٢ مرابط، م.(٢٠١٥): أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خضير، الجزائر.

^٣ <http://www.arabbank.ps/ar/waysbankhala.aspx> ٢٤/٠٢/٢٠١٦

- استحقاق وديعة مربوطة. إيداع راتب، نقدي، شيك.
- تسوية قيد مشتريات بطاقة فيزا الالكترون.
- تسديد دفعة بطاقة فيزا الائتمانية.
- تسديد الفواتير.
- شيك مرتجع صادر من حسابك، أو مودع لحسابك.
- شيك وارد الى حسابك.
- تسوية قيد سحب نقدي صراف الي.
- شحن هاتف خلوي.

٦) الخدمات المصرفية عبر الهاتف:

وهي مراكز خدمة مصرفية هاتفية خاصة تقدمها البنوك لعملائها على مدار الساعة وعلى مدار الأسبوع من خلال تواجد موظفيهم لتقديم المساعدة على الهاتف في كافة أنواع الخدمات المصرفية والاستفسارات العامة لدى العملاء، وهي جزء من الاعمال المصرفية عن بعد والتي يحصل العميل من خلالها على العديد من الخدمات التي يحتاج اليها، وقد حددت البنوك أرقام هاتفية للاتصال بها والحصول على الخدمة المطلوبة بعد ادخال رقم الحساب والرقم السري والتحدث مع الموظف المسؤول^١.

حيث ان الخدمة التي يقدمها البنك العربي من خلال مركز Call Center وذلك بالاتصال على الرقم المجاني ١٨٠٠٣٣٣٣٣٣ مدعمة بمجموعة من مسؤولي خدمة المعتمدين لتوفير أية مساعدة قد يحتاجها المعتمد وللإجابة عن أية استفسار عن خدمات ومنتجات البنك^٢.

٧) الخدمات المصرفية من خلال الموبايل (خدمة الموبايل البنكية):

هي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف المحمول، من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول الى حسابه للاستعلام عن ارصده وكذلك للخصم منه تنفيذاً لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة، وتتيح هذه الخدمات للعملاء التحكم في حساباتهم وإجراء عمليات الدفع وتحويل الأموال من أي مكان في العالم بواسطة هواتفهم المحمولة^٣.

^١ معهد الدراسات المصرفية (٢٠١٣): الخدمات المصرفية الالكترونية، مجلة إضاءات، ع.١٢، الكويت.

^٢ <http://www.arabbank.ps/ar/waysbankhala.aspx> ٢٤/٠٢/٢٠١٦

^٣ مرابط، م.(٢٠١٥): أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خضير، الجزائر.

ويقدم البنك العربي من خلال خدمة عربي موبايل المتوفرة باللغتين العربية والانجليزية، العديد من الخدمات منها:^١

- الاطلاع على أرصدة وتفاصيل حساباتك وتفاصيل الحركات بخيارات عرض مختلفة.
- الاطلاع على ارصدة وتفاصيل بطاقتك الائتمانية بخيارات عرض مختلفة.
- التحويل المالي بين الحسابات.
- التحويلات المالية لحسابات أخرى لدى البنك العربي.
- إمكانية انشاء حوالات مستقبلية.
- تسديد أي مستحقات قائمة على بطاقتك الائتمانية أو أية بطاقات أخرى صادرة عن البنك العربي.
- خدمة دفع الفواتير من حساباتك او من خلال بطاقتك الائتمانية.
- تقديم طلب للحصول على بطاقة ائتمانية او قرض (شخصي، سكني، أو تمويل سيارات).
- معرفة مواقع الفروع والصرافات الالية وإرشادات الوصول إليها.
- إرسال بريد الكتروني آمن للبنك.

٢,٢,١٣ نبذة عن الجهاز المصرفي الفلسطيني:^٢

يخضع الجهاز المصرفي الفلسطيني لقوانين سلطة النقد الفلسطينية والتي تأسست في العام ١٩٩٥ كمؤسسة مستقلة في ظل عدم وجود بنك مركزي فلسطيني، وفي العام ١٩٩٧ أصدر المجلس التشريعي الفلسطيني قانونا يدعم وجود ويساعدها على ضمان سلامة العمل المصرفي، والحفاظ على الاستقرار النقدي وتشجيع النمو الاقتصادي في فلسطين. وتسعى سلطة النقد الفلسطينية الى أن تصبح البنك المركزي لدولة فلسطين المستقلة ذات السيادة، وأن تكون في طليعة المراكز الاقليمية والدولية في مجال تحقيق الاستقرار النقدي والمالي والنمو الاقتصادي.

^١ <http://www.arabbank.ps/ar/waysbankhala.aspx> ٢٤/٠٢/٢٠١٦

^٢ سلطة النقد الفلسطينية، سلطة النقد رقابة وحكومية نحو جهاز مصرفي آمن ومستقر، www.pma.ps/portals/1/Amwali/Brochures/pma.pdf

وتهدف سلطة النقد الى المحافظة على تعزيز الثقة المحلية والدولية بسلطة النقد الفلسطينية وبالنظام المصرفي الفلسطيني، وتعزيز العلاقة مع الجهاز المصرفي وغيره من المؤسسات الخاضعة لرقابة سلطة النقد، من اجل توفير البيئة الادارية وتشجيع المؤسسات المالية على تطوير الخدمات التي تقدمها، بالإضافة الى تنظيم وترخيص وتسجيل ومراقبة المصارف ومؤسسات الاقراض المتخصصة العاملة في فلسطين، وكذلك المتعاملين بالصرف الاجنبي.

ومن اهم المهام الموكلة الى سلطة النقد الحفاظ على جهاز مصرفي امن ومضمون وإدارة السياسة النقدية والحفاظ على الاستقرار النقدي والاقتصادي بالإضافة الى الرقابة والإشراف على المصارف ومدى امتثالها للقرانين والتعليمات وتنظيم ومراقبة مهنة الصرافة والشركات المالية وإصدار التراخيص اللازمة.

ويعمل في فلسطين عدد من البنوك التجارية والإسلامية والتي تقوم بتقديم خدماتها المصرفية بشكل كامل لمتعمديها، ومن اهم هذه الخدمات هي الخدمات الالكترونية، والتي تشمل العديد من الخدمات (الصراف الالي، خدمة الانترنت المصرفية، الخدمات التجارية، الرسائل القصيرة وخدمة الموبايل البنكية)، وهذه قائمة بالبنوك العاملة في فلسطين كما هي موضحة في الجدول (٣،٢):

الجدول (٣،٢): البنوك العاملة في فلسطين^١

التسجيل	سنة التأسيس	البنوك العاملة في فلسطين
وافد	١٩٣٠	البنك العربي
محلي	١٩٦٠	بنك فلسطين
محلي	٢٠١٢	البنك الوطني
محلي	١٩٩٤	بنك الاستثمار الفلسطيني
محلي	٢٠١٦	مصرف الصفا
وافد	١٩٦٠	بنك القاهرة عمان
وافد	١٩٩٣	بنك الإسكان للتجارة والتمويل
وافد	١٩٦٠	بنك الأردن
وافد	١٩٩٥	البنك الأهلي الأردني
وافد	١٩٧٧	البنك التجاري الأردني
محلي	١٩٩٥	بنك القدس

^١ سلطة النقد الفلسطينية، دليل المصارف المرخصة العاملة في فلسطين، بيانات عناوين الإدارة والتفرع، ٢٠١٩/٠٢/٢٦، <http://www.pma.ps/ar-eg/banksdirectory.aspx>

وافت	١٩٤٦	البنك العقاري المصري العربي
محلّي	١٩٩٥	البنك الإسلامي الفلسطيني
محلّي	١٩٩٥	البنك الإسلامي العربي

١٤,٢,٢ نبذة عن البنك العربي:

تأسس البنك العربي والذي يتخذ من العاصمة الأردنية عمان، مقرّاً له في العام ١٩٣٠، وهو يمتلك حالياً أكبر شبكة مصرفية عربية عالمية تضم ما يزيد عن ٦٠٠ فرع، موزعة عبر خمس قارات. ويحظى البنك بحضور بارز في الأسواق والمراكز المالية الرئيسية في العالم، مثل لندن ودبي وسنغافورة وجنيف وباريس وفرانكفورت وسيدني والبحرين^١.

قام البنك العربي في العام ١٩٩٦ بإنشاء صفحة خاصة به على الانترنت (www.arabbank.com) وفي العام ١٩٩٧ تم تركيب صرافات الية في الفروع الرئيسية للبنك العربي ومنذ ذلك الحين والبنك يعمل على تطوير الخدمة الالكترونية البنكية ويعتبر البنك العربي هو البنك الاول الذي بدأ في توفير خدمة القنوات الالكترونية في فلسطين.

^١ الموقع الاقتصادي http://www.aliqtisadi.ps/ar_page.php?id=b٥٧٩d٦y١١٨٩٣٢٠٦Yb٥٧٩d٦٠٦/١٠/٢٠١٧
٢٠١٩/٠١/٠٣

الفصل الثالث

تمهيد

- ١,٣ منهج الدراسة
- ٢,٣ مصادر جمع المعلومات
- ٣,٣ مجتمع الدراسة
- ٤,٣ عينة الدراسة
- ٥,٣ أداة الدراسة الرئيسية
- ٦,٣ وصف متغيرات أداة الدراسة
- ٧,٣ صدق الأداة
- ٨,٣ ثبات الأداة
- ٩,٣ إجراءات الدراسة
- ١٠,٣ المعالجة الإحصائية

تمهيد

يتناول هذا الفصل المنهجية المستخدمة التي اتبعها الباحث لإعداد هذه الدراسة، ومصادر جمع البيانات، ووصف وتحديد مجتمع الدراسة، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة، وصدقها وثباتها، وأخيراً المعالجات الإحصائية التي اعتمدها الباحث عليها في تحليل الدراسة.

١,٣ منهج الدراسة :

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف بأنه "كل منهج مرتبط بظاهرة معاصرة بقصد وصفها وتفسيرها، فالبحث الوصفي يقوم بوصف ما هو كائن وتفسيره وصفاً دقيقاً ويعبر عنه تعبيراً كيفياً يصف الظاهرة ويوضح خصائصها أو تعبيراً كمياً يعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى.

٢,٣ مصادر جمع المعلومات :

استخدم الباحث مصدرين أساسيين للمعلومات:

المصادر الثانوية: حيث اتجه الباحث في معالجة الإطار النظري للبحث الى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة بالإضافة الى البحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة.

المصادر الأولية: حيث اتجه الباحث في معالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث الى جمع البيانات الأولية من خلال تصميم الاستبانة كأداة رئيسية للبحث.

٣ . ٣ مجتمع الدراسة

يعتبر سوق مدينة اريحا سوقا حيويًا وجذابًا للبنوك للعمل والاستثمار فيه ويعتبر البنك العربي أحد أهم هذه البنوك الذي يمتلك حصة سوقية فيه حيث بلغ عدد الحسابات الفعالة (Active Account) ٦٣٩٥ حساب من أصل ٨٣٥٨ حساب، يقدم لهم البنك العربي خدماته ومنها الخدمات الالكترونية وتبلغ عدد الحسابات التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية ٤٧٣٢ حساب أي ما نسبته ٥٠,٧٤% من هذه الحسابات، سواءً خدمات الصراف الآلي أو الرسائل القصيرة او خدمة عربي موبايل أو عربي اون لاين وغيرها من الخدمات الالكترونية الأخرى التي يقدمها البنك العربي.^١

٤,٣ عينة الدراسة

قام الباحث باختيار أسلوب العينة العشوائية من مجتمع الدراسة، وذلك نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، حيث تم تحديد حجم العينة باستخدام القانون التالي:^٢

$$n = \frac{N}{N * \alpha^2 + 1}$$

$$n = \frac{4732}{4732 * .05^2 + 1} \cong 368$$

$$n = \text{حجم العينة}$$

$$N = \text{حجم المجتمع}$$

$$\alpha^2 = \text{مستوى الدلالة}$$

^١ البنك العربي، التقرير السنوي للعام ٢٠١٨

^٢ Yamane, T.(١٩٧٦) : Statistics :An Introductory Analysis ٢nd edition , New York , Harper and Row

٥,٣ أداة الدراسة الرئيسية

تم إعداد استبانة حول "العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية في البنك العربي"

تتكون استبانة الدراسة من قسمين رئيسيين هما:

القسم الأول: وهو عبارة عن السمات الشخصية عن المستجيب (الجنس، العمر، طبيعة المعتمد، مكان السكن، المستوى التعليمي).

القسم الثاني: وهو عبارة عن مجالات الدراسة حيث يتكون هذا القسم من مجالين موزعة على النحو الآتي:

- المجال الأول: يتألف من ٢٦ فقرة موزعة على ٦ محاور وهي تدرس الخصوصية، الأمان، سهولة الاستخدام، الترويج، الثقة، وتدريب المعتمدين .

- المجال الثاني: يتألف من ١٤ فقرة تدرس أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة.

وبذلك بلغ عدد فقرات أداة الدراسة ٤٧ فقرة وقد كانت الاجابات على كل فقرة من القسم الاول من الاستبانة وفق المقياس الاسمي، أما الاجابة على فقرات القسم الثاني فكانت وفق مقياس ليكرت الخماسي والثلاثي كالتالي:

جدول (١,٣): جدول مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض	أرفض بشدة
الترميز	٥	٤	٣	٢	١

جدول (٢,٣): جدول مقياس ليكرت الثلاثي

التصنيف	غالبا	أحيانا	نهائيا
الترميز	٣	٢	١

جدول (٣,٣): مفتاح الدرجات المعتمد في قياس تأثير المتغيرات^١

الدرجة	مدى متوسطها الحسابي
منخفضة	٢,٣٣ فأقل
متوسطة	٣,٦٧-٢,٣٤
عالية	٣,٦٨ فأعلى

٦,٣ وصف متغيرات أداة الدراسة

يبين الجدول (٣,٣) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس أن نسبة ٦٥,٦% للذكور، ونسبة ٣٤,٤% للإناث. ويبين متغير العمر أن نسبة ٧,٨% لأقل من ٢٠ سنة، ونسبة ٢٦,٥% من ٢٠-٢٩ سنة، ونسبة ٣٠,٤% من ٣٠-٣٩ سنة، ونسبة ٢٣,٥% من ٤٠-٤٩ سنة، ونسبة ١١,٨% ل ٥٠ سنة فأكثر. ويبين متغير طبيعة المعتمد أن نسبة ٤٧,١% للموظفين، ونسبة ١٧,٦% للتجار، ونسبة ١٤,٧% للطلاب، ونسبة ٢٠,٦% لغير ذلك. ويبين متغير مكان السكن أن نسبة ٦٩,٦% للمدينة، ونسبة ٢٠,٦% للقرية، ونسبة ٩,٨% للمخيم. ويبين متغير المستوى التعليمي أن نسبة ٣٧,٣% للدبلوم أو أقل، ونسبة ٥٢% للبكالوريوس، ونسبة ١٠,٨% للدراسات العليا.

^١ *<http://www.macrothink.org/journal/index.php/jmr/article/viewFile/٦١٣٧/٥٢٠٥>

جدول (٤,٣): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة.

المتغير	المستوى	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	٢٤٢	٦٥,٦
	أنثى	١٢٧	٣٤,٤
العمر	أقل من ٢٠ سنة	٢٩	٧,٨
	من ٢٠-٢٩ سنة	٩٨	٢٦,٥
	من ٣٠-٣٩ سنة	١١٢	٣٠,٤
	من ٤٠-٤٩ سنة	٨٧	٢٣,٥
	٥٠ سنة فأكثر	٤٣	١١,٨
طبيعة المعتمد	موظف	١٤٧	٤٧,١
	تاجر	٦٥	١٧,٦
	طالب	٥٤	١٤,٧
	غير ذلك	٧٦	٢٠,٦
مكان السكن	مدينة	٢٥٧	٦٩,٦
	قرية	٧٦	٢٠,٦
	مخيم	٣٦	٩,٨
المستوى التعليمي	دبلوم أو أقل	١٣٧	٣٧,٣
	بكالوريوس	١٩٢	٥٢,٠
	دراسات عليا	٤٠	١٠,٧

٧,٣ صدق الأداة

قام الباحث بتصميم الاستبانة بصورتها الأولية، ومن ثم تم التحقق من صدق أداة الدراسة بعرضها على المشرف ومجموعة من المحكمين ومن ثم طلب منهم إبداء الرأي في فقرات الاستبانة من حيث: مدى وضوح لغة الفقرات وسلامتها لغوياً، ومدى شمول الفقرات للجانب المدروس، وإضافة أي معلومات أو تعديلات أو فقرات يرونها مناسبة، ووفق هذه الملاحظات تم إخراج الاستبانة بصورتها النهائية.

من ناحية أخرى تم التحقق من صدق الأداة أيضاً بحساب معامل الارتباط بيرسون لفقرات الاستبانة مع الدرجة الكلية للأداة، واتضح وجود دلالة إحصائية في جميع فقرات الاستبانة ويدل على أن هناك اتساق داخلي بين الفقرات. والجداول التالية تبين ذلك:

جدول (٥,٣): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي

رقم السؤال	قيمة R	الدالة الإحصائية	رقم السؤال	قيمة R	الدالة الإحصائية	رقم السؤال	قيمة R	الدالة الإحصائية
١	.٦٩٨٠	٠,٠٠٠	١٠	.٧١٧٠	٠,٠٠٠	١٩	.٦٠٦٠	٠,٠٠٠
٢	.٦٠٥٠	٠,٠٠٠	١١	.٤٩٠٠	٠,٠٠٠	٢٠	.٥٨٥٠	٠,٠٠٠
٣	.٥٤٠٠	٠,٠٠٠	١٢	.٤٩٠٠	٠,٠٠٠	٢١	.٦١٦٠	٠,٠٠٠
٤	.٥٤٢٠	٠,٠٠٠	١٣	.٦٣٨٠	٠,٠٠٠	٢٢	.٧٤٤٠	٠,٠٠٠
٥	.٥٣٤٠	٠,٠٠٠	١٤	.٦٥٨٠	٠,٠٠٠	٢٣	.٦٢٢٠	٠,٠٠٠
٦	.٤٩٩٠	٠,٠٠٠	١٥	.٤٩٥٠	٠,٠٠٠	٢٤	.٤٥١٠	٠,٠٠٠
٧	.٦٨٢٠	٠,٠٠٠	١٦	.٦٥٣٠	٠,٠٠٠	٢٥	.٦١٨٠	٠,٠٠٠
٨	.٥٤٨٠	٠,٠٠٠	١٧	.٥٧٩٠	٠,٠٠٠	٢٦	.٦٣٦٠	٠,٠٠٠
٩	.٥٨٦٠	٠,٠٠٠	١٨	.٧١١٠	٠,٠٠٠			

جدول (٥,٣): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي

رقم السؤال	قيمة R	الدالة الإحصائية	رقم السؤال	قيمة R	الدالة الإحصائية	رقم السؤال	قيمة R	الدالة الإحصائية
١	.٤١١٠	٠,٠٠٠٠	٦	.٧٢٢٠	٠,٠٠٠٠	١١	.٦٧٥٠	٠,٠٠٠٠
٢	.٤٠٦٠	٠,٠٠٠٠	٧	.٦٧٨٠	٠,٠٠٠٠	١٢	.٦٩٠٠	٠,٠٠٠٠
٣	.٤٤٤٠	٠,٠٠٠٠	٨	.٦٦٤٠	٠,٠٠٠٠	١٣	.٧٢٣٠	٠,٠٠٠٠
٤	.٤٤٦٠	٠,٠٠٠٠	٩	.٣٤٩٠	٠,٠٠٠٠	١٤	.٦٤٠٠	٠,٠٠٠٠
٥	.٧٢١٠	٠,٠٠٠٠	١٠	.٦٣١٠	٠,٠٠٠٠			

٨,٣ ثبات الدراسة

قام الباحث من التحقق من ثبات الأداة، من خلال حساب ثبات الدرجة الكلية لمعامل الثبات، لفقرات الدراسة حسب معادلة الثبات كرونباخ الفا، وكانت الدرجة الكلية للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي (٠,٩٢٦)، و(٠,٨٥٤) لاستخدام هذه الخدمات. وهذه النتيجة تشير الى تمتع هذه الاداة بثبات يفي بأغراض الدراسة. ويبين الجدول التالي نتائج اختبار كرونباخ الفا للمحاور والدرجة الكلية:

جدول (٦,٣): معامل الثبات للمحاور والدرجة الكلية.

معامل الثبات	المحاور
٠,٨٤٣	الخصوصية
٠,٨٥٣	الأمان
٠,٧٦٥	سهولة الاستخدام
٠,٨٣٤	الترويج
٠,٨٣٥	الثقة
٠,٨٩٣	تدريب المعتمدين
٠,٩٢٦	الدرجة الكلية للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية

٩,٣ إجراءات الدراسة

قام الباحث بتطبيق الأداة على أفراد عينة الدراسة، وبعد أن اكتملت عملية تجميع الاستبانات من أفراد العينة بعد إجابتهم عليها بطريقة صحيحة، تبين للباحث أن عدد الاستبانات المستردة الصالحة والتي خضعت للتحليل الإحصائي: (٣٦٨) استبانة.

٣ . ١٠ المعالجة الإحصائية

بعد جمع الاستبانات والتأكد من صلاحيتها للتحليل تم ترميزها (إعطائها أرقاماً معينة)، وذلك تمهيداً لإدخال بياناتها إلى جهاز الحاسوب الآلي لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة، وتحليل البيانات وفقاً لأسئلة الدراسة، وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج الأعداد والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ومعامل ارتباط بيرسون، ومعادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، وذلك باستخدام الرزم الإحصائية (SPSS) (Statistical Package For Social Sciences) الإصدار السابع عشر

الفصل الرابع

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها

١,٤ تمهيد

٢,٤ نتائج أسئلة الدراسة

١,٢,٤ محور الخصوصية

٢,٢,٤ محور الأمان

٣,٢,٤ محور سهولة الاستخدام

٤,٢,٤ محور الترويج

٥,٢,٤ محور الثقة

٦,٢,٤ محور التدريب

٧,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الأول

٨,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني

٩,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث

١٠,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع

١١,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس

٤ . ١ تمهيد

تضمن هذا الفصل عرضاً لبيانات الدراسة وتحليلها ومناقشتها، التي توصل إليها الباحث عن موضوع الدراسة وهو " العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية في البنك العربي " وبيان أثر كل من المتغيرات من خلال استجابة أفراد العينة على أداة الدراسة، وتحليل البيانات الإحصائية التي تم الحصول عليها. وحتى يتم تحديد درجة متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة تم اعتماد

الجدول رقم (٣,٣)

٤ . ٢ نتائج أسئلة الدراسة:

النتائج المتعلقة بمحاور السؤال الأول: "ماهي العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات

الالكترونية في البنك العربي؟"

١,٢,٤ محور الخصوصية

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة

على مجالات الاستبانة التي تعبر عن محور الخصوصية.

جدول (٢,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الخصوصية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف ^١	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
١	معلوماتك المالية سرية من خلال استخدامك للخدمات الالكترونية	٤,٢٢	٠,٦٨٤	١٦,٢	٩,٠٩١	٠,٠٠٠	عالية	٨٤,٤
٢	حركات المالية سرية من خلال استخدامك للخدمات الالكترونية	٤,١٦	٠,٥٩٣	١٤,٣	٩,٤٨٨	٠,٠٠٠	عالية	٨٣,٢
٥	يحافظ البنك على حقوق المعتمدين من خلال استخدامهم للخدمات الالكترونية	٤,١٤	٠,٧٤٥	١٨,٠	٧,٢٨٢	٠,٠٠٠	عالية	٨٢,٨
٣	حافظت الخدمات الالكترونية على محدودية التعامل مع معلوماتك من قبل موظفي البنك	٤,٠٤	٠,٦٤٤	١٥,٩	٦,٨٩٢	٠,٠٠٠	عالية	٨٠,٨
٤	الخدمات الالكترونية دعمت عنصر الخصوصية في الخدمات المقدمة للمعتمدين	٤,٠٠	٠,٧٥٨	١٩	٥,٣٣١	٠,٠٠٠	عالية	٨٠,٠

^١ معامل الاختلاف في نظرية الاحتمالات والإحصاء، هو مقياس لثبوت أو تبعثر توزيع الاحتمال أو توزيع التكرار

الدرجة الكلية	٤,١٠٩٨	٠,٥٣٨٨٩	١٣,١	٩,٥٥٤	٠,٠٠٠	عالية	٨٢,٢
---------------	--------	---------	------	-------	-------	-------	------

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على محور الخصوصية أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (٤,١٠) وانحراف معياري (٠,٥٣٨) وهذا يدل على أن محور الخصوصية جاء بدرجة عالية.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (٢,٤) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة عالية. وحصلت الفقرة " معلوماتك المالية سرية من خلال استخدامك للخدمات الالكترونية " على أعلى متوسط حسابي (٤,٢٢)، يليها فقرة " حركات المالية سرية من خلال استخدامك للخدمات الالكترونية " بمتوسط حسابي (٤,١٦). وحصلت الفقرة " الخدمات الالكترونية دعمت عنصر الخصوصية في الخدمات المقدمة للمعتمدين " على أقل متوسط حسابي (٤,٠٠)، يليها الفقرة " حافظت الخدمات الالكترونية على محدودية التعامل مع معلوماتك من قبل موظفي البنك " بمتوسط حسابي (٤,٠٤).

يرد الباحث السبب في حصول سرية المعلومات المالية والحركات المالية على اعلى متوسط حسابي لارتفاع مستوى الثقة في مستوى الخدمات التي يقدمها البنك لمعتمديه من جهة والى قناعة المعتمدين بأن اجراء حركاتهم المالية من خلال الخدمات الالكترونية يقلل من احتكاكهم مع الموظفين من جهة ومع المعتمدين الاخرين من جهة اخرى داخل الفروع الامر الذي يزيد من سرية المعلومات المالية والحركات المالية التي يقومون بها. في حين حصلت انخفاض محدودية التعامل مع الموظفين داخل الفروع كون العديد من الخدمات التي يطلبها المعتمدين لا تتم إلا من خلال الموظفين، بالإضافة الى أن العديد من الخدمات التي يطلبها المعتمد من خلال الخدمات الالكترونية يتسلمها من خلال الموظفين داخل الفروع كطلب دفاتر الشيكات مثلا فان المعتمد بمقدوره طلبه من خلال الصرافات الآلية أو من خلال الصفحة الالكترونية على موقع البنك العربي إلا ان استلام الدفاتر يتم من خلال زيارة الفروع وتسلمها من قبل الموظفين.

٢,٢,٤ محور الأمان

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن محور الأمان.

جدول (٣,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الأمان

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
١	توفير أنظمة حماية من قبل البنوك على هذا النوع من الخدمات يشكل لدي ميزة بأن أقوم باستخدامها أكثر	٤,٢١	٠,٧٣٦	١٧,٥	٨,٣١٧	٠,٠٠٠	عالية	٨٤,٢
٥	الحركات المالية من خلال الخدمات الالكترونية موثوقة	٤,١٠	٠,٨١٥	١٩,٩	٦,١٧٥	٠,٠٠٠	عالية	٨٢,٠
٢	يقدم البنك العربي الخدمة الالكترونية بطريقة امنة ومكفولة	٤,٠٦	٠,٧٥٥	١٦,٦	٦,١٣٤	٠,٠٠٠	عالية	٨١,٢
٤	الخروج للخدمة الالكترونية امن من الاختراقات	٣,٩٢	٠,٨١٧	٢٠,٨	٣,٩٧٦	٠,٠٠٠	عالية	٧٨,٤
٣	الدخول للخدمة الالكترونية امن من الاختراقات	٣,٩١	٠,٨٨٠	٢٢,٥	٣,٥٧٨	٠,٠٠١	عالية	٧٨,٢
	الدرجة الكلية	٤,٠٣٩٢	٠,٦٣٦٢٣	١٥,٨	٦,٩٧٢	٠,٠٠٠	عالية	٨٠,٨

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على محور الأمان أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (٤,٠٣) وانحراف معياري (٠,٦٣٦) وهذا يدل على أن محور الأمان جاء بدرجة عالية.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (٣,٤) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة عالية. وحصلت الفقرة " توفير أنظمة حماية من قبل البنوك على هذا النوع من الخدمات يشكل لدي ميزة بأن أقوم باستخدامها

أكثر " على أعلى متوسط حسابي (٤,٢١)، يليها فقرة " الحركات المالية من خلال الخدمات الالكترونية موثوقة " بمتوسط حسابي (٤,١٠). وحصلت الفقرة " الدخول للخدمة الالكترونية امن من الاختراقات " على أقل متوسط حسابي (٣,٩١)، يليها الفقرة " الخروج للخدمة الالكترونية امن من الاختراقات " بمتوسط حسابي (٣,٩٢).

يرد الباحث الاقبال على طلب الخدمات الالكترونية إلى ارتفاع مستوى الثقة لدى المعتمدين بتوفر أنظمة حماية فعالة وتتمتع بثقة عالية الامر الذي يشكل ميزة ومحفز لاستخدام هذه الخدمات، ويرى ان السبب في حصول _الدخول للخدمة والخروج منها اقل امنا من الاختراقات هو المعتمد نفسه وكيفية حصوله على هذه الخدمات وطريقة الدخول لها من خلال الشبكات الالكترونية ومحركات البحث وكيفية الخروج منها بعد الانتهاء من الحصول على الخدمة المطلوبة، ولزيادة الأمان فقد قام البنك العربي بتصميم نظام يتم الخروج منه آليا بعد خمسة عشر دقيقة من الدخول للنظام.

٤,٢,٣ محور سهولة الاستخدام

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن محور سهولة الاستخدام.

جدول (٤,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور سهولة الاستخدام

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
٣	استخدامك للخدمات الالكترونية اختصار للوقت	٤,٠٧	٠,٨٤٧	٢٠,٨	٥,٥٨٥	٠,٠٠٠	عالية	٨١,٤
٢	الخدمات الالكترونية متاحة في اي وقت ومن اي مكان	٤,٠٣	٠,٧٧٧	١٩,٣	٥,٥٨٤	٠,٠٠٠	عالية	٨٠,٦

١	امكانية التعامل مع الخدمات الالكترونية بدون صعوبات	٣,٩٨	٠,٨٤٤	٢١,٢	٤,٥٥١	٠,٠٠٠	عالية	٧٩,٦						
٤	تقلل الخدمات الالكترونية من الازدحام	٣,٩٧	٠,٩٣٨	٢٣,٦	٣,٩٨٩	٠,٠٠٠	عالية	٧٩,٤						
الدرجة الكلية								٤٠,١٢٣	٠,٦٥٣٧٩	١٦,٣	٦,٣٦٨	٠,٠٠٠	عالية	٨٠,٢

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على محور سهولة الاستخدام أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (٤,٠١) وانحراف معياري (٠,٦٥٣) وهذا يدل على أن محور سهولة الاستخدام جاء بدرجة عالية. كما وتشير النتائج في الجدول رقم (٤,٤) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة عالية. وحصلت الفقرة " استخدامك للخدمات الالكترونية اختصار للوقت " على أعلى متوسط حسابي (٤,٠٧)، يليها فقرة " الخدمات الالكترونية متاحة في اي وقت ومن اي مكان " بمتوسط حسابي (٤,٠٣). وحصلت الفقرة " تقلل الخدمات الالكترونية من الازدحام " على أقل متوسط حسابي (٣,٩٧)، يليها الفقرة " امكانية التعامل مع الخدمات الالكترونية بدون صعوبات " بمتوسط حسابي (٣,٩٨).

يرد الباحث السبب في حصول فقرة استخدام الالكترونية بشكل اختصارا للوقت، كون المعتمد بإمكانه الحصول على العديد من الخدمات من خلال هاتفه النقال او جهاز الحاسب لديه، سواء في بيته أو مكان عمله دون الحاجة للذهاب إلى الفرع أو من خلال الصرافات الآلية المنتشرة في المنطقة والقريبة منه، مما يخفف عليه عناء الانتقال وترك العمل وإهدار الوقت في الانتظار للحصول على الخدمة. في حين يرد الباحث سبب عدم انخفاض معدلات الازدحام نتيجة استخدام الالكترونية، إلى أن العديد من الحاصلين على الخدمات المصرفية داخل الفروع ليسوا بالضرورة معتمدين، ويمكن ملاحظة هذا الازدحام في فترات التسجيل للجامعات، حيث تعج الفروع بالطلبة الذين يتوافدون لشراء طلبات الالتحاق بالجامعات، بالإضافة الى الزبائن الذين يزرون الفروع

للحصول على ارباح استثماراتهم (ارباح الاسهم) من الشركات التي تقوم بتوزيعها من خلال البنك. ويرد الباحث وجود صعوبات في استخدام الخدمات الالكترونية لدى المعتمدين إلى أن هذه الخدمات حديثة وبحاجة إلى تدريبهم عليها وهذا ما يقوم به البنك العربي كما أسلف الباحث سابقا.

٤,٢,٤ محور الترويج

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن محور الترويج.

جدول (٥,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الترويج

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
١	كان للبنك وموظفيه التأثير الأكبر في استخدامك للخدمات الالكترونية	٤,٠١	٠,٧٧٧	١٩,٤	٥,٣٢٦	٠,٠٠٠	عالية	٨٠,٢
٢	لديك معرفة بالخدمات الالكترونية المقدمة من البنك الذي تتعامل معه	٣,٨٩	٠,٨٨٩	٢٢,٩	٣,٣١٩	٠,٠٠١	عالية	٧٧,٨
٣	يقوم البنك وموظفيه بالتسويق للخدمات الالكترونية من خلال تعاملك معهم	٣,٨٤	٠,٩٠٩	٢٣,٧	٢,٧٠١	٠,٠٠٨	عالية	٧٦,٨
	الدرجة الكلية	٣,٩١٥٠	٠,٧٤٥٦٣	١٩,٠	٤,٢٦٧	٠,٠٠٠	عالية	٧٨,٣

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على محور الترويج أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (٣,٩١) وانحراف معياري (٠,٧٤٥) وهذا يدل على أن محور الترويج جاء بدرجة عالية.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (٥,٤) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة عالية. وحصلت الفقرة " كان للبنك وموظفيه التأثير الأكبر في استخدامك للخدمات الالكترونية " على أعلى متوسط حسابي (٤,٠١)، يليها فقرة " لديك معرفة بالخدمات الالكترونية المقدمة من البنك الذي تتعامل معه "

بمتوسط حسابي (٣,٨٩). وحصلت الفقرة " يقوم البنك وموظفيه بالتسويق للخدمات الالكترونية من

خلال تعاملك معهم " على أقل متوسط حسابي (٣,٨٤).

٥,٢,٤ محور الثقة

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة

على فقرات الاستبانة التي تعبر عن محور الثقة.

جدول (٦,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الثقة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
١	ثقتك تامة بأن المعلومات المالية من خلال الخدمة الالكترونية صحيحة واكيدة	٤,٠٨	٠,٧٢٧	١٧,٨	٦,٦٤٧	٠,٠٠٠	عالية	٨١,٦
٣	ثقتك تامة بأن الحركات المالية من خلال الخدمة الالكترونية صحيحة واكيدة	٤,٠٧	٠,٧٩٩	١٩,٦	٥,٩٢٢	٠,٠٠٠	عالية	٨١,٤
٤	تقوم بتنفيذ حركاتك المالية من خلال الخدمة الالكترونية	٣,٨٥	٠,٨٧٢	٢٢,٦	٢,٩٣٠	٠,٠٠٤	عالية	٧٧,٠
٢	تقوم بمراجعة البنك للتأكد من صحة البيانات والحركات التي قمت بتنفيذها من خلال الخدمات الالكترونية	٣,٨٤	٠,٩٢٠	٢٤,٠	٢,٦٦٩	٠,٠٠٩	عالية	٧٦,٨
	الدرجة الكلية	٣,٩٩٠٨	٠,٦٨١٠٢	١٧,٢	٥,٣٥٠	٠,٠٠٠	عالية	٧٩,٢

لاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات

أفراد عينة الدراسة على محور الثقة أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (٣,٩٦) وانحراف معياري

(٠,٦٨١) وهذا يدل على أن محور الثقة جاء بدرجة عالية.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (٦,٤) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة عالية. وحصلت الفقرة "

ثقتك تامة بأن المعلومات المالية من خلال الخدمة الالكترونية صحيحة واكيدة " على أعلى متوسط

حسابي (٤,٠٨)، ويليهما فقرة " ثقتك تامة بأن الحركات المالية من خلال الخدمة الالكترونية

صحيحة واكيدة " بمتوسط حسابي (٤,٠٧). وحصلت الفقرة " تقوم بمراجعة البنك للتأكد من صحة البيانات والحركات التي قمت بتنفيذها من خلال الخدمات الالكترونية " على أقل متوسط حسابي (٣,٨٤)، يليها الفقرة " تقوم بتنفيذ حركاتك المالية من خلال الخدمة الالكترونية " بمتوسط حسابي (٣,٨٥).

يرجع الباحث السبب في ارتفاع نسبة الثقة لدى المعتمدين في صحة ودقة البيانات والحركات المالية الإلكترونية إلى ارتفاع مستوى قناعة المعتمدين أن البيانات والحركات المالية التي يحصلون عليها من الخدمات الإلكترونية تخلو من عنصر الخطأ البشري وبالتالي تزداد ثقتهم بالبيانات والبيانات التي يحصلون عليها من خلال هذه الخدمات، وبالتالي تقل ضرورة مراجعة البنك للاطلاع والتأكد من صحة البيانات والحركات التي يقومون بها كونهم من يقومون بها.

٦,٢,٤ محور تدريب المعتمدين

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن محور تدريب المعتمدين.

جدول (٧,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمحور تدريب المعتمدين

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
١	ضرورة تدريب المعتمدين على استخدام الخدمات الالكترونية لزيادة عدد المستخدمين لها	٤,٢٣	٠,٦٤٣	١٥,٢	٩,٨١٨	٠,٠٠٠	عالية	٨٤,٦
٢	الشرح المباشر للخدمات الالكترونية من قبل موظفي البنك يزيد من استخدامها من قبل المعتمدين	٤,١٩	٠,٦٨٥	١٦,٣	٨,٦٣٨	٠,٠٠٠	عالية	٨٣,٨
٥	التشجيع على استخدام الخدمات الالكترونية من قبل البنك يزيد في استخدامها من قبل المعتمدين	٤,١٣	٠,٧٢٧	١٧,٦	٧,٣٣٠	٠,٠٠٠	عالية	٨٢,٦
٤	دليل الاستخدام للخدمات الالكترونية يزيد من استخدامها من قبل المعتمدين	٤,٠٨	٠,٧١٣	١٧,٥	٦,٧٧٥	٠,٠٠٠	عالية	٨١,٦

٣	تدريب المعتمدين على استخدام الخدمات الالكترونية من خلال زيارتهم في مكان عملهم يزيد من استخدامها	٤,٠٠	٠,٧٤٥	١٨,٦	٥,٤٢٥	٠,٠٠٠	عالية	٨٠,٠
الدرجة الكلية		٤,١٢٣٥	٠,٥٨٩٠	١٤,٣	٨,٩٧٦	٠,٠٠٠	عالية	٨٢,٥

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على محور تدريب المعتمدين أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (٤,١٢) وانحراف معياري (٠,٥٨٩) وهذا يدل على أن محور تدريب المعتمدين جاء بدرجة عالية. كما وتشير النتائج في الجدول رقم (٧,٤) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة عالية. وحصلت الفقرة " ضرورة تدريب المعتمدين على استخدام الخدمات الالكترونية لزيادة عدد المستخدمين لها " على أعلى متوسط حسابي (٤,٢٣)، يليها فقرة " الشرح المباشر للخدمات الالكترونية من قبل موظفي البنك يزيد من استخدامها من قبل المعتمدين " بمتوسط حسابي (٤,١٩). وحصلت الفقرة " تدريب المعتمدين على استخدام الخدمات الالكترونية من خلال زيارتهم في مكان عملهم يزيد من استخدامها " على أقل متوسط حسابي (٤,٠٠)، يليها الفقرة " دليل الاستخدام للخدمات الالكترونية يزيد من استخدامها من قبل المعتمدين " بمتوسط حسابي (٤,٠٨).

يرى الباحث أن تدريب المعتمدين من قبل موظفين متخصصين يزيد من ثقة المعتمدين بهذه الخدمات ويزيد من اقبالهم على انجاز معاملاتهم البنكية من خلال هذه الخدمات بالإضافة إلى أن التدريب المباشر للمعتمدين من قبل الموظفين يزيد من فرص التعلم للمعتمدين ويقلل من خوف المعتمدين من الاقبال على القيام بمعاملاتهم البنكية من خلال هذه الخدمات، كما ويرى الباحث ان تدريب المعتمدين على هذه الخدمات يزيد من عدد المستخدمين لهذه الخدمات أكثر منها من تدريبهم في أماكن عملهم وذلك لانشغال المعتمدين في اعمالهم.

٤, ٢, ٧ النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

ما هي العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي؟

قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على أبعاد الاستبانة التي تعبر عن العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي.

جدول (٨,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي

الرقم	المحاور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
٦	تدريب المعتمدين	٤,١٢٣٥	٠,٥٨٩٠٤	١٤,٣	٨,٩٧٦	٠,٠٠٠	عالية	٨٢,٥
١	الخصوصية	٤,١٠٩٨	٠,٥٣٨٨٩	١٣,١	٩,٥٥٤	٠,٠٠٠	عالية	٨٢,٢
٢	الأمان	٤,٠٣٩٢	٠,٦٣٦٢٣	١٥,٨	٦,٩٧٢	٠,٠٠٠	عالية	٨٠,٨
٣	سهولة الاستخدام	٤,٠١٢٣	٠,٦٥٣٧٩	١٦,٣	٦,٣٦٨	٠,٠٠٠	عالية	٨٠,٢
٥	الثقة	٣,٩٦٠٨	٠,٦٨١٠٢	١٧,٢	٥,٣٥٠	٠,٠٠٠	عالية	٧٩,٢
٤	الترويج	٣,٩١٥٠	٠,٧٤٥٦٣	١٩,٠	٤,٢٦٧	٠,٠٠٠	عالية	٧٨,٣
	الدرجة الكلية	٤,٠٣٨٥	٠,٤٦٤٧٦	١١,٥	٩,٥٢٨	٠,٠٠٠	عالية	٨٠,٨

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (٤,٠٣) وانحراف معياري (٠,٤٦٤) وهذا يدل على أن العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي جاءت بدرجة عالية. وقد حصلت جميع المحاور على درجة عالية، وتبين أن محور تدريب المعتمدين حصل على أعلى متوسط حسابي (٤,١٢)، يليه محور الخصوصية، ومن ثم محور الأمان، يليه محور سهولة الاستخدام، ومن ثم محور الثقة، يليه محور الترويج.

ويرد الباحث السبب في حصول محور التدريب على اعلى درجة الى ضرورة تدريب المعتمدين على طلب الخدمات الالكترونية باعتبارها خدمات حديثة وجديدة وبجاجة الى التعلم حيث ان كل جديد يشكل هاجس وحاجز خوف لدى المعتمدين وبالتالي فان تدريب المعتمدين يقلل من الخوف لدى المعتمدين ويزيد من اقدمهم على طلب هذه الخدمات، وهذا ما سعى له البنك العربي من خلال توظيف موظفين يقومون باشتراك المعتمدين في هذه الخدمات وتدريبهم عليه، في حين حصل محور الترويج على اقل نسبة وذلك كون هذه الخدمات يتم الترويج لها بشكل مستمر داخل الفروع وخارجها ومن خلال مختلف وسائل التسويق والترويج بالإضافة الى انه يتم اشراك المعتمدين الجدد في هذه الخدمات تلقائيا وعند انضمامهم الى اسرة البنك العربي.

٨.٢،٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

ما مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي؟
 قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي.

جدول (٩،٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
١	السحب النقدي من خلال الصراف الالي	٢,٧٥	٠,٤٩٦	١٨,٠	٢٢,٢	.٠٠٠٠	عالية	٩١,٧
٢	الايداع النقدي من خلال الصراف الالي	٢,٤٤	٠,٦٨٣	٢٨,٠	١١,٥	.٠٠٠٠	عالية	٨١,٣
٥	الاستفسار عن الارصدة عبر الانترنت البنكي	٢,١٨	٠,٧٨٩	٢٦,٢	٦,٦١	.٠٠٠٠	متوسطة	٧٢,٧
٤	طلب دفتر شيكات من خلال الصراف الالي	٢,٠٩	٠,٨١٠	٣٨,٨	٥,٣٤	.٠٠٠٠	متوسطة	٦٩,٧
٩	الشراء من خلال البطاقات الائتمانية	٢,٠٥	٠,٧٨٨	٣٨,٤	٤,٩٨	.٠٠٠٠	متوسطة	٦٨,٣
١١	الاستفسار عن الارصدة عبر العربي موبايل	١,٩٤	٠,٨٣٠	٤٢,٨	٣,٤٢	.٠٠١٠	متوسطة	٦٤,٧
٣	تحويلات بين الحسابات من خلال الصراف الالي	١,٩٣	٠,٧٩٩	٤١,٤	٣,٤٢	.٠٠١٠	متوسطة	٦٤,٣
٦	تحويلات بين الحسابات عبر الانترنت البنكي	١,٩١	٠,٨١٠	٤٢,٤	٣,١٤	.٠٠٢٠	متوسطة	٦٣,٧

٦١,٠	متوسطة	.٠١٩٠	٢,٣٩	٤٠,٠	٠,٧٣٢	١,٨٣	الاستفسار والدخول للحساب من خلال الخدمة المصرفية عبر الهاتف	١٠
٦٠,٧	متوسطة	.٠٤٢٠	٢,٠٦	٤٤,٠	٠,٨٠١	١,٨٢	تحويل العملات عبر الانترنت البنكي	٧
٥٩,٣	متوسطة	.١٢٧٠	١,٥٣	٤٥,٨	٠,٨١٦	١,٧٨	طلب دفتر شيكات عبر الانترنت البنكي	٨
٥٨,٣	متوسطة	.٣١٦٠	١,٠٠	٤٨,٧	٠,٨٥٢	١,٧٥	تحويلات بين الحسابات عبر العربي موبايل	١٢
٥٢,٠	منخفضة	.١٩٢٠	١,٣١	٤٩,٩	٠,٧٧٨	١,٥٦	تحويل العملات عبر العربي موبايل	١٣
٤٨,٣	منخفضة	.٠٠٣٠	٣,٠٢	٤٨,١	٠,٦٩٨	١,٤٥	طلب دفتر شيكات عبر العربي موبايل	١٤
٦٥,٥	متوسطة	.٠٠٠٠	٦,٧٨	٢٣,٠	٠,٤٥١٦	١,٩٦٣	الدرجة الكلية	

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (١,٩٦) وانحراف معياري (٠,٤٥١) وهذا يدل على أن مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي جاء بدرجة متوسطة.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (٩,٤) أن فقرتين جاءتا بدرجة عالية وبدرجة منخفضة و(١٠) فقرات جاءت بدرجة متوسطة. وحصلت الفقرة " السحب النقدي من خلال الصراف الآلي " على أعلى متوسط حسابي (٢,٧٥)، يليها فقرة " الايداع النقدي من خلال الصراف الآلي " بمتوسط حسابي (٢,٤٤). وحصلت الفقرة " طلب دفتر شيكات عبر العربي موبايل " على أقل متوسط حسابي (١,٤٥)، يليها الفقرة " تبديل العملات عبر العربي موبايل " بمتوسط حسابي (١,٥٦).

يرد الباحث السبب في حصول خدمات السحب والإيداع النقدي من خلال الصراف الآلي على أعلى متوسط حسابي وذلك كون هذه الخدمات هي خدمات مجانية للمعتمدين في حين ان السحب النقدي من خلال الفروع يكلف المعتمدين عمولة سحب تصل الى دولار واحد عن كل عملية سحب يقوم بها بالإضافة الى ان استخدام الصرافات الآلية المنتشرة في جميع المناطق يسهل على المعتمدين ويقلل من سفرهم للحصول على مثل هذه الخدمات بالإضافة الى انه يختصر فترة الانتظار للسحب أو الايداع من خلال الفروع. في حيث يرد الباحث الى انخفاض حجم تبديل

العملات من خلال تطبيق العربي موبايل لقناعة المعتمدين بحصولهم على فرص أفضل في عمليات بيع وشراء وتبديل العملات من خارج البنك او من خلال التفاوض مع موظف البنك المسؤول.

٩,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:

هل توجد علاقة بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية ومدى استخدامها؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تحويله للفرضية التالية:

لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية ومدى استخدامها.

تم فحص الفرضية بحساب معامل ارتباط بيرسون والدلالة الاحصائية بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية ومدى استخدامها.

جدول (١٠,٤): معامل ارتباط بيرسون والدلالة الاحصائية للعلاقة بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية ومدى استخدامها

مستوى الدلالة	معامل بيرسون	المتغيرات	
٠,١٧٩	٠,١٣٤		الخصوصية
٠,٠٣٤	*٠,٢١٠		الأمان
٠,٠٥٨	٠,١٨٨		سهولة الاستخدام
٠,٠١٣	*٠,٢٤٤		الترويج

٠,٠١٧	*٠,٢٣٦	مدى استخدامها	الثقة
٠,٠٦٩	٠,١٨١		تدريب المعتمدين
٠,٠٠٢	*٠,٢٦٩		الدرجة الكلية

يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون للدرجة الكلية (٠,٢٦٩)، ومستوى الدلالة (٠,٠٠٢)، أي أنه توجد علاقة طردية ضعيفة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (α) ($\geq ٠,٠٥$) بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية ومدى استخدامها، وكذلك للمحاور ما عدا محور الخصوصية وسهولة الاستخدام وتدريب المعتمدين. أي أنه كلما زادت هذه العوامل زاد ذلك من استخدام الخدمات الالكترونية. والعكس صحيح. وبذلك تم رفض الفرضية " لا يوجد علاقة ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية ومدى استخدامها"

ويرد الباحث السبب في وجود علاقة طردية بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية ومدى استخدامها لوجود قناعة لدى المعتمدين ان مثل هذه الخدمات تسهل عليهم القيام بمعاملاتهم البنكية بالوقت الذي يريدون دون الحاجة إلى التقيد بأوقات دوام البنك ويخفف عليهم الانتقال والسفر للحصول على الخدمات البنكية، كما يرى أن ارتفاع عنصر الامان والثقة في هذه الخدمات يزيد من اقبالهم عليها بالإضافة الى ان الترويج لمثل هذه الخدمات كغيرها من الخدمات والسلع يزيد من الاقبال على الطلب عليها.

١٠,٢,٤ النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:

ما مدى اختلاف العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية في البنك العربي حسب متغيرات (الجنس، العمر، طبيعة المعتمد، مكان السكن، المستوى التعليمي) ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تحويله للفرضيات التالية:

نتائج الفرضية الأولى (متغير الجنس):

" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في العوامل المؤثرة في

الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير الجنس "

تم فحص الفرضية الأولى بحساب نتائج اختبار "T" والمتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي تبعا لمتغير الجنس.

جدول (١١,٤): نتائج اختبار "T" للعينات المستقلة لاستجابة أفراد العينة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي حسب متغير الجنس

المحور	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	مستوى الدلالة
الخصوصية	نكر	٢٤٢	٤,١٩٧٠	٠,٥٤٨٨٢	٢,٤٠٣	٠,٠١٩
	أنثى	١٢٧	٣,٩٤٢٩	٠,٤٨٤٠٣		
الأمان	نكر	٢٤٢	٤,١١٦٤	٠,٦٨٤١٥	١,٧١٢	٠,٠٩٠
	أنثى	١٢٧	٣,٨٩١٤	٠,٥٠٩٥٤		
سهولة الاستخدام	نكر	٢٤٢	٤,٠٨٥٨	٠,٦٤٤٨٤	١,٥٨٤	٠,١١٦
	أنثى	١٢٧	٣,٨٧١٤	٠,٦٥٦٩٠		
	نكر	٢٤٢	٣,٨٩٠٥	٠,٨٢٣٤٥	٠,٤٥٧	٠,٦٤٩

		٠,٥٧٦٠٦	٣,٩٦١٩	١٢٧	أنثى	الترويج
٠,٠٣٣	٢,١٧١	٠,٧٠٤٥٤	٤,٠٥٩٧	٢٤٢	ذكر	الثقة
		٠,٥٩٨٣٢	٣,٧٧١٤	١٢٧	أنثى	
٠,٠٢٢	٢,٣٣٣	٠,٥٨٩٥٤	٤,٢١٧٩	٢٤٢	ذكر	تدريب المعتمدين
		٠,٥٥٢١٥	٣,٩٤٢٩	١٢٧	أنثى	
٠,٠١٤	٢,٥١٦	٠,٥٠١٦٩	٤,١١١٩	٢٤٢	ذكر	الدرجة الكلية
		٠,٣٤٩٤٠	٣,٨٩٧٨	١٢٧	أنثى	

يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة "T" للدرجة الكلية (٢,٥١٦)، ومستوى الدلالة (٠,٠١٤)، أي أنه توجد فروق في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي تعزى لمتغير الجنس، وكذلك للمحاور الخصوصية والثقة وتدريب المعتمدين. وكانت الفروق لصالح الذكور، وبذلك تم رفض الفرضية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \geq 0,05$ في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير الجنس".

يعزى الباحث وجود فروق في الطلب على الخدمات الالكترونية لصالح الذكور أكثر منها الاناث الى حجم الحركات المالية التي يقوم بها المعتمدين وطبيعة المعاملات التي يقومون بها بالإضافة الى ارتفاع معدلات الخوف لدى الاناث الأمر الذي يقلل من ثقتهم بهذه الخدمات وبالتالي فرص تدريبهم على هذه الخدمات.

نتائج الفرضية الثانية (متغير العمر):

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha \geq 0,05$ في العوامل المؤثرة في

الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر"

ولفحص الفرضية الثانية تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على العوامل

المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر.

جدول (١٢,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر

المحور	العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الخصوصية	أقل من ٢٠ سنة	٢٩	٤,٠٢٥٠	٠,٦٣٦٤٠
	من ٢٠ - ٢٩ سنة	٨٩	٤,١٥٥٦	٠,٤٧٥٠٢
	من ٣٠ - ٣٩ سنة	١١٢	٤,١٢٩٠	٠,٦٣٥٧١
	من ٤٠ - ٤٩ سنة	٨٧	٤,٠٧٥٠	٠,٤٧٨٤٥
	٥٠ سنة فأكثر	٤٣	٤,٠٨٣٣	٠,٥٢٨٨٦
الأمان	أقل من ٢٠ سنة	٢٩	٣,٧٢٥٠	٠,٦٧٥٥٩
	من ٢٠ - ٢٩ سنة	٨٩	٤,١٦٣٠	٠,٦٥٦٤٢
	من ٣٠ - ٣٩ سنة	١١٢	٤,٠١٢٩	٠,٧٢٠٩٩
	من ٤٠ - ٤٩ سنة	٨٧	٤,٠٠٨٣	٠,٤٨٨٠٥
	٥٠ سنة فأكثر	٤٣	٤,١٠٠٠	٠,٦١٢٠٠
سهولة الاستخدام	أقل من ٢٠ سنة	٢٩	٤,٢١٨٨	٠,٣٨٨١٦
	من ٢٠ - ٢٩ سنة	٨٩	٤,١٢٠٤	٠,٦٣٦٨٩
	من ٣٠ - ٣٩ سنة	١١٢	٣,٩٤٣٥	٠,٦٤١٣٢
	من ٤٠ - ٤٩ سنة	٨٧	٣,٨٥٤٢	٠,٧٨٣٣٨
	٥٠ سنة فأكثر	٤٣	٤,١٢٥٠	٠,٥٦٩٠٩
الترويج	أقل من ٢٠ سنة	٢٩	٤,٢٠٨٣	٠,٦٨٨٦٣
	من ٢٠ - ٢٩ سنة	٨٩	٣,٨٧٦٥	٠,٨٩٢٢٧
	من ٣٠ - ٣٩ سنة	١١٢	٣,٩٠٣٢	٠,٧١٠٧٣
	من ٤٠ - ٤٩ سنة	٨٧	٣,٨٧٥٠	٠,٧٦٦٥٢
	٥٠ سنة فأكثر	٤٣	٣,٩١٦٧	٠,٤٩٤٩٢
الثقة	أقل من ٢٠ سنة	٢٩	٣,٧٨١٣	٠,٦٣٢٩٨
	من ٢٠ - ٢٩ سنة	٨٩	٤,٠٤٦٣	٠,٨٢٦٣٦
	من ٣٠ - ٣٩ سنة	١١٢	٣,٨٢٢٦	٠,٦٨٣٧٢
	من ٤٠ - ٤٩ سنة	٨٧	٤,٠٦٢٥	٠,٥٨١٦٥
	٥٠ سنة فأكثر	٤٣	٤,٠٤١٧	٠,٥٣١٢٢
تدريب المعتمدين	أقل من ٢٠ سنة	٢٩	٣,٦٢٥٠	٠,٧٥١٦٦
	من ٢٠ - ٢٩ سنة	٨٩	٤,١٢٥٩	٠,٦١٥٥٦
	من ٣٠ - ٣٩ سنة	١١٢	٤,٢٦٤٥	٠,٥٧٥٩٣
	من ٤٠ - ٤٩ سنة	٨٧	٤,١٥٠٠	٠,٤٥٣٩٧

٠,٥٨٩٨١	٤,٠٣٣٣	٤٣	٥٠ سنة فأكثر	الدرجة الكلية
٠,٣٢٥٧١	٣,٩٠٣٨	٢٩	أقل من ٢٠ سنة	
٠,٥٢٢٧٤	٤,٠٩٦٩	٨٩	من ٢٠ - ٢٩ سنة	
٠,٥١٥٦٧	٤,٠٣١٠	١١٢	من ٣٠ - ٣٩ سنة	
٠,٣٥١٩٥	٤,٠١٧٦	٨٧	من ٤٠ - ٤٩ سنة	
٠,٥١٢٤٩	٤,٠٥٧٧	٤٣	٥٠ سنة فأكثر	

يلاحظ من الجدول رقم (١٢,٤) وجود فروق ظاهرية في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (١٣,٤):

جدول (١٣,٤): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F" المحسوبة	مستوى الدلالة
الخصوصية	بين المجموعات	٠,١٦٣	٤	٠,٠٤١	٠,١٣٦	٠,٩٦٩
	داخل المجموعات	٢٩,١٦٧	٩٧	٠,٣٠١		
	المجموع	٢٩,٣٣٠	١٠١			
الأمان	بين المجموعات	١,٢٩٢	٤	٠,٣٢٣	٠,٧٩١	٠,٥٣٤
	داخل المجموعات	٣٩,٥٩١	٩٧	٠,٤٠٨		
	المجموع	٤٠,٨٨٣	١٠١			
سهولة الاستخدام	بين المجموعات	١,٥٥٥	٤	٠,٣٨٩	٠,٩٠٦	٠,٤٦٣
	داخل المجموعات	٤١,٦١٧	٩٧	٠,٤٢٩		
	المجموع	٤٣,١٧٢	١٠١			

٠,٨٥٢	٠,٣٣٨	٠,١٩٣	٤	٠,٧٧١	بين المجموعات	الترويج
		٠,٥٧١	٩٧	٥٥,٣٨١	داخل المجموعات	
			١٠١	٥٦,١٥٣	المجموع	
٠,٥٧٢	٠,٧٣٣	٠,٣٤٤	٤	١,٣٧٤	بين المجموعات	الثقة
		٠,٤٦٩	٩٧	٤٥,٤٦٩	داخل المجموعات	
			١٠١	٤٦,٨٤٣	المجموع	
٠,٠٩٥	٢,٠٤٠	٠,٦٨٠	٤	٢,٧١٩	بين المجموعات	تدريب المعتمدين
		٠,٣٣٣	٩٧	٣٢,٣٢٤	داخل المجموعات	
			١٠١	٣٥,٠٤٤	المجموع	
٠,٨٨٧	٠,٢٨٥	٠,٠٦٣	٤	٠,٢٥٤	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		٠,٢٢٢	٩٧	٢١,٥٦٣	داخل المجموعات	
			١٠١	٢١,٨١٧	المجموع	

يلاحظ أن قيمة "F" للدرجة الكلية (٠,٢٨٥) ومستوى الدلالة (٠,٨٨٧) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) أي أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر. وكذلك للمحاور، وبذلك تم قبول الفرضية لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر"

يرد الباحث عدم وجود فروق في العوامل المؤثرة الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر ان هذه الخدمات الالكترونية موجهة لجميع الفئات العمرية للمعتمدين الذين يتعاملون مع البنك العربي وبالتالي فانه لا يوجد فروق في الاقبال على طلب هذه الخدمات.

نتائج الفرضية الثالثة (متغير طبيعة المعتمد):

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد"

ولفحص الفرضية الثالثة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على العوامل

المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد.

جدول (١٤,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على

الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد

المحور	طبيعة المعتمد	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الخصوصية	موظف	١٤٧	٤,٢٢٩٢	٠,٥٤٨٨٧
	تاجر	٦٥	٣,٨٨٨٩	٠,٤٥٦١٨
	طالب	٥٤	٤,٠٢٦٧	٠,٤٩٤٩٣
	غير ذلك	٧٦	٤,٠٨٥٧	٠,٥٧١٢١
الأمان	موظف	١٤٧	٤,١٩١٧	٠,٥٩٠٦٥
	تاجر	٦٥	٣,٧٢٢٢	٠,٥٥٧٨٩
	طالب	٥٤	٣,٨٤٠٠	٠,٥٧٦٦٩
	غير ذلك	٧٦	٤,١٠٤٨	٠,٧٣٩٢٤
سهولة الاستخدام	موظف	١٤٧	٣,٩٩٤٨	٠,٧٩٤٧٥
	تاجر	٦٥	٣,٩٧٢٢	٠,٥١٣٧٠
	طالب	٥٤	٤,١٨٣٣	٠,٣٩٤٩١
	غير ذلك	٧٦	٣,٩٦٤٣	٠,٥٦٠٦١
الترويج	موظف	١٤٧	٣,٩٨٦١	٠,٦٨٠٥٦
	تاجر	٦٥	٣,٨١٤٨	٠,٣٩٩٧١
	طالب	٥٤	٤,٠٨٨٩	٠,٧٦٠٨١
	غير ذلك	٧٦	٣,٧١٤٣	١,٠٤٥٠٢
الثقة	موظف	١٤٧	٤,٠٣١٣	٠,٦٣٢٩٣
	تاجر	٦٥	٣,٧٢٢٢	٠,٦١١٧٠
	طالب	٥٤	٣,٩٨٣٣	٠,٥٢١٥٦
	غير ذلك	٧٦	٣,٩٨٨١	٠,٩٠٩٩٣
تدريب المعتمدين	موظف	١٤٧	٤,٣٠٤٢	٠,٤٨٢٨٨
	تاجر	٦٥	٤,٠٤٤٤	٠,٣٩١٤١
	طالب	٥٤	٣,٧٣٣٣	٠,٦٨٧٣٠
	غير ذلك	٧٦	٤,٠٥٧١	٠,٧٣٥٢٤
	موظف	١٤٧	٤,١٤١٨	٠,٤٤٦٢٢

٠,٤٠٢١٥	٣,٨٦٥٤	٦٥	تاجر	الدرجة الكلية
٠,٢٨٦١٥	٣,٩٥٩٠	٥٤	طالب	
٠,٦٠٨٠٨	٤,٠٠٧٣	٧٦	غير ذلك	

يلاحظ من الجدول رقم (١٣,٤) وجود فروق ظاهرية في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل

التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (١٤,٤):

جدول (١٥,٤): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F" المحسوبة	مستوى الدلالة
الخصوصية	بين المجموعات	١,٦٧٨	٣	٠,٥٥٩	١,٩٨٣	٠,١٢٢
	داخل المجموعات	٢٧,٦٥٢	٩٨	٠,٢٨٢		
	المجموع	٢٩,٣٣٠	١٠١			
الأمان	بين المجموعات	٣,٦١٠	٣	١,٢٠٣	٣,١٦٤	٠,٠٢٨
	داخل المجموعات	٣٧,٢٧٣	٩٨	٠,٣٨٠		
	المجموع	٤٠,٨٨٣	١٠١			
سهولة الاستخدام	بين المجموعات	٠,٥٣١	٣	٠,١٧٧	٠,٤٠٧	٠,٧٤٩
	داخل المجموعات	٤٢,٦٤١	٩٨	٠,٤٣٥		
	المجموع	٤٣,١٧٢	١٠١			
الترويج	بين المجموعات	١,٧٢٣	٣	٠,٥٧٤	١,٠٣٤	٠,٣٨١
	داخل المجموعات	٥٤,٤٣٠	٩٨	٠,٥٥٥		
	المجموع	٥٦,١٥٣	١٠١			
الثقة	بين المجموعات	١,٢٨٦	٣	٠,٤٢٩	٠,٩٢٢	٠,٤٣٣
	داخل المجموعات	٤٥,٥٥٧	٩٨	٠,٤٦٥		
	المجموع	٤٦,٨٤٣	١٠١			
تدريب المعتمدين	بين المجموعات	٤,٠٥٥	٣	١,٣٥٢	٤,٢٧٥	٠,٠٠٧
	داخل المجموعات	٣٠,٩٨٨	٩٨	٠,٣١٦		
	المجموع	٣٥,٠٤٤	١٠١			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	١,١٦٧	٣	٠,٣٨٩	١,٨٤٦	٠,١٤٤
	داخل المجموعات	٢٠,٦٤٩	٩٨	٠,٢١١		

			١,٠١	٢١,٨١٧	المجموع	
--	--	--	------	--------	---------	--

يلاحظ أن قيمة "F" للدرجة الكلية (١,٨٤٦) ومستوى الدلالة (٠,١٤٤) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) أي أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد. وكذلك للمحاور ما عدا محوري الأمان وتدريب المعتمدين. وبذلك تم قبول الفرضية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد".

ويرد الباحث السبب في عدم فروق بين العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية والطلب على هذه الخدمات يعزى لمتغير طبيعة المعتمد كون هذه الخدمات تخدم جميع فئات المجتمع والمعتمدين وتتيح لهم امكانية استخدامها كل حسب طبيعة عمله وحاجته لاستخدام مثل هذه الخدمات.

نتائج الفرضية الرابعة (متغير مكان السكن):

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) في العوامل المؤثرة في

الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن"

تم فحص الفرضية الرابعة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن.

جدول (١٦,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن

المحور	مكان السكن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	مدينة	٢٥٧	٤,١٣٥٢	٠,٥٣٤٢٨

٠,٦٢٦٥٦	٤,٠٥٧١	٧٦	قرية	الخصوصية
٠,٣٨٦٤٤	٤,٠٤٠٠	٣٦	مخيم	
٠,٦٠٢٨٠	٤,٠٦٧٦	٢٥٧	مدينة	الأمان
٠,٧٥٩٧٠	٣,٩٧١٤	٧٦	قرية	
٠,٦٤٢٥٦	٣,٩٨٠٠	٣٦	مخيم	سهولة الاستخدام
٠,٥٥٥٠٩	٤,٠٢٨٢	٢٥٧	مدينة	
٠,٩٦٧٩٤	٣,٩٧٦٢	٧٦	قرية	
٠,٥٥٨٤٠	٣,٩٧٥٠	٣٦	مخيم	الترويج
٠,٨٠٥٨٩	٣,٨٦٣٨	٢٥٧	مدينة	
٠,٥٣٣٠٤	٤,١٤٢٩	٧٦	قرية	
٠,٦٣٢٤٦	٣,٨٠٠٠	٣٦	مخيم	الثقة
٠,٧٠٨٨٧	٣,٩٢٦١	٢٥٧	مدينة	
٠,٦١٥٥٢	٤,٠٤٧٦	٧٦	قرية	
٠,٦٥٠٣٢	٤,٠٢٥٠	٣٦	مخيم	تدريب المعتمدين
٠,٥٦٨٠١	٤,١٦٣٤	٢٥٧	مدينة	
٠,٦٧٧٩٥	٣,٩٨١٠	٧٦	قرية	
٠,٥٥٠١٥	٤,١٤٠٠	٣٦	مخيم	الدرجة الكلية
٠,٤٦٤١٦	٤,٠٤٧٧	٢٥٧	مدينة	
٠,٤٩١٨٨	٤,٠٢٢٠	٧٦	قرية	
٠,٤٥٦٤٥	٤,٠٠٧٧	٣٦	مخيم	

يلاحظ من الجدول رقم (١٦,٤) وجود فروق ظاهرية في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات

الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل

التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (١٧,٤):

جدول (١٧,٤): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات

الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F" المحسوبة	مستوى الدلالة
الخصوصية	بين المجموعات	٠,١٥٣	٢	٠,٠٧٦	٠,٢٥٩	٠,٧٧٢
	داخل المجموعات	٢٩,١٧٧	٩٩	٠,٢٩٥		
	المجموع	٢٩,٣٣٠	١٠١			
بين المجموعات	٠,١٨٩	٢	٠,٠٩٤	٠,٢٣٠	٠,٧٩٥	

		٠,٤١١	٩٩	٤٠,٦٩٤	داخل المجموعات	الأمان
			١٠١	٤٠,٨٨٣	المجموع	
٠,٩٣٤	٠,٠٦٨	٠,٠٣٠	٢	٠,٠٥٩	بين المجموعات	سهولة الاستخدام
		٠,٤٣٥	٩٩	٤٣,١١٣	داخل المجموعات	
			١٠١	٤٣,١٧٢	المجموع	
٠,٢٨٤	١,٢٧٣	٠,٧٠٤	٢	١,٤٠٨	بين المجموعات	الترويج
		٠,٥٥٣	٩٩	٥٤,٧٤٤	داخل المجموعات	
			١٠١	٥٦,١٥٣	المجموع	
٠,٧٣٩	٠,٣٠٣	٠,١٤٣	٢	٠,٢٨٥	بين المجموعات	الثقة
		٠,٤٧٠	٩٩	٤٦,٥٥٨	داخل المجموعات	
			١٠١	٤٦,٨٤٣	المجموع	
٠,٤٦٢	٠,٧٧٨	٠,٢٧١	٢	٠,٥٤٢	بين المجموعات	تدريب المعتمدين
		٠,٣٤٨	٩٩	٣٤,٥٠١	داخل المجموعات	
			١٠١	٣٥,٠٤٤	المجموع	
٠,٩٥٣	٠,٠٤٨	٠,٠١١	٢	٠,٠٢١	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		٠,٢٢٠	٩٩	٢١,٧٩٥	داخل المجموعات	
			١٠١	٢١,٨١٧	المجموع	

يلاحظ أن قيمة "F" للدرجة الكلية (٠,٠٤٨) ومستوى الدلالة (٠,٩٥٣) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) أي أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن، وكذلك للمحاور. وبذلك تم قبول الفرضية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن"

ويرد الباحث السبب في عدم وجود فروق بين العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية والطلب على هذه الخدمات تعزى لمتغير طبيعة مكان السكن أن هذه الخدمات يمكن القيام بها من خلال الهواتف النقالة وأجهزة الحاسوب الشخصية وبالتالي فإن مكان السكن لا يشكل فرقا بين المعتمدين أو افضلية لاستخدام فئة دون اخرى لمثل هذه الخدمات.

نتائج الفرضية الخامسة (متغير المستوى التعليمي):

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في العوامل المؤثرة في

الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي "

تم فحص الفرضية الخامسة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على

العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى

التعليمي.

جدول (١٨,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي

المحور	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الخصوصية	دبلوم أو أقل	١٣٧	٤,٠٧٨٩	٠,٥٧٦١٧
	بكالوريوس	١٩٢	٤,١٠٩٤	٠,٥٢٥٦٠
	دراسات عليا	٤٠	٤,٢١٨٢	٠,٥٠١٦٣
الأمان	دبلوم أو أقل	١٣٧	٣,٩٧٨٩	٠,٥٨٤٠٩
	بكالوريوس	١٩٢	٤,٠٣٧٧	٠,٦٨٠٥٦
	دراسات عليا	٤٠	٤,٢٥٤٥	٠,٥٩٣٩١
سهولة الاستخدام	دبلوم أو أقل	١٣٧	٣,٩٢١١	٠,٧٦٦٩٤
	بكالوريوس	١٩٢	٤,٠٨٠٢	٠,٥٩٣٩٩
	دراسات عليا	٤٠	٤,٠٠٠٠	٠,٥٠٠٠٠
الترويج	دبلوم أو أقل	١٣٧	٣,٩٩١٢	٠,٥٧٧٢٨
	بكالوريوس	١٩٢	٣,٨٣٠٢	٠,٨٨٥٨٤
	دراسات عليا	٤٠	٤,٠٦٠٦	٠,٤٦٧١٠

الثقة	دبلوم أو أقل	١٣٧	٤,١٦٤٥	٠,٥١٧٥٢
	بكالوريوس	١٩٢	٣,٨٣٤٩ <td>٠,٧٧٥١٣</td>	٠,٧٧٥١٣
	دراسات عليا	٤٠	٣,٨٦٣٦ <td>٠,٥٦٣٠٧</td>	٠,٥٦٣٠٧
تدريب المعتمدين	دبلوم أو أقل	١٣٧	٤,٠٨٩٥	٠,٥٧٨٣٤
	بكالوريوس	١٩٢	٤,١٥٠٩	٠,٥٦٤٢٠
	دراسات عليا	٤٠	٤,١٠٩١	٠,٧٧٦٤٧
الدرجة لكلية	دبلوم أو أقل	١٣٧	٤,٠٤٠٥	٠,٤٣٤٤٩
	بكالوريوس	١٩٢	٤,٠٢٤٧	٠,٤٩١٨٠
	دراسات عليا	٤٠	٤,٠٩٧٩	٠,٤٦٩٦٠

يلاحظ من الجدول رقم (١٨,٤) وجود فروق ظاهرية في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (١٩,٤):

جدول (١٩,٤): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F" المحسوبة	مستوى الدلالة
الخصوصية	بين المجموعات	٠,١٦٥	٢	٠,٠٨٣	٠,٢٨١	٠,٧٥٦
	داخل المجموعات	٢٩,١٦٥	٩٩	٠,٢٩٥		
	المجموع	٢٩,٣٣٠	١٠١			
الأمان	بين المجموعات	٠,٦٤٨	٢	٠,٣٢٤	٠,٧٩٧	٠,٤٥٣
	داخل المجموعات	٤٠,٢٣٥	٩٩	٠,٤٠٦		
	المجموع	٤٠,٨٨٣	١٠١			
سهولة الاستخدام	بين المجموعات	٠,٥٦٢	٢	٠,٢٨١	٠,٦٥٣	٠,٥٢٣
	داخل المجموعات	٤٢,٦١٠	٩٩	٠,٤٣٠		
	المجموع	٤٣,١٧٢	١٠١			
الترويج	بين المجموعات	٠,٨٣٥	٢	٠,٤١٨	٠,٧٤٧	٠,٤٧٦
	داخل المجموعات	٥٥,٣١٧	٩٩	٠,٥٥٩		
	المجموع	٥٦,١٥٣	١٠١			

٠,٠٦٥	٢,٨١٥	١,٢٦٠	٢	٢,٥٢٠	بين المجموعات	الثقة
		٠,٤٤٨	٩٩	٤٤,٣٢٣	داخل المجموعات	
			١٠١	٤٦,٨٤٣	المجموع	
٠,٨٨٥	٠,١٢٢	٠,٠٤٣	٢	٠,٠٨٦	بين المجموعات	تدريب المعتمدين
		٠,٣٥٣	٩٩	٣٤,٩٥٧	داخل المجموعات	
			١٠١	٣٥,٠٤٤	المجموع	
٠,٨٩٤	٠,١١٢	٠,٠٢٥	٢	٠,٠٤٩	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		٠,٢٢٠	٩٩	٢١,٧٦٧	داخل المجموعات	
			١٠١	٢١,٨١٧	المجموع	

يلاحظ أن قيمة 'F' للدرجة الكلية (٠,١١٢) ومستوى الدلالة (٠,٨٩٤) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) أي أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي. وكذلك للمجالات، وبذلك تم قبول الفرضية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) في العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي".

ويرد الباحث السبب في عدم وجود فروق بين العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية والطلب على هذه الخدمات تعزى لمتغير طبيعة المستوى التعليمي وذلك لسهولة استخدام هذه الخدمات وتوفرها باللغتين العربية والانجليزية بالإضافة الى ان المعتمدين يتم تدريبهم على استخدام مثل هذه الخدمات من قبل موظفين متخصصين وبالتالي فان المستوى التعليمي لا يشكل فرقا ذات دلالة احصائية.

٤,٢,١١ النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس:

ما مدى اختلاف استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي حسب متغيرات (الجنس،

العمر، طبيعة المعتمد، مكان السكن، المستوى التعليمي)؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تحويله للفرضيات التالية:

نتائج الفرضية الأولى (متغير الجنس):

" لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في مدى استخدام

الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير الجنس "

تم فحص الفرضية الأولى بحساب نتائج اختبار "T" والمتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة

الدراسة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي حسب متغير الجنس.

جدول (٢٠،٤): نتائج اختبار "T" للعينات المستقلة لاستجابة أفراد العينة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من

البنك العربي حسب متغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	٢٤٢	١,٩٩٠٤	٠,٤٥٩٢٠	٠,٨٢٩	٠,٤٠٩
أنثى	١٢٧	١,٩١٢٢	٠,٤٣٨٦٤		

يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة "T" للدرجة الكلية (٠,٨٢٩)، ومستوى الدلالة (٠,٤٠٩)،

أي أنه لا توجد فروق في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي تعزى

لمتغير الجنس، وبذلك تم قبول الفرضية " لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

($\alpha \geq 0,05$) في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير

الجنس".

يرد الباحث عدم وجود فروق في مدى استخدام المعتمدين للخدمات الالكترونية تعزى لمتغير الجنس كون هذه الخدمات موجهة للمعتمدين قاطبة وأن هذه الخدمات ليست حكرًا على جنس دون الآخر إذا توفرت الإمكانيات اللازمة لاستخدام هذه الخدمات.

نتائج الفرضية الثانية (متغير العمر):

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في مدى استخدام

الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير العمر"

ولفحص الفرضية الثانية تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على مدى

استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير العمر.

جدول (٢١,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير العمر

العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من ٢٠ سنة	٢٩	٢,٠٤٤٦	٠,٤٢٥٠٥
من ٢٠ - ٢٩ سنة	٩٨	١,٩٨٩٤	٠,٤٦٥٣٢
من ٣٠ - ٣٩ سنة	١١٢	٢,٠١٨٤	٠,٣٩١٦٥
من ٤٠ - ٤٩ سنة	٨٧	١,٨٧٢٠	٠,٤٨٧٦٤
٥٠ سنة فأكثر	٤٣	١,٨٩٢٩	٠,٥٤٠١٣

يلاحظ من الجدول رقم (٢١,٤) وجود فروق ظاهرية في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة

من البنك العربي يعزى لمتغير العمر، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي

(one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (٢٢,٤):

جدول (٢٢,٤): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من

البنك العربي يعزى لمتغير العمر

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F" المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٠,٤٢٥	٤	٠,١٠٦	٠,٥١١	٠,٧٢٨
داخل المجموعات	٢٠,١٧٤	٩٧	٠,٢٠٨		
المجموع	٢٠,٥٩٩	١٠١			

يلاحظ أن قيمة F للدرجة الكلية (٠,٥١١) ومستوى الدلالة (٠,٧٢٨) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) أي أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير العمر، وبذلك تم قبول الفرضية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير العمر".

يرد الباحث السبب في عدم وجود فروق في مدى استخدام المعتمدين للخدمات الالكترونية يعزى لمتغير العمر كون هذه الخدمات موجهة لجميع الفئات العمرية، فكل من يمتلك حساب لدى البنك العربي مؤهل للحصول على هذه الخدمات.

نتائج الفرضية الثالثة (متغير طبيعة المعتمد):

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد"

ولفحص الفرضية الثالثة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد.

جدول (٢٣,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد

طبيعة المعتمد	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
---------------	-------	-----------------	-------------------

موظف	١٤٧	٢,٠٢٦٨	٠,٤١٤٥٧
تاجر	٦٥	١,٨٢٩٤	٠,٥٠٦٣٥
طالب	٥٤	١,٩٠٤٨	٠,٤٠٨٢٥
غير ذلك	٧٦	١,٩٧٦٢	٠,٥١٢٧٦

يلاحظ من الجدول رقم (٢٣,٤) وجود فروق ظاهرية في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (٢٤,٤):

جدول (٢٤,٤): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد.

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F" المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٠,٥٧١	٣	٠,١٩٠	٠,٩٣٢	٠,٤٢٨
داخل المجموعات	٢٠,٠٢٨	٩٨	٠,٢٠٤		
المجموع	٢٠,٥٩٩	١٠١			

يلاحظ أن قيمة F للدرجة الكلية (٠,٩٣٢) ومستوى الدلالة (٠,٤٢٨) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) أي أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد. وبذلك تم قبول الفرضية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير طبيعة المعتمد"

يرد الباحث السبب في عدم وجود فروق مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة للمعتمدين يعزى لمتغير طبيعة المعتمد كون هذه الخدمات كما أسلفنا سابقا موجهة لجميع المعتمدين وهي حق لكل معتمد يمتلك حساب لدى البنك العربي.

نتائج الفرضية الرابعة (متغير مكان السكن):

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في مدى استخدام

الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن"

تم فحص الفرضية الرابعة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على مدى

استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن.

جدول (٢٥,٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على

الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن

مكان السكن	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مدينة	٢٥٧	١,٩٤٩٧	٠,٤٧٨٣٠
قرية	٧٦	٢,٠٥٤٤	٠,٣٨٧٢٤
مخيم	٣٩	١,٨٧١٤	٠,٣٨٢١٤

يلاحظ من الجدول رقم (٢٥,٤) وجود فروق ظاهرية في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة

من البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين

الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (٢٦,٤):

جدول (٢٦,٤): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من

البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F" المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٠,٢٧٢	٢	٠,١٣٦	٠,٦٦٢	٠,٥١٨
داخل المجموعات	٢٠,٣٢٨	٩٩	٠,٢٠٥		
المجموع	٢٠,٥٩٩	١٠١			

يلاحظ أن قيمة F للدرجة الكلية (٠,٦٦٢) ومستوى الدلالة (٠,٥١٨) وهي أكبر من مستوى الدلالة

($\alpha \geq 0,05$) أي أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة

من البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن، وبذلك تم قبول الفرضية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير مكان السكن".

يرد الباحث عدم وجود فروق في مدى استخدام المعتمدين للخدمات الالكترونية تعزى لمتغير مكان السكن كون خدمات البنك العربي أصبحت متوفرة وتغطي جميع أماكن تواجد المعتمدين من خلال شبكة الفروع والصرافات الالية بالإضافة الى ان العديد من الخدمات الالكترونية يتم الحصول عليها من خلال شبكة الانترنت وأجهزة الحواسيب الخاصة والهواتف النقالة وبالتالي فان مكان السكن لم يعد يشكل حاجز او عائق امام المعتمدين للحصول على الخدمات الالكترونية.

نتائج الفرضية الخامسة (متغير المستوى التعليمي):

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0,05$) في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي "

تم فحص الفرضية الخامسة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي.

جدول (٢٧،٤): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية في البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى التعليمي
٠,٥١٩٨٢	١,٩٢١١	١٣٧	دبلوم أو أقل
٠,٤١٥٩٣	١,٩٧٨٤	١٩٢	بكالوريوس
٠,٣٨٢٤٨	٢,٠٣٩٠	٤٠	ماجستير

يلاحظ من الجدول رقم (٢٧،٤) وجود فروق ظاهرية في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (٢٨،٤):

جدول (٢٨،٤): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F" المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	٠,١٤٣	٢	٠,٠٧١	٠,٣٤٦	٠,٧٠٨
داخل المجموعات	٢٠,٤٥٧	٩٩	٠,٢٠٧		
المجموع	٢٠,٥٩٩	١٠١			

يلاحظ أن قيمة F للدرجة الكلية (٠,٣٤٦) ومستوى الدلالة (٠,٧٠٨) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) أي أنه لا توجد فروق دالة إحصائية في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي، وبذلك تم قبول الفرضية "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) في مدى استخدام الخدمات الالكترونية المقدمة من البنك العربي يعزى لمتغير المستوى التعليمي".

يرد الباحث السبب في عدم وجود فروق في استخدام المعتمدين للخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك العربي للمعتمدين يعزى لمتغير المستوى العلمي كون المستوى العلمي للمعتمدين لا يشكل فرقا بين المعتمدين في استخدام هذه الخدمات نظرا لسهولة استخدام هذه الخدمات وتوفرها باللغتين العربية والانجليزية، بالإضافة الى انه يتم تدريب المعتمدين على استخدام هذه الخدمات عند اشراكهم فيها.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

١,٥ نتائج الدراسة

٢,٥ التوصيات

٣,٥ المصادر والمراجع

٤,٥ مرفقات الدراسة

١,٥ نتائج الدراسة

اعتمادا على البيانات التي تم الحصول عليها من خلال أداة الدراسة يمكن تلخيص نتائج الدراسة بما يلي:

١. تتمتع الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك العربي لمعمدية بمستوى عالي من الخصوصية، حيث حصل محور الخصوصية على متوسط حسابي مرتفع (٤,١٩٨) وانحراف معياري (٠,٥٣٨٨٩)
٢. تتمتع الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك العربي لمعمديه بمستوى عالي من الأمان، حيث حصل محور الأمان على متوسط حسابي مرتفع (٤,٠٣٩٢) وانحراف معياري (٠,٦٣٦٢٣).
٣. تتمتع الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك العربي لمعمديه بسهولة الاستخدام ومناسبتها لجميع الشرائح التي تستخدمها، حيث حصل محور سهولة الاستخدام على متوسط حسابي مرتفع (٤,٠١٢٣) وانحراف معياري (٠,٦٥٣٧٩).
٤. تتمتع الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك العربي لمعمديه بدرجة عالية من الترويج ويمتلك موظفو البنك العربي المعرفة الكافية بهذه الخدمات ولديهم القدرة الكافية للترويج لهذه الخدمات والتأثير في درجة استخدامها، حيث حصل محور الترويج على متوسط حسابي مرتفع (٣,٩١٥٠) وانحراف معياري (٠,٧٤٥٦٣).

٥. تتمتع الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك العربي بدرجة عالية من الثقة من حيث سرية المعلومات وصحتها، حيث حصل محور الثقة على متوسط حسابي مرتفع (٣,٩٦٠٨) وانحراف معياري (٠,٦٨١٠٢).
٦. تتمتع الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك العربي لمعمديه بدرجة عالية من الاعتمادية وذلك بسبب توفر كادر مؤهل ومتخصص بتدريب المعتمدين على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية حيث حصل محور التدريب على متوسط حسابي مرتفع (٤,١٢٣٥) وانحراف معياري (٠,٥٨٩٤).
٧. تتنوع الخدمات المصرفية الالكترونية التي يقدمها البنك العربي لمعمديه سواء من النقدية منها أو غير النقدية، كما تتنوع قنوات التوزيع لهذه الخدمات حيث يمكن الحصول عليها من خلال شبكة الصرافات الالية المنتشرة في جميع المناطق ومناطق تجمع المعتمدين أو من خلال شبكة الانترنت وموقع البنك العربي أو من خلال خدمة الرسائل أو تطبيق الهاتف المحمول، أو من خلال الاتصال على مركز الخدمة المجاني.
٨. أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq ٠,٠٥$) بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية البنكية (الخصوصية، الأمان، سهولة الاستخدام، الترويج، الثقة، تدريب المعتمدين) وبين مدى استخدام المعتمدين لهذه الخدمات.
٩. أظهرت نتائج الدراسة وجود فوق ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية وبني مدى استخدامها تعزى لمتغير الجنس وكانت لصالح الذكور، في حين أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير العمر، بالإضافة لمتغير طبيعة المعتمد، ومكان سكنه، ومستواه التعليمي.
١٠. أظهرت نتائج الدراسة عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى استخدام المعتمدين للخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك العربي تعزى لمتغير الجنس، و متغير العمر، وطبيعة المعتمد، ومكان سكنه، ومستواه التعليمي.

٢,٥ توصيات الدراسة

اعتمادا على تحليل وتفسير النتائج السابقة قدم الباحث التوصيات التالية:

١. يوصي الباحث بضرورة المحافظة على المستويات المرتفعة للعوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية وضرورة مراقبتها من حين لآخر.
٢. يوصي الباحث القائمين على المصارف بضرورة توعية العميل بمنافع الخدمات المصرفية الالكترونية واهميتها وفوائدها والتي توفر على العملاء الوقت والجهد والتكلفة في اجراء العمليات المصرفية المختلفة.
٣. يوصي الباحث القائمين على المصارف بضرورة توفير المعلومات الكافية والتي يحتاجها العميل لدى استخدامه الخدمات المصرفية الالكترونية، وكيفية الاستفادة منها وتسهيل إجراءات الحصول على هذه الخدمات، وتدريب المعتمدين على استخدام هذه الخدمات.
٤. يوصي الباحث القائمين على المصارف بضرورة القيام بدراسات دورية لقياس فعالية الخدمات المصرفية الالكترونية خاصة وان خبرات العملاء وتوقعاتهم تتفاوت من زبون لآخر.
٥. العمل على مواكبة التطورات التكنولوجية المصرفية وتحديث الخدمات المصرفية المقدمة من خلال تطوير قنوات موجودة أصلا او إضافة قنوات الكترونية جديدة، للمحافظة على العملاء الحاليين وجذب واستقطاب عملاء جدد.

٦. الوقوف على مقترحات الزبائن والاهتمام بحل مشاكلهم ومعرفة الخدمات التي يرغبون فيها، والأخذ بها على محمل الجد، وذلك لان العملاء هم جوهر العملية التسويقية ومصدر لخلق الطلب على هذه الخدمات.

٣,٥ المصادر والمراجع

١,٣,٥ قائمة المراجع العربية

١. الأسود، ع.(٢٠١٤): دور الصيرفة الالكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر.
٢. الباهي، ص.(٢٠١٦): أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا لزبائن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
٣. الحداد، واخرون(٢٠١٢): الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط.٤، عمان، الأردن.
٤. حداد، أ، هذلول، م.(٢٠١٠): النقود والمصارف: مدخل تحليلي ونظري، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٥. خرويش، أ.(٢٠١١): نموذج تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح، نابلس، فلسطين.
٦. رمضان، ز، جودة، م.(٢٠٠٦): الاتجاهات المعاصرة في ادارة البنوك، دار وائل للنشر، ط. ٣، عمان، الأردن.

٧. الشمري، ن، العبد اللات، ع.(٢٠٠٨): الصيرفة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
٨. عبد الله، س.(٢٠٠٩): دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي، دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري باتته، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة باتته، الجزائر.
٩. عبيد، ش.(٢٠١٢): دور الخدمات الالكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في قطاع البنوك في محافظة جنين، ورقة بحثية مقدمة الى المؤتمر الاقتصادي لجامعة القدس المفتوحة، نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية، رام الله، فلسطين.
١٠. عبيدات، س، وآخرون (٢٠١٥): دورة الخدمات الالكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية، ورقة بحثية منشورة، المجلة العربية للدراسات المعلوماتية، الأردن.
١١. العجارمة، ت.(٢٠٠٥): التسويق المصرفي، دار الحامد، عمان، الأردن.
١٢. العضايبة، وآخرون(٢٠١٦): العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية عبر الانترنت من وجهة نظر العملاء، المجلة الأردنية في إدارة الاعمال، م. ١٢، ع. ٣، الأردن.
١٣. القانون الفلسطيني رقم ٢ لسنة ٢٠١٠ الخاص بالمصارف، المادة رقم ١، فصل التعاريف والاحكام العامة.
١٤. قدومي، ع.(٢٠٠٨): العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، م. ١١، ع. ٢، عمان، الأردن.
١٥. الكركي، ن. (٢٠١٠): جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخليل، الخليل، فلسطين.
١٦. محفوظ، ج.(٢٠١٤): الاتجاهات المعاصرة في ادارة البنوك، عمان، الأردن.
١٧. مرابط، م.(٢٠١٥): أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خضير، الجزائر.

١٨. معهد الدراسات المصرفية (٢٠١٣): الخدمات المصرفية الالكترونية، مجلة إضاءات، ع.١٢، الكويت.
١٩. منصور، م، العابد، ح.(٢٠١٣): معيقات تبني التسويق الالكتروني في البنوك الإسلامية في شمال الضفة الغربية من وجهة نظر المتعاملين، ورقة بحثية، جامعة النجاح، نابلس فلسطين.
٢٠. وادي، ر.(٢٠١٠): أهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها، ورقة بحثية، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

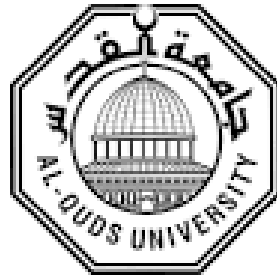
٥,٣,٢ References

١. Alasmaydia, M. ,eta(٢٠١٢): the factors influencing consumers satisfaction and continuity to deal with E-Banking services in Jordan, global journal of management and business research, V.١٢, I. ١٤, V. ١.
٢. Alasmadi, M.(٢٠١٢): Factors affecting adoption of electronic banking: an analysis of the perspectives of bank's customers, international journal of business and social science, V. ٣, No.١٧.
٣. Alhaliq, H, Al Muhirat, A(٢٠١٦): Customer Satisfaction with Electronic Banking Services in the Saudi Banking Sector, Asian Social Science: Vol١٢, No ٥.
٤. Azhgan, C, Malathi, M. (٢٠١٦): Customer Perception towards E-Banking in Trichy District _ India, International Journal for Innovative Research in Science and Technology, V.٢, I. ١١.

୧. Etim, N, Edet, G. (୨୦୧୬): Decision to Use Electronic Banking by Bank Customers in a Rural Economy- Nigeria, Asian Journal of Economic, Business and Accounting, Article no. AJEBA. ୨୧୧୧୧.
୨. Gezu, G.,& Sintayehu, T. (୨୦୧୮), Determinants of E-Banking Services Adoption among Commercial Banks in Ethiopia: Analysis of Banks' Customers Perspectives, International Journal of Scientific & Engineering Research, V. ୮, Issue ୬.
୩. Nwobod, J. (୨୦୧୧), Internet Banking in Terms of Profitability: The Case of Northern Cyprus Banks, Master Thesis, Eastern Mediterranean University, North Cyprus.
୪. Nayana, N., Vena, P., (୨୦୧୮), A Case Study on Employee Perception towards E-Banking, IJEDR ୨୦୧୮, V.୬, Issue ୨, Issn:୨୩୨୧-୧୧୩୧
୫. Selman,SH, Kashif, S (୨୦୧୦) electronic banking and e-readiness adoption by commercial banks inPakistan, linnaeus university, p୮.
୬. Serener, B. (୨୦୧୬), Statistical Analysis of Internet Banking usage with Logistic Regression, ୧୨th International Conference on Application of Fuzzy System and Soft Computing, Vienna, Austria.
୭. Yamane, T.(୧୯୮୬): Statistics :An Introductory Analysis ୪nd edition , New York , Harper and Row

٤,٥ مرفقات الدراسة

١,٤,٥ مرفق رقم (١): استبانة الدراسة



جامعة القدس

كلية الأعمال والاقتصاد

برنامج إدارة الأعمال

اخي الكريم / اختي الكريمة
السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نضع بين ايديكم استبانة لأغراض البحث العلمي لموضوع (العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الالكترونية البنك العربي). يرجى التكرم بتعبئة الاستبانة بكل عناية ووضوح مع العلم بان المعلومات ستساعدنا في هذه الدراسة واود التأكيد بان المعلومات التي سيتم جمعها من خلال اجاباتكم سيتم استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط وستراعى السري والخصوصية في التعامل معها.

مع بالغ الشكر والاحترام

الباحث: أيمن عبد العال
تحت إشراف: د. سلوى البرغوثي

البيانات الشخصية:

الجنس: (١) ذكر (٢) أنثى

العمر.....سنة

طبيعة المعتمد: ١ موظف ٢- تاجر ٣- طالب ٤- غير ذلك

مكان السكن: (١) مدينة (٢) قرية (٣) مخيم

المستوى التعليمي: (١) دبلوم أو أقل (٢) بكالوريوس (٣) ماجستير (٤)

دكتوراه

ما هو عدد المرات التي تستخدم فيها الخدمات الالكترونية البنكية اسبوعيا؟

العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية

أرجو التكرم بوضع إشارة (✓) أمام العبارات التالية في المكان المناسب لها حسب وجهة نظرك :

الرقم	العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات الالكترونية	أوافق بشدة	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق أبدا
المحور الاول: الخصوصية						
١.	معلوماتك المالية سرية من خلال استخدامك للخدمات الالكترونية					
٢.	حركاتك المالية سرية من خلال استخدامك للخدمات الالكترونية					
٣.	حافظت الخدمات الالكترونية على محدودية التعامل مع معلوماتك من قبل موظفي البنك					
٤.	الخدمات الالكترونية دعمت عنصر الخصوصية في الخدمات المقدمة للمعتمدين					
٥.	يحافظ البنك على حقوق المعتمدين من خلال استخدامهم للخدمات الالكترونية					
المحور الثاني: الامان						
١.	توفير أنظمة حماية من قبل البنوك على هذا النوع من الخدمات يشكل لدي ميزة بأن اقوم باستخدامها أكثر					
٢.	يقدم البنك العربي الخدمة الالكترونية بطريقة امنة ومكفولة					
٣.	الدخول للخدمة الالكترونية امن من الاختراقات					
٤.	الخروج للخدمة الالكترونية امن من الاختراقات					
٥.	الحركات المالية من خلال الخدمات الالكترونية موثوقة					
المحور الثالث: سهولة الاستخدام						
١.	امكانية التعامل مع الخدمات الالكترونية بدون صعوبات					
٢.	الخدمات الالكترونية متاحة في اي وقت ومن اي مكان					
٣.	استخدامك للخدمات الالكترونية اختصار للوقت					
٤.	تقلل الخدمات الالكترونية من الازدحام					
المحور الرابع: الترويج						
١.	كان للبنك وموظفيه التأثير الأكبر في استخدامك للخدمات الالكترونية					
٢.	لديك معرفة بالخدمات الالكترونية المقدمة من البنك الذي تتعامل معه					
٣.	يقوم البنك وموظفيه بالتسويق للخدمات الالكترونية من خلال تعاملك معهم					
المحور الخامس: الثقة						

					ثقتك تامة بأن المعلومات المالية من خلال الخدمة الالكترونية صحيحة واكيدة	١.
					ثقتك تامة بأن الحركات المالية من خلال الخدمة الالكترونية صحيحة واكيدة	٢.
					تقوم بمراجعة البنك للتأكد من صحة البيانات والحركات التي قمت بتنفيذها من خلال الخدمات الالكترونية	٣.
					تقوم بتنفيذ حركاتك المالية من خلال الخدمة الالكترونية	٤.
المحور السادس: تدريب المعتمدين						
					ضرورة تدريب المعتمدين على استخدام الخدمات الالكترونية لزيادة عدد المستخدمين لها	١.
					الشرح المباشر للخدمات الالكترونية من قبل موظفي البنك يزيد من استخدامها من قبل المعتمدين	٢.
					تدريب المعتمدين على استخدام الخدمات الالكترونية من خلال زيارتهم في مكان عملهم يزيد من استخدامها	٣.
					دليل الاستخدام للخدمات الالكترونية يزيد من استخدامها من قبل المعتمدين	٤.
					التشجيع على استخدام الخدمات الالكترونية من قبل البنك يزيد في استخدامها من قبل المعتمدين	٥.

وضح مدى استخدامك للخدمات الالكترونية التالية اسبوعياً:
أرجو التكرم بوضع إشارة (/) أمام العبارات التالية في المكان المناسب لها حسب وجهة نظرك :

الرقم	نوع الخدمة الالكترونية المستخدمة	غالباً	أحياناً	نهائياً
١.	السحب النقدي من خلال الصراف الآلي			
٢.	الإيداع النقدي من خلال الصراف الآلي			
٣.	تحويلات بين الحسابات من خلال الصراف الآلي			
٤.	طلب دفتر شيكات من خلال الصراف الآلي			
٥.	الاستفسار عن الارصدة عبر الانترنت البنكي			
٦.	تحويلات بين الحسابات عبر الانترنت البنكي			
٧.	تبديل العملات عبر الانترنت البنكي			
٨.	طلب دفتر شيكات عبر الانترنت البنكي			
٩.	الشراء من خلال البطاقات الائتمانية			
١٠.	الاستفسار والدخول للحساب من خلال الخدمة المصرفية عبر الهاتف			
١١.	الاستفسار عن الارصدة عبر العربي موبايل			
١٢.	تحويلات بين الحسابات عبر العربي موبايل			
١٣.	تبديل العملات عبر العربي موبايل			
١٤.	طلب دفتر شيكات عبر العربي موبايل			

ملاحظات أخرى:

.....

.....

.....

.....

١,٤,٥ مرفق رقم (٢): محكمين الاستبانة

الرقم	الاسم	الوظيفة	المؤسسة
١.	أ.د محمد أحمد هلسة	مساعد الرئيس للتطوير والتخطيط والجودة	جامعة الاستقلال
٢.	د. فراس بركات	أستاذ مساعد في كلية الاعمال والاقتصاد	جامعة القدس
٣.	د. يونس جعفر	أستاذ مساعد في كلية العلوم الإدارية والاقتصادية	جامعة القدس المفتوحة
٤.	د. شلبي السويطي	أستاذ مساعد في كلية العلوم الإدارية والاقتصادية	جامعة القدس المفتوحة