

عمادة الدراسات العليا  
جامعة القدس

العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر  
في عمليات الشراء في فلسطين  
(دراسة حالة محافظة رام الله والبيرة)

محمد عبد الرحيم القاضي

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1445هـ/2023م

العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر  
في عمليات الشراء في فلسطين  
(دراسة حالة محافظة رام الله والبيرة)

إعداد:

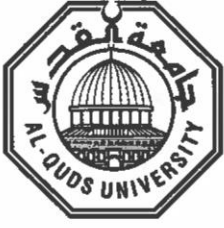
محمد عبد الرحيم القاضي

بكالوريوس علوم مالية ومصرفية، جامعة المنصور/ العراق

إشراف: الدكتور ثمين صالح هيجاوي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير من  
معهد التنمية المستدامة/ كلية الدراسات العليا/ جامعة القدس

2023/هـ1445م



جامعة القدس  
عمادة الدراسات العليا  
معهد التنمية المستدامة

### إجازة الرسالة

العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر  
في عمليات الشراء في فلسطين  
(دراسة حالة محافظة رام الله والبيرة)

اسم الطالب: محمد عبد الرحيم القاضي  
الرقم الجامعي: 22020141

إشراف: الدكتور ثمين صالح هيجاوي

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: 2023/7/30 من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم  
وتواقيعهم:

- 1- رئيس لجنة المناقشة: الدكتور ثمين صالح هيجاوي التوقيع: .....
- 2- ممتحنًا داخليًا: الدكتور فراس سمير بركات التوقيع: .....
- 3- ممتحنًا خارجيًا: الدكتور عامر سعدي جبر التوقيع: .....

القدس - فلسطين  
2023/هـ1445م

## إهداء

\* إلى الرجل الذي تشرفت بالانتساب اليه

\* إلى الرجل الذي فرش لنا طريقاً مليئاً بالمكارم والاصدقاء ورحل مبكراً

\* إلى روح أبي وذكراه

\* إلى روح والدتي التي صبرت وامنت بي صغيراً.

\* إلى زوجتي رفيقة الدرب.

\* إلى اخوتي

\* إلى فلذات كبدي (ميرال-عبد الرحيم-بيسان-اياس)

\* إلى اصدقائي وزملائي وكل من يهمله امري

\* إلى كل من يحب فلسطين وينتمي لثراها

الباحث/ محمد القاضي

إقرار:

أقرُّ أنا مُعدَّ الرسالة بأنها قدِّمت لجامعة القدس؛ لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة، باستثناء ما تم الإشارة إليه حيثما ورد، وأن هذه الدراسة، أو أي جزء منها، لم يُقدِّم لنيل درجة عليا، لأي جامعة أو معهد آخر.

التوقيع:

محمد عبد الرحيم القاضي

التاريخ: 2023/7/30

## شكر و عرفان

وما توفيقى إلا بالله  
فكل الحمد والشكر لله العلي العظيم اولا على توفيقه لي في إعداد هذا البحث المتواضع  
فهو أحق من يشكر وأولى من يثنى عليه  
كما أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان  
للدكتور ثمين هيجاوي  
الذي حرص على تدريبنا بشكل مهني ووفق الاجراءات العلمية،  
كما وأشكر الزملاء الاعزاء الذين لم يبخلوا بالإفادة والمعلومة وإسداء النصيحة.

الباحث/ محمد القاضي

## المخلص

بات التطور التكنولوجي والمالي ملمحا هاما في حياة الانسان المعاصر، وقد امتد هذا التطور ليشمل كافة القطاعات الرئيسية في المجتمعات مهما كبر او صغر حجم هذا المجتمع، وقد استفادت قطاعات كثيرة من هذا التطور ويقف على راسها قطاع المال والاعمال الذي يضم البنوك وهي التي بنت سياسات وطورت إجراءات تعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا المالية لغايات تعظيم الربحية للمساهمين والبقاء في سوق المنافسة.

ومن خلال هذه الدراسة يحاول الباحث استكشاف دور العملاء في استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين من خلال دراسة تطبيقية في منطقة رام الله والبيرة، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج المناسب لهذه الدراسة، حيث تكون مجتمع الدراسة من الافراد المستخدمين لبطاقات الدفع المباشر والتي بلغ عددهم اكثر من مليون نسمة (سلطة النقد الفلسطينية، 2022)، والذين يمثلون حملة البطاقات من افراد المجتمع الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة من الذين يستخدمون بطاقات الدفع المباشر، وقد استخدم الباحث الاستبانة كأداة للدراسة والتي تكونت في مجملها من اربعة محاور رئيسية وهي كالاتي (الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر، وعدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء، وعدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء، والسرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، وتم توزيع الاستبانة (460 استبانة إلكترونية) خلال فترة الدراسة، حيث اعتمد الباحث ما مجموعه (455 استبانة) صالحة لعمليات التحليل، حيث تم تحليل الاستجابات الخاصة بهذه البيانات وتوصل الباحث من خلالها الى مجموعة من النتائج والتي كان من بينها يتراوح الدخل الشهري لدى غالبية افراد المجتمع الفلسطيني ما بين (اقل من 3000 شيكل لغاية 6999 شيكل) اما فيما يخص الوزن النسبي الاعلى ضمن صفوف المدخولات الشهرية فيقع في الفئة (من 3000 الى 4999 شيكل). بالاضافة الى ان من اهم النتائج التي توصل اليها انه يستخدم افراد المجتمع الفلسطيني بطاقات الدفع المباشر بشكل كبير في معاملاتهم اليومية حيث نسبة عدد الافراد الذين يستخدمون البطاقات 81%. كما توصل الباحث الى انه يوجد توجه لدى افراد المجتمع الفلسطيني اتجاه التوقف عند استخدام الكاش واستبداله ببطاقات.

كما وجد الباحث بانه يوجد تفضيل لدى شريحة واسعة والاكبر في المجتمع الفلسطيني لتلقي الخدمات من خلال القنوات الرقمية مثل (بطاقة الدفع المباشر والصراف الالي والموقع

الالكتروني للبنك وتطبيق الهاتف الذكي ، وتوصل الباحث ايضاً الى انه يوجد توجه لدى افراد المجتمع الفلسطيني بأن البطاقة فيها حماية اكثر من التعامل بالكاش ، كما وجد الباحث بانه يوجد تنوع لدى افراد المجتمع الفلسطيني في استخدامهم للأدوات الدفع المتاحة سواء من حيث (النقدي، بطاقات الصراف، تطبيق الهاتف الذكي، المحفظة الالكترونية، الحوالات المصرفية). فيما وجد الباحث بانه يوجد تنوع لدى افراد المجتمع الفلسطيني في نوعية مشترياتهم باستخدام بطاقات الدفع سواء من حيث (المواد الغذائية، المحروقات، الملابس، المتنوعات).

# **Influencing factors in determinant use of bank customers' of direct payment cards in purchases in Palestine.**

**Prepared by: Mohammad abd alraheem alqadi**

**Supervisor: Dr. Thameen Salah hijawi**

## **Abstract:**

Technological advancement plays a vital role in human life, as its effects extend to all aspects of economic, legal, social, and cultural life. The banking sector is one of the sectors that have benefited from this development, where new services have been introduced and work methods have been developed to increase profits and ensure the survival of banks in the highly competitive sector.

Through this study, the researcher aims to explore the role of customers in using direct payment cards in purchase operations in Palestine through an applied study in the Ramallah and Al-Bireh area. The researcher used the descriptive analytical method as the appropriate method for this study, where the study community consisted of more than one million people representing all Palestinians in the West Bank and Gaza Strip who use direct payment cards.

The researcher used a questionnaire as a tool for the study, which consisted of four main axes: fear of commission charges when using direct payment cards, lack of knowledge when using direct payment cards when purchasing, non-acceptance of technology in the use of direct payment cards in purchase operations, and bank secrecy when using direct payment cards. The questionnaire was distributed (460 electronic questionnaires) during the study period, and a total of (455 questionnaires) were valid for analysis. The researcher analyzed the responses to these data and reached a set of results, including that the study sample had a strong preference for using direct payment cards, where the degree of approval was high for using direct payment cards in purchase operations.

The researcher recommended a set of recommendations, including expanding the base of sales points that use direct payment cards to include medium and small shops by considering the presence of (P.O.S) devices as part of the licensing requirements for entities that target individuals in providing goods and services.

## الفصل الأول

### الإطار العام للدراسة

#### 1.1 المقدمة

يتسارع انتشار التكنولوجيا في كافة مناحي الحياة في عالمنا الحاضر ولم يستثنى من هذا الانتشار اي قطاع من القطاعات، ولعل اكثر القطاعات تائرا بالتطورات التكنولوجية هو القطاع المصرفي وقد ادرك صناع القرار في هذا القطاع منذ البداية الحاجة لتوظيف التكنولوجيا لتقديم الأفضل في الخدمات المصرفية وظهرت العديد من المصطلحات الجديدة في عالم المصارف (مثل Digital Transformation) بغرض الوصول الى العملاء في كافة اماكن تواجدهم وخلق قيمة مضافة للاعمال وكذلك ظهر مصطلح FINTECH وهو اختصار لكلمتي (Financial+ Technology) وباتت هذه المصطلحات تشكل اطر عمل وسياسات واجراءات في عالم المصارف بغرض تعزيز الثقة في التحول الرقمي والتكنولوجيا الرقمية كقاطرة للتحول التكنولوجي. (Vives, X. 2017).

ولعل احدي اهم ادوات التكنولوجيا المالية المستخدمة في فلسطين والعالم هي بطاقات الدفع المباشر او بطاقات الخصم (DEBIT CARD) وهي عبارة عن بطاقة يصدرها البنك وتكون مرتبطة ارتباطا مباشرا بحساب العميل الجاري او التوفير وتستخدم في عمليات الدفع والشراء والسحب النقدي ويتم خصم قيمة المدفوعات او المسحوبات من خلال حساب العميل الدائن في البنك. (عوض، 2017)

ويعتبر الرصيد المتاح في بطاقة الخصم المباشر هو الرصيد الحالي في الحساب الجاري أو التوفير المرتبط بها، أي ولا يمكن سحب أي مبلغ أو القيام بعمليات شرائية قيمتها أكبر من المبلغ المودع في الحساب وهنا لا بد من الإشارة الى الفرق بين البطاقات الدفع المباشر ( DEBIT CARD) والبطاقات الائتمانية (CREDIT CARD)، من حيث ان الرصيد المتاح في البطاقة الائتمانية يُعتبر قرض قصير الأمد يمكنك من خلاله إجراء عملية سحب أو سداد فواتير عن طريق الاقتراض بخلاف بطاقات الدفع المباشر التي تمكن من الخصم مباشرة من حساب العميل الدائن في البنك وهناك فرق جوهري اخر بين بطاقات الدفع المباشر والبطاقات الائتمانية يتمثل في معدل الفائدة أو نسبة الربح السنوي اذا لا يترتب اي فوائد على استخدام بطاقات الدفع المباشر فيما

يترتب فوائد على استخدام البطاقات الائتمانية، ذلك لأنّ المبلغ الذي تسحبه أو تتفقه من خلال بطاقة الدفع المباشر يتم خصمه من رصيد الحساب يكون بدون فائده بينما المبلغ الي يتم استخدامه من سقف خلال البطاقات الائتمانية يخضع للفائده اذا ما تم تقسيط عملية الشراء او السحب النقدي باعتبار هذا النوع من البطاقات نوع من الاقراض الذي تمارسه البنوك في العالم اجمع. (عوض، 2017)

## 2.1 مشكلة الدراسة

ان التطور الهائل الذي شهدته السنوات العشرين الاخيرة على مستوى عمليات الشراء وكذلك السفر عبر العالم قد اظهر عيوب التعامل في النقد عند عمليات الشراء والدفع وما تحمله عمليات التعامل النقدي من مخاطر متعددة مثل التلف والضياع والسرقه وكذلك التهرب الضريبي، وعلى الرغم من انتشار بطاقات الدفع المباشر في فلسطين بشكل كبير الا ان استخدامها بشكل رئيسي يتم في عمليات السحب النقدي من الصرافات الالية وليس في عمليات الشراء المحلية او عبر الشبكة العنكبوتية على رغم من كونها وسيلة امنة وغير مكلفة.

تظهر مشكلة الدراسة من خلال واقع المصارف المصدرة لبطاقات الدفع المباشر والذي يؤشر الى ضعف استخدام هذه البطاقات في عمليات الشراء وتركز استخدامها في عمليات السحب النقدي من الصرافات الالية ومن هنا كان الاهتمام في دراسة اهم الاسباب التي تؤثر في اتجاهات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.

وقد تجلت مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيسي التالي:

ما هي العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين؟

## 3.1 مبررات الدراسة

1. اهمية هذه الدراسة في تطوير البطاقات والمنتجات المصرفية بشكل عام مما دفعني الى اعداد هذ البحث لمعرفة العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين؟ (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة، عدم قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية).

2. أهمية هذا الجانب من الناحية العملية باعتباره احد اهم الجوانب التي تساهم في تعزيز مسيرتي العملية وتطوير خبرتي الفنية والتقنية والمعلوماتية في هذا الجانب في ظل الاهتمام الكبير من قبل الجهات الرقابية على القطاع المصرفي والتي تتمثل في سلطة النقد الفلسطينية من اجل رفع مستوى استخدام هذا النوع من البطاقات.

#### 4.1 أهمية الدراسة

الأهمية الموضوعية: حيث تبرز الأهمية الموضوعية للدراسة من خلال تناول هذه الدراسة ل احد اهم الخدمات التي تقدمها المصارف وخاصة المصارف الفلسطينية في ظل التطورات التقنية التي طرأت على العمل المصرفي وخاصة القطاع المصرفي في فلسطين وبيان تأثير العوامل التي تؤثر على استخدام هذه البطاقات في عمليات الدفع المباشر.

الأهمية العلمية: حيث تنصب جل اهتمام الدراسة على احد اهم الخدمات التي تقدمها البنوك باعتبار ان البنوك الفلسطينية والقطاع المصرفي الفلسطيني من اهم القطاعات التي تساهم في تطوير الاعمال في البيئات المحلية، مما يمكن لهذه الدراسة من تعزيز واستدراك العديد من المفاهيم العلمية الخاصة بهذه الدراسة والتي يمكن لها ان تعزز مجالات البحث العلمي المصرفي وتساهم في تطويره.

الأهمية العملية: حيث يمكن لهذه الدراسة اضافة المزيد من المعرفة لدى الكثير من الباحثين والمختصين في هذا الجانب وخاصة العاملين والمهتمين في مجالات البحث العلمي المصرفي من حيث ما يمكن ان ترفده هذه الدراسة من معلومات لهؤلاء الباحثين.

تأتي أهمية هذه الدراسة من حيث انها تتناول قطاع المصارف الذي يعد أكبر القطاعات في دولة فلسطين واكثرها حساسية، وفي ظل التطور التكنولوجي الرهيب في مجال بطاقات الدفع المباشر.

اما أهمية الدراسة للباحث فتتبع من واقع عمله في القطاع المصرفي وان نتائج وتوصيات هذا البحث ستساعد اصحاب القرار في القطاع المصرفي على وضع الخطط والاجراءات اللازمة لزيادة نسبة مستخدمي بطاقات الدفع المباشر الامر الذي يؤدي الى تقليل الضغط القائم على الفروع، وبالتالي تقليل النفقات وزيادة الربحية.

## 5.1 اهداف الدراسة

تسعى الدراسة الى تحقيق الاهداف التالية:

ان الهدف العام يتمثل في التعرف على العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين (الخوف من تحمل تكاليف عمولات اضافية، عدم المعرفة، عدم قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية) من وجهة نظر العملاء، اما الأهداف الفرعية فتمثلت بـ:

1. التعرف على العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين في مجال (الخوف من تحمل عمولات).
2. التعرف على العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في مجال (عدم المعرفة).
3. التعرف على العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في مجال (عدم قبول التكنولوجيا).
4. العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في مجال (السرية المصرفية).
5. التعرف على مستوى التباين لدى عينة الدراسة حول المحددات عند استخدام بطاقات الدفع المباشر لدى العملاء في محافظة رام الله تعزى لمتغيرات (الجنس، العمر، مكان السكن، المؤهل العلمي، الدخل الشهري).

## 6.1 تساؤلات الدراسة

تتمثل أسئلة الدراسة في مجموعة من الأسئلة الرئيسية والفرعية والتي كانت على النحو التالي:

**السؤال الرئيسي الأول:** ما واقع استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين؟

يتفرع عنه الأسئلة التالية:

1. ما هو مدى استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين؟
2. الى أي مدى يمكن الاستمرارية في استخدام الكاش في ظل ظهور بطاقات الدفع المباشر؟
3. ما هي المرحلة التي يمكن ان تحتل فيها بطاقات الدفع المباشر بديلاً عن الكاش؟
4. ما هي طبيعة التفضيلات التي يحتاج اليها جمهور البنوك في جانب تلقي الخدمات البنكية؟
5. هل تعزز القنوات الرقمية مثل (بطاقة الدفع المباشر والموقع الالكتروني للبنك وتطبيق الهاتف الذكي) عمليات استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء؟

**السؤال الرئيسي الثاني:** ما درجة العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة، عدم قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية) عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين؟

يتفرع عنه الأسئلة التالية:

1. ما هي العوامل المؤثرة في استخدام بطاقات الدفع المباشر في مجال (الخوف من تحمل تكاليف عمولات) من وجهة نظر العملاء؟
2. ما هي العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في مجال (عدم المعرفة) من وجهة نظر العملاء؟
3. ما العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في مجال (عدم قبول التكنولوجيا) من وجهة نظر العملاء؟

4. ما هي العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في مجال (السرية المصرفية) من وجهة نظر العملاء؟

السؤال الرئيسي الثالث: هل يوجد توافق لدى افراد المجتمع الفلسطيني حول اتجاهاتهم نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين؟

السؤال الرئيسي الرابع: هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة الاحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء تعزى لمتغيرات (الجنس، العمر، مكان السكن، المؤهل العلمي، الدخل الشهري) ؟

## 7.1 فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية الأولى تنص على: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول طبيعة استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء المختلفة.

الفرضية الرئيسية الثانية تنص على:

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة، عدم قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية) عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين عند مستوى الدلالة الإحصائية  $\alpha \leq 0.05$  لدى افراد المجتمع الفلسطيني حول اتجاهاتهم نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة، عدم قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية) عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين، تبعاً للمتغيرات: (الجنس، الفئة العمرية، مكان السكن، المستوى التعليمي، الدخل الشهري).

وينبثق عن هذه الفرضية الفرعية التالية:

1. لا توجد فروق معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسط استجابات المبحوثين حول العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء تعزى لمتغير الجنس.

2. لا توجد فروق معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسط استجابات المبحوثين حول العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء تعزى لمتغير العمر.
3. لا توجد فروق معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسط استجابات المبحوثين حول العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء تعزى لمتغير مكان السكن.
4. لا توجد فروق معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسط استجابات المبحوثين حول العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء تعزى لمتغير المؤهل العملي.
5. لا توجد فروق معنوية عند مستوى الدلالة الاحصائية ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسط استجابات المبحوثين حول العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء تعزى لمتغير الدخل الشهري.

## 8.1 حدود الدراسة

حددت الدراسة بمجموعة من الحدود الزمانية، المكانية، البشرية والموضوعية:

1. **الحدود الموضوعية:** اقتصرت هذه الدراسة على تناول موضوع العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في محافظة رام الله والبيرة.
2. **الحدود البشرية:** اقتصرت هذه الدراسة على العملاء (المستخدمين لبطاقات الدفع المباشر في محافظة رام الله والبيرة).
3. **الحدود المكانية:** اقتصرت إجراء وتطبيق هذه الدراسة على عملاء البنوك في محافظة رام الله والبيرة.
4. **الحدود الزمنية:** تم اجراء هذه الدراسة خلال العام الأكاديمي 2023/2022.

### الأدب النظري والدراسات السابقة

#### 9.1 المقدمة

من خلال هذا الفصل يحاول الباحث التركيز على شقين رئيسيين في جانب الادب النظري حيث يركز في الشق الأول على العناصر الخاصة بالدراسة وهي الخوف من تحمل عمولات وعدم المعرفة وعدم قبول التكنولوجيا والسرية المصرفية باعتبارها عناصر مستقلة تؤثر على العنصر التابع في هذه الدراسة وهو اتجاهات العملاء، فيما ينتقل الباحث من خلال هذا الفصل الى مراجعة عدد من الدراسات السابقة والتي تطرقت الى هذا المسار البحثي، حيث يركز الباحث على مجموعة من الدراسات المحلية والدراسات العربية والأجنبية من اجل الوقوف على اخر ما توصلت اليه هذه الدراسات والمتعلقة بمسار هذا البحث، بالاضافة الى مراجعة حثيثة من خلال الاطار النظري لمحاور البحث الرئيسية واستكشاف ما هدفت اليه هذه الدراسات من اهداف، إضافة الى مراجعة ما استندت اليه هذه الدراسات من مناهج بحثية خاصة تتلائم مع أهدافها، كما يهدف الباحث الى التعرف على النتائج والتوصيات التي توصلت اليها هذه الدراسات من للوقوف عليها والاستزادة منها، لاضافة كل ما هو جديد في خلال هذه الدراسة وتطويره مع الاخذ بعين الاعتبار ما توصلت اليه الدراسات السابقة، حيث عمل الباحث على تقسيم هذا الفصل قسمين القسم الاول والذي تطرق من خلاله الى الاطار النظري والذي انقسم في جزئيه الرئيسية الى اربعة محاور رئيسية وهي كالاتي: (الخدمات المصرفية الالكترونية، بطاقات الدفع المباشر، جودة الخدمات وعلاقتها ببطاقات الدفع المباشر، التسويق المصرفي وعلاقته ببطاقات الدفع المباشر، كما تطرق الباحث في القسم الثاني من هذا الفصل الى الدراسات السابقة التي ركزت على هذا المحور البحثي والتي انقسمت الى ثلاثة اقسام رئيسية وهي كالاتي (الدراسات المحلية-الدراسات العربية-الدراسات الاجنبية).

## 10.1 الاطار النظري

### 1.10.1 الخدمات البنكية الالكترونية:

تطورت خدمات البنوك على مر الزمن من كونها خدمات تقليدية تقدم في أوقات وأماكن محددة، إلى أن أصبحت الآن خدمات مصرفية إلكترونية متطورة تقدم من خلال وسائل التكنولوجيا المتقدمة. وتتميز الخدمات المصرفية الإلكترونية بأنها توفر طريقة عملية وآمنة لتقديم الخدمات البنكية عن طريق قنوات الاتصال الإلكترونية مثل شبكات الإنترنت والأجهزة المحمولة.

ووفقاً للدراسة التي أجراها (Kaspe and Salem , 2006)، يتم تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية على أنها "جميع الخدمات التفاعلية التي تقدم عن طريق استخدام الاتصالات السلكية واللاسلكية وتبادل المعلومات وتقنيات الوسائط المتعددة". وبهذا النهج، تحولت خدمات البنوك إلى خدمات مصرفية إلكترونية تعتمد على التكنولوجيا الحديثة لتوفير خدمات مريحة وآمنة للعملاء.

وفي تعريف آخر هي مجموعة من الإجراءات البنكية التي تم تطويرها من أجل تقديمها بطرق مبتكرة وسريعة، تم تطوير العمليات المصرفية لتشمل طرقاً مبتكرة للتواصل الإلكتروني، مما يمكن العملاء من إجراء معاملاتهم المصرفية بسهولة وفعالية باستخدام الشبكات الإلكترونية. ويشمل ذلك كلاً من الأعمال المصرفية التقليدية والجديدة. وتقتصر صلاحية الدخول إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية على المشتركين فقط وفقاً لشروط الإثبات التي يحددها المصرف. وبهذا، يتمكن العميل من الوصول إلى خدمات المصرفية دون الحاجة إلى الحضور الشخصي في المصرف. وقد أدى هذا النهج إلى ظهور العديد من القنوات الإلكترونية والمنافذ التي تمثل البنوك وتقدم خدمات مصرفية للعملاء، وفقاً لدراسة (Al-Koo et al. 2013) والتي تشير إلى أن العملاء في بعض الأحيان يجدون أنفسهم مضطرين للتوجه إلى المصرف الفعلي لإجراء بعض المعاملات. (العدوان، 2015)

### 1.1.10.1 تطور الخدمات المصرفية الالكترونية وانتشارها

لقد ظهرت البنوك الالكترونية الى حيز الوجود في ظل تطورات الخدمات المالية وذلك من خلال تطوير برمجيات خاصة للكمبيوترات التي تم رفق البنوك بها، حيث تم تاسيس اول بنك الكتروني يقدم الخدمات البنكية الالكترونية في العام 1995 باعتباره بنك افتراضي والذي اطلق

عليه في تلك الفترة (net bank)، وذلك من خلال شبكة الانترنت العالمية، حيث اخذت اعماله بالنمو بشكل كبير وتنامى الى حيز الوجود بشكل اكبر واسرع حيث وصلت نسبة النمو في هذا البنك بنسبة 717 % في العام 1997، حيث مارس البنك العديد من الخدمات البنكية ومنها فتح الحسابات وتحويل الارصدة والايذاعات البنكية، حيث بدأت الحملة الدعائية له بشكل كبير باعتبار ان كل زبائن هذا البنك من مستخدمي الانترنت حيث اخذ هذا الشكل من البنوك بالانتشار في بداية الامر في مناطق امريكا الشمالية ومن ثم الانطلاق الى باقي دول العالم بشكل موسع. (العاني، 2007، ص 156).

### 2.1.10.1 تطور الخدمات المصرفية الالكترونية في فلسطين وانتشارها

اخذ شكل الخدمات المصرفية الالكترونية في التطور في فلسطين وانتشر بشكل كبير في ظل التطورات الكبيرة التي طرأت على القطاع المصرفي وخاصة بعد العام 2014، حيث هدفت البنوك الى توفير العديد من الخدمات الالكترونية المصرفية والتي كان من بينها الصرافات الالية وبطاقات الدفع المباشر وذلك من اجل تخفيف ضغط العمل وتجنب العديد من الاجراءات الادارية في فروع البنوك بالاضافة الى تلبية حاجات الجمهور بشكل كبير على مدار الساعة من اجل تقديم الخدمات المصرفية التقليدية والغير تقليدية، حيث اصبحت الصرافات الالية الاداة التي مكنت البنوك من المساهمة فيما واصبحت هناك اهمية كبيرة لدى العملاء ومعرفة ودراية تامة في اهمية هذه الخدمات، حيث انتشرت الصرافات الالية في كافة المناطق والتي بلغ عددها في العام 2013 488 صراف الي في فلسطين منها 279 جهاز للبنوك الوطنية و219 للبنوك الغير وطنية، وفي العام 2014 ارتفع عدد هذه الصرافات الى اكثر من 549 صراف الي منتشرة في كافة ارجاء الاراضي الفلسطينية من اجل تقديم الخدمات للمواطنين. (عزمي، 2017)

### 2,1,11 تطور البطاقات الالكترونية

تأسست "داينرز كلوب" عام 1949 كأول شركة بطاقات ائتمان في العالم. أنشأها فرانك ماكنمارا وألفريد بلومينغدال بمساعدة المحامي رالف شنايدر. ابتكروا بطاقة ورقية تحمل ختم الشركة وتوقيع المسؤول وصاحب البطاقة. كان يتعين على حامل البطاقة تقديم بطاقة هوية رسمية للتحقق من هويته. في عام واحد فقط، زاد عدد عملاء الشركة إلى 20 ألف شخص وتعاملت مع 1000 مطعم. كان الهدف الرئيسي هو تسهيل عملية الدفع لحاملي البطاقة في المطاعم.

في عام 1967، أصدرت ثمانية بنوك أمريكية بطاقة Interbank Card ، والتي أصبحت فيما بعد تعرف ببطاقة MasterCharge. في عام 1979، انضمت بطاقة MasterCharge إلى شبكة MasterCard العالمية، وكان لها أيضاً تسمية BankNet. في عام 1985، توصلت شبكتي MasterCard و Visa Card إلى اتفاق يتيح للبنوك التحقق من رصيد حساب حامل بطاقة الشبكة الأخرى. في إنجلترا، ظهرت بطاقات الائتمان في عام 1963، بدءاً من بطاقة American Express Sterling وبطاقات Barclays في فرنسا، ظهرت بطاقات Diners Club في عام 1954 وانتشر استخدامها في عام 1967، وكانت هناك أيضاً بطاقات أخرى مثل Cartes Bleues وكارت المذهب. انتشرت بطاقات الائتمان في العديد من الدول الأوروبية وآسيا، بما في ذلك اليابان والصين.

### 3.1.10.1 أنواع الخدمات الإلكترونية

1. **خدمات الصراف الآلي (ATM):** حيث تعتبر أجهزة الصراف الآلي من أكثر وأهم وحدات الخدمات الإلكترونية استخداماً على نطاق واسع وبشكل كبير من قبل مستخدمي وزيائن البنوك، حيث باتت هذه الأجهزة تقدم الخدمات للزيائن على مدار ال 24 ساعة وبشكل متواصل وفي أماكن مختلفة ومتعددة. (نعمون، 2008، ص 118)
2. **الرسائل النصية:** حيث يركز هذا النظام في مضمونه بشكل رئيسي حول عمليات الإيداع المباشر التي يقوم بها العميل داخل حسابه، حيث تتم هذه العمليات بشكل آلي ومباشر ويتم تزويد العميل بها من خلال رسائل نصية أو من خلال البريد الإلكتروني. (عبد الرحيم، 2011، ص 6)
3. **البطاقات الإلكترونية:** حيث تتوفر طبيعة البطاقات الإلكترونية التي تقدمها البنوك إلى المستفيدين من خدماتها حيث تتوفر هذه البطاقات من حيث طبيعة الخدمات التي تقدمها والتي تتمثل في العديد من الأنواع ومنها (بطاقات الحسم وبطاقات الائتمان وبطاقات والبطاقات الذكية وبطاقات الاتصال المباشر والاتصال الغير مباشر)، حيث تعتبر هذه البطاقات من أهم الخدمات التي تقدمها البنوك في هذا الجانب.
4. **الهاتف البنكي:** تقدم العديد من البنوك خدمات الهاتف، من خلال تواصل العميل مع مراكز الاستجابة البنكية بشكل مباشر والاستفسار عن أرصده الخاصة وكافة العمليات التي تمت على الحساب، حيث يقدم العميل رقم الحساب والباسويرد الخاص به من أجل الوصول إلى هذه الخدمة بالإضافة إلى بعض الاستفسارات الأخرى ومنها رقم البطاقة الشخصية وتاريخ

الميلاد وغيرها من المعلومات الشخصية المرتبطة بهذا الحساب. (زغبة وشوق، 2013، ص 56).

5. **تطبيق الهاتف الذكي:** انتشرت في الآونة الأخيرة وبشكل واسع وكبير الهواتف الذكية نظراً للميزات التي تمتعت بها وبشكل كبير، حيث ساهمت هذه الهواتف في تطوير الأعمال دون التقيد بأي حدود زمنية أو مكانية (العتيبي، 2014)، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في نقل وتبادل المعلومات بكافة أشكالها وأنواعها بل إن العديد من الهواتف الذكية تخطى في أدائه العديد من الوظائف الرئيسية وهي إجراء المكالمات والاتصالات إلى بعض الخدمات الفائقة الدقة، مما جعل العديد من المؤسسات وخاصة المؤسسات المصرفية التي عملت على تذليل هذه التكنولوجيا وتطويرها في مجالات خدماتها المصرفية من أجل تلبية رغبات واحتياجات العملاء المباشرة والمتغيرة، في ظل ظروف المنافسة المحيطة بها والتي أصبحت تتزايد بشكل كبير مع انتشار أنواع التكنولوجيا المختلفة، حيث أصبح الهاتف الذكي عبارة عن منصات بنكية تساهم في تطوير العمل البنكي ويتم من خلالها عمليات التحويل والإيداع في الحسابات الأخرى ودفع الالتزامات الأخرى التي تترتب على العميل، وقد عملت البنوك بشكل كبير على تطوير هذه التطبيقات من أجل جذب العملاء ولفت انتباههم نحو الفرص المتعددة والخدمات المختلفة التي تقدمها هذه التطبيقات باعتبارها الميزة التنافسية التي يمكن لهذه المصارف المنافسة بها. (الموسوي، 2019).

**التعريف الإجرائي للخدمات البنكية الإلكترونية:** حيث تم تعريف (الخدمات البنكية الإلكترونية) على أنها كافة العمليات المصرفية التي اشتملت على مجموعة من الطرق الحديثة والتي يمكن من خلالها تقديم التفاعل الإلكتروني للعملاء في مجالات التسويق والشراء والتحويل من خلال قنوات وشبكات الإنترنت الإلكترونية. (الباهي، 2016، ص 9)

### 2.10.1 بطاقات الدفع المباشر (الخصم المباشر)

تعتبر هذه البطاقات أداة ولاء وليست أداة ائتمانية ويعود ذلك إلى أن هذه البطاقات لا تعطي حاملها فترة زمنية للسداد، حيث يجب على حامل البطاقة أولاً فتح حساب في البنك المصدر للبطاقة، ويجب أن يكون الحساب جارياً أو حساب توفير. ويتطلب إصدار هذا النوع من البطاقات أن يكون رصيد الزبون في البنك المصدر مساوياً لقيمة عملية الشراء المطلوبه.

حيث يتم خصم قيمة أية سحبات نقدية من حساب البطاقة لدى الجهة المصدرة (البنوك)، ويتم إرسال كشف حساب إلى حامل البطاقة في نهاية كل شهر يذكره بضرورة إيداع مبلغ مماثل في

الحساب الجاري، لتعويض الرصيد المستنفد. ويعتمد استخدام هذه البطاقات على وجود اتصال إلكتروني بين نقاط البيع والبنوك من خلال شركة وسيطة، ويتم استخدامها بسهولة عن طريق تمرير البطاقة عبر جهاز إلكتروني في نقطة البيع، ويتم قيد المبلغ من حساب صاحب البطاقة إلى حساب التاجر. (الحربي، 2006)

#### 1.2.10.1 العوامل المؤثرة في استخدام بطاقات الدفع المباشر

الخوف من تحمل العمولات: ان طبيعة العملاء وبشكل عام دائماً وفقاً للعديد من الدراسات التي بينت بانهم في غالب الاحيان يبحثون عن المنفعة التي يمكن ان يستفيد منها العملاء من خلال الخدمات البنكية، حيث ان طبيعة هؤلاء العملاء في غالب الاحيان يتعدون وبشكل كبير عن أي خدمات يمكن ان ترتب عليهم العمولات على هذه الخدمات. (عبد العال، 2019)

عدم المعرفة: ان طبيعة المعرفة لدى عملاء البنوك تختلف بشكل كبير من مستخدم الى اخر حيث ان المعرفة بالخدمات الالكترونية تختلف من شخص الى اخر وذلك تبعاً لفروق العمر وفروق مستوى التعليم ومدى استخدام التكنولوجيا في الحياة اليومية، حيث يؤدي هذا التفاوت الى التأثير الكبير على استخدام الخدمات الالكترونية ومنها بطاقات الدفع المباشر. (عبد العال، 2019)

عدم قبول التكنولوجيا: ان طبيعة التطورات التقنية التي طرأت على عالم المصارف بشكل كبير مما جعل هناك العديد من التوجهات لدى المصارف لتبني هذه الخدمات من اجل تطوير اعمالها بهذا الامر، الامر الذي جعل العديد من العملاء لا يتقبلون هذه التطورات السريعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والتقنيات المصرفية، مما يستوجب على البنك العمل وبشكل كبير على تدارك هذا الامر وابرار اهمية استخدام هذه الخدمات الالكترونية لدى العملاء وما يمكن ان ينعكس عليهم من فوائد كثيرة. (محمد، 2021، ص 233)

السرية المصرفية: حيث يمكننا النظر الى طبيعة عامل السرية في انتشار واستخدام بطاقات الدفع المباشر والخدمات الالكترونية باعتبار ان تبني الخدمات المصرفية الالكترونية يتطلب من المصارف انشاء وحدة ادارية مختصة من اجل الاشراف على القنوات المصرفية وتطويرها والعمل على توفير وسائل الحماية والسرية لهذه الانظمة. (محمد، 2021، ص 233)

### 3.10.1 جودة الخدمات وعلاقتها بالبطاقات الالكترونية:

#### 1.3.10.1 مفهوم الخدمات المصرفية

ينبثق مفهوم الخدمات المصرفية حول مجموعة الخدمات البنكية الاساسية التي يتم تقديمها من خلال البنوك والتي يمكن ان تتمثل في الحسابات الجارية وحسابات التوفير والودائع الاجلة بالاضافة الى بعض الخدمات الاخرى مثل القروض والجاري المدين وبطاقات الائتمان والتي تنبثق تحت مفهومين رئيسيين وهما:

1. المفهوم الأول: يتعلق بالجانب التسويقي للخدمة البنكية، حيث تعد الخدمات البنكية وسيلة لتلبية احتياجات ورغبات العملاء.
2. المفهوم الثاني: يتعلق بالجانب المنفعي للخدمة البنكية، حيث يهدف العميل إلى تحقيق مجموعة من المنافع من خلال استخدام الخدمة البنكية.

ويتشارك هذان المفهومان في إبراز أهمية جودة الخدمة البنكية، حيث يعتبر العميل النقطة المركزية في تحقيق التوافق بين الخدمات المصرفية المقدمة واحتياجاته ورغباته. وتقدم الخدمات البنكية بهدف تلبية احتياجات العميل وتطلعاته، وتحقيق مصالحه المالية والاقتصادية. (الصرن، 2008 صفحة 282)

#### 2.3.10.1 مفهوم جودة الخدمات المصرفية الالكترونية:

تستخدم معايير الجودة لتقييم الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدم عبر الإنترنت وتطبيقات الهاتف الذكي والتي تتعلق بعمليات تحويل الأموال والحصول عليها.

يمثل مصطلح الجودة شيئاً مختلفاً لأفراد مختلفين، حيث تنتج تعاريف متعددة للجودة تجمع بشكل أساسي في خمس مجموعات أساسية، وهي: ملائمة بما يتوقعه العملاء من الخدمة، والعملية، والعرض، والتزويد، والزبون أو القيمة. (الصرن، 2016)

يعني مصطلح جودة الخدمة البنكية الإلكترونية تلبية متطلبات العملاء وتوقعاتهم من الخدمة البنكية الإلكترونية التي يتلقونها، بما يتناسب مع الواقع الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العملاء

نتيجة حصولهم على الخدمة. وبالتالي، فإن الخدمة البنكية الجيدة من وجهة نظر الزبائن هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم.

تهدف الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الإنترنت إلى تقديم قناة تسويقية جديدة وفريدة للعملاء، والتي تتميز بالسرعة وانخفاض التكاليف، والتي تمثل استراتيجية التسويق البنكي الإلكتروني. وتساهم هذه الخدمات في التحول من السوق المكاني إلى السوق الفضائي. (اعمر، 2020)

وفقاً لتعريف "Zeithaml"، تعني الخدمة الإلكترونية تقديم منتجات وخدمات حالية تغيرت جذرياً إلى الشكل الرقمي، عبر شبكة الإنترنت، باستخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات الأكثر وضوحاً وتقدماً ووظائف تفاعلية. تشكل الخدمة الإلكترونية تحدياً لمقدمي الخدمات، من حيث أن عملية الاتصال المباشر بين الموظفين والعملاء لتمكينهم من الحصول على الخدمات الإلكترونية. (شيروف، 2010)

أما بالنسبة لجودة الخدمة البنكية الإلكترونية، فقد عرفها "Zeithaml et al." على أنها الفهم والإدارة للخدمة من وجهات نظر مختلفة سواء قبل أو بعد تقديمها، ويمكن فهمها على أنها تقييم كفاءة وفعالية التسوق والشراء والتسليم للمنتجات والخدمات عبر الإنترنت.

### 3.3.10.1 العلاقة بين التسويق المصرفي وبطاقات الخصم المباشر

تعتبر بطاقات الخصم المباشر أحد الأدوات الرئيسية في التسويق البنكي، وتستخدم هذه البطاقات على نطاق واسع في العالم لتسهيل عمليات الدفع والسحب والتحويلات المالية.

تتميز بطاقات الخصم المباشر بعدد من الخصائص التي تجعلها أداة فعالة في التسويق البنكي، فهي توفر الراحة والسهولة في الدفع والشراء، وتجعل عمليات البنوك أسرع وأكثر فعالية، كما أنها تساعد على تقليل النفقات المصرفية وتوفير الوقت والجهد للعملاء. Kumar, R., & Singh, K. (2016).

تستخدم البنوك بطاقات الخصم المباشر في استراتيجيات التسويق الخاصة بها بشكل كبير، فهي تتيح للبنوك الوصول إلى العملاء بشكل أسرع وأفضل، وتساعد على توسيع قاعدة العملاء وجذب المزيد من العملاء الجدد. كما أنها تساعد على إقناع العملاء الحاليين بالاستمرار في استخدام خدمات البنك وتعزيز الولاء للعلامة التجارية للبنك. Rajkumar, S. J., & Prabhakaran, N. (2014).

يمكن استخدام بطاقات الخصم المباشر في العديد من حملات التسويق المصرفي، مثل عروض الخصم والعروض الترويجية والمكافآت والمزايا الأخرى، وتساعد هذه الحملات على جذب المزيد من العملاء وتحسين العلاقة بين البنك وعملائه، Sreenivasulu, H. V., & Murthy, J. S. R. (2013).

وبالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام بطاقات الخصم المباشر في استراتيجيات التسويق الرقمي للبنوك، فهي تساعد على تعزيز وجود البنك على الإنترنت وزيادة مبيعاته عبر الإنترنت. وتساعد على تحسين تجربة المستخدم وتوفير خدمة عالية الجودة للعملاء Bhatia, S. K., & Singh, S. K. (2014).

يتطلب استخدام بطاقات الخصم المباشر في التسويق البنكي التوثيق الداخلي والخارجي للتأكد من جودة الخدمة وتوافر الأمان والحماية للعملاء، ويتمثل التوثيق الداخلي في وضع الإجراءات والسياسات والتدابير اللازمة لتوفير الأمان والحماية للعملاء عند استخدام بطاقات الخصم المباشر، ويتمثل التوثيق الخارجي في الحصول على شهادات الجودة اللازمة والتي تمنحها جهات مستقلة للتأكد من جودة الخدمة المقدمة وتوافر الأمان والحماية للعملاء Thakur, R. S., & Purohit, A. K. (2018).. ويمكن استخدام العديد من الأدوات والتقنيات في التسويق البنكي باستخدام بطاقات الخصم المباشر، مثل الإعلانات عبر الإنترنت والترويج في شبكات الاجتماعي وتصميم مواقع الويب الجذابة والسهلة الاستخدام، وبالإضافة إلى ذلك يمكن استخدام تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي في التسويق البنكي باستخدام بطاقات الخصم المباشر، وذلك لتحليل سلوك العملاء وتحديد احتياجاتهم وتقديم العروض والخدمات المناسبة لهم. Bhatia, S. K., & Singh, S. K. (2016).

وقد أثبتت بطاقات الخصم المباشر أنها أداة فعالة في التسويق البنكي، حيث تتيح للبنوك الحصول على أكبر ممكن من الزبائن وتحسين الخدمات المقدمة لهم، ويتطلب استخدامها التوثيق الداخلي والخارجي لتوفير الأمان والحماية للعملاء، بالإضافة إلى استخدام العديد من الأدوات والتقنيات في التسويق البنكي.

## 11.1 الدراسات السابقة

### 1.11.1 الدراسات المحلية الفلسطينية:

- دراسة (الحنوي وآخرون، 2021)، والتي كانت بعنوان " محددات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لدى العملاء العازفين عنها في البنوك العاملة في فلسطين "، هدف الدارسون الى التعرف على مدى معرفة العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية واستخدامها في البنوك الفلسطينية، وإلى تحديد العوامل المؤثرة في استخدام هذه الخدمات ودور بعض المتغيرات فيها، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي واستبانة إلكترونية لجمع البيانات من عينة مكونة من 159 فرداً، تم اختيارهم من عملاء البنوك في فلسطين بطريقة الكرة الثلجية.

أظهرت نتائج الدراسة أن المعرفة العامة للعملاء حول خدمات المصرفية الإلكترونية واستخدامها متدنية، وأن هناك علاقة طردية بين المعرفة واستخدام هذه الخدمات. كما تبين أن هناك تأثير مهم لمحددي الأمان والخصوصية ومستوى الثقة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لدى العملاء الذين لم يستخدموها. ومن ناحية أخرى، لم يظهر أي تأثير لمتغيرات مثل المهارة التقنية والمعرفة التكنولوجية وتصميم الخدمة وصعوبة الاستخدام وتوافر المعلومات على استخدام هذه الخدمات.

وتم اكتشاف فروقات ذات دلالة إحصائية فيما يتعلق بمتغيرات مثل العمر والمؤهل العلمي ومستوى الدخل. على سبيل المثال، أظهرت الدراسة أن الفئة العمرية الأكبر عمراً كانت أكثر قدرة على استخدام المهارات التقنية والمعرفة التكنولوجية وتوافر المعلومات، بينما كانت الفئة ذات المؤهل الأقل علمياً أكثر صعوبة في استخدام تصميم الخدمة وصعوبة الاستخدام. وأظهرت الدراسة أيضاً أن الفئة الأقل دخلاً كانت أكثر قدرة على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عندما كانت محددات الأمان والخصوصية ومستوى الثقة متوفرة.

- دراسة (هديب، 2020)، والتي كانت بعنوان دور جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين الأداء المؤسسي دراسة حالة: البنك الإسلامي العربي، تهدف هذه الدراسة إلى فهم دور جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين أداء البنك الإسلامي العربي. تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، وتم إجراء البحث على جميع العاملين بالوظائف الإشرافية في البنك الإسلامي العربي وفروعه في فلسطين، حيث بلغ عددهم 120 موظفاً. تم استخدام أسلوب الحصر الشامل لتوزيع 120 استبانة على مجتمع الدراسة، حيث تم استرداد 100 استبانة

بنسبة استرداد تبلغ 83.3%. تم استخدام برنامج (SPSS) لإدخال البيانات ومعالجتها واختبار الفرضيات، حيث توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، منها أن مستوى توافر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كان عالياً للغاية، وأن الأداء المؤسسي كان مرتفعاً. ومن بين أهم توصيات الدراسة هي ضرورة اعتماد مدخل الجودة للخدمات المصرفية الإلكترونية كعامل حاسم وبأهمية كبيرة في تحسين الأداء المؤسسي، عن طريق الاهتمام بجودة الخدمات وتوفير الموثوقية.

- دراسة (رمسيس، 2020)، والتي كانت بعنوان "تَقْبُلُ الزبائن للخدمات المصرفية الإلكترونية في مدينة الخليل"، حيث هدفت الدراسة إلى فهم تقبل العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف العاملة في فلسطين، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة. تم تطوير استبانة تحتوي على 46 فقرة موزعة على 3 مجالات، وهي: المعلومات الديموغرافية لعينة الدراسة، وجودة الخدمات الإلكترونية، واستخدام الزبائن للخدمات الإلكترونية التي تقدمها المصارف. تضمنت عينة الدراسة 226 زبوناً لدى المصارف العاملة في مدينة الخليل.

وخلصت الدراسة إلى عدة مخرجات، منها أن درجة تقبل استخدام الخدمات الإلكترونية كانت مرتفعة، وأن خدمة الإيداع النقدي باستخدام الصراف الآلي كانت الأكثر قبولا من طرف العملاء، تلاها درجة استخدام الخدمات والاستعلامات المتاحة من خلال الإنترنت المصرفي بدرجة متوسطة. ومن بين التوصيات الهامة التي قدمتها الدراسة هي ضرورة العمل على استمرارية عمل الصراف الآلي طوال الوقت، وعدم خروجه عن الخدمة، ومحاولة إيجاد آلية لتغذيته دون انقطاع عمله، وإصدار بطاقات صراف آلي خاصة بالشركات، وتوفير صراف آلي خاص للشركات بمبالغ عالية من حيث السحب والإيداع.

دراسة (عبد العال، 2019) بعنوان "العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الإلكترونية في البنك العربي حالة دراسية لفرع أريحا، تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات المصرفية الإلكترونية واستخدامها من قبل عملاء البنك العربي، وتحديد تأثير عوامل مثل الخصوصية والأمان وسهولة الاستخدام والثقة والتدريب على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية. تتركز أهمية هذه الدراسة في تحسين الربحية وجذب العملاء والحفاظ عليهم وتحفيزهم على زيادة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المصارف في فلسطين. تم توزيع 368 استبياناً على عينة عشوائية من معتمدي البنك العربي في فرع أريحا. وأظهرت النتائج أن هناك تأثير قوي للعوامل المؤثرة في الطلب على الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها البنك العربي لمعتمديه، من حيث الخصوصية والأمان وسهولة الاستخدام

والثقة والتدريب على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية. كما أظهرت النتائج تنوع الخدمات الإلكترونية التي يستخدمها معتمدي البنك العربي. ومن بين التوصيات الهامة التي قدمتها الدراسة هي ضرورة توعية العملاء بفوائد الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهميتها، والتي توفر عليهم الوقت والجهد والتكلفة في إجراء العمليات المصرفية المختلفة. كما ينبغي العمل على مواكبة التطورات التكنولوجية المصرفية وتحديث الخدمات المصرفية المقدمة من خلال تطوير القنوات الموجودة بالفعل أو إضافة قنوات إلكترونية جديدة، للحفاظ على العملاء الحاليين وجذب واستقطاب عملاء جدد.

- دراسة (وادي، 2016) تهدف الدراسة إلى التعرف على أهمية وفوائد البنوك الإلكترونية، والتحديات التي تواجه انتشارها في فلسطين، وذلك لتمكينها من ممارسة أعمالها التجارية عبر الإنترنت. وقد أوضحت الدراسة أن البنوك الإلكترونية تعد وسيلة فعالة لجذب العملاء وتنمية وتطوير التجارة الإلكترونية في فلسطين، لكن تأثيرها يقتصر على العملاء الذين يجيدون التعامل مع الإنترنت. وأشارت الدراسة إلى المزايا التي تتيحها البنوك الإلكترونية للمؤسسات المالية، مثل تقليل التكاليف وزيادة حجم التعاملات التجارية، وتحسين خدمات العملاء، وتوفير خدمات مصرفية جديدة.

ومع ذلك، أشارت الدراسة أيضاً إلى وجود العديد من التحديات التي تواجه انتشار البنوك الإلكترونية في فلسطين، مثل عدم إدراك بعض البنوك لأهمية الفوائد الناجمة عن استخدام النظام الإلكتروني للتجارة، وضعف نظم الأمن التي تحققها التجارة الإلكترونية في مجال إبرام الصفقات التجارية، وعدم توافر البنية الأساسية المطلوبة لتجهيز مواقع الإنترنت، ونقص الكوادر الإدارية والبشرية التي تتمتع بمؤهلات علمية وخبرات ميدانية.

وبناءً على نتائج الدراسة، فإنه يوصى بضرورة التركيز على تدريب وتأهيل المختصين في مجال التقنية المعلوماتية ونظمها، وكذلك في مجال الاتصالات والشبكات، وضمان حماية المستهلك فيما يتعلق بالخصوصية والسرية وضمان أمن المدفوعات الإلكترونية.

- دراسة (خريوش، 2011)، والتي هي بعنوان " E-banking Adoption Model in Palestine"، حيث هدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل عملاء البنوك في فلسطين وتقديم نموذج لتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في فلسطين، مما يساعد القطاع المصرفي الفلسطيني على نشر الخدمات المصرفية الإلكترونية في المجتمع الفلسطيني. تمت المراجعة للعوامل الهامة والمؤثرة في قبول

الخدمات المصرفية الإلكترونية، مثل الخطورة المترتبة على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية والاستخدام الفعلي للتكنولوجيا (الحاسوب والإنترنت)، ودور البنك في نشر الخدمات المصرفية الإلكترونية. استخدم البحث كلاً من المنهجين الكمي والنوعي في إتمامه، حيث تم إجراء مقابلات مع مدراء دوائر تكنولوجيا المعلومات في البنوك الفلسطينية وعدد محدد من عملاء هذه البنوك لفهم طبيعة المشكلة بشكل دقيق ومناقشة العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية. كما تم استخدام طريقة الاستبيان وتوزيعها على عينة عشوائية من عملاء البنوك في فلسطين الذين يستخدمون خدمة مصرفية إلكترونية واحدة على الأقل. تم إعادة 739 استبياناً مكتملاً، حيث بلغت نسبة الاستجابة 73% من العينة المستهدفة. أظهرت النتائج أن الفائدة وسهولة الاستخدام والاتجاه واستخدام الحاسوب والإنترنت هي العوامل الرئيسية التي تؤثر في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في فلسطين. كما بينت النتائج أن دور البنك والخطورة المترتبة والقواعد الذاتية والسيطرة السلوكية جميعها تؤثر في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية، ولكن بدرجة أقل من العوامل السابقة. قدم الباحث توصيات للبنوك الفلسطينية تتعلق بصياغة استراتيجيات جديدة وتطوير عملياتها التشغيلية وتقديم خدمات ذات جودة عالية، بالإضافة إلى التنسيق مع سلطة النقد الفلسطينية والحكومة وشركات تكنولوجيا المعلومات.

- دراسة (شاهين، 2010) والتي كانت بعنوان " نظم الدفع الكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين. "، حيث هدف الباحث من خلالها الى الوقوف على طبيعة وانواع ادوات الدفع الالكترونية المطبقة في بنك فلسطين ونظم الرقابة المستخدمة للرقابة عليها بالإضافة الى بحث التحديات الخاصة المرتبطة بها، حيث عمل الباحث على استخدام اسلوب التجليل والمناقشة في هذا الجانب، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي من اجل تحقيق اهداف البحث، وذلك من خلال استخدام الاستبيان كاداة من ادوات الدراسة، حيث تم توزيع عدد (30) استبانة على المسؤولين الذين يعملون في الإدارة العامة للبنك، حيث توصلت الدراسة الى نتيجة مفادها بان استخدام أدوات الدفع الإلكتروني أصبح واقعاً لا مفر منه مما يستلزم تطوير الكادر وتدريب العاملين للإرتقاء بمستوى الخدمات المقدمة.

- دراسة (المعيوف، 2001) والتي تركز على تحديد العوامل المحددة لاختيار العملاء السعوديين للبنوك في مدينة الرياض. وقد أظهرت النتائج أن عملاء البنوك الوطنية وعملاء البنوك المشتركة يختلفون في أهمية العوامل التي تحدد اختيارهم للبنوك. ومن بين هذه العوامل الشبكة الواسعة في الفروع، والثقة في قدرة البنك على المنافسة، ومعاملة موظفي البنك، وانتشار آلات الصراف الآلي، وسمعة البنك.

توصي الدراسة بأن تعطي البنوك الوطنية أهمية أكبر للبرامج التدريبية وذلك لتدريب موظفيها على كيفية معاملة العملاء. كما أوصت الدراسة بأن تولي المصارف الوطنية أهمية أكبر في اختيار موظفيها وفقاً لمعايير علمية وموضوعية. وعلاوة على ذلك، ينبغي على البنوك أن تولي مزيداً من الاهتمام بسمعتها وقدرتها على المنافسة والبقاء في السوق المصرفي، وذلك من خلال تصميم برامج تسويقية موجهة إلى العملاء لإقناعهم على البقاء والاستمرار.

### 2.11.1 الدراسات العربية:

- دراسة (عمران وآخرون، 2022)، والتي كانت بعنوان " واقع وافاق بطاقات الائتمان كخدمة في النظام المصرفي الجزائري -دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري فرع ورقلة، حيث يتناول هذا البحث التحديات التي تواجه البنوك في الوقت الحاضر والتقنيات الحديثة المستخدمة في النشاط المصرفي، بالإضافة إلى بطاقة الائتمان وواقعها في الجزائر. وقد تم تسليط الضوء على استخدام بطاقات الائتمان في البنوك الجزائرية والسلوكيات والتحديات التي تواجهها، وتم تساؤل حول كيفية تقييم استخدام بطاقات الائتمان في البنوك الجزائرية والتحديات التي تواجهها.

أظهرت النتائج أن النظام المصرفي الجزائري يعاني من ضعف في استخدام التكنولوجيا المصرفية وتأخر في مواكبة الصناعة المصرفية الحديثة. كما أظهرت الدراسة إرادة من قبل المسؤولين لتطوير نظام مصرفي إلكتروني، ولكن بخطى بطيئة. كما تعاني المنظومة القانونية في الجزائر من فراغ في مجال التشريعات المتعلقة بوسائل الدفع الإلكترونية.

وأشارت الدراسة إلى أن العمل بنظام البطاقة لن يكون ناجحاً إلا في إطار إصلاح شامل للمنظومة المصرفية، وتطوير قاعدة التكنولوجيات الجديدة، ووجود شبكات بنكية تربط بين وكالات البنك الواحد أو ما بين البنوك، وتبني مفهوم التسويق المصرفي، والاستثمار في الموارد البشرية بالتكوين والتدريب المستمرين لموظفي البنوك. كما أشارت الدراسة إلى أن البيئة الاجتماعية والثقافية في الجزائر تشكل تحدياً في إقناع العملاء بجدوى استخدام البطاقة، مما يتطلب إستراتيجية تسويقية فعالة. وأخيراً، توضحت النتائج أن ضعف الدعاية والإعلان بخصوص البطاقة لا يسمح بإيصال الرسالة إلى عدد كبير من الزبائن.

- دراسة (محمد، 2021)، والتي كانت بعنوان " العوامل المؤثرة والمعيقة لتبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية: دراسة ميدانية مقارنة بين عملاء المصارف السعودية والمصرية، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة والعوائق التي تؤثر على

تبنى العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف، وشمل المجتمع المدروس عملاء من مختلف الجنسيات في السعودية ومصر. تم توزيع 384 استبانة على العملاء وتم تحليل 350 منها بنسبة 91% باستخدام حزمة SPSS، حيث كشفت نتائج الدراسة عن وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في توجهات العملاء نحو الخدمات المصرفية الإلكترونية، وأن هناك عوامل مؤثرة على تبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية، وهي: الإتاحة، والدور التوعوي للمصرف، وسرعة التنفيذ، وتكلفة الخدمة، والفوائد المدركة، والثقة، وسهولة الاستخدام، والسرية، والأمن، والقدرة الذاتية. كما توجد عوامل معيقة لتلك الخدمات، وهي: تدني الأمن، وتدني السرية، وانخفاض وعي العملاء، وبطء خدمة الإنترنت، وانخفاض الثقة، وكثرة الأعطال والأخطاء، وارتفاع التكلفة، وانتشار عشوائي لمواقع الصراف الآلي، وعدم توفر خدمات شاملة، وارتفاع درجة المخاطر، وغياب التشريعات القانونية، وعدم انتشار نقاط البيع POS، وصعوبة الاستخدام، كما بينت الدراسة وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات العملاء السعوديين والمصريين في تلك العوامل المؤثرة والعوائق. كما تبين أن العوامل الديموغرافية لها تأثير دلالة إحصائية على تبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية، وهي: السن، والمهنة، والدخل الشهري، والمستوى التعليمي، في حين لا يوجد أثر لعامل الجنس والحالة الاجتماعية.

وأوصت الدراسة بتطوير التكنولوجيا المصرفية، ونشر نقاط البيع، والإتاحة الدائمة للخدمة، ونشر الوعي المصرفي بفوائد الخدمة، وتصدير الثقة للعميل، وتطوير شبكة الإنترنت، وتخفيض رسومها، ودعم القدرة الذاتية للعملاء، وتجهيز الكفاءات التقنية لمواجهة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتطوير النظام الأمني والسري للخدمات المصرفية الإلكترونية، وتحسين الخدمات المقدمة للعملاء وتوفير خدمات شاملة ومتكاملة تلبي احتياجات العملاء بشكل كامل.

- دراسة، (خليل، 2021) والتي هي بعنوان " أثر استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن) دراسة ميدانية في البنوك السورية الخاصة (، حيث هدفت الدراسة الى التعرف على دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في مدينة دمشق وأهميتها النسبية في اكتساب رضا الزبائن، وتمت الدراسة على عينة مقصودة من زبائن البنوك الخاصة في المدينة والتي عددها 14 بنك، حيث تم تحديد أبرز أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في هذه البنوك وأهميتها في تحقيق رضا الزبائن، حيث استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة من اجل تحقيق اهداف الدراسة والاجابة عن اسئلتها، وقد طور الباحث اداة الدراسة وهي الاستبانة التي استخدمها خلال دراسته، حيث.أظهرت النتائج أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين وتطوير أداء البنوك، وزيادة ولاء الزبائن. كما أن الخدمات المصرفية

الإلكترونية تساعد في تحسين القدرة على المنافسة وتلبية احتياجات الزبائن على مدار الساعة، مما يؤدي إلى خفض الازدحام في فروع البنوك على الأرض.

ويوصي الباحث بأهمية تقديم البنوك للخدمات المصرفية الإلكترونية لما لها دور فعال وهام بالنسبة للزبائن، بالإضافة إلى المنافسة فيما بين البنوك. ويمكن للبنوك الخاصة في دمشق تطوير خدماتها المصرفية الإلكترونية باستمرار لتلبية احتياجات الزبائن وتحسين أدائها وزيادة ولاء الزبائن.

- دراسة (بعلول، 2021)، والتي هي بعنوان " بطاقات الدفع الإلكتروني كأداة لتحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية خلال جائحة كورونا (2020-2021)، حيث هدفت الباحثة من خلال الدراسة الى تحليل تأثير البطاقات الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية الالكترونية خلال جائحة كورونا (2020-2021)، وتبيان الدور الذي لعبته في تسهيل المعاملات المالية والالكترونية خلال الأزمة، وضمان جودة الخدمات الالكترونية، وتحقيق مردودية وأرباح للبنوك. استخدمت الدراسة استبياناً وزع على عينة من موظفي الوكالات البنكية في أم البواقي، يبلغ عددهم 40، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS وأساليب إحصائية مختلفة. وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي للبطاقات البنكية على جودة الخدمة المصرفية في أبعادها المختلفة، بما في ذلك الاعتمادية والاستجابة والمرونة والكفاءة والثقة والأمان، خلال جائحة كورونا. وقد أدركت العينة أن البطاقات الالكترونية كان لها دور مهم خلال الأزمة الصحية التي تمر بها البلاد، حيث استخدمت بكثرة في إتمام المعاملات المالية والتجارية وتحويل الأموال وتسهيل عملية خدمة العملاء في منازلهم دون الحاجة إلى الذهاب إلى الوكالات البنكية، على الرغم من عدم ثقة بعضهم في هذه الخدمات.

- دراسة (عبد العزيز واخرون، 2020) بعنوان "فعالية استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الجديدة في الجزائر نموذجاً". هدفت الدراسة إلى تحديد مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية الجديدة في الوقاية من جائحة كورونا. وتم استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني الذهبية، التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر، كنموذج للاختبار. بعد معالجة المشكلة واختبار فرضيات الدراسة التطبيقية، توصلت الدراسة إلى أن استخدام خدمات الدفع الإلكتروني التي تقدمها البطاقة الذهبية يساهم في تجنب الاحتكاك والانتظار داخل مكاتب البريد، ويشجع الناس على البقاء في المنازل وإجراء المعاملات عن بعد مثل دفع الفواتير وتحويل الأموال. كما يقلل من خطر تداول العملات النقدية التي قد تكون موبوءة. وتم استخدام أسلوب دراسة الحالة للإجابة عن المشكلة،

وكانت الدراسة شاملة حول بطاقة الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر. وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج المهمة، بما في ذلك أن أزمة جائحة كورونا أدت إلى توعية العملاء بأهمية وسائل الدفع الإلكترونية الجديدة، وأن استخدام هذه الخدمات يساعد في تجنب الانتظار داخل مكاتب البريد وتجنب الاحتكاك مع الآخرين.

- دراسة (المسعودي، 2019)، والتي كانت بعنوان قياس أثر العوامل الشخصية والديموغرافية على تبني خدمة الدفع الإلكتروني: "دراسة استطلاعية لعينة من البنوك العمومية بالجزائر"، حيث هدف الباحث من خلال الدراسة إلى التعرف على تأثير العوامل الشخصية والديموغرافية على تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتم استخدام خمسة عوامل رئيسية لتمثيل هذه العوامل وهي الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، والدخل. كما تم قياس مدى تأثير هذه العوامل بخصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية، بما في ذلك أسلوب الخدمة، وطبيعتها، وعدد المرات التي يتم استخدامها، والفوائد التي يمكن الحصول عليها، والمشاكل المصاحبة لها، ومكان الحصول عليها، حيث تم إجراء الدراسة باستخدام استبيان تم توزيعه على عينة مؤلفة من 125 عميلاً، وتم التركيز في الدراسة على تحديد العوامل الأكثر أهمية في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية، وذلك باعتمادها على العوامل الشخصية والديموغرافية، وتشير نتائج الدراسة إلى أن المهنة والدخل لهما تأثير كبير على تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية، بينما يتأثر الجنس بمكان توفر الخدمة الإلكترونية. ويؤثر العمر على طبيعة الخدمة المقدمة، ويتربط المستوى التعليمي بالفوائد المتعلقة بالخدمة. وأخيراً، فإن العوامل الشخصية تتأثر بشدة بالمشاكل المصاحبة للخدمة المصرفية الإلكترونية، مما يبرز أهمية الأمان في المعاملات المصرفية الإلكترونية، وتوصي الدراسة بتنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية وتعميمها، وزيادة الدعم لثقة وأمان المتعاملين في المعاملات المصرفية الإلكترونية.

- دراسة (العضايلة وآخرون، 2016)، والتي هي بعنوان "العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت من وجهة نظر العملاء -دراسة ميدانية على إقليم الجنوب- الأردن"، حيث هدف الباحثون من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت من وجهة نظر العملاء في إقليم الجنوب في الأردن. تضمنت عوامل الدراسة مستوى المهارة التقنية، الفائدة المدركة، الثقة، توافر المعلومات، وتصميم الخدمة. تم اختيار عينة من عملاء المصارف المتواجدة في إقليم الجنوب في الأردن، وتم توزيع استبانة الدراسة عليهم لجمع البيانات. تم تحليل البيانات باستخدام حزمة التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) لاختبار فرضيات الدراسة. أظهرت نتائج

الدراسة أن لعوامل مستوى المهارة التقنية، الفائدة المدركة، وتوافر المعلومات أثراً كبيراً وذو دلالة إحصائية على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت، في حين لم يتبين وجود أثر دال إحصائي لكل من الثقة وتصميم الخدمة. وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت في إقليم الجنوب لا يزال منخفضاً. وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، بما في ذلك ضرورة توفير المعلومات الكافية للعملاء لزيادة استخدامهم للخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت، والتركيز على عامل الفائدة والمنافع التي يتلقاها العملاء، وتطوير الخدمات الإلكترونية التي تقدمها المصارف ومواكبة التقدم التكنولوجي في هذا المجال.

- دراسة (حميدة، 2016) والتي كانت بعنوان " أنماط استخدام بطاقات الائتمان وعلاقتها بالسلوك الإستهلاكي في ضوء متطلبات الجودة لأعضاء هيئة التدريس، حيث تم إجراء هذا البحث لدراسة أنماط استخدام بطاقات الائتمان وعلاقتها بالسلوك الإستهلاكي لأعضاء هيئة التدريس، وذلك وفقاً لمتطلبات الجودة. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وتم تطبيقه على عينة تضم 150 عضواً من هيئة التدريس من كليات مختلفة في جامعة الفيوم، وتراوحت أعمارهم بين 25 و 50 عاماً، وكانت لديهم مستويات اقتصادية واجتماعية مختلفة.

تضمنت أدوات البحث استمارة الحالة الاجتماعية والاقتصادية واستمارة البيانات العامة لأعضاء هيئة التدريس، بالإضافة إلى مقياس لأنماط استخدام بطاقات الائتمان ومقياس السلوك الإستهلاكي لأعضاء هيئة التدريس وفقاً للمواصفات القياسية لحماية المستهلك.

أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في أنماط استخدام بطاقات الائتمان، وذلك تبعاً لمتغيرات مختلفة مثل الجنس ومحل الإقامة والدرجة الوظيفية والعمر والدخل الشهري للأسرة. وقد أوصت الباحثة بتنظيم دورات وندوات تثقيفية لنشر الوعي الإستهلاكي والحد من ثقافة الإستهلاك التي انتشرت في المجتمع المصري، بالتعاون مع متخصصي إدارة المنزل وإدارة مؤسسات الأسرة والطفولة.

- دراسة (محمد، 2013)، والتي هي بعنوان " اتجاهات العملاء نحو استخدام الصراف الآلي بالتطبيق على عملاء بنك فيصل الإسلامي السوداني بمدينة أم درمان 2011م، حيث هدفت الدراسة لاستكشاف اتجاهات العملاء في السودان نحو استخدام الصراف الآلي لسحب النقود، وتم تطبيق هذه الدراسة على عملاء بنك فيصل الإسلامي السوداني الذين يستخدمون ماكينات الصراف الآلي في مدينة أم درمان خلال عام 2011. تم استخدام استمارة الاستقصاء كأداة

لجمع البيانات، وتم تحليل هذه البيانات باستخدام برنامج (SPSS) وأساليب إحصائية مختلفة مثل التوزيعات التكرارية، النسب المئوية، الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، بالإضافة إلى اختبار (Test.T). وأظهرت النتائج أن عملاء المصارف في السودان لديهم اتجاه إيجابي نحو استخدام الصراف الآلي، وأن عدم التدريب الكافي والأمية التقنية يؤثران سلباً على اتجاهات العملاء نحو استخدامه. كما تبين أن الأعطال المتكررة للصراف الآلي تؤثر سلباً على اتجاهات العملاء نحو استخدامه. وأوصى الباحث بمجموعة من التوصيات، ومن بينها التوسع في استخدام تقنية الصراف الآلي من قبل البنوك في العاصمة والولايات، وتنقيف وتدريب العملاء على استخدام الصراف الآلي للاستفادة من مزاياه المتعددة.

- دراسة (اسيا، 2013) بعنوان "وسائل الدفع الإلكتروني ومدى تطبيقها في الجزائر"، بهدف التعرف على المستجدات والتطورات التي طرأت على نظام ووسائل الدفع، وأسباب تأخر تحديث وعصرنة نظام الدفع في الجزائر، ومعرفة مدى تطبيق واستخدام هذه الوسائل في الجزائر.

اعتمدت الدراسة على تحليل واقع استعمال وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر للإجابة على هذه الإشكالية، وتوصلت الدراسة إلى أن التجارة الإلكترونية هي وليدة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث وفرت لها البنية التقنية اللازمة لتطوير نفسها، وأيضاً وفرت لها التقنيات التي تحمي التعامل بها. ولا يمكن أن تزدهر التجارة الإلكترونية في بلد إذا لم تتوفر البنية التحتية الإلكترونية اللازمة وأنظمة وتشريعات قانونية خاصة بها وأوصت الدراسة بأن تدرك البنوك الجزائرية أن الخدمات المالية الإلكترونية تمثل تحدياً مهماً لها، وأنه يجب أن يتم اعتماد نظام الدفع الإلكتروني على مستوى النظام المصرفي في الجزائر ككل، وليس مشروعاً من وجهة نظر بنك واحد أو مجموعة محدودة.

- دراسة (زهير، 2011) بعنوان "دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية: دراسة حالة الجزائر"، بهدف تقييم وسائل الدفع الحديثة ومدى استجابة البنوك الجزائرية للتطورات التكنولوجية في هذا المجال، وذلك عن طريق مقارنتها بوسائل الدفع التقليدية، ورصد التجربة الجزائرية في مجال وسائل الدفع والتعرف على دور النظام المصرفي في هذا الجانب. توصلت الدراسة، التي اعتمدت على أسلوب دراسة الحالة، إلى أن النظام المصرفي الجزائري يعاني من ضعف في استخدام التكنولوجيا المصرفية، ويعود ذلك إلى غياب الثقافة المصرفية وخوف التجار من التعامل مع هذه المستجدات المالية، نظراً لأنه يتطلب إجراءات وقوانين تسمح

بفتح حساب لدى البنوك، وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحديث نظام الدفع ووسائل الدفع الإلكترونية، وتوفير بنية تحتية قوية للجهاز المصرفي، والارتقاء بالعنصر البشري ووضع تحفيزات من شأنها دفع التجار إلى الاعتماد على أسلوب الدفع الإلكتروني، بالإضافة إلى وضع تشريعات وقوانين تساعد في معالجة المشاكل التي قد تنجم عن استخدام هذه الوسائل.

- دراسة (وادي، 2008) تهدف الدراسة إلى: التعرف على أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية والمعوقات التي تواجه انتشارها في فلسطين لكي تمارس أعمالها التجارية إلكترونياً أو عبر شبكة الانترنت. وقد أوضحت الدراسة أن البنوك الإلكترونية تعد وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء وتنمية وتطوير التجارة الإلكترونية في فلسطين. وان تأثيرها يقتصر على العملاء الذين يجيدون التعامل مع الانترنت، وان المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الانترنت هي تقليل التكاليف، وزيادة حجم التعاملات التجارية، وسهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية، وتحسين خدمات العملاء، وإمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة، وتقلل من فتح فروع جديدة للبنك، وزيادة كفاءة إدارة البنك، وتقديم خدمات مصرفية جديدة. وقد أشارت الدراسة إلى العديد من المعوقات مثل عدم إدراك بعض البنوك لأهمية الفوائد الناجمة عن استخدام النظام الإلكتروني للتجارة، وضعف نظم الأمن التي تحققها التجارة الإلكترونية في مجال إبرام الصفقات التجارية. ونقص البنية الأساسية المطلوبة لتجهيز مواقع الانترنت، وعدم توافر الكوادر الإدارية والبشرية التي تتمتع بمؤهلات علمية وخبرات ميدانية، سواء فيما يتعلق باستخدامات الحاسوب أو اللغة. توصيات الدراسة: العمل على تدريب وتأهيل المختصين في مجال التقنية المعلومات ونظمها، وكذلك في مجال الاتصالات والشبكات، حماية المستهلك فيما يت علق بالخصوصية والسرية وضمان أمن المدفوعات الإلكترونية.

### 3.11.1 الدراسات الاجنبية:

- دراسة (Bezovski, Z. (2016)، حيث تهدف هذه الدراسة إلى تزويد البنك المركزي الأوروبي (ECB) بمعلومات شاملة حول عادات الدفع الحالية لمواطني دول منطقة اليورو، وتحديد مواقفهم تجاه طرق الدفع الرقمية. كما تهدف الدراسة إلى استكشاف وجهات نظر المستخدمين حول الطرق الرقمية الجديدة للدفع والميزات التي يمكن أن تدفع باتجاه تبني وسيلة دفع رقمية جديدة، وذلك بهدف توفير المزيد من المعلومات اللازمة لتحقيق Eurosystem

لليورو الرقمي. ولتجنب التعقيدات المرتبطة بمفهوم العملات الرقمية للبنك المركزي بشكل عام ومفهوم اليورو الرقمي على وجه الخصوص، لم يتم تعريف المشاركين على الفور بمفهوم اليورو الرقمي، بل تم تقديم مفهوم "المحفظة الرقمية" كبديل لتشجيع المناقشات حول الميزات والوظائف المرغوبة المحتملة لطريقة الدفع الرقمية، مقارنة بتلك الموجودة بالفعل في السوق. وفي النهاية، تم تقديم مفهوم اليورو الرقمي لاستكشاف مستوى المعرفة والفهم بين المشاركين وتصوراتهم لليورو الرقمي، وذلك بدعم من البنك المركزي الأوروبي/ نظام اليورو.

- دراسة (Sumanjeet, S. (2009)).، حيث تم إجراء دراسة لمراجعة جميع الأطراف المهمة تقريباً لاستكشاف أنواع مختلفة من أنظمة الدفع الإلكتروني والقضايا المتعلقة بها. يمكن تصنيف أنظمة الدفع الإلكترونية على نطاق واسع إلى أربع فئات: نظام الدفع ببطاقات الائتمان عبر الإنترنت، ونظام النقود الإلكترونية عبر الإنترنت، ونظام الشيكات الإلكترونية، ونظام الدفع الإلكتروني القائم على البطاقات الذكية. كل نظام دفع له مزايا وعيوب للعملاء والتجار. هذه الأنظمة تتطلب الكثير من المتطلبات مثل الأمان والقبول والراحة والتكلفة وإخفاء الهوية والتحكم وإمكانية التتبع. لذلك، وبدلاً من التركيز على المواصفات التكنولوجية لأنظمة الدفع الإلكتروني المختلفة، قام الباحث بتمييز أنظمة دفع إلكترونية بناءً على ما يتم نقله عبر الشبكة، وتحليل اختلاف كل نظام دفع إلكتروني من خلال تقييم متطلباته وخصائصه وتقييم قابلية تطبيق كل نظام.

- دراسة (Maurer, B. (2008)).، حيث بينت الدراسة بانه ظهرت "مساحة مدفوعات" جديدة في السنوات الخمس إلى العشر الماضية والتي تعد بالوصول إلى تحويل الأموال والخدمات المصرفية والمالية لملايين الأشخاص الذين ليس لديهم حسابات مصرفية في البلدان النامية وفي الشتات التي تحول الأموال إليها. شكل المدفوعات هذه يتميز بالاستخدام المبتكر للمعلومات والاتصالات الجديدة التقنيات.

- دراسة (Ho, S. S., & Ng, V. T. (1994)). حيث تراجع الدراسة أحد أسباب بطء معدل التبني للتحويل الإلكتروني للأموال عند نقطة البيع (EFTPoS) هو أن المستهلكين يدركون أن نظام EFTPoS لديه مستوى أعلى من المخاطر من طرق الدفع التقليدية الأخرى.

يستخدم مفهوماً في سلوك المستهلك والمخاطر المتصورة لدراسة الاختلافات في تصورات المستهلكين للمخاطر بين طرق الدفع البديلة وما إذا كانت هذه التصورات ستتأثر بحجم الشراء وتجربة استخدام EFTPoS.

النتائج الرئيسية هي: (1) EFTPoS لديها أدنى مخاطر جسدية وأعلى مخاطر مالية، وبطاقة الائتمان لديها أدنى مخاطر نفسية وأعلى مخاطر ضياع الوقت، في حين أن النقد لديه أعلى مخاطر جسدية وأقل مخاطر أداء؛ (2) تكون المخاطر المادية والمخاطر المالية ومخاطر ضياع الوقت للدفع النقدي أعلى بكثير عندما تكون عملية الشراء كبيرة، في حين أن مخاطر الأداء بالنسبة لنظام EFTPoS والدفع ببطاقة الائتمان تكون أعلى بشكل ملحوظ عندما تكون عملية الشراء صغيرة؛ و (3) مستخدمي EFTPoS لديهم مستوى أعلى بكثير من المخاطر المالية المتصورة ومخاطر ضياع الوقت مقارنة بغير المستخدمين، في حين أن غير المستخدمين لديهم مستوى أعلى من المخاطر النفسية. النتيجة الإجمالية هي أن ملف المخاطر الخاص بـ EFTPoS مشابه لملف بطاقة الائتمان ولكنه يختلف بشكل كبير عن النقد.

#### 4.11.1 التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال النظر الى طبيعة الابحاث السابقة والتي تتعلق بهذا المسار البحثي فأن طبيعة هذه الدراسات انصبت في اغلبها على التقنيات الالكترونية المستخدمة من قبل البنوك، ومنها ما تطرق الى استخدام الصراف الالي، فيما تطرق القسم الاخر الى البطاقات الالكترونية واستخداماتها ومحدداتها، بينما تتطرق بعض من هذه الدراسات الى الخدمات الالكترونية المصرفية.

حيث ركزت اغلب هذه الدراسات على استخدام المنهج الوصفي التحليلي بغرض تحقيق الاهداف والاجابة عن اسئلة الدراسة او اثبات الفرضيات.

حصرت اغلب هذه الدراسة على استهداف مجتمع الدراسة من البنوك التجارية سواء كانت البنوك التقليدية العاملة في الاراضي الفلسطينية او البنوك العاملة خارج الاراضي الفلسطينية، حيث ركزت هذه الدراسات على نوعين من العينات وكان اغلب هذه العينات يستهدف مجتمع الدراسة الخاص بالعملاء المستفيدين من خدمات هذه المصارف وذلك من اجل الحصول على ارائهم حول هذا الجانب، بالإضافة الى ان غالبية الدراسات ركزت على الزبائن باعتبارهم الهدف الاساسي لها اضافة الى ان قياس هذا الجانب من الخدمات الالكترونية تتعزز الاجابات عنه من خلال الزبائن.

ان طبيعة هذه الدراسة ساهمت في اختيار الباحثين لاسلوب واداة الدراسة التي من شأنها تعزيز اهداف البحث ومحتوياته من خلال البيانات التي سيتم جمعها باعتبار ان الباحثين يهدفون الى

استقصاء الحقائق من مصادرها المحددة وهي مجتمعات الدراسة، حيث عمد الباحثون خلال هذه الدراسات الى اختيار الاستبانة كأداة من أدوات البحث العلمي من اجل العمل على تطويرها لكي تتلائم مع أهدافهم وتحقق الإجابة الحتمية عليها، حيث اعتبرت الاستبانة هي من اكثر الأدوات شيوعاً خلال هذه الأبحاث.

واری ان طبيعة الدراسات السابقة من حيث المضمون تركزت على الجانب التقني للعمليات المصرفية، حيث كانت غالبية الدراسات تركز على جوانب الخدمات الالكترونية التي تقدمها البنوك، وما هي طبيعة التحديات التي تواجه هذه الخدمات ومن هذه الخدمات خدمات الدفع والشراء الالكتروني بالإضافة الى استخدام الصراف الآلي، حيث اجد بان كافة الدراسات ركزت على جانب الخدمات الالكترونية، الا انه وبذات الوقت فان بعض هذه الدراسات تطرقت الى جانب الصعوبات التي تعيق عمل وتطبيق البطاقات الالكترونية في البنوك، واری ان غالبية الدراسات قد انتهجت النهج الواحد في تطبيقها العملي من حيث استخدامها للمنهج الوصفي التحليلي في تحليل وجمع البيانات ومعالجتها، إضافة الى تكرار أداة الدراسة وهي الاستبانة باعتبار ان الاستبانة حسب هذه الدراسات هي الأداة الأنسب لقياس اهداف هذه الدراسات والبحث في مشكلتها، الا انني أرى بان جميع نتائج هذه الدراسات جاءت منحصرة بمجتمع الدراسة التي طبقت عليه الدراسة ولم يتم تعميم الدراسة ونتائجها على غالبية البنوك الأخرى العاملة في الأراضي الفلسطينية، كما جاءت التوصيات التي قدمها الباحثون عامة وغير شاملة لمحاور البحث.

كما اجد من خلال البحث في هذه الدراسات السابقة بان طبيعتها قد انحصرت بشكل عام على دراسة أثر استخدام التقنية المصرفية في تطوير الخدمات البنكية المختلفة، وقد تناولت الدراسات السابقة عدد من التقنيات البنكية، مثل: ماكينات الصراف الآلي، نظام المقاصة الإلكترونية، استخدام الحاسب الآلي في العمل المصرفي، واستخدام الإنترنت لتقديم الخدمات البنكية وتوصلت الدراسات السابقة إلى الأثر الإيجابي للتقنية المصرفية على تقديم الخدمات المصرفية المختلفة ولاسيما استخدام الصراف الآلي في عملية سحب النقود.

### 5.11.1 ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:

الدراسة الحالية تركز في محتواها وبشكل كامل على توجهات العملاء " اتجاهات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء " حيث ينصب جل اهتمام الدراسة على

مراجعة ودراسة توجهات العملاء خلال عمليات الشراء من خلال بطاقات الدفع المباشر والتي يمكن الركون اليها في عمليات الشراء المختلفة، حيث تركز الدراسة على البحث في هذا الجانب النظري والتطبيقي من خلال تطبيق اهداف الدراسة وإيجاد الإجابات الكاملة على أسئلة الدراسة لتحقيق الغاية التي وضعت من اجلها إشكالية هذه الدراسة.

ان طبيعة الاختلاف بين هذه الدراسة وغيرها من الدراسات السابقة وهو تركيزها بشكل مباشر ومعمق على موضوع توجهات العملاء حول موضوع بطاقات الدفع المباشر، واهمية هذا الامر ينبع من حيث اهتمام الباحث في دراسة هذه التوجهات وتأثيرها على عمليات الشراء من خلال استخدام بطاقات الدفع المباشر، وهذا ما يمكن ان يميز دراستنا عن غيرها من الدراسات الأخرى.

إضافة الى ان الباحث عمل على حصر الدراسة وتطبيقها في منطقة رام الله والبيرة باعتبار ان هذه المنطقة لم يتم استهدافها من قبل كمجتمع دراسي من اجل استكشاف توجهات العملاء حول عمليات الشراء من خلال بطاقات الدفع المباشر.

### **6.11.1 مدى استفادة الباحث من البحوث والدراسات السابقة:**

الاستفادة من هذه الدراسات هي استفادة معمقة وكبيرة والتي انصبت في عدد من المحاور والتي كان من بينها:

1. استطاع الباحث تحقيق الفهم المعمق حول الخدمات الالكترونية التي تقدمها المصارف وتعتبر بطاقات الدفع المباشر جزءاً من هذه الخدمات.
2. عملت الدراسات على تزويد الباحث بالمعرفة الكافية حول اهمية جمع المعلومات والطرق التي تتناسب مع هذا المسار البحثي من خلال اختيار المنهج البحثي الذي يتناسب مع اهداف هذه الدراسة.
3. ساهمت الدراسات السابقة في تعميق المعرفة الشمولية لدى الباحث حول اليات جمع البيانات من خلال ادوات الدراسة والتي كان من بينها الاستبيانات، وطريقة تنظيمها بالاضافة الى طرق اختيار مجتمع الدراسة وعينة الدراسة.
4. ساهمت الدراسات السابقة في تعزيز فكرة الهيكل التصميمي للبحث من حيث تقسيم فصول الدراسة واليات تنظيم البحث من الناحية العلمية.

5. عززت الدراسات السابقة الافكار الاساسية لمحاور البحث لدى الباحث من اجل تحقيق الاهداف الخاصة التي تم تصميمها بناء على مشكلة الدراسة.
6. قدمت الدراسات السابقة معرفة حقيقية حول المتغيرات الخاصة بالدراسة واليات اختيارها بما يتناسب مع محاور البحث العلمي ومعطيته.

### الطريقة والإجراءات

#### 12.1 تمهيد

تعتبر منهجية الدراسة وإجراءاتها اطار الرئيسي الذي يتم بواسطته تحقيق الجانب التطبيقي من الدراسة، عن طريق جمع البيانات المطلوبة وتفتيتها من اجل إجراء التحليل الاحصائي للتوصل إلى المخرجات التي يتم تحليلها في ظل الادبيات والدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث، أي تحقيق الاهداف التي ترنو اليها الدراسة.

يتناول الفصل وصفاً لمنهج الدراسة، ومجتمع الدراسة وعينتها، وأدوات الدراسة المستخدمة وطريقة اعدادها وكيفية بنائها والتحديث عليها ومدى صدقها وثباتها، كما يتضمن هذا الفصل ووصفاً للإجراءات التي تم تنفيذها في هذا البحث، والاساليب الاحصائية التي تم تناولها لتحليل البيانات واستخلاص النتائج، وفيما يلي وصفاً للعناصر السابقة:

#### 13.1 منهج الدراسة

للاوصول الى اهداف الدراسة واختبار فرضياتها والاجابة عن اسئلتها وفي ضوء طبيعة الدراسات والبيانات التي تسعى الدراسة استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، نظراً لملائمته طبيعة الدراسة، حيث يوفر بيانات شاملة عن متغيرات الدراسة ويسعى لتفسيرها وتحديد العلاقات المترابطة بموضوع الدراسة، واطاراً (أبو زينة، م، 2010، 51) الى ان المنهج الوصفي يسهم في دراسة الظاهرة بجميع ابعادها ومكوناتها لفهم الظاهرة والتعمق بها. لذا المنهج الوصفي يتضمن تفسيراً للبيانات والمعلومات المتحصل عليها بهدف استخلاص النتائج، واستخدمت الدراسة هذا المنهج من خلال وصف متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة والخصائص الديمغرافية للأفراد المستجوبين في الدراسة، كما أنه يبحث حاضر الحوادث والأشياء مهما كان نوعها أو مجالها لغرض فهم هذا الحاضر وتوجيه مستقبله بالتحديث والتصحيح والتحديد أو باقتراح بدائل أخرى لتجربتها وتقرير إمكانية تبنيها لتطوير الحاضر.

#### 14.1 طرق جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وهو منهج قائم على الإجراءات البحثية التي تعتمد جمع البيانات اللازمة من مجموعة المستجوبين المرتبطين بالظاهرة محل الدراسة، كما اعتمدت أسلوب الدراسة الميدانية، ولجمع البيانات اللازمة لتحقيق غرض الدراسة اعتمدت الدراسة على مصدرين:

## أولاً: المصادر الثانوية

وتتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة والدوريات والمقالات والتقارير والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، وكان الهدف منها تغطية الجانب النظري للدراسة.

## ثانياً: المصادر الأولية

تم الاعتماد على الاستبانة المطورة كأداة رئيسة للدراسة لمعالجة الجانب التحليلي لموضوع الدراسة حيث اشتملت على عدد من العبارات التي تعكس أهداف الدراسة وأسئلتها وتخدم فرضياتها وقد روعي فيها الدقة والوضوح والتجانس وصممت الاستبانة للتعرف على العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء.

### 15.1 مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من مليون نسمة، والذين يمثلون جميع افراد المجتمع الفلسطيني في الضفة الغربية وقطاع غزة من الذين يستخدمون بطاقات الدفع المباشر لقياس العوامل المؤثرة في محددات عملاء البنوك، لذا فطبيعة الدراسة تتقاطع مع كافة افراد المجتمع المستجوبين.

### 16.1 عينة الدراسة

تم اعتماد عينة الدراسة بناء على معادلة الاحصائية من خلال حاسبة العينة على الموقع التالي: (<https://www.surveysystem.com/sscalc.htm>) واستخرجت حجم العينة المناسب لمليون نسمة من خلال الحاسبة الالكترونية والتي بلغت 384 استبانة ممثلة لحجم المجتمع احصائياً حسب الحاسبة، تم توزيع (460 استبانة إلكترونية) خلال الفترة الزمنية المتمثلة بشهر مايو 2023، واعتمد منها (455 استبانة) صالحة للتحليل الإحصائي، واستخدمت طريقة العينة العشوائية في توزيع استبانة الدراسة، والتي تم تعبئتها بواسطة استبانة الكترونية تم تصميمها لهذا الغرض على Google forms.

### 17.1 أداة الدراسة

اعتمد الباحث على أدبيات البحث العلمي والدراسات السابقة واستشارة الخبراء حيث تم تطوير أداة الدراسة والمتمثلة في الاستبانة وتحكيمها كما هو في ملحق المحكمين - ملحق (1) - وتم جمع البيانات من عينة الدراسة، وتكونت اداة الدراسة من الأقسام التالية:

**القسم الأول:** وقد تضمن بعض الخصائص الشخصية والوظيفية الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، حيث اشتمل هذا القسم على خمسة فقرات هي: (الجنس، مكان السكن، المستوى التعليمي، العمر، الدخل الشهري).

**القسم الثاني:** يتضمن الأسئلة التي تجيب على واقع باستخدام ادوات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين

**القسم الثالث:** يتضمن الأسئلة التي تجيب على درجة العوامل المؤثرة في اتجاهات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين.

يتكون القسم من أربعة محاور، وهي كالاتي:

1. الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر، وتتكون من (6) فقرات.
  2. عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء، وتتكون من (5) فقرات.
  3. عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء، وتتكون من (6) فقرات.
  4. السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، وتتكون من (5) فقرات.
- وقد تمت صياغة فقرات الاستبانة لتكون الاستجابة للمبحوثين وطريقة التصحيح بحسب مقياس ليكرت (Likert Scale) الخماسي الأبعاد، حيث تكون استجابة المبحوث على الفقرات بالموافقة حسب التدرج الآتي:

كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	ضعيفة	ضعيفة جداً
5	4	3	2	1

وقد تم اتباع الخطوات الآتية لبناء أداة الدراسة:

1. اطلع الباحث على عدد من الادبيات والسابقة والمناهج والأدوات المستخدمة فيها، والنتائج والتوصيات التي تم التوصل اليها.
2. قام الباحث باستشارة المختصين في موضوع مسوح اتجاهات العملاء والشراء الالكتروني في فلسطين من أساتذة الجامعات ومن الممارسين لموضوع الدراسة في الواقع العملي، وعلى أحد المختصين في التحليل الاحصائي، وذلك لتحديد مجالات الاستبانة وأبعادها.
3. تم اعداد الأداة (الاستبانة) بصورتها الأولية، وعرضها على المشرف، من اجل اختبار مدى ملاءمتها لموضوع الدراسة، وتم تعديلها وفقاً لملاحظاته.
4. تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من أساتذة الجامعات الفلسطينية والمختصين في الموضوع، وبلغ عددهم (6) محكمين، والملحق رقم (1) يبين قائمة المحكمين.

5. في ضوء آراء المحكمين تم تعديل بعض الفقرات من حيث الحذف أو الإضافة أو نقلها إلى مجال آخر، لتستقر الاستبانة بصورتها النهائية، حيث تضمنت الفقرات موزعة على مجالات الاستبانة كما هو مبين في الملحق رقم (2).

6. تم عرض الاستبانة بشكلها النهائي على مدقق لغوي للتأكد من سلامتها لغوياً.

7. استخدمت الدراسة مقياس ليكرت الخماسي، يبدأ باستجابة "كبيرة جداً" وتُعطى (5) درجات، ثم "كبيرة" وتُعطى (4) درجات، ثم "متوسطة" وتُعطى (3) درجات، ثم "قليلة" وتُعطى درجتين، وينتهي بـ "ضعيفة جداً" وتُعطى درجة واحدة فقط.

### 18.1 وصف متغيرات أداة الدراسة

نستعرض توزيع افراد عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات الدراسة على النحو المبين في الجداول ادناه، حيث كانت كآلاتي:

جدول 1.0: الوصف الاحصائي لعينة الدراسة تبعاً لمتغيرات (الجنس، مكان السكن، المستوى التعليمي).

المتغير	التصنيف	العدد	النسبة المئوية %
الجنس	انثى	147	32.3
	ذكر	308	67.7
	المجموع	455	100.0
مكان السكن	مخيم	13	2.9
	قرية	145	31.9
	مدينة	297	65.3
	المجموع	455	100.0
المستوى التعليمي	ثانوية عامة فما دون	8	1.8
	دبلوم	22	4.8
	بكالوريوس	298	65.5
	دراسات عليا	127	27.9
	المجموع	455	100.0

يتبين من الجدول رقم (1.3) أن الوصف الاحصائي لعينة الدراسة كما يلي:

▪ **الجنس:** يتبين من نتائج الدراسة الاحصائية بانه بان نسبة الاناث من المستجيبين حول العوامل المؤثرة في محددات قيامهم بعمليات الشراء في فلسطين قد بلغت ما نسبته (32.3%)

أما نسبة الذكور المستجيبين حول اتجاهاتهم من واقع قيامهم بعمليات الشراء في فلسطين قد بلغت ما نسبته (67.7%).

▪ **مكان السكن:** يتبين من نتائج الدراسة الاحصائية بانه بان نسبة افراد عينة الدراسة من سكان المخيمات قد بلغت ما نسبته (2.9%)، أما نسبة افراد عينة الدراسة من سكان القرى قد بلغت ما نسبته (31.9%)، أما نسبة افراد عينة الدراسة من سكان المدن قد بلغت ما نسبته (65.3%)، ويستدل بالتنوع الحاصل في توزيع افراد العينة تبعاً للمعيار السكن الى الحالة الطبيعية والتوزيع الجغرافي المنطقي للسكان في المجتمع الفلسطيني.

▪ **المستوى التعليمي:** اظهرت النتائج بان نسبة الأفراد التي يحملون شهادة ثانوية عامة فما دون بلغت (1.8%)، أما نسبة الأفراد التي يحملون درجة الدبلوم بلغت ما نسبته (4.8%)، أما نسبة الأفراد التي يحملون درجة البكالوريوس بلغت ما نسبته (65.5%)، بينما بلغ حملت الدراسات العليا (27.9%).

**جدول 2.0: الوصف الاحصائي لعينة الدراسة تبعاً لمتغيرات (العمر، الدخل الشهري).**

المتغير	التصنيف	العدد	النسبة المئوية %
العمر	من 18 الى 25 عام	27	5.9
	من 26 الى 35 عام	142	31.2
	من 36 الى 45	179	39.3
	اكثر من 45 عام	107	23.5
	المجموع	455	100
مستوى الدخل	اقل من 3000 شيكل	82	18.0
	من 3000 الى 4999 شيكل	153	33.6
	من 5000 الى 6999 شيكل	94	20.7
	من 7000 الى 9999 شيكل	70	15.4
	شيكال فاكثر 10000	56	12.3
	المجموع	455	100

يتبين من الجدول رقم (2.3) أن الوصف الاحصائي لعينة الدراسة كما يلي:

▪ **العمر:** اظهرت النتائج بأن نسبة افراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية (من 18 الى 25 عام) قد بلغت نسبتهم (5.9%)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية (من 26 الى

35 عام) قد بلغت نسبتهم (31%)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية (من 36 الى 45 عام) قد بلغت نسبتهم (39.3%)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية (أكثر من 45 عام) قد بلغت نسبتهم (23.5%).

■ **مستوى الدخل:** اظهرت النتائج بأن نسبة افراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) قد بلغت نسبتهم (18%)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) قد بلغت نسبتهم (33.6%)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل (من 5000 الى 6999 شيكل) قد بلغت نسبتهم (20.7%)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل (من 7000 الى 9999 شيكل) قد بلغت نسبتهم (15.4%)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل (10000 شيكل فاكتر) قد بلغت نسبتهم (12.3%)، يمكن الاستدلال بالنتائج بأن افراد عينة الدراسة من المستوجبين حول العوامل المؤثرة عند قيامهم بعمليات الشراء في فلسطين كانت غالبيتهم من الفئات المتوسطة الدخل بين 3000 ولغاية 4999 شيكل، وذلك يتوافق وتركيبه الدخل في الاقتصاد الفلسطيني، حيث يُغلب عليه الطابع المتوسط في الدخل ومستوى المعيشة.

## 19.1 صدق الأداة:

اي الاستبانة التي تم توظيفها في الدراسة لتحقيق اهداف الدراسة ويقصد هنا بالصدق اي ان تحقق الاستبانة اهدافها وتقيس ما وضع لقياسه (الجرجاوي، 2010، 105) اما الصدق فيقصد به حسب (عبيدات واخرون، 2001، 179) على انه شمول لكل العناصر التي يجب توفرها لإجراء عملية التحليل من جهة، وان تكون مفهومة لكل من يستخدمها من جهة اخرى. (الديراوي، 2018، ص125) وتم التأكد من الصدق بالطرق التالية:

### اولاً: صدق المحكمين "الصدق الظاهري"

للتحقق من صدق الأداة تم استخدام طريقة الصدق الظاهري بأسلوب صدق المحكمين حيث وزع المقياس في صورته المبدئية على (6) من المحكمين المتخصصين في مجالات الاقتصاد، والبحث العلمي والموضحة أسمائهم في الملحق رقم (1)، بهدف التأكد من مناسبة الاستبانة لما أعدت له، وسلامة صياغة الفقرات وانتماء كل منها للبعد الذي وضعت فيه، وقد بلغت نسبة

الاتفاق بين المحكمين على عبارات الاستبانة 80% وهو ما يشير الى أن الاستبانة تتمتع بصدق جيد جداً، مما زاد في الاطمئنان لصحة النتائج التي تم التوصل اليها. وقد تم تعديل بعض الفقرات قبل أن توضع في شكلها النهائي.

وقد شملت التعديلات ما يلي:

1. حذف بعض العبارات التي اتصفت بالتكرار.
2. إعادة صياغة بعض العبارات لتصبح أكثر وضوحاً.

وبناء على ماسبق فقد استقر الرأي على المقياس بعد إجراء التعديل في فقراته بما يتضمن الاضافة والحذف واعادة الصياغة، الملحق رقم (2)

### ثانياً: صدق الاتساق الداخلي

تم احتساب معامل بيرسون (Pearson Correlation) بين متوسطات كل فقرة من الفقرات مع البعد الواردة فيه، لإظهار مدى اتساق الفقرات في قياس البعد الذي تنتمي اليه، بمعنى أن كل فقرة تهدف إلى قياس المفهوم نفسه الذي تقيسه الفقرات الأخرى في نفس البعد، حيث تعكس معاملات الارتباط صدق التكوين للبعد، وتم حساب معامل ارتباط بيرسون وفيما يلي توضيح ذلك:

جدول 3.0: نتائج معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات اداة الدراسة مع الدرجة الكلية لأداة الدراسة.

6	5	4	3	2	1	رقم العبارة	الخوف من تحمل عمولات عند
.778**	.760**	.809**	.784**	.690**	.670**	معامل بيرسون الارتباط	استخدام بطاقة الدفع المباشر
0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	القيمة الاحتمالية sig	عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر
	5	4	3	2	1	رقم العبارة	عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر
	.744**	.609**	.738**	.762**	.800**	معامل بيرسون الارتباط	
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	القيمة الاحتمالية sig	
6	5	4	3	2	1	رقم العبارة	عدم قبول التكنولوجيا عند
.769**	.65**	.502**	.588**	.382**	.656**	معامل بيرسون الارتباط	

0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	sig.القيمة الاحتمالية	استخدام بطاقات الدفع المباشر
	5	4	3	2	1	رقم العبارة	السرية المصرفية
	.839**	.829**	.775**	.840**	.822**	معامل بيرسون الارتباط	عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.
	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	sig.القيمة الاحتمالية	

\*\* دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.01$ )

تشير النتائج الواردة في الجدول رقم (3.3) أن كافة قيم ارتباط العبارات بمحاورها دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha = 0.01$ )، وكانت كافة الفقرات مع الدرجة الكلية للمجال بمعامل ارتباط بيرسون قوي حول 0.75، وذلك مما يشير إلى الاتساق الداخلي لعبارات الأداة وأنها تشترك معاً في قياس درجة العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين.

## 20.1 ثبات اداة الدراسة

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبانة أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن تعطي قراءات متقاربة عند كل مرة تستخدم فيها وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على المستجوبين عدة مرات خلال فترات زمنية معينة، لأن الأداة المتذبذبة لا يمكن الاعتماد عليها والأخذ بنتائجها، وبالتالي ستكون نتائج الدراسة غير مطمئنة ومضللة. وقد تحققت الباحث من ثبات استبانة الدراسة باستخدام الثبات بطريقة الاتساق الداخلي: (Consistenc)

وهذا النوع من الثبات يشير إلى قوة الارتباط بين الفقرات في أداة الدراسة وذلك باستخدام معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) ويعتمد هذا الأسلوب على مدى توافر الاتساق في أداء الأفراد من فقرة إلى أخرى وإلى جميع فقرات الاستبانة، ونتائج الجدول ادناه، توضح ذلك.

جدول 4.0: نتائج اختبار معامل الثبات بطريقة كرونباخ ألفا على أبعاد مقياس الدراسة.

قيمة ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	البعد
0.84	6	الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر
0.78	5	عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء
0.82	6	عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء
0.82	5	السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر
0.92	22	الدرجة الكلية للمقياس

يتضح من النتائج الموضحة في الجدول رقم (4.3)، أن قيمة معامل كرونباخ ألفا كانت مرتفعة على جميع أبعاد مقياس الدراسة وتراوحت ما بين (0.78-0.84) وهذا يدل على أن المقياس يتمتع بدرجة عالية من الثبات، فقد أشار (Sekaran and Bougie, 2010) بأن قيمة معامل كرونباخ ألفا تعد مقبولة من الناحية التطبيقية في البحوث المتعلقة بالعلوم الإدارية والإنسانية إذا كانت ألفا أكبر من 0.60، وهذا يدل على أن المقياس يتمتع بدرجة عالية من الثبات.

## 21.1 المعالجة الإحصائية

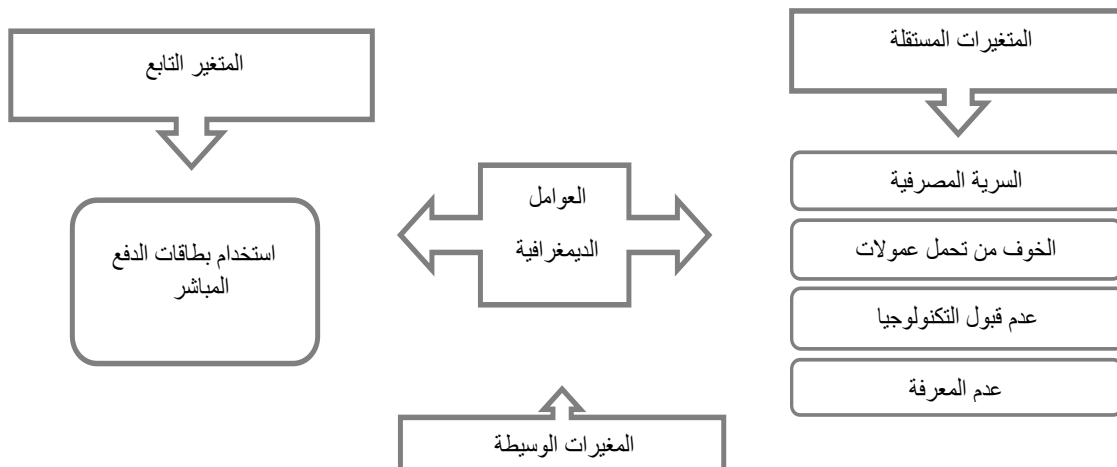
لتحقيق أهداف الدراسة والاجابة على أسئلتها، وبعد جمع الاستبانات الالكترونية والتأكد من صلاحيتها للتحليل الاحصائي، تم ترميز البيانات وادخالها إلى برنامج (SPSS)، وتحليل البيانات وفقا لأسئلة الدراسة وفرضياتها، وقد تمت استخدام الادوات الاحصائية ادناه:

1. الأعداد والنسب المئوية والتكرارات لوصف اجابات عينة الدراسة.
2. والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات المبحوثين على فقرات أداة الدراسة.
3. ومعامل ارتباط بيرسون للتأكد من صدق الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدراسة.

4. ومعادلة كرونباخ - ألفا (Cronbach's Alpha)، من أجل قياس الثبات من خلال حساب الاتساق الداخلي لفقرات أداة الدراسة
5. اختبار T في حالة عينتين (Independent Samoles T-Test) لتحديد ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة احصائية بين مجموعتين من البيانات المستقلة.
6. اختبار تحليل التباين الاحادي ANOVA (One Way Analysis of Variance) لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين ثلاث مجموعات أو أكثر من البيانات.
7. تم استخدام اختبار t لمتوسط عينة واحدة (One Sample T test)، لمعرفة الفرق بين متوسط الفقرة والمتوسط الحيادي (3).
8. اختبار (LSD) للمقارنات البعدية.

## 22.1 نموذج الدراسة

تم إعداد نموذج خاص بالدراسة الحالية بحيث يوضح العلاقة بين متغيرات الدراسة:



### النتائج ومناقشتها

#### 23.1 تمهيد

تضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة، التي تم التوصل إليها حول درجة العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين، ومن أجل ذلك استخدمت الدراسة المعالجات الإحصائية للبيانات التي تم جمعها من خلال استجابة أفراد العينة على أداة الدراسة، للوصول إلى نتائج الدراسة التي تم عرضها وتحليلها.

ويتضمن هذا الفصل عرضاً لتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال أداة الدراسة والتي تم توضيحها في الفصل السابق، وكذلك يبين اختبار صحة الفرضيات التي قام الباحث بصياغتها في الفصل الأول، وسيتم استعراض ومناقشة أبرز النتائج التي تم التوصل إليها من خلال التحليل الإحصائي لفقرات الاستبانة، ومن أجل ذلك قام الباحث بإجراء المعالجات الإحصائية للبيانات التي تم جمعها من خلال أداة الدراسة، وفي نهاية هذا الفصل سيتم عرض النتائج التي توصل إليها الباحث كما يلي:

**النتائج المتعلقة بالسؤال الذي نصه: ما واقع استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين؟**

هنا نجيب عن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بالمقترضين وغير المقترضين كل على حدة، باستخدام جداول التكرارات والنسب المئوية، وهي على النحو الآتي:

ومن أجل الإجابة عن هذا السؤال، نجيب عن مجموعة من الأسئلة الموجهة لأفراد عينة الدراسة حول أدوات الدفع ومجالات الاستخدام وتفضيلاتهم اتجاه استخدام بطاقات الدفع المباشر، لذا نستعرض باستخدام جداول التكرارات والنسب المئوية، وهي على النحو الآتي:

جدول 5.0: جدول التكرارات والنسب المئوية للتفضيلات الخاصة بين بطاقات الدفع المباشر والكاش.

العبارة	الخيار	العدد	النسبة المئوية
هل تستخدم بطاقة الدفع المباشر في عمليات الشراء.	نعم	369	81.1
	لا	86	18.9
	المجموع	455	100.0
انتوقع ان يتم التوقف عن استخدام الكاش واستبداله بالبطاقة (اداة الدفع المباشر) في عمليات الشراء.	نعم	351	77.1
	لا	104	22.9
	المجموع	455	100.0
افضل تلقي الخدمات من خلال القنوات الرقمية مثل (بطاقة الدفع المباشر والصراف الالي والموقع الالكتروني للبنك وتطبيق الهاتف الذكي)	نعم	393	86.4
	لا	62	13.6
	المجموع	455	100.0
اعتقد ان البطاقة فيها حماية اكثر من الكاش	نعم	334	73.4
	لا	121	26.6
	المجموع	455	100.0

اظهرت نتائج الجدول رقم (1.4) والذي يبين من خلاله (التكرارات والنسب المئوية للتفضيلات الخاصة بين بطاقات الدفع المباشر والكاش) بان عينة الدراسة كانت تفضيلهم كبيرة اتجاه استخدام بطاقات الدفع المباشر حيث كانت درجة الموافقة كبيرة اتجاه استخدام بطاقة الدفع المباشر في عمليات الشراء، واتجاه ان يتم التوقف عن استخدام الكاش واستبداله بالبطاقة (اداة الدفع المباشر) في عمليات الشراء، وايضاً اتجاه تلقي الخدمات من خلال القنوات الرقمية مثل (بطاقة الدفع المباشر والصراف الالي والموقع الالكتروني للبنك وتطبيق الهاتف الذكي، كما كانت كبيرة بموافقة افراد الدراسة بان البطاقة فيها حماية اكثر من استخدام الكاش.

جدول 6.0: جدول التكرارات والنسب المئوية حول اداة الدفع المفضلة عند الشراء.

العبارة	الاستجابات		نسبة الحالة التراكمية
	العدد	النسبة المئوية	
أفضل استخدام بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف) في عمليات الشراء	338	32.1%	75.1%
أفضل استخدام تطبيق الهاتف الذكي البنكي في عمليات الشراء	222	21.1%	49.3%
أفضل استخدام الحوالات المصرفية في عمليات الشراء	114	10.8%	25.3%
أفضل استخدام المحفظة الكترونية في عمليات الشراء	139	13.2%	30.9%
أفضل ان اسدد ثمن مشترياتي نقدا في عمليات الشراء	239	22.7%	53.1%
المجموع	1052	100.0%	233.8%

اظهرت نتائج الجدول رقم (2.4)، جدول التكرارات والنسب المئوية حول اداة الدفع المفضلة عند الشراء (ما هي اداة الدفع التي تفضل استخدامها عند الشراء؟) بان عينة الدراسة كانت تفضيلاهم لأدوات الدفع التي يستخدمونها بالترتيب تنازلياً كالاتي: (استخدام بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف) في عمليات الشراء بنسبة مئوية (32.1%)، أفضل ان اسدد ثمن مشترياتي نقدا في عمليات الشراء بنسبة مئوية (22.7%)، أفضل استخدام تطبيق الهاتف الذكي البنكي في عمليات الشراء بنسبة مئوية (21.1%)، أفضل استخدام المحفظة الكترونية في عمليات الشراء بنسبة مئوية (13.2%)، أفضل استخدام الحوالات المصرفية في عمليات الشراء (10.8%)، يستدل بالنتيجة بأن لدى افراد المجتمع الفلسطيني توجهات عالية اتجاه بطاقة الصراف الالي ومرونة في كافة الوسائل المستخدمة في شراء الخدمات والسلع ويعود أسباب انخفاض تفضيل استخدام المحفظة الالكترونية الى حادثتها في فلسطين.

#### جدول 7.0: جدول التكرارات والنسب المئوية حول مجالات استخدام بطاقة الدفع.

العبارة	الاستجابات		نسبة الحالة التراكمية
	العدد	النسبة المئوية	
شراء المواد الغذائية	290	%28.9	%77.7
شراء المحروقات	274	%27.3	%73.5
شراء الملابس من المتاجر التقليدية	200	%19.9	%53.6
مشتريات متنوعة من خلال شبكة الانترنت	241	%24.0	%64.6
المجموع	1005	%100.0	%269.4

أظهرت نتائج الجدول رقم (3.4)، جدول التكرارات والنسب المئوية حول مجالات استخدام بطاقة الدفع (ما هو اكثر مجال تستخدم فيه بطاقة الدفع عند الشراء؟)، بان عينة الدراسة كانت تفضيلاهم لأدوات الدفع التي يستخدمونها بالترتيب تنازلياً كالاتي: (شراء المواد الغذائية بنسبة مئوية (28.9%)، شراء المحروقات بنسبة مئوية (27.3%)، مشتريات متنوعة من خلال شبكة الانترنت بنسبة مئوية (24%)، شراء الملابس من المتاجر التقليدية بنسبة مئوية (19.9%)، يستدل بالتوازي في المشتريات المختلفة من خلال بطاقة الدفع بالتنوع في استخدام بطاقات الدفع في كافة مجالات الحياة.

جدول 8.0: جدول التكرارات والنسب المئوية حول عدد أدوات الدفع المباشر التي يملكها الفرد.

العبارة	الاستجابات	
	العدد	النسبة المئوية
اداة واحده للدفع المباشر	152	33.4%
اداتان للدفع المباشر	170	37.4%
ثلاث ادوات للدفع المباشر	103	22.6%
لا يوجد	30	6.6%
المجموع	455	100%

أظهرت نتائج الجدول رقم (4.4) جدول التكرارات والنسب المئوية حول عدد أدوات الدفع المباشر التي يملكها الفرد. (ما هو عدد أدوات الدفع المباشر التي بحوزتك؟)، حيث أظهرت النتائج بان عينة الدراسة كانت تفضيلاهم لأدوات الدفع التي يستخدمونها بالترتيب تنازلياً كالآتي: (اداتان للدفع المباشر بنسبة مئوية (33.4%)، اداة واحده للدفع المباشر بنسبة مئوية (33.4%)، ثلاث ادوات للدفع المباشر بنسبة مئوية (22.6%)، ولا يوجد أي اداة دفع بنسبة (6.6%).

جدول 9.0: جدول التكرارات والنسب المئوية حول آخر مرة استخدمت فيها وسيلة دفع مباشر.

العبارة	الاستجابات	
	العدد	النسبة المئوية
قبل يوم	209	45.9
قبل أسبوع	117	25.7
قبل شهر	66	14.5
لا استخدمها مطلقا	63	13.8
المجموع	455	100

أظهرت نتائج الجدول (5.4) جدول التكرارات والنسب المئوية حول آخر مرة استخدمت فيها وسيلة دفع مباشر (ما هي اخر مرة استخدمت فيها وسيلة دفع مباشر؟)، بان عينة الدراسة كانت اجاباتهم حول اخر مرة استخدموا فيها ادوات الدفع بالترتيب تنازلياً كالآتي: قبل يوم بنسبة

45.9% قبل اسبوع بنسبة 25.7%، قبل شهر بنسبة مئوية 14.5، لا استخدمها مطلقاً بنسبة 13.8%، يستدل بالنتائج أن هناك استخدام عالي لوسيلة الدفع المباشر في المشتريات اليومية للسمع والخدمات.

**النتائج المتعلقة بالسؤال الذي نصه: ما درجة العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة، عدم قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية) عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين؟**

ومن أجل الإجابة عن هذا السؤال، استخدمت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لكل عبارة من عبارات كل مجال من مجالات الاستبانة.

وقد أعطي للعبارات ذات المضمون الإيجابي (5) درجات عن كل إجابة (موافق بشدة)، و (4) درجات عن كل إجابة (موافق)، و (3) درجات عن كل إجابة (محايد)، ودرجتان عن كل إجابة (معارض)، ودرجة واحدة عن كل إجابة (معارض بشدة)، ومن أجل تفسير النتائج أعتمد مقياس ليكرت الخماسي الآتي للنسب المئوية للاستجابات:

#### جدول 10.0: مقياس ليكرت الخماسي.

الرقم	المتوسط الحسابي		الوزن النسبي المئوي		درجة الموافقة
	من	إلى	من	إلى	
1	1.00	أقل من 1.80	20.00	أقل من 36.00	ضعيفة جدا
2	1.80	أقل من 2.60	36.00	أقل من 52.00	ضعيفة
3	2.60	أقل من 3.40	52.00	أقل من 68.00	متوسطة
4	3.40	أقل من 4.20	68.00	أقل من 84.00	مرتفعة
5	4.20	5.00	84.00	100.00	مرتفعة جدا

وتبين الجداول اللاحقة النتائج المتعلقة بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية لاستجابات المبحوثين حول مجالات ومحاور الدراسة الحالية.

**أولا - النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الأول: ما هي العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في مجال (الخوف من تحمل عمولات)**

من وجهة نظر العملاء؟

جدول 11.0: المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال الخوف من تحمل العمولات.

الدرجة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
متوسطة	63%	1.12147	3.1407	الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر [استخدام بطاقات الدفع المباشر يجعلني اتحمل عمولة عند اصدار البطاقة او التجديد]	1
متوسطة	63%	1.09588	3.1538	الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر [استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء يجعلني اتحمل عمولات فرق العملة عند الشراء]	2
متوسطة	63%	1.22931	3.1319	الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر [استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء لا يجعلني اسيطر على مصروفاتي]	3
متوسطة	53%	1.03680	2.6462	الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر [استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء يحد من قدرتي على إدارة حسابي البنكي].	4
ضعيفة	50%	1.05937	2.5231	الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر [استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء يحد من شعوري بالراحة]	5
ضعيفة	49%	1.06108	2.4637	الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر [استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء يشعرني بعدم الأمان في عمليات الشراء]	6
متوسطة	57%	.82341	2.8432	الدرجة الكلية	

اظهرت نتائج الجدول رقم (7.4) المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال الخوف من تحمل العمولات، والتي تبين بأن استجابات المبحوثين نحو العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في مجال (الخوف من تحمل عمولات) من وجهة نظرهم كانت بدرجة متوسطة على معظم محاور المجال، حيث تراوحت نسبتها المئوية بين (53%-63%)، أما العبارات حول الشعور بالراحة والشعور بعدم الامان عند عملية

الشراء كانت بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية تراوحت بين (50%-49%)، ويرى الباحث أن النسبة المتوسطة لمجال الخوف من تحمل العمولات كأحدى العوامل المؤثرة في محددات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين تشير الى أن هناك مخاوف لدى افراد المجتمع حول التعامل ببطاقات الدفع لعدة اسباب منها أنه يحد من قدراتهم على ادارة الحساب البنكي الخاص بهم، ومخاوفهم من تحمل عمولة اصدار البطاقة والتجديد ومن تكبد بعض المصاريف البنكية المتمثلة بفروقات العملة عند الشراء، كما أن العملاء لا يسيطرون على مصروفاتهم عندما تكون البطاقات بين ايديهم مما يعزز من قدراتهم على الشراء في كل وقت وفي جميع الامكان، وخصوصاً يوجد انتشار واسع لاستخدام البطاقات في البيئة التجارية الفلسطينية، ولكن جميع تلك الاسباب كانت بدرجة متوسطة حيث أن المخاوف ليست كبيرة مما يشير الى وجود ثقافة لاستخدام تلك البطاقات ولكن بحاجة الى تعزيز من حيث مفاهيم الامان من قبل الجهات المصرفية سواء من المؤسسات المصرفية او الجهات الحكومية.

ثانياً - النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثاني: ما هي العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في مجال (عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) من وجهة نظر العملاء؟

جدول 12.0: المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
1	عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء [استخدام بطاقات الدفع المباشر صعب في عمليات الشراء]	2.1516	.87114	43%	ضعيفة
2	عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء [استخدام بطاقات الدفع المباشر يحد من قدرتي على عمليات الشراء]	2.2835	.79982	46%	ضعيفة
3	عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء [البنك لا يوفر إجراءات واليات واضحة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء]	2.9143	.91205	58%	متوسطة

الدرجة	النسبة المئوية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الرقم
متوسطة	61%	.90676	3.0396	عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء [البائعين/الوكلاء يفضلون النقد على بطاقة الدفع المباشر في عمليات البيع]	4
متوسطة	55%	.98383	2.7495	عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء [أخشى من ارتكاب أخطاء مكلفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء يترتب عليها خسائر]	5
متوسطة	53%	.65250	2.6277	الدرجة الكلية	

حيث أظهرت نتائج الجدول رقم (8.4) المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، حيث تبين بأن استجابات المبحوثين نحو اتجاهات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في مجال (عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) من وجهة نظرهم كانت بدرجة متوسطة على معظم محاور المجال، حيث تراوحت نسبتها المئوية بين (55%-61%)، أما العوامل المتمثلة بأن استخدام بطاقات الدفع المباشر صعب في عمليات الشراء وبانه يحد من القدرة لدى العملاء على عمليات الشراء كانت بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية (43%-46%).

ويرى الباحث أن النسبة المتوسطة لمجال عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر كأحدى العوامل المؤثرة في محددات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين تشير الى أن هناك عدم معرفة جزئية باستخدام بطاقة الدفع المباشر في البيئة التجارية الفلسطينية، ولكن هذه النسبة ليست بدرجة متوسطة وذلك ما يمكن أن يعزى بأن هناك سلسلة إجراءات واليات غير واضحة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء وأن البائعين/الوكلاء المتجولون والمحال الصغيرة والمتوسطة وهم يشكلون شريحة واسعة في الاسواق التجارية يفضلون النقد على بطاقة الدفع المباشر في عمليات البيع، كما هناك مخاوف لدى افراد المجتمع من ارتكاب أخطاء مكلفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء يترتب عليها خسائر.

ثالثاً - النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الثالث: ما هي العوامل المؤثرة في محددات استخدام عملاء البنوك لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في مجال (عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر) من وجهة نظر العملاء؟

جدول 13.0: المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال عدم قبول التكنولوجيا.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
1	عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء [أجد صعوبة في قبول التكنولوجيا المتعلقة ببطاقات الدفع المباشر]	2.2330	.86959	45%	ضعيفة
2	عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء [لا اهتمام عندي في التعلم للحصول على معرفة لاستخدام بطاقات الدفع المباشر]	2.1143	.92214	42%	ضعيفة
3	عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء [لا فرق في المنافع بين استخدام بطاقات الدفع المباشر والدفع النقدي]	2.5429	.92792	51%	ضعيفة
4	عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء [أجد استخدام بطاقة الدفع المباشر معقد]	2.0330	.77758	41%	ضعيفة
5	عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء [الدفع النقدي افضل خيار لتسديد قيمة المشتريات.]	2.5648	1.04084	51%	ضعيفة
6	عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء [خدمات الشراء عبر استخدام بطاقات الدفع المباشر غير متوفرة باستمرار.]	3.2220	.97612	64%	متوسطة
	الدرجة الكلية	2.4516	.64216	49%	ضعيفة

اظهرت نتائج الجدول رقم (9.4) المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال عدم قبول التكنولوجيا، حيث تبين بأن استجابات المبحوثين نحو العوامل المؤثرة في محددات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في مجال (عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر) من وجهة نظرهم كانت بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية (49%)، حيث كانت النتائج على كافة المحاور بدرجة ضعيفة باستثناء العامل المتمثل بعدم توفر خدمات الشراء عبر استخدام بطاقات الدفع المباشر غير متوفرة باستمرار، ويستدل بذلك الى أن الشريحة الواسعة من البائعة المتجولين والمحال الصغيرة والمتوسطة لا تستخدم البطاقات بشكل كافي يلبي حاجات وتطلعات افراد العينة بما يكفي.

رابعاً - النتائج المتعلقة بالسؤال الفرعي الرابع: ما هي العوامل المؤثرة في محددات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في مجال (السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) من وجهة نظر العملاء؟

جدول 14.0: المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال السرية المصرفية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
1	السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر [استخدام بطاقات الدفع المباشر يحد من المحافظة على السرية المصرفية للمعلومات].	2.5363	.99465	51%	ضعيفة
2	السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر [استخدام بطاقات الدفع المباشر يسمح للاخرين بالوصول الى معلوماتي]	2.4198	.90620	48%	ضعيفة
3	السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر [يتم حفظ رقم بطاقة الدفع المباشر والرقم السري من قبل البائع عند استخدام بطاقات الدفع المباشر]	2.2000	.82205	44%	ضعيفة
4	السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر [يمكن سرقة بياناتي المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر]	2.4396	.85783	49%	ضعيفة
5	السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر [استخدام بطاقات الدفع المباشر تحد من الحفاظ على سرية حركة حساباتي البنكية]	2.4593	.94449	49%	ضعيفة
	الدرجة الكلية	2.4110	.74370	48%	ضعيفة

اظهرت نتائج الجدول رقم (10.4) المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال السرية المصرفية، حيث تبين بأن استجابات المبحوثين نحو العوامل المؤثرة في محددات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في مجال (السرية المصرفية) من وجهة نظرهم كانت بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية (48%)، حيث كانت النتائج على كافة المحاور بدرجة ضعيفة، ويعزي الباحث تلك الثقة الكبيرة بالأمان والسرية المصرفية لدى جمهور كبير من المجتمع الفلسطيني اتجاه استخدام بطاقة الدفع المباشر، وعدم وجود مخاوف تتعلق بسلامة بياناتهم المصرفية بان المجتمع المصرفي الفلسطيني لم يتعرض سابقاً لأي أحداث كبيرة تسببت بسرقة بيانات وحسابات، حيث يوجد درجة عالية من الموثوقية في المعلومات لدى المصارف في التعامل مع بيانات عملائهم لان أي اختلال بتلك البيانات يعرض المصرف لخسائر كبيرة يصعب اعادة استرجاعها، لذا يضع كل مصرف كافة التعليمات الصادرة عن سلطة النقد بالإضافة الى سلسلة معايير الامتثال التي يعمل على تطبيقها لأغلاق أي فجوات قد تواجه السرية والامان لبيانات العملاء في المصرف.

#### جدول 15.0: خلاصة النتائج للمتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجالات الدراسة.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	الدرجة
1	الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر	2.8432	.82341	57%	متوسطة
2	عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء.	2.6277	.65250	53%	متوسطة
3	عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء	2.4516	.64216	49%	ضعيفة
4	السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.	2.4110	.74370	48%	ضعيفة
	الدرجة الكلية	2.5868	.60994	52%	ضعيفة

حيث اظهرت نتائج الجدول رقم (11.4)، خلاصة النتائج للمتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجالات الدراسة، حيث تبين بأن استجابات المبحوثين نحو اتجاهاتهم نحو درجة العوامل المؤثرة في محددات العملاء (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة، عدم قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية) عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين كانت

بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية (52%) ويستدل بذلك بأن لدى المجتمع الفلسطيني القبول بدرجة كبيرة من الموثوقية والقبول لفكرة استخدام بطاقات الدفع المباشر في السوق التجاري الفلسطيني كوسيلة للدفع وشراء السلع والخدمات.

النتائج المتعلقة بالسؤال الذي ينص: هل يوجد توافق لدى افراد المجتمع الفلسطيني حول اتجاهاتهم نحو درجة العوامل المؤثرة عنداستخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين؟

للإجابة عن السؤال اعلاه، تم صياغته على شكل فرضية احصائية كما يلي:

### 24.1 الفرضية الرئيسية الأولى

تنص على: هناك علاقة ذو دلالة إحصائية بين استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) حول طبيعة استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء المختلفة.

استخدم الباحث اختبار (T) لفحص وجود فرق اتجاه توافق افراد المجتمع الفلسطيني نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين وبين المستوى الطبيعي لواقع استخدام بطاقات الدفع المباشر وهو الرقم (3) حسب سلم درجات الإجابة لنموذج ليكرت الخماسي.

جدول 16.0: نتائج اختبار (T) حول توافق افراد المجتمع الفلسطيني نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين.

العامل	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة Sig.*	نتيجة الفرضية
محددات المجتمع الفلسطيني نحو العوامل المؤثرة على استخدام بطاقات الدفع المباشر	455	2.58	0.60	14.4	0.000	رفض الصفرية وقبول البديلة

حيث أظهرت نتائج الجدول رقم (12.4) نتائج اختبار (T) حول توافق افراد المجتمع الفلسطيني نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين

حيث تبين بأن متوسط درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين قد بلغ (2.58) والانحراف المعياري قد بلغ (0.60) كما بلغت قيمة (T) المحسوبة (14.4) وهي قيمة مقبولة عند مستوى معنوية اقل او يساوي 5%، وبالتالي فأنا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على توافق دال احصائياً لدى افراد المجتمع الفلسطيني حول درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين.

ويفسر الباحث وجود ارتباط ايجابي دال احصائياً لدى افراد المجتمع الفلسطيني حول محدداتهم نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين، الى أن العوامل المتمثلة بالمحاور الاربعة وهي: تحمل عمولات، المعرفة، قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تُعبر مدى قبولها لدى افراد المجتمع كعوامل رئيسية مؤثرة في قرار افراد المجتمع اتجاه قراراتهم باستخدام او عدم الاستخدام للبطاقات في الخدمات والمشتريات.

النتائج المتعلقة بالسؤال الذي ينص: هل يوجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة الاحصائية  $\alpha \leq 0.05$  حول درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين، تبعاً للمتغيرات: (الجنس ومكان السكن، المستوى التعليمي، العمر، الدخل الشهري).

للإجابة عن السؤال اعلاه تم صياغة الفرضية الاحصائية ادناه:

وينبثق عنها مجموعة من الفرضيات الثانوية كما مشار اليه ادناه:

### 1.24.1 الفرضية الفرعية الاولى

لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى  $\alpha \leq 0.05$  لدى افراد المجتمع الفلسطيني نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة، عدم قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية) عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين، تبعاً لمتغير الجنس.

للتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة احصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى التباين في متغير الدراسة، لذا استخدمت الدراسة اختبار (T) لعينتين مستقلتين لمعرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة احصائية.

جدول 17.0: نتائج اختبار تحليل T لعينتين مستقلتين نحو توجهات افراد العينة نحو الخوف من العملات كأحدي العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير سنوات الجنس.

المجال	المتغير الديمغرافي	المتوسطات	Sig.	قيمة الاختبار
الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر	أنثى	2.9955	.006	2.74
	ذكر	2.7706		
عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء.	أنثى	2.7388	.012	2.523
	ذكر	2.5747		
عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء	أنثى	2.5794	.003	2.95
	ذكر	2.3907		
السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.	أنثى	2.5265	.022	2.300
	ذكر	2.3558		

\*دال إحصائياً عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )

أظهرت النتائج في الجدول (13.4) نتائج اختبار تحليل T لعينتين مستقلتين نحو توجهات افراد العينة نحو الخوف من العملات كأحدي العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير سنوات الجنس.

■ تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (T لعينتين مستقلتين) أقل من مستوى الدلالة 0.05 تبعاً للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين، وبذلك يستدل الى ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات تعزى الى متغير الجنس وذلك لصالح الاناث وذلك ما يعزى الى أن الاناث لديهن ادراك اكبر نحو العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين ويعود ذلك الى الانخراط الاوسع للإناث في عمليات الشراء على كافة المستويات وخصوصاً في تفاصيل الحياة المنزلية والاسرية.

## 2.24.1 الفرضية الفرعية الثانية

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $\alpha \leq 0.05$  لدى أفراد المجتمع الفلسطيني نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين، تبعاً لمتغير الفئة العمرية.

للتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى التباين في متغير الدراسة، لذا استخدمت الدراسة اختبار التباين الاحادي لمقارنة 3 متوسطات او اكثر.

**جدول 18.0: نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير الفئة العمرية.**

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة *Sig.
الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر	بين المجموعات	2.698	3	.899	1.329	.264
	داخل المجموعات	305.118	451	.677		
	المجموع	307.817	454			
عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء	بين المجموعات	.537	3	.179	.418	.740
	داخل المجموعات	192.755	451	.427		
	المجموع	193.291	454			
عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء	بين المجموعات	1.663	3	.554	1.347	.258
	داخل المجموعات	185.551	451	.411		
	المجموع	187.214	454			
السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.	بين المجموعات	3.782	3	1.261	2.299	.077
	داخل المجموعات	247.323	451	.548		
	المجموع	251.105	454			

\*دال إحصائياً عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )

تظهر نتائج الجدول (14.4) نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير الفئة العمرية:

■ تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن الاستنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات العينة حول للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين تبعاً لمتغير الفئة العمرية، وبذلك يستدل الى ان لا يوجد تباين لدى افراد عينة الدراسة حول مجالات الدراسة تعزى الى متغير الفئة العمرية، ويستدل بذلك الى أن الاختلاف في العمر لا يؤثر على مدى القناعة والادراك نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في فلسطين.

### 3.24.1 الفرضية الفرعية الثالثة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $\alpha \leq 0.05$  لدى افراد المجتمع الفلسطيني نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين، تبعاً لمتغير مكان السكن.

للتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى التباين في متغير الدراسة، لذا استخدمت الدراسة اختبار التباين الاحادي لمقارنة 3 متوسطات او اكثر.

جدول 19.0: نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير مكان السكن.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة *.Sig
الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر	بين المجموعات	1.894	2	.947	1.399	.248
	داخل المجموعات	305.923	452	.677		
	المجموع	307.817	454			
عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء	بين المجموعات	1.095	2	.547	1.287	.277
	داخل المجموعات	192.196	452	.425		
	المجموع	193.291	454			
عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء	بين المجموعات	1.644	2	.822	2.003	.136
	داخل المجموعات	185.570	452	.411		
	المجموع	187.214	454			
السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.	بين المجموعات	1.359	2	.680	1.230	.293
	داخل المجموعات	249.746	452	.553		
	المجموع	251.105	454			

\*دال إحصائياً عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )

أظهرت نتائج الجدول رقم (15.4) نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير مكان السكن.

■ حيث تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن الاستنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات العينة حول للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين تبعاً لمجال مكان السكن، وبذلك يستدل الى ان لا يوجد تباين لدى افراد عينة الدراسة حول مجالات الدراسة تعزى الى متغير مكان السكن، ويستدل بذلك الى أن الخدمات المصرفية متوفرة في كافة المناطق الجغرافية لذا لم يكن لعامل مكان السكن تأثير على

مدى القناعة والادراك نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في فلسطين.

#### 4.24.1 الفرضية الفرعية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $\alpha \leq 0.05$  لدى أفراد المجتمع الفلسطيني نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين، تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

للتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى التباين في متغير الدراسة، لذا استخدمت الدراسة اختبار التباين الاحادي لمقارنة 3 متوسطات او اكثر.

جدول 20.0: نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة *Sig.
الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر	بين المجموعات	1.187	3	.396	.582	.627
	داخل المجموعات	306.630	451	.680		
	المجموع	307.817	454			
عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء	بين المجموعات	.588	3	.196	.458	.712
	داخل المجموعات	192.704	451	.427		
	المجموع	193.291	454			
عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء	بين المجموعات	.692	3	.231	.558	.643
	داخل المجموعات	186.522	451	.414		
	المجموع	187.214	454			
السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.	بين المجموعات	.074	3	.025	.044	.988
	داخل المجموعات	251.031	451	.557		
	المجموع	251.105	454			

\*دال إحصائياً عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )

أظهرت نتائج الجدول (16.4) نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير المستوى التعليمي.

■ تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن الاستنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات العينة حول للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين تبعاً لمجال المستوى التعليمي، وبذلك يستدل الى انه لا يوجد تباين لدى افراد عينة الدراسة حول مجالات الدراسة تعزى الى متغير المستوى التعليمي، ويستدل بذلك الى أن المستوى التعليمي لم يؤثر على مدى القناعة والادراك نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في فلسطين.

#### الفرضية الفرعية الخامسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $\alpha \leq 0.05$  لدى افراد المجتمع الفلسطيني نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين، تبعاً لمتغير مستوى الدخل.

للتعرف على ما إذا كانت هنالك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد الدراسة طبقاً إلى التباين في متغير الدراسة، لذا استخدمت الدراسة اختبار التباين الاحادي لمقارنة 3 متوسطات او اكثر.

جدول 21.0: نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير مستوى الدخل.

المحور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة *Sig.
الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر	بين المجموعات	10.659	4	2.665	4.035	.003
	داخل المجموعات	297.157	450	.660		
	المجموع	307.817	454			
عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء	بين المجموعات	7.691	4	1.923	4.662	.001
	داخل المجموعات	185.600	450	.412		
	المجموع	193.291	454			
عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء	بين المجموعات	6.602	4	1.650	4.112	.003
	داخل المجموعات	180.612	450	.401		
	المجموع	187.214	454			
السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.	بين المجموعات	4.670	4	1.168	2.132	.076
	داخل المجموعات	246.435	450	.548		
	المجموع	251.105	454			

\*دال إحصائياً عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )

أظهرت نتائج الجدول (17.4) نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير مستوى الدخل.

■ حيث تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة 0.05 في مجال السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، وبذلك لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات العينة حول مجال السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين تبعاً لمجال مستوى الدخل، وبذلك يستدل الى ان لا يوجد تباين لدى افراد عينة الدراسة حول السرية المصرفية والامان تبعاً لمتغير مستوى الدخل.

▪ تبين أن القيمة الاحتمالية (Sig.) اقل من مستوى الدلالة 0.05 في مجال (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، وبذلك هناك فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات العينة حول المجالات تبعاً لمتغير مستوى الدخل.

ولمعرفة لصالح من كانت هذه الفروق تم استخدام اختبار L.S.D والجدول ادناه يبين النتائج.

جدول 22.0: نتائج اختبار L.S.D لدلالة الفروق لمتغير مستوى الدخل.

مستوى الدلالة	الفرق في المتوسط	ب. مستوى الدخل وفق الشريحة	أ. مستوى الدخل وفق الشريحة	المحور
	(أ-ب)			
0.01	.38393*	10000 شيكل فاكثر	اقل من 3000 شيكل	الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر
0.02	.25355*	من 5000 الى 6999 شيكل	من 3000 الى 4999 شيكل	
0.00	.46726*	10000 شيكل فاكثر	من 3000 الى 4999 شيكل	
0.03	.21718*	من 5000 الى 6999 شيكل	اقل من 3000 شيكل	عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء
0.00	.40836*	10000 شيكل فاكثر	اقل من 3000 شيكل	
0.04	.17445*	من 5000 الى 6999 شيكل	من 3000 الى 4999 شيكل	
0.00	.36564*	10000 شيكل فاكثر	من 3000 الى 4999 شيكل	
0.01	.31714*	10000 شيكل فاكثر	من 7000 الى 9999 شيكل	
0.05	.20616*	من 7000 الى 9999 شيكل	اقل من 3000 شيكل	
0.00	.38473*	10000 شيكل فاكثر	اقل من 3000 شيكل	
0.00	.34220*	10000 شيكل فاكثر	من 3000 الى 4999 شيكل	عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء
0.01	.38393*	10000 شيكل فاكثر	اقل من 3000 شيكل	
0.02	.25355*	من 5000 الى 6999 شيكل	من 3000 الى 4999 شيكل	
0.00	.46726*	10000 شيكل فاكثر	من 3000 الى 4999 شيكل	

دال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.05).

اظهرت نتائج الجدول جدول (18.4): نتائج اختبار L.S.D لدلالة الفروق لمتغير مستوى الدخل أن الفروق البعدية لاستجابات عينة الدراسة نحو درجة ادراك العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع في عمليات الشراء في فلسطين، تبعاً لمتغير مستوى الدخل كانت على النحو التالي:

على مجال (الخوف من تحمل عمولات) كانت بين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (اقل من 3000 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (من 5000 الى 6999 شيكل) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (من 5000 الى 6999 شيكل) ولصالح (اقل من 3000 شيكل).

في حين كانت الفروق على مجال (عدم المعرفة) كانت الفروق بين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (اقل من 3000 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (من 5000 الى 6999 شيكل) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (من 7000 الى 9999 شيكل) ولصالح (اقل من 3000 شيكل)، وبين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (اقل من 3000 شيكل).

وعلى الدرجة الكلية للمجال (عدم قبول التكنولوجيا) كانت الفروق بين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (اقل من 3000 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (من 5000 الى 6999 شيكل) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل).

### النتائج والاستنتاجات والتوصيات

#### 25.1 النتائج

بعد قيام الباحث بتحليل بيانات الدراسة الميدانية، واختبار فرضياتها تم استخلاص النتائج التالية:

1. أظهرت النتائج ان استجابات المبحوثين على عبارات مجالات الدراسة (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة، عدم قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية) كانت تتصف بصدق اتساق داخلي عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.01$ )، مما يشير أنها تشترك معاً في قياس درجة العوامل المؤثرة في اتجاهات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين.

2. كانت نسبة ثبات الأداة المستخدمة في الدراسة (0.92) وهي نسبة عالية، مما يعني ان الاداة ستعطي نفس النتائج تقريبا لو طبقت مرة اخرى على نفس المجموعة من الأفراد وبنفس الظروف.

3. اظهرت النتائج الخاصة بالوصف الاحصائي لعينة الدراسة النتائج التالية:

أ. **الجنس:** يتبين من نتائج الدراسة الاحصائية بان نسبة الاناث من المستجيبين حول العوامل المؤثرة في محددات استخدام العملاء لبطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين قد بلغت ما نسبته (32.3 %) أما نسبة الذكور المستجيبين حول اتجاهاتهم من واقع قيامهم بعمليات الشراء في فلسطين قد بلغت ما نسبته (67.7%).

ب. **مكان السكن:** يتبين من نتائج الدراسة الاحصائية بانه بان نسبة افراد عينة الدراسة من سكان المخيمات قد بلغت ما نسبته (2.9 %)، أما نسبة افراد عينة الدراسة من سكان القرى قد بلغت ما نسبته (31.9 %)، أما نسبة افراد عينة الدراسة من سكان المدن قد بلغت ما نسبته (65.2 %)، ويستدل بالتنوع الحاصل في توزيع افراد العينة تبعاً للمعيار السكن الى الحالة الطبيعية والتوزيع الجغرافي المنطقي للسكان في المجتمع الفلسطيني.

ج. **المستوى التعليمي:** اظهرت النتائج بان نسبة الأفراد التي يحملون شهادة ثانوية عامة فما دون بلغت (1.8%)، أما نسبة الأفراد التي يحملون درجة الدبلوم بلغت ما نسبته (4.9%)، أما نسبة الأفراد التي يحملون درجة البكالوريوس بلغت ما نسبته (65.5%)، بينما بلغ حملة

الدراسات العليا (27.9%)، ويستدل بذلك على أن هناك تنوع في المؤهلات العلمية لعينة الدراسة.

د. **العمر:** اظهرت النتائج بأن نسبة افراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية (من 18 الى 25 عام) قد بلغت نسبتهم (5.9 %)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية (من 26 الى 35 عام) قد بلغت نسبتهم (31 %)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية (من 36 الى 45 عام) قد بلغت نسبتهم (39.3 %)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب الفئة العمرية (أكثر من 45 عام) قد بلغت نسبتهم (23.5 %).

هـ. **مستوى الدخل:** اظهرت النتائج بأن نسبة افراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) قد بلغت نسبتهم (18 %)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) قد بلغت نسبتهم (33.6 %)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل (من 5000 الى 6999 شيكل) قد بلغت نسبتهم (20.7 %)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل (من 7000 الى 9999 شيكل) قد بلغت نسبتهم (15.4 %)، أما نسبة افراد عينة الدراسة حسب مستوى الدخل (10000 شيكل فاكتر) قد بلغت نسبتهم (12.3 %)، يمكن الاستدلال بالنتائج بأن افراد عينة الدراسة من المستجوبين حول اتجاهاتهم بشأن واقع قيامهم بعمليات الشراء في فلسطين كانت غالبيتهم من الفئات المتوسطة الدخل بين 3000 ولغاية 4999 شيكل، وذلك يتوافق وتركيبية الدخل في الاقتصاد الفلسطيني، حيث يُغلب عليه الطابع المتوسط في الدخل ومستوى المعيشة.

4. كانت استجابات المبحوثين على التفضيلات الخاصة بين بطاقات الدفع المباشر والكاش من حيث (استخدام بطاقات الدفع المباشر، التوقف عن استخدام الكاش واستبداله بالبطاقة (اداة الدفع المباشر) في عمليات الشراء، تلقي الخدمات من خلال القنوات الرقمية مثل (بطاقة الدفع المباشر والصراف الالي والموقع الالكتروني للبنك وتطبيق الهاتف الذكي، ودرجة الحماية في البطاقة اكثر من استخدام الكاش)، على النحو التالي: حيث اظهرت النتائج بان عينة الدراسة كانت تفضيلاتهم كبيرة تجاه استخدام بطاقات الدفع المباشر حيث كانت درجة الموافقة كبيرة تجاه استخدام بطاقة الدفع المباشر في عمليات الشراء، واتجاه ان يتم التوقف عن استخدام الكاش واستبداله بالبطاقة (اداة الدفع المباشر) في عمليات الشراء، وايضاً تجاه تلقي الخدمات من خلال القنوات الرقمية مثل (بطاقة الدفع المباشر والصراف الالي والموقع الالكتروني للبنك وتطبيق الهاتف الذكي، كما كانت كبيرة بموافقة افراد الدراسة بان البطاقة فيها حماية اكثر من استخدام الكاش.

5. كانت استجابات المبحوثين حول التفضيلات الخاصة بين بطاقات الدفع المباشر والكاش من حيث (استخدام بطاقات الدفع المباشر، التوقف عن استخدام الكاش واستبداله بالبطاقة (اداة

الدفع المباشر) في عمليات الشراء، تلقي الخدمات من خلال القنوات الرقمية مثل (بطاقة الدفع المباشر والصراف الآلي والموقع الإلكتروني للبنك وتطبيق الهاتف الذكي، ودرجة الحماية في البطاقة أكثر من استخدام الكاش)، على النحو التالي: حيث أظهرت النتائج بان عينة الدراسة كانت تفضيلاتهم كبيرة اتجاه استخدام بطاقات الدفع المباشر حيث كانت درجة الموافقة كبيرة اتجاه استخدام بطاقة الدفع المباشر في عمليات الشراء، واتجاه ان يتم التوقف عن استخدام الكاش واستبداله بالبطاقة (اداة الدفع المباشر) في عمليات الشراء، وايضاً اتجاه تلقي الخدمات من خلال القنوات الرقمية مثل (بطاقة الدفع المباشر والصراف الآلي والموقع الإلكتروني للبنك وتطبيق الهاتف الذكي، كما كانت كبيرة بموافقة افراد الدراسة بان البطاقة فيها حماية أكثر من استخدام الكاش.

6. كانت استجابات المبحوثين حول التفضيلات الخاصة ما هي اداة الدفع التي تفضل استخدامها، حيث أظهرت النتائج بان عينة الدراسة كانت تفضيلاتهم لأدوات الدفع التي يستخدمونها بالترتيب تنازلياً كالاتي: (استخدام بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف) في عمليات الشراء بنسبة مئوية (32.1%)، أفضل ان اسدد ثمن مشترياتي نقداً في عمليات الشراء بنسبة مئوية (22.7%)، أفضل استخدام تطبيق الهاتف الذكي البنكي في عمليات الشراء بنسبة مئوية (21.1%)، أفضل استخدام المحفظة الكترونية في عمليات الشراء بنسبة مئوية (13.2%)، أفضل استخدام الحوالات المصرفية في عمليات الشراء (10.8%)، يستدل بالنتيجة بأن لدى افراد المجتمع الفلسطيني توجهات عالية اتجاه بطاقة الصراف الآلي ومرونة في كافة الوسائل المستخدمة في شراء الخدمات والسلع.

7. كانت استجابات المبحوثين حول أكثر مجال تستخدم فيه بطاقة الدفع عند الشراء، حيث أظهرت النتائج بان عينة الدراسة كانت تفضيلاتهم لأدوات الدفع التي يستخدمونها بالترتيب تنازلياً كالاتي: (شراء المواد الغذائية بنسبة مئوية (28.9%)، شراء المحروقات بنسبة مئوية (27.3%)، مشتريات متنوعة من خلال شبكة الانترنت بنسبة مئوية (24%)، شراء الملابس من المتاجر التقليدية بنسبة مئوية (19.9%)، يستدل بالتوازي في المشتريات المختلفة من خلال بطاقة الدفع بالتنوع في استخدام بطاقات الدفع في كافة مجالات الحياة.

8. كانت استجابات المبحوثين حول عدد أدوات الدفع المباشر التي يملكها الفرد، أظهرت النتائج بان عينة الدراسة كانت تفضيلاتهم لأدوات الدفع التي يستخدمونها بالترتيب تنازلياً كالاتي: (ادتان للدفع المباشر بنسبة مئوية (33.4%)، اداة واحده للدفع المباشر بنسبة مئوية (33.4%)، ثلاث ادوات للدفع المباشر بنسبة مئوية (22.6%)، ولا يوجد أي اداة دفع بنسبة (6.6%).

9. كانت استجابات المبحوثين حول آخر مرة استخدمت فيها وسيلة دفع مباشر، حيث أظهرت النتائج بان عينة الدراسة كانت اجاباتهم حول اخر مرة استخدموا فيها ادوات الدفع بالترتيب تنازلياً كالآتي: قبل يوم بنسبة 45.9%، قبل اسبوع بنسبة 25.7%، قبل شهر بنسبة مئوية 14.5، لا استخدمها مطلقاً بنسبة 13.8%، يستدل بالنتائج أن هناك استخدام عالي لوسيلة الدفع المباشر في المشتريات اليومية للسع والخدمات.

10. أظهرت النتائج أن استجابات المبحوثين نحو محددات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في مجال (الخوف من تحمل عمولات) من وجهة نظرهم كانت بدرجة متوسطة على معظم محاور المجال، حيث تراوحت نسبتها المئوية بين (53%-63%)، أما العبارات حول الشعور بالراحة والشعور بعدم الامان عند عملية الشراء كانت بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية تراوحت بين (49%-50%)، ويرى الباحث أن النسبة المتوسطة لمجال الخوف من تحمل العمولات كإحدى العوامل المؤثرة في محددات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين تشير الى أن هناك مخاوف لدى افراد المجتمع حول التعامل ببطاقات الدفع لعدة اسباب منها أنه يحد من قدراتهم على ادارة الحساب البنكي الخاص بهم، ومخاوفهم من تحمل عمولة اصدار البطاقة والتجديد ومن تكبد بعض المصاريف البنكية المتمثلة بفروقات العملة عند الشراء، كما أن العملاء لا يسيطرون على مصروفاتهم عندما تكون البطاقات بين ايديهم مما يعزز من قدراتهم على الشراء في كل وقت وفي جميع الامكان، وخصوصاً يوجد انتشار واسع لاستخدام البطاقات في البيئة التجارية الفلسطينية، ولكن جميع تلك الاسباب كانت بدرجة متوسطة حيث أن المخاوف ليست كبيرة مما يشير الى وجود ثقافة لاستخدام تلك البطاقات ولكن بحاجة الى تعزيز من حيث مفاهيم الامان من قبل الجهات المصرفية سواء من المؤسسات المصرفية او الجهات الحكومية.

11. أظهرت النتائج أن استجابات المبحوثين نحو محددات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في مجال (عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) من وجهة نظرهم كانت بدرجة متوسطة على معظم محاور المجال، حيث تراوحت نسبتها المئوية بين (55%-61%)، أما العوامل المتمثلة بأن استخدام بطاقات الدفع المباشر صعب في عمليات الشراء وبانه يحد من القدرة لدى العملاء على عمليات الشراء كانت بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية (43%-46%)، ويرى الباحث أن النسبة المتوسطة لمجال عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر كإحدى العوامل المؤثرة في اتجاهات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين تشير الى أن هناك عدم معرفة جزئية باستخدام بطاقة الدفع المباشر في البيئة التجارية الفلسطينية، ولكن هذه النسبة ليست بدرجة متوسطة

وذلك ما يمكن أن يعزى بأن هناك سلسلة إجراءات واليات غير واضحة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء وأن البائعين/الوكلاء المتجولون والمحال الصغيرة والمتوسطة وهم يشكلون شريحة واسعة في الاسواق التجارية يفضلون النقد على بطاقة الدفع المباشر في عمليات البيع، كما هناك مخاوف لدى افراد المجتمع من ارتكاب أخطاء مكلفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء يترتب عليها خسائر.

12. أظهرت النتائج أن استجابات المبحوثين نحو محددات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في مجال (عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر) من وجهة نظرهم كانت بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية (49%)، حيث كانت النتائج على كافة المحاور بدرجة ضعيفة باستثناء العامل المتمثل بعدم توفر خدمات الشراء عبر استخدام بطاقات الدفع المباشر غير متوفرة باستمرار، ويستدل بذلك الى أن الشريحة الواسعة من البائعة المتجولين والمحال الصغيرة والمتوسطة لا تستخدم البطاقات بشكل كافي يلبي حاجات وتطلعات افراد العينة بما يكفي.

13. أظهرت النتائج أن استجابات المبحوثين نحو محددات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في مجال (السرية المصرفية) من وجهة نظرهم كانت بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية (48%)، حيث كانت النتائج على كافة المحاور بدرجة ضعيفة، ويعزى الباحث تلك الثقة الكبيرة بالأمان والسرية المصرفية لدى جمهور كبير من المجتمع الفلسطيني اتجاه استخدام بطاقة الدفع المباشر، وعدم وجود مخاوف تتعلق بسلامة بياناتهم المصرفية بان المجتمع المصرفي الفلسطيني لم يتعرض سابقاً لأي احداث كبيرة تسببت بسرقة بيانات وحسابات، حيث يوجد درجة عالية من الموثوقية في المعلومات لدى المصارف في التعامل مع بيانات عملائهم لان أي اختلال بتلك البيانات يعرض المصرف لخسائر كبيرة يصعب اعادة استرجاعها، لذا يضع كل مصرف كافة التعليمات الصادرة عن سلطة النقد بالإضافة الى سلسلة معايير الامتثال التي يعمل على تطبيقها لأغلاق أي فجوات قد تواجه السرية والامان لبيانات العملاء في المصرف.

14. أظهرت النتائج أن استجابات المبحوثين حول محدداتهم نحو درجة العوامل المؤثرة في اتجاهات العملاء (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين كانت بدرجة ضعيفة بنسبة مئوية (52%) ويستدل بذلك بأن لدى المجتمع الفلسطيني القبول بدرجة كبيرة من الموثوقية والقبول لفكرة استخدام بطاقات الدفع المباشر في السوق التجاري الفلسطيني كوسيلة للدفع وشراء السلع والخدمات.

15. أظهرت نتائج الدراسة بأن متوسط درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين قد بلغ (2.58) والانحراف المعياري قد بلغ (0.60) كما بلغت قيمة (T) المحسوبة (14.4) وهي قيمة مقبولة عند مستوى معنوية اقل او يساوي 5%، وبالتالي فأنا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على توافق دال احصائياً لدى افراد المجتمع الفلسطيني حول محدداتهم نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين، ويفسر الباحثة وجود ارتباط ايجابي دال إحصائياً لدى افراد المجتمع الفلسطيني حول اتجاهاتهم نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين، الى أن العوامل المتمثلة بالمحاور الاربعة وهي: تحمل عمولات، المعرفة، قبول التكنولوجيا، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تُعبر مدى قبولها لدى افراد المجتمع كعوامل رئيسية مؤثرة في قرار افراد المجتمع اتجاه قراراتهم باستخدام او عدم الاستخدام للبطاقات في الخدمات والمشتريات.

16. أظهرت نتائج الدراسة أن القيمة الاحتمالية (Sig.) المقابلة لاختبار (T لعينتين مستقلتين) أقل من مستوى الدلالة 0.05 تبعاً للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين، وبذلك يستدل الى ان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات تعزى الى متغير الجنس وذلك لصالح الاناث، وذلك ما يعزى الى أن الاناث لديهن ادراك اكبر نحو العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين ويعود ذلك الى الانخراط الاوسع للاناث في عمليات الشراء على كافة المستويات وخصوصاً في تفاصيل الحياة المنزلية والاسرية.

17. أظهرت نتائج الدراسة أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن الاستنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات العينة حول للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين تبعاً لمتغير الفئة العمرية، وبذلك يستدل الى ان لا يوجد تباين لدى افراد عينة الدراسة حول مجالات الدراسة تعزى الى متغير الفئة العمرية، ويستدل بذلك الى أن الاختلاف في العمر لا يؤثر على مدى القناعة والادراك نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في فلسطين.

18. أظهرت نتائج أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن الاستنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات العينة حول للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين تبعاً لمجال مكان السكن، وبذلك يستدل الى انه لا يوجد تباين لدى افراد عينة الدراسة حول مجالات الدراسة تعزى الى متغير مكان السكن، ويستدل بذلك الى أن الخدمات المصرفية متوفرة في كافة المناطق الجغرافية لذا لم يكن لعامل مكان السكن تأثير على مدى القناعة والادراك نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في فلسطين.

19. أظهرت نتائج أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة 0.05 وبذلك يمكن الاستنتاج أنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات العينة حول للمجالات: (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر) في عمليات الشراء في فلسطين تبعاً لمجال المستوى التعليمي، وبذلك يستدل الى ان لا يوجد تباين لدى افراد عينة الدراسة حول مجالات الدراسة تعزى الى متغير المستوى التعليمي، ويستدل بذلك الى أن المستوى التعليمي لم على مدى القناعة والادراك نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في فلسطين.

20. أظهرت نتائج أن القيمة الاحتمالية (Sig.) أكبر من مستوى الدلالة 0.05 في مجال السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، وبذلك لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات العينة حول مجال السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين تبعاً لمجال مستوى الدخل، وبذلك يستدل الى ان لا يوجد تباين لدى افراد عينة الدراسة حول السرية المصرفية والامان تبعاً لمستوى الدخل.

21. أظهرت نتائج أن القيمة الاحتمالية (Sig.) اقل من مستوى الدلالة 0.05 في مجال (الخوف من تحمل عمولات، عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر، عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر، وبذلك هناك فروق ذات دلالة احصائية بين متوسطات العينة حول المجالات تبعاً لمتغير مستوى الدخل، واطهرت نتائج الفروق البعدية لاستجابات عينة الدراسة نحو درجة ادراك العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع في عمليات الشراء في فلسطين، تبعاً لمتغير مستوى الدخل كانت على النحو التالي:

أ. على مجال (الخوف من تحمل عمولات) كانت بين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (اقل من 3000 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (من 5000 الى 6999 شيكل) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (من 5000 الى 6999 شيكل) ولصالح (اقل من 3000 شيكل).

ب. في حين كانت الفروق على مجال (عدم المعرفة) كانت الفروق بين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (اقل من 3000 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (من 5000 الى 6999 شيكل) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (من 7000 الى 9999 شيكل) ولصالح (اقل من 3000 شيكل)، وبين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (اقل من 3000 شيكل).

ج. وعلى الدرجة الكلية للمجال (عدم قبول التكنولوجيا) كانت الفروق بين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (اقل من 3000 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (اقل من 3000 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (من 5000 الى 6999 شيكل) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل)، وبين مستوى الدخل (من 3000 الى 4999 شيكل) ومستوى الدخل (10000 شيكل فاكثر) ولصالح (من 3000 الى 4999 شيكل).

## 26.1 الاستنتاجات

تتمثل اهم استنتاجات الدراسة التي توصل اليها الباحث، فيما يلي:

1. يتراوح الدخل الشهري لدى غالبية افراد المجتمع الفلسطيني ما بين (اقل من 3000 شيكل لغاية 6999 شيكل) اما فيما يخص الوزن النسبي الاعلى ضمن سقف المدخولات الشهرية فيقع في الفئة (من 3000 الى 4999 شيكل).
2. يستخدم افراد المجتمع الفلسطيني بطاقات الدفع المباشر بشكل كبير في معاملاتهم اليومية حيث نسبة عدد الافراد الذين يستخدمون البطاقات 81%.
3. يوجد توجه لدى افراد المجتمع الفلسطيني اتجاه التوقف عند استخدام الكاش واستبداله ببطاقات.
4. يوجد تفضيل لدى شريحة واسعة والاكثر في المجتمع الفلسطيني لتلقي الخدمات من خلال القنوات الرقمية مثل (بطاقة الدفع المباشر والصراف الالي والموقع الالكتروني للبنك وتطبيق الهاتف الذكي وهذا ما يتفق مع ما توصلت اليه دراسة رمسيس أن درجة تقبل استخدام الخدمات الإلكترونية كانت مرتفعة، وأن خدمة الإيداع النقدي باستخدام الصراف الالي كانت الأكثر قبولاً من طرف العملاء .
5. يوجد توجه لدى افراد المجتمع الفلسطيني بأن البطاقة فيها حماية اكثر من التعامل بالكاش.
6. يوجد تنوع لدى افراد المجتمع الفلسطيني في استخدامهم للأدوات الدفع المتاحة سواء من حيث (النقدي، بطاقات الصراف، تطبيق الهاتف الذكي، المحفظة الالكترونية، الحوالات المصرفية) ، وهذا يتفق مع ما خلصت اليه دراسة ( بعلول ، 2021 ) إلى وجود تأثير إيجابي للبطاقات البنكية على جودة الخدمة المصرفية في أبعادها المختلفة .
7. يوجد تنوع لدى افراد المجتمع الفلسطيني في نوعية مشترياتهم باستخدام بطاقات الدفع سواء من حيث (المواد الغذائية، المحروقات، الملابس، المتنوعات).
8. يوجد تركيز لدى شريحة واسعة بالمجتمع الفلسطيني لاستخدام اداة الى اداتين كحد اقصى في عملية الدفع المباشر.
9. غالبية افراد المجتمع الفلسطيني استخدموا وسيلة دفع مباشر خلال اخر اسبوع.
10. لدى المجتمع الفلسطيني القبول بدرجة كبيرة من الموثوقية والقبول لفكرة استخدام بطاقات الدفع المباشر في السوق التجاري الفلسطيني كوسيلة للدفع وشراء السلع والخدمات.

11. لدى الاناث ادراك اكبر نحو العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين ويعود ذلك الى الانخراط الاوسع للإناث في عمليات الشراء على كافة المستويات وخصوصاً في تفاصيل الحياة المنزلية والاسرية.
12. العمر ليس عاملاً حاسماً لدى افراد المجتمع الفلسطيني في مدى القناعة والادراك نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في فلسطين ، وهذا ما يختلف مع دراسة ( المسعودي ، 2019 ) التي توصلت الى أن المهنة والدخل لهما تأثير كبير على تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية، بينما يتأثر الجنس بمكان توفر الخدمة الإلكترونية. ويؤثر العمر على طبيعة الخدمة المقدمة، و يترتب على المستوى التعليمي بالفوائد المتعلقة بالخدمة.
13. يوجد تباين لدى المجتمع الفلسطيني في درجة الادراك والقناعة نحو العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في فلسطين تبعاً لمستويات الدخل لدى افراد المجتمع الفلسطيني ، وهذا ما يتفق مع ما توصلت اليه دراسة ( المعيوف ، 2001 ) ودراسة ( محمد ، 2021 ) الا أن عملاء البنوك الوطنية وعملاء البنوك المشتركة يختلفون في أهمية العوامل التي تحدد اختيارهم للبنوك. ومن بين هذه العوامل الشبكة الواسعة في الفروع، والثقة في قدرة البنك على المنافسة، ومعاملة موظفي البنك، وانتشار آلات الصراف الآلي، وسمعة البنك.

## 27.1 التوصيات

بناءً على النتائج في التي توصلت إليها الدراسة، يمكن تقديم عدد من التوصيات وكما يلي:

1. بناء برامج ولاء من طرف المصارف موجه للعملاء بشكل عام ولشريحة الدخول من 3000 - 4999 شيكل بشكل خاص يتم من خلالها منح العملاء محفزات/نقاط محددة عند كل استخدام لبطاقات الدفع المباشر بحيث يتم تجميع هذه النقاط من قبل المستخدمين للبطاقات واستبدالها بمقابل مادي او عيني.
2. توسيع قاعدة نقاط البيع التي تستخدم فيها بطاقات الدفع المباشر بحيث تشمل المحلات المتوسطة والصغيرة عبر اعتبار وجود اجهزة (P.O.S) جزء من متطلبات ترخيص الجهات التي تستهدف الافراد في تقديم السلع والخدمات.
3. في ظل التوجه والقبول للبطاقات من قبل غالبية افراد المجتمع نوصي سلطة النقد الفلسطينية بتحفيز البنوك على خلق برامج مرتبطة بمحفزات تستهدف العملاء عند استخدامهم بطاقات الدفع المباشر وبحيث تكون هذه البرامج جزء من تعليمات سلطة النقد الفلسطينية للقطاع المصرفي.

4. الاستمرار في توعية المصارف للعملاء في ظل تفضيلهم لهذه الخدمة بالتركيز على منافع استخدام بطاقات الدفع المباشر واهميتها المتمثلة بتوفير الوقت والجهد في اجراء عمليات الشراء للسلع والخدمات المختلفة من المتاجر التقليدية او عبر الشبكة العنكبوتية.
5. تعزيز مفاهيم الامان من قبل الجهات المصرفية سواء من المصارف او الجهات الرقابية "سلطة النقد الفلسطينية" من خلال وسائل الاعلام المختلفة.
6. اجراء الدراسات الدورية من طرف الجهات الرقابية لمتابعة تطور النمو في استخدام بطاقات الدفع المباشر بغرض الوقوف على اية تحديات ومعالجتها للتسهيل على العملاء في استخدام البطاقات.
7. الاهتمام بمقترحات العملاء الخاصة ببطاقات الدفع المباشر وتطبيق النافع حيث ان العملاء هم من يخلقون الطلب على اي خدمة او سلعة مهما كان نوعها.
8. ايلاء الاهتمام الكافي لكافة الفئات في المجتمع عند تصميم برامج وحملات بطاقات الدفع المباشر، ومراعات الفروق في مستوى الدخل والنوع الاجتماعي.
9. خلق فرق بيع متخصصة في البنوك لتسويق خدمات بطاقات الدفع المباشر.
10. وضع سقوف للعمليات المالية النقدية في السوق الفلسطيني عبر اصدار قوانين بوضع سقف لاي عملية شراء بالنقد وفي حال تعدت العملية التجارية هذا السقف يجب ان تتم من خلال اداة غير نقدية وبخلاف ذلك تعتبر مخالفة للقانون.
11. تصميم برامج مخصصة للإناث تحمل ميزات خاصة وتصميم خاص لبطاقة الدفع المباشر الخاصة بشريحة الاناث في المجتمع الفلسطيني.

## المصادر والمراجع

### أولاً: المراجع العربية:

- أبو فروة، م. (2012): الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الأنترنت، ط2، دار الثقافة لنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- اممر، م. وماوي، أ. (2019): نحو بناء ميزة تنافسية وتطوير خدمات التصفية الإلكترونية - دراسة مستقبلية لمجموعة من البنوك العمومية الجزائرية. مجموع الدراسات المالية والادارية.
- الباهي، ص. (2016): أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان - الأردن.
- زغبة، ط. وشوق، ف. (2013): أشكال النقد الحديثة كمدخل استراتيجي للحد من مشكلة نقص السيولة ومجابهة مخاطر الإصدار النقدي، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني الثالث حول الصيرفة الإلكترونية التقليدية ومتطلبات التوقع الجيد، جامعة العربي بن المهدي أم البواقي، يومي 02 و 03 ديسمبر.
- شيروف، م. ع. (2010): التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجدي. عمان: دار زهران للنشر والتوزي.ع.
- الصرن، (2013): إدارة الجودة الشاملة. دار رسلان للنشر والتوزي.ع.
- العاني، إ. (2007): البنوك التجارية والتجارة الإلكترونية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العموم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.
- عبد العال، أ. (2019): العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات الإلكترونية في البنك العربي حالة دراسية - فرع اريحا.
- العتيبي، م. (2014): استخدامات الشباب للهواتف الذكية دراسة اثنو جغرافية بمكة المكرمة، جامعة ام القرى، ص 73.
- العمري، ر. (2019): دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية.مذكرة ماستر. ميلة، معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.

- عوض، ع. (2017): أهمية استخدام أدوات وتقنيات الصيرفة الحديثة في تعزيز الأداء العام للبنوك الوطنية الفلسطينية، المجلة الاردنية لادارة الاعمال، المجلد 13، العدد 3، ص 412-413.
- محمد، م. (2021): العوامل المؤثرة والمعيقة لتبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية دراسة ميدانية مقارنة بين عملاء المصارف السعودية والمصرية، المجلة العربية للإدارة، مجلد 41، ع 4.
- مدحت، ص. (2001): أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
- معلا، ن. (2007): الاصول العامة للتسويق المصرفي، الاردن، عمان.
- الموسوي، ل. (2019): امكانية استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في المكتبات العامة في مملكة البحرين، دراسة تطبيقية، ص 609-625.
- نادية، ع. (2011): تطوير الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العموم الاقتصادية، جامعة الجزائر.
- نعمون، و. (2014): النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية واستراتيجية البنوك، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات-جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، يومي 14 و15 ديسمبر.

#### ثانياً: المراجع الاجنبية:

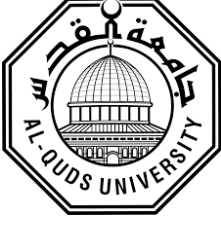
- Kumar, R., Savu, R., Joanni, E., Vaz, A. R., Canesqui, M. A., Singh, R. K.,... & Moshkalev, S. A. (2016). Fabrication of interdigitated micro-supercapacitor devices by direct laser writing onto ultra-thin, flexible and free-standing graphite oxide films. RSC advances, 6 (88) , 84769-84776.
- Vives, X. (2017). The impact of FinTech on banking. European Economy, (2) , 97-105.

## الملاحق

ملحق (1): قائمة بأسماء السادة محكمي الاستبانة.

المسمى الوظيفي	الاسم
جامعة القدس المفتوحة	د. امجد القاضي
نائب محافظ سلطة النقد الفلسطينية	د. محمد مناصرة
المدير التنفيذي لدائرة الموارد البشرية - سلطة النقد الفلسطينية	د. عامر جبر
مدير دائرة البطاقات - بنك القدس	السيدة/ رشا القبع
مهندس أنظمة الكترونية	المهندس/ بشر ادكيدك
مدير دائرة تطوير البطاقات - بنك الاردن	السيدة/ فيفيان صلاح الدين

ملحق (2): الاستبانة



جامعة القدس  
عمادة الدراسات العليا  
معهد التنمية المستدامة

أخي الكريم... أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،،،

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان (العوامل المؤثرة في اتجاهات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في فلسطين)، بهدف الوقوف على أبرز العوامل المؤثرة في اتجاهات العملاء عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين، وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في التنمية المستدامة/تخصص بناء المؤسسات والموارد البشرية في جامعة القدس، فيرجى الإجابة على فقرات هذه الاستبانة بإهتمام وموضوعية، علماً بأن إجاباتك ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكراً لكم حسن تعاونكم

الباحث: محمد القاضي

إشراف: د. ثمين هيجاوي

## توضيحات للمبحوثين:

✓ يرجى قراءة العناوين والشرح.

✓ يرجى وضع إشارة (✓) أمام الخيار الأكثر ملاءمة بك حسب خبرتك في مجالات الدراسة.

✓ بطاقة الدفع المباشر: هي البطاقة المعروفة مجازاً باسم بطاقة الصراف الآلي (ATM) والتي يصدرها البنك ويقوم العميل باستخدامها في العمليات المصرفية المختلفة مثل السحب النقدي من الصراف الآلي أو عند الشراء من المتاجر من خلال رصيد العميل الدائن في البنك.

الرقم	القسم الأول: الاسئلة الديموغرافية، يرجى الاجابه بجانب البند الصحيح
(1)	الجنس
	1. ذكر 2. انثى
(2)	العمر ..... سنة
(3)	مكان السكن
	1. مخيم 2. قرية 3. مدينة
(4)	المستوى التعليمي
	1. ثانوية عامة فما دون 2. دبلوم 3. بكالوريوس 4. دراسات عليا
(5)	ما هو معدل دخلك الشهري بالشيكل؟
	1. اقل من 3000 شيكل 2. من 3000 – 4999 شيكل 3. من 5000 – 6999 شيكل 4. من 7000 – 9999 شيكل 5. 10000 شيكل فاكثر
(6)	هل تستخدم بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف الآلي) في عمليات الشراء؟
	1. نعم 2. لا

القسم الثاني: استخدام أدوات الدفع المباشر		الرقم
1. نعم		1) افضل استخدام بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) في عمليات الشراء.
2. لا		
1. نعم		2) افضل استخدام تطبيق الهاتف الذكي البنكي في عمليات الشراء.
2. لا		
1. نعم		3) افضل الدفع باستخدام الحوالات المصرفية في عمليات الشراء
2. لا		
1. نعم		4) افضل استخدام المحفظة الالكترونية في عمليات الشراء
2. لا		
1. نعم		5) افضل ان اسدد ثمن مشترياتي نقدا
2. لا		
1. اداة واحده للدفع المباشر		6) ما هو عدد أدوات الدفع المباشر التي بحوزتك؟
2. اداتان للدفع المباشر		
3. ثلاث ادوات للدفع المباشر		
4. لا يوجد		
1. نعم		7) أستخدم بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) لشراء المواد الغذائية
2. لا		
1. نعم		8) أستخدم بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) لشراء المحروقات
2. لا		
1. نعم		9) أستخدم بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) لشراء الملابس من المتاجر التقليدية
2. لا		
1. نعم		10) أستخدم بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) لشراء السلع والخدمات من خلال شبكة الانترنت
2. لا		
1. قبل يوم		11) ما هي اخر مرة استخدمت فيها وسيلة دفع مباشر؟
2. قبل أسبوع		
3. قبل شهر		

القسم الثاني: استخدام أدوات الدفع المباشر					الرقم
4. لا استخدمها مطلقا					
.....					(12)
ما هو سبب عدم استخدامك لاداة الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) في عمليات الشراء؟					
1. نعم					(13)
2. لا					
اتوقع ان يتم التوقف عن استخدام الكاش واستبداله ببطاقة الدفع المباشر في عمليات الشراء في المستقبل القريب					
1. نعم					(14)
2. لا					
اعتقد ان البطاقة فيها حماية اكثر من الكاش					
1. نعم					(15)
2. لا					
افضل تلقي الخدمات التقليدية من خلال فرع البنك مباشرة					
1. نعم					(16)
2. لا					
افضل تلقي الخدمات البنكية من خلال القنوات الرقمية مثل (بطاقة الدفع المباشر والصراف الالي والموقع الالكتروني للبنك وتطبيق الهاتف الذكي)					
درجة التقييم					الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
القسم الثالث: الخوف من تحمل عمولات عند استخدام بطاقة الدفع المباشر					
					(1)
استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) يجعلني اتحمل عمولة عند اصدار البطاقة او التجديد.					
					(2)
استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) عند الشراء يجعلني اتحمل عمولات فرق العملة					
					(3)
استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) عند الشراء لا يجعلني اسيطر على					

درجة التقييم					الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					مصروفاتي
					استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) عند الشراء يحد من قدرتي على إدارة حسابي البنكي.
					استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) عند الشراء يحد من شعوري بالراحة
					استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) يشعرني بعدم الأمان في عمليات الشراء
القسم الرابع: عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر عند الشراء.					
					استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) صعب في عمليات الشراء
					استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) يحد من قدرتي على عمليات الشراء
					البنك لا يوفر إجراءات واليات واضحة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء
					البائعين/الوكلاء يفضلون النقد على بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) في عمليات البيع
					أخشى من ارتكاب أخطاء مكلفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي)

درجة التقييم					الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					في عمليات الشراء يترتب عليها خسائر
<b>القسم الخامس: عدم قبول التكنولوجيا في مجال استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء</b>					
					(1) اجد صعوبة في قبول التكنولوجيا المتعلقة ببطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي).
					(2) لا اهتمام عندي في التعلم للحصول على معرفة لاستخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) عند الشراء
					(3) لا فرق في المنافع بين استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) والدفع النقدي عند الشراء
					(4) أجد استخدام بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) معقد
					(5) الدفع النقدي افضل خيار لتسديد قيمة المشتريات.
					(6) خدمات الشراء عبر استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) غير متوفرة باستمرار
<b>القسم السادس: السرية المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.</b>					
					(1) استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) عند الشراء يحد من المحافظة على السرية المصرفية للمعلومات.
					(2) استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) عند

درجة التقييم					الرقم
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					الشراء يسمح للاخرين بالوصول الى معلوماتي
					(3) يتم حفظ رقم بطاقة الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) والرقم السري من قبل البائع عند استخدام بطاقات الدفع المباشر
					(4) يمكن سرقة بياناتي المصرفية عند استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) في عمليات الشراء
					(5) استخدام بطاقات الدفع المباشر (بطاقة الصراف الالي) تحد من الحفاظ على سرية حساباتي المصرفية عند الشراء

شكرا لكم

## فهرس الملاحق

- ملحق (1): قائمة بأسماء السادة محكمي الاستبانة..... 79
- ملحق (2): الاستبانة..... 80

## فهرس الجداول

جدول 1.3: الوصف الاحصائي لعينة الدراسة تبعاً لمتغيرات (الجنس، مكان السكن، المستوى التعليمي).	36
جدول 2.3: الوصف الاحصائي لعينة الدراسة تبعاً لمتغيرات (العمر، الدخل الشهري).	37
جدول 3.3: نتائج معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات اداة الدراسة مع الدرجة الكلية لأداة الدراسة.	39
جدول 4.3: نتائج اختبار معامل الثبات بطريقة كرونباخ ألفا على أبعاد مقياس الدراسة.	41
جدول 1.4: جدول التكرارات والنسب المئوية للتفضيلات الخاصة بين بطاقات الدفع المباشر والكاش.	45
جدول 2.4: جدول التكرارات والنسب المئوية حول اداة الدفع المفضلة عند الشراء.	45
جدول 3.4: جدول التكرارات والنسب المئوية حول مجالات استخدام بطاقة الدفع.	46
جدول 4.4: جدول التكرارات والنسب المئوية حول عدد أدوات الدفع المباشر التي يملكها الفرد.	47
جدول 5.4: جدول التكرارات والنسب المئوية حول آخر مرة استخدمت فيها وسيلة دفع مباشر.	47
جدول 6.4: مقياس ليكرت الخماسي.	48
جدول 7.4: المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال الخوف من تحمل العمولات.	49
جدول 8.4: المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال عدم المعرفة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر.	50
جدول 9.4: المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال عدم قبول التكنولوجيا.	52
جدول 10.4: المتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجال السرية المصرفية.	53
جدول 11.4: خلاصة النتائج للمتوسطات الحسابية والنسب المئوية لمجالات الدراسة.	54
جدول 12.4: نتائج اختبار (T) حول توافق افراد المجتمع الفلسطيني نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر في عمليات الشراء في فلسطين.	55

- جدول 13.4: نتائج اختبار تحليل T لعينتين مستقلتين نحو توجهات افراد العينة نحو الخوف من العملات كأحدي العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير سنوات الجنس. 57 .....
- جدول 14.4: نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير الفئة العمرية. 58 .....
- جدول 15.4: نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير مكان السكن. 60 .....
- جدول 16.4: نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير المستوى التعليمي. 61 .....
- جدول 17.4: نتائج اختبار التباين الاحادي نحو درجة العوامل المؤثرة عند استخدام بطاقات الدفع المباشر تبعاً لمتغير مستوى الدخل. 63 .....
- جدول 18.4: نتائج اختبار L.S.D لدلالة الفروق لمتغير مستوى الدخل. 64 .....

## فهرس المحتويات

أ.....	إقرار:
ب.....	شكر و عرفان
ج.....	الملخص
ه.....	Abstract:
<b>1 الفصل الأول: الإطار العام للدراسة</b>	
1.....	1.1 المقدمة
2.....	2.1 مشكلة الدراسة
2.....	3.1 مبررات الدراسة
3.....	4.1 أهمية الدراسة
4.....	5.1 اهداف الدراسة
5.....	6.1 تساؤلات الدراسة
6.....	7.1 فرضيات الدراسة
7.....	8.1 حدود الدراسة
<b>2 الفصل الثاني: الأدب النظري والدراسات السابقة</b>	
8.....	1.2 المقدمة
9.....	2.2 الاطار النظري
9.....	1.2.2 الخدمات البنكية الالكترونية:
9.....	1.1.2.2 تطور الخدمات المصرفية الالكترونية وانتشارها
10.....	2.1.2.2 تطور الخدمات المصرفية الالكترونية في فلسطين وانتشارها
11.....	3.1.2.2 أنواع الخدمات الالكترونية
12.....	2.2.2 بطاقات الدفع المباشر (الخصم المباشر)
13.....	1.2.2.2 العوامل المؤثرة في استخدام بطاقات الدفع المباشر
14.....	3.2.2 جودة الخدمات وعلاقتها بالبطاقات الالكترونية:
14.....	1.3.2.2 مفهوم الخدمات المصرفية
14.....	2.3.2.2 مفهوم جودة الخدمات المصرفية الالكترونية:
15.....	3.3.2.2 العلاقة بين التسويق المصرفي وبطاقات الخصم المباشر

17	3.2 الدراسات السابقة
17	1.3.2 الدراسات المحلية الفلسطينية:
21	2.3.2 الدراسات العربية:
27	3.3.2 الدراسات الاجنبية:
29	4.3.2 التعليق على الدراسات السابقة:
30	5.3.2 ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة:
31	6.3.2 مدى استفادة الباحث من البحوث والدراسات السابقة:
	<b>3 الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات</b>
33	1.3 تمهيد
33	2.3 منهج الدراسة
33	3.3 طرق جمع البيانات
34	4.3 مجتمع الدراسة:
34	5.3 عينة الدراسة
34	6.3 أداة الدراسة
36	7.3 وصف متغيرات أداة الدراسة
38	8.3 صدق الأداة:
40	9.3 ثبات اداة الدراسة
41	10.3 المعالجة الإحصائية
43	11.3 انموذج الدراسة
	<b>4 الفصل الرابع: النتائج ومناقشتها</b>
44	1.4 تمهيد
55	2.4 الفرضية الرئيسية الأولى
56	1.2.4 الفرضية الفرعية الأولى
58	2.2.4 الفرضية الفرعية الثانية
59	3.2.4 الفرضية الفرعية الثالثة
61	4.2.4 الفرضية الفرعية الرابعة:
	<b>5 الفصل الخامس: النتائج والاستنتاجات والتوصيات</b>
66	1.5 النتائج
74	2.5 الاستنتاجات
75	3.5 التوصيات

77	المصادر والمراجع.....
79	الملاحق .....
87	فهرس الملاحق .....
88	فهرس الجداول .....
90	فهرس المحتويات .....