



## وسائل الدفع الالكتروني بين توقعات العملاء والقيمة المدركة للخدمة

### دراسة ميدانية على عملاء المصارف التجارية

أسامة ابوالقاسم عبدالله

عضو هيئة تدريس، قسم التجارة الالكترونية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة طرابلس

تاريخ الاستلام: 2025/8/23 - تاريخ المراجعة: 2025/9/24 - تاريخ القبول: 2025/10/4 - تاريخ النشر: 2025 /10/10

#### المستخلص:

خلال مقارنة ادراكاتهم المتمثلة في تجاربهم، مقارنة بتوقعاتهم للمنافع المتوقعة الحصول عليها مسبقاً، ولتحقيق هذه الاهداف فقد تم استخدام المنهج الوصفي للدراسة، ولتجميع البيانات تم تحديد المجتمع المستهدف من عملاء المصارف التجارية المزودة لخدمه الدفع الالكتروني، ونظراً لنشأت المجتمع وصعوبه حصره بدقه عالية وامكانيه الوصول اليه، تم تصميم استبيان الكتروني يمنح الفرص المتساويه للوصول للعينة المحدده (384) مفردة وبعد تحليل البيانات المتحصل عليها، توصلت الدراسة الى بعض النتائج اهمها، ان وسائل الدفع الالكتروني بصورتها الحاليه لا تلبي رغبات العملاء بسبب عزوف العديد من اصحاب الانشطه التجاريه لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني، كما اتفق اغلب مفردات عينه الدراسة ان اصدار تشريعات وقوانين تلزم كافه الانشطه التجاريه والخدميه باستخدام وسائل الدفع الالكتروني ومتابعتها من الاجهزه الرقابيه يزيد من درجه اعتماديتها، مع تطوير البنيه التحتيه الداعمه لوسائل الدفع الالكتروني.

#### Abstract

The study aimed to measure customer attitudes towards the use of electronic payment methods by comparing their perceptions based on their experiences with their expectations of the benefits they hoped to gain. To achieve these objectives, a descriptive approach was used. To collect data, the target population was defined as customers of commercial banks that provide electronic payment services. Given the dispersion of the population and the difficulty of accurately identifying and accessing it, an electronic questionnaire was designed to provide equal opportunities to access the specific sample (384) individuals. After analysing the data obtained, the study reached some conclusions, the most important of which is that electronic payment methods in their current form do not meet customer needs due to the reluctance of many business owners to use electronic payment methods. Most of the study's respondents agreed that the issuance of legislation and laws requiring all commercial and service activities to use electronic payment methods and their monitoring by regulatory authorities would increase their reliability, along with the development of the infrastructure supporting electronic payment methods .

## 1.1. مقدمة

مع التطور التقني السريع الذي يشهده العالم والاتجاه نحو التحول الرقمي لكافة المؤسسات ومن أهمها مؤسسات القطاع المصرفي الذي يعتبر الطرف الرئيسي والمشارك في كافة المعاملات بين الافراد والمؤسسات، وازدادت الحاجة الى التوسع في تحديث انظمه وسائل الدفع الالكتروني نظرا لما تكتسبه من مرونة وخصائص تمنحها الافضلية في الاستخدام وتزيد من درجة اعتماديتها كبديل للوسائل التقليدية، والتي تشهد البيئة الليبية ازمة تتفاوت في حدتها بين الحين والآخر الامر الذي زاد من الحاجة للتوجه نحو الوسائل الالكترونية والتخفيف من حدة هذه الازمة، حيث شهدت الخدمات المصرفية في الاونة الاخيرة تحولاً ملحوظاً من حيث الوسائل والعمليات المستخدمة مما ساهم في حل بعض المعضلات الناتجة عن الازمة، فعلى الرغم من المزايا التي تقدمها وسائل الدفع الالكتروني كخدمه مصرفيه معلومه، الا ان هذه التجربة التي خاضها المصرف الليبي ما زالت تواجه بعض التحديات العديده التي تركت انطباعاً مدركاً لدى المستخدمين، وتحديد متفاوت بينهم لدرجة اعتماديتها، وذلك في مقارنه بين توقعاتهم التي يرغبونها من استخدام هذه الوسائل، وواقع تجربتهم المدركة للخدمه، ومن هنا جاءت هذه الورقه لقياس اتجاهات العملاء لخدمه وسائل الدفع الالكتروني ووضعها في مقارنه بين توقعات وادراكات العملاء للخدمة.

## 2.1 مشكلة الدراسة :

يعتبر العملاء الطرف الاساسي لكافة المؤسسات التجارية، باعتبارهم أساس النشاط وهم المصدر الحقيقي لدخل هذه المؤسسات، وبالتالي فإن قيمة المؤسسه الحقيقيه في مدى ارتباط عملائها بها، وقدرتها على تحقيق رضاهم من خلال تقديم منتجات وخدمات تلبي رغباتهم وتوقعاتهم، ونظراً لما تمثله المصارف من اهمية حيويه للمؤسسات والافراد، وتتوزع الخدمات المصرفية التي تقدمها، ومنها وسائل الدفع الالكتروني والتي زاد الاعتماد عليها مؤخراً بسبب ازمة السيولة، فإن هذه الخدمات ورغم اهميتها لم ترتقي في اعتماديتها للمستوى الذي يليه رغبة العملاء، ووفق ما اشارت اليه الدراسة الاستطلاعيه التي قام بها الباحث لعينة عشوائيه من العملاء، والتي اظهرت ان هذه الخدمات ما زالت درجة الاعتماد عليها كبديل دائم وكلي للوسائل التقليدية محدود، وان الحاجة للسيولة النقدية مازال ملح، ومن هنا فقد ارتكزت الدراسة على التساؤل التالي:

هل يوجد توافق بين توقعات العملاء والقيمه المدركة لخدمات وسائل الدفع الالكتروني المتاحة؟

1- هل يوجد توافق بين توقعات العملاء لكفاءة لوسائل الدفع الالكتروني التشغيلية والقيمة المدركة للخدمة .

2 -هل يوجد توافق بين توقعات العملاء حول الاستخدام الواسع لوسائل الدفع الالكتروني والقيمة المدركة للخدمة .

## 3.1 اهداف الدراسة :

تهدف الدراسة الى تحقيق بعض النقاط ومنها الاتي:

1 - تقييم مستوى وسائل الدفع الالكتروني الحاليه من وجهه نظر العملاء وبيان مدى توافقها مع توقعاتهم ورغباتهم.

2- تحديد اهم العناصر التي تحد من الوصول في وسائل الدفع الالكتروني للمستوى الذي يليه رغبات وتوقعات العملاء

## 4.1 اهمية الدراسة:

تتمثل اهمية الدراسة في الاتي:

## 1.4.1 - الاهمية العلمية:

تكمن اهمية الدراسة العلميه في كونها تتناول عنصر يتسم بالتطور المستمر ويحتاج لمواكبه علميه مستمره من الطرفين اصحاب المصلحة المتبادلة، المقدم للخدمه وقدرته التشغيليه من حيث تصميم وتقديم الخدمة، وكذلك الطرف المتلقي للخدمه ودرجه وعيه باهميتها وطرق استخدامها من جانب، ومدى تلبية هذه الخدمات لحاجاته ورغباته من جانب اخر .

## 2.4.1 - الاهمية العمليه:

تكمن اهمية هذا الموضوع كونه يتناول دراسة خدمة وسائل الدفع الالكتروني والتي تمثل عصب النشاط التجاري، وتحقق مرونة عاليه في التعامل، وذلك لما لها من مزايا عاليه للجانبين المقدم للخدمه والمستفيد منها لا سيما في ظل ازمة السيولة التي تعاني منها المصارف الليبيه في ظل الازمات المتعاقبه الامنيه والسياسيه.

## 5.1 مجتمع وعينة الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة واختبار الفرضيات تم تحديد مجتمع وعينة الدراسة وفق الآتي:

### 1.5.1 مجتمع الدراسة:

تم تحديد عملاء المصارف الليبية المقدمة لوسائل الدفع الإلكتروني كمجتمع لهذه الدراسة، حيث تم الاعتماد على الوسائط الإلكترونية في التواصل معهم بعد تصميم استبانة الكترونية.

### 2.5.1 عينة الدراسة:

بعد استخدام الأساليب الإحصائية تم تحديد حجم العينة من العملاء والذي بلغ 384 مفردة، نظراً لكبير حجم المجتمع، وتعرثر حصره بدقة.

### 6.1 منهجية الدراسة.

تم اتباع الطرق والأساليب المعتمدة في تجميع البيانات وتحليلها وفق الآتي:

#### 1.6.1 أدوات جمع البيانات:

لغرض استيفاء البيانات المطلوبة للدراسة فقد تم تجميع البيانات وفق الآتي:

##### 1.1.6.1 البيانات الثانوية:

تمثلت البيانات الثانوية في الأدبيات النظرية الخاصة بالدراسة، من أهمها الدراسات السابقة، وبعض الكتب والدوريات والمقالات المنشورة ذات الصلة بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى بعض المنشورات والموقع الإلكتروني للمصرف قيد الدراسة.

##### 2.1.6.1 البيانات الأولية:

اعتمدت الدراسة على استمارة الاستبانة كأداة لجمع البيانات والتي وجهت لشريحة العملاء.

#### 2.6.1 أدوات التحليل:

تم الاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات المتحصل عليها من الاستبانات الموزعة على العملاء.

### 3.6.1 المنهج العلمي للدراسة.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي، وذلك لملائمته مع الدراسة من حيث البيانات المتحصل عليها لتغطية متغيرات موضوع الدراسة وإمكانية تحليلها، ووصف دقيق للظاهرة قيد الدراسة.

### 7.1 أسباب اختيار الموضوع:

لا شك أن موضوع وسائل الدفع الإلكتروني من الموضوعات الهامة التي تربط المصلحة المشتركة بين المنظمات وعامة الناس، ومن أهم نقاط دراسة الموضوع الآتي:

1. إمكانية الحصول على البيانات الأولية والثانوية التي تغطي الأدبيات النظرية والدراسة الميدانية للموضوع بشكل ميسر.
2. ارتباط موضوع الدراسة بشريحة كبيرة من أفراد ومؤسسات المجتمع، وبالتالي إمكانية التواصل مع العملاء المستهدفين أثناء تجميع البيانات.
3. تزايد الدور التي تلعبه وسائل الدفع الإلكتروني وأهميته للمؤسسات المصرفية والعملاء بشكل كبير لا سيما مع الازمة المستمرة للسيولة النقدية .
4. يمثل قطاع المصارف بيئة مناسبة للدراسة، وذلك للأهمية الكبيرة التي يكتسبها النشاط المصرفي باعتباره الداعم الحقيقي لأي اقتصاد للتوجه به نحو التنمية.

### 8.1 الدراسات السابقة:

1- دراسة أبوشعالة (2024) بعنوان: "أنظمة الدفع الإلكتروني وأثرها على الأداء المالي في المصارف التجارية العاملة بمدينة مصراتة هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أنظمة الدفع الإلكتروني على الأداء المالي في المصارف التجارية بمدينة مصراتة، وذلك من خلال دراسة ميدانية استهدفت آراء موظفي المصارف، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، أظهرت نتائج الدراسة وجود

أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لأنظمة الدفع الإلكتروني على الأداء المالي، حيث تبين أن أنظمة مثل البطاقات الإلكترونية، والتحويلات الداخلية والخارجية، والتسويات الفورية، ساهمت في تحسين الكفاءة التشغيلية للمصارف وزيادة قدرتها على تلبية احتياجات العملاء، مما انعكس إيجاباً على أدائها المالي.

2- دراسة (دنف، ودنف (2018) بعنوان: واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الاقتصاد الليبي ودورها في معالجة أزمة السيولة النقدية، جامعة طرابلس، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في المصارف الليبية على مستوى القطاع المصرفي ككل وبيان مدى قدرتها على المساهمة في معالجة أزمة السيولة النقدية، بالإضافة إلى استكشاف المعوقات التي تعيق التطبيق الصحيح لهذه الوسائل، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدمت بيانات ثانوية غير منشورة تم الحصول عليها من مصرف ليبيا المركزي وبعض الشركات العاملة في قطاع التقنية المالية. وشملت البيانات قيماً شهرية للفترة 2016-2017، توصلت الدراسة إلى أن أزمة السيولة في ليبيا هي في الأساس أزمة إدارة وليست أزمة نقص، وأن فقدان الثقة بين المواطنين والجهاز المصرفي أدى إلى تفاقم الوضع، مع هيمنة وسائل الدفع التقليدية على التعاملات، كما أظهرت النتائج وجود علاقة طردية قوية بين استخدام بطاقات الخصم الإلكترونية أو منظومة التحويلات الإلكترونية وبين تحسن السيولة النقدية، ما يؤكد الدور الإيجابي لهذه الوسائل في التخفيف من حدة الأزمة.

3 - دراسة جودي وصبحي (2022) بعنوان دور أنظمة الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية" تهدف هذه الدراسة إلى معرفة وسائل الدفع الإلكترونية واليات عملها والوقوف على التحديات المتعلقة ببيئة العمل المصرفي الإلكتروني في الجزائر، والوقوف على تطورات الحاصلة في المجال المصرفي واهم العراقيل التي تواجهه، وإيجاد الحلول تم استخدام المنهج الوصفي، وتم التوصل إلى مجموعة من النتائج من أهمها ان الاعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية ساهم بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية ويعتبر تحسين جودة الخدمات المصرفية من الاساليب التي تحقق التميز في مواجهة المنافسين والمفاضلة بين البنوك.

4- دراسة غلاء، والدالي، واعليجة (2022) نظم الدفع الالكتروني واثرا في تحسين الاداء للمصارف التجارية الليبية، مجلة المنتدى الاكاديمي، الجامعة الاسمية الاسلامية، هدفت الدراسة إلى بيان مفهوم وأهمية نظم الدفع الإلكترونية وكذلك بيان مفهوم الأداء المصرفي ومعرفة مقاييسه، ودور هذه النظم في رفع كفاءة الأداء المصرفي، حيث تم إعداد قائمة استبيان تم توزيعها على عينة من العاملين بالمصارف التجارية الواقعة بمنطقة الخمس المعرفة هل تؤدي نظم الدفع الإلكترونية إلى تحسين الأداء للمصارف التجارية، حيث تم تحليل المعلومات الواردة وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن نظم الدفع الإلكترونية حققت عنصر الأمن في سداد قيمة السلع والخدمات كما انعكس على الأداء المصرفي وكذلك تقليل المخاطر المالية وتقليل التكاليف، وأن هناك علاقة معنوية بين نظم الدفع الإلكترونية والأداء المصرفي.

5- دراسة جاب الله (2024) مدى جدوى وسائل الدفع الالكتروني كبديل للسيولة النقدية في ظل أزمة السيولة في ليبيا، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة، جامعة بنغازي، هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى الجدوى من وسائل الدفع الإلكتروني في تغطية أزمة السيولة في ليبيا لتحل محل السيولة في جميع معاملات البيع والشراء والخدمات التي يحصل عليها العملاء في المنطقة الشرقية في ليبيا، وذلك من خلال الرجوع إلى الدراسات السابقة في ليبيا، وتوزيع الاستبانة على عينة الدراسة وجمع الاستبانة وتحليلها إحصائياً وقد توصلت الدراسة إلى أن وسائل الدفع الإلكتروني ساهمت بشكل جيد في حل أزمة السيولة بالنسبة للعميل في ليبيا.

## 1.2 وسائل الدفع الالكتروني

تمثل وسائل الدفع الالكتروني الوسيلة التي يستخدمها المشتريين من تسديد قيمة فواتير السلع والخدمات التي يحصلون عليها، وقد تطورت هذه الوسائل بشكل ملحوظ في الآونة الأخيرة، تماشياً مع التغيرات الاقتصادية وظروف السوق والتقدم التكنولوجي، والذي استفاد منه القطاع المصرفي فتبنى هذه الوسائل الدفع الإلكترونية لتحل تدريجياً محل الوسائل التقليدية، وقد ساهم هذا التحول في زيادة كفاءة المعاملات المالية وتلبية احتياجات المتعاملين المتزايدة، وسرعان ما انتشرت هذه الوسائل بفضل المزايا التي تقدمها لكل الأطراف ذات العلاقة، من العملاء والمصارف والشركات الوسيطة واصحاب الانشطة التجارية. (شاهين، 256، 2017)

أي أن وسائل الدفع الإلكتروني "هي تلك الأدوات التي تحظى بقبول اجتماعي لتسهيل المعاملات المتعلقة بتبادل السلع والخدمات وسداد الديون ويتضمن هذا المفهوم النقود القانونية، الأوراق التجارية، بالإضافة إلى الوسائل الإلكترونية". (عبد القادر، 28، 2023)، وهي الأداء التي تلقى قبول عام وتلعب دوراً هاماً في عملية تبادل السلع والخدمات، وكذلك تسديد الديون والالتزامات، وقد كانت هذه الوسيلة تتمثل في النقود القانونية لكن مع تطور الزمن وجدت وسائل أخرى. (الطرش، 31، 2003)

## **2.2 مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني :**

تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني عن الوسائط الرقمية والتي يتم من خلالها عملية تحويل الأموال رقمياً مقابل سلعة أو خدمة، باستخدام أجهزة الكمبيوتر أو إرسال البيانات عبر الهاتف أو شبكة الإنترنت أو أي وسيلة أخرى إلكترونية لنقل البيانات، كما تعرف بأنها وسيلة إلكترونية مثل بطاقة أو ذاكرة تحتوي على قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً، وتُقبل كوسيلة دفع من قبل جهات غير التي أصدرتها، وتتاح للمستخدمين كبديل لل عملات التقليدية بهدف إجراء تحويلات إلكترونية للمدفوعات بقيمة محددة. وقد ساهم تنوع هذه الوسائل في انتشار الدفع الإلكتروني وتوسعه عالمياً. (سمالي، 180، 2021)

كما تناول العديد من الباحثين مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني، بأنها عملية تحويل أموال تتم بخلاف العمليات التي تُجرى باستخدام شيك أو سند أو ورقة مالية أخرى، حيث تُنفذ العملية باستخدام جهاز إلكتروني من خلال أي وسيلة اتصال. (الطائي، 178، 2010)

## **3.2 أهمية وسائل الدفع الإلكتروني :**

تكمُن أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في كونها جاءت مواكبة للتطور التكنولوجي للحد من المشكلات والتحديات التي تواجهها وسائل الدفع التقليدية، وقد تزايد الاهتمام العالمي بأنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني لما لها من دور مهم في : (دنف، 108، 2018)

- 1 - تسهيل المدفوعات الدولية بسرعة وكفاءة.
- 2 - سهولة الاستخدام في مختلف المجالات.
- 3 - السرعة في تحويل الأموال واستلامها.
- 4 - تخفيض التكاليف مقارنة بوسائل الدفع التقليدية.
- 5 - تقليل المخاطر الناتجة عن استخدام النقد التقليدي.

## **4.2 خصائص وسائل الدفع الإلكتروني :**

ازدادت الحاجة إلى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، وذلك لاتصافها بعدة خصائص مكنتها من القيام بوظيفتها كأداة فاعلة ومن هذه الخصائص الآتي :

### **1.4.2 القبول العام:**

نالت وسائل الدفع الإلكتروني قبول من قبل جميع الأطراف ذات العلاقة، إذا أن نجاحها في مدى تقبل هذه الأطراف في الاعتماد عليها كوسيلة دفع آمنة. (البيب، 61، 2009)

### **2.4.2 سهولة الاستخدام:**

تتسم أغلب وسائل الدفع الإلكتروني بسهولة الاستخدام، فكلما كانت وسائل الدفع أبسط وأكثر وضوحاً زاد الاعتماد عليها في تسوية المعاملات، مما يعزز القبول العام ويضمن استمراريتها. (البيب، 61، 2009)

### **3.4.2 الدفع الإلكتروني عبر شبكات الاتصال عن بُعد:**

يمتاز الدفع الإلكتروني بإمكانية إتمامه عن بُعد دون الحاجة لحضور مادي لطرفي المعاملة، حيث يتم نقل أوامر الدفع من المدين إلكترونياً عبر أجهزة حاسوب، كما هو الحال في التحويلات المصرفية وبطاقات الائتمان والنقود الإلكترونية. (ذكرى، 37، 2010)

#### 4.4.2 وجود جهة ثالثة لإدارة وتأمين الدفع الإلكتروني:

بسبب المخاطر المرتبطة بالتعاقدات الإلكترونية، تعتمد وسائل الدفع الإلكتروني على تدخل طرف ثالث يسمى "الوسيط الإلكتروني"، وهو غالبًا مصرف أو مؤسسة مرخصة. يقوم هذا الوسيط بالتحقق من هوية الأطراف، ويضمن سرية وسلامة المعلومات المتبادلة، كما يحتفظ بها لحل النزاعات إذا حدثت. (ذكرى، 38، 2010)

#### 5.2 مزايا وسائل الدفع الإلكتروني :

توفر وسائل الدفع الإلكتروني العديد من المزايا من أهمها الآتي: (المغربي، 172، 2016)

##### 1.5.2 بالنسبة للمستخدم :

توفر وسائل الدفع الإلكتروني السهولة والسرعة في الاستخدام، بالإضافة إلى مستوى عالٍ من الأمان، مما يقلل الحاجة إلى حمل النقود الورقية ويحد من مخاطر السرقة أو فقدان.

##### 2.5.2 بالنسبة للتاجر:

تعد وسائل الدفع الإلكتروني ضمانًا قويًا لحقوق البائع، وتساهم في زيادة المبيعات، إضافةً إلى ذلك تزيل عبء متابعة ديون العملاء، حيث يتحمل البنك أو الشركات المصدرة هذا العبء.

##### 3.5.2 بالنسبة للمصدر:

تحقق المصارف والمؤسسات المالية أرباحًا من وسائل الدفع الإلكتروني من خلال الفوائد والرسوم والغرامات المفروضة.

#### 6.2 أنواع وسائل الدفع الإلكتروني :

ظهرت العديد من وسائل الدفع الإلكتروني التي تختلف في خصائصها، ومن أهمها الآتي :

##### 1.6.2 البطاقات الإلكترونية :

هي بطاقة بلاستيكية تُستخدم إلكترونيًا لأغراض متعددة من خلال المعلومات المخزنة عليها، وتتيح الوصول إلى الأجهزة المصممة لذلك بغية تحقيق أهداف معينة. وُصفت بأنها إحدى الوسائل الأكثر شيوعًا في الدفع والسحب والتحويل المالي في البنوك، وتتنوع هذه البطاقات حسب الخصائص ومجالات الاستخدام، إلا أن هدفها واحد. (كافي، 42، 2013)

##### 2.6.2 الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول :

يعرف (النجداوي، الطالب، 97، 2024) هذه الخدمة بأنها الخدمات التي يمكن للعميل القيام بها عن طريق الهاتف مثل تحويل الأموال وطلب كشف الحساب ودفع الفواتير وغيرها من الخدمات الأخرى التي تلبي رغبات العملاء

##### 7.2 الأدوات المساعدة لوسائل الدفع الإلكتروني :

لتسهيل عملية الدفع الإلكتروني ظهرت العديد من الأدوات والتقنيات التي تلعب دورًا حيويًا في إنجاح هذه المعاملات ، سنتعرف على أهم هذه الأدوات :

##### 1.7.2 نقاط البيع (E.Pos – Electronic Point of Sale):

وهي عبارة عن أجهزة موجودة في المحلات والأسواق والمتاجر والتي تكون على اتصال مباشر بالحاسب الآلي للمصرف، حيث تجري عمليات التحويل عبر شبكة وقنوات الاتصال المختلفة، ومن خلال هذه الوحدات الطرفية يمكن إدخال قيمة مشتريات العميل لخصم من رصيده مباشرة وإضافة القيمة إلى حساب المحل التجاري. (شاهين، 521، 2010)

##### 2.7.2 الصراف الآلي (ATM) Automatic Teller Machine

## وسائل الدفع الإلكتروني بين توقعات العملاء والقيمة المدركة للخدمة ————— أسامة عبدالله

فهو جهاز مبرمج للاتصال بين العملاء والمصرف عن بُعد، كما تنعكس هذه العمليات بشكل ايجابي على المصرف والعميل من حيث السرعة والتكلفة، حيث قدرت تكلفة العملية بواسطة اجهزة الصراف الالي 10% فقط من تكلفتها من خلال الموظف بشكل تقليدي. (شافي،197،2007)

جدول رقم (1) مقارنة بين وسائل الدفع التقليدية ووسائل الدفع الإلكترونية

مقياس المقارن	وسائل الدفع التقليدية	وسائل الدفع الإلكترونية
	يتم خلقها بواسطة السلطة النقدية في البلاد (البنك المركزي) وهي تقتضي المرور بمراحل معقدة من أجل طباعة هذه النقود بدءا بالتصميم ووصولاً إلى عملية الطباعة الفعلية لها سواء كانت عملة ورقية أم معدنية.	يتم خلقها في مرحلة لاحقة بعد إجراء عملية إيداع فعلي للنقود القانونية لدى المصرف وقد يتم خلقها بدون الحاجة إلى القيام بمثل هذه الإجراءات.
	ذات كفاءة وفعالية اقل	ذات كفاءة وفعالية عالية في الأداء
	ذات تكلفة منخفضة	ذات تكلفة مرتفعة
	قابلة للتخزين ولكن تحتاج مساحة كبيرة	قابلة للتخزين الكترونياً وبالتالي لا تحتاج الى توفر أي مساحة
	تحتوي على نسبة كبيرة من المخاطرة	نسبة المخاطرة قليلة
	منخفضة	مرتفعة وذلك لعدم قدرة الأفراد لاستخدامها إلا بتوفر معلومات معينة عن صاحبها
	قليلة المرونة في التحويل من مكان لآخر ومن دولة لأخرى	عالية المرونة في التحويل من مكان لآخر ومن دولة لأخرى بسهولة ويسر عبر أنظمة الدفع الإلكتروني

المصدر : دنف،دنف (2018)، 112

### 8.2 متطلبات وسائل الدفع الإلكتروني :

يتطلب مشروع تفعيل نظم الدفع الإلكتروني توفير مجموعة من العناصر المتعلقة بالبيئة المصرفية، من خلال تطوير أنظمة الاتصالات، وتأهيل الكوادر البشرية العاملة في القطاع المصرفي، إلى جانب تعزيز وعي وثقافة استخدام التقنية المصرفية لدى عملاء البنوك، عبر الترويج للمزايا التي تقدمها هذه النظم. كما يتطلب المشروع توفر إطار قانوني يضمن حماية حقوق المستخدمين من الاختراقات أو تلف البيانات المهمة. ( الشافي،157،2007)

#### 1.8.2 المتطلبات المتعلقة بالبنية التحتية التقنية :

تعتبر نظم الاتصالات الحديثة من الأسس الضرورية لتفعيل البنية التحتية التقنية، حيث أصبح الإنترنت والأجهزة المتطورة هما العوامل الرئيسية في بناء بنية تحتية إلكترونية تعتمد على سرعة الاتصال وأجهزة حاسوب متقدمة وأجهزة دعم أخرى. (الشافي،158،2007)

#### 2.8.2 المتطلبات المتعلقة بالبيئة البشرية :

الانتقال من الأعمال التقليدية إلى الأعمال الإلكترونية يتطلب تهيئة البنية التحتية البشرية، بحيث تدعم وتسرع من عملية التحول. بالإضافة إلى ذلك، يجب تعزيز ثقافة العمل الإلكتروني لدى المستخدمين لضمان نجاح هذه العملية. (كافي،160،2017)

### 3.8.2 المتطلبات المتعلقة بالتشريعات القانونية والتنظيمية:

توفير بيئة قانونية وتنظيمية يعد أمراً بالغ الأهمية لضمان فعالية نظم الدفع الإلكتروني. يتطلب هذا التعاون بين الحكومات، قطاعات الأعمال، والمستهلكين. ورغم المزايا المتعددة للخدمات المصرفية الإلكترونية، فإنها تأتي مع مخاطر مرتبطة بأمن المعلومات والتي قد تؤدي إلى التلاعب بأرصدة العملاء، للتصدي لهذه التحديات، قامت العديد من الدول بسن تشريعات خاصة لحماية نظم الدفع الإلكتروني، تتضمن نصوصاً قانونية صريحة تعاقب على الجرائم المعلوماتية. وعندما تدخل المؤسسات المصرفية في مشروعات الخدمات المصرفية الإلكترونية، يصبح من الضروري إصدار أو تعديل التشريعات لتتناسب مع المستجدات، فعلى الدول أن تدعم المؤسسات المصرفية من خلال توفير بيئة قانونية تسهل التوسع في النشاطات الإلكترونية. يجب أن تشمل هذه البيئة التشريعية تدابير لضمان الأمان والحماية والسرية، وتستجيب لمتطلبات العمل المصرفي الإلكتروني محلياً ودولياً. (الحسن، 145، 2011)

### 9.2 القيمة المتوقعة والمدركة للخدمة:

يُعد مفهوم قيمة الخدمة من اهتمامات الإدارة الحديثة إذ أنها العامل الرئيسي في تكرار تجربه العميل مع المؤسسة عندما تكون تجربة مرضية وتتكون الصورة الايجابية لها، حيث يعكس مفهوم القيمة حجم المنافع التي يتحصل عليها العميل نظير ما يدفعه للحصول على هذه المنافع لأشباع حاجه او رغبه محدده عنده، حيث تسبق التجربة توقع لمستوى الخدمة، ويلحق التجربة ادراك لها يكون اساس الصورة الذهنية المتكونه لهذه التجربة، ومن هنا يمكن تعريف القيمة المتوقعة والمدركة للخدمة في الاتي:

**1.9.2 القيمة المتوقعة للخدمة :** يُعرف (الطائي، العبادي، 113، 2008) على أنها الصورة التي يرسمها العميل في ذهنه عن مستوى الخدمة المقدمة اليه، حيث تكون عمليات الاتصال بالعميل والمزيج الترويجي له الاثر الابرز في تكوين هذه الصورة في ذهن العميل.

**2.9.2 القيمة المدركة:** يعرف (اسماعيل، 4، 2010) القيمة المدركة على أنها حجم المنافع المتحصل عليها الزبون من الخدمة المقدمة والتي يقيّمها الزبون من خلال الكلف التي يدفعها للحصول على هذه القيمة او المنافع مقارنة مع ما يقدمه المنافسون في السوق. كما يعرفها (شبر، 67، 2014) بأنها نسبة المنافع المستلمة والمقدمة من المجهزين إلى الكلف المضحي بها من قبل الزبون.

### 3 الجانب العملي

يتناول هذا الجزء وصفاً تفصيلياً للإجراءات التي تم اتباعها في تنفيذ الدراسة، من إعداد أداة الدراسة لجمع البيانات (الاستبانة)، والتأكد من صدقها وثباتها، وبيان إجراءات الدراسة، والأساليب الإحصائية التي استخدمت في معالجة النتائج، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات.

### 1.3 أداة الدراسة

لمعالجة الجوانب التطبيقية لموضوع الدراسة تم تجميع البيانات والمعلومات الأولية من خلال استبانة كأداة رئيسية صممت خصيصاً لغرض حل مشكلة الدراسة، وبمراعاة ان تكون فقراته شاملة لكل جوانب مشكلة الدراسة، من اجل ذلك قسم نموذج الاستبانة الي ثلاث أجزاء رئيسية يمكن تصنيفها كما يلي:

الجزء الاول: يشمل هذا الجزء على البيانات الشخصية لعينة البحث والمتمثلة في (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مدة الاشتراك بوسائل الدفع الإلكتروني، المصرف).

الجزء الثاني: يتكون هذا الجزء من 10 عبارات تحاكي توافق توقعات العملاء لوسائل الدفع الإلكتروني والقيمة المدركة للخدمة.

الجزء الثالث: يتكون هذا الجزء من 10 عبارات تحاكي توافق الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الإلكتروني والقيمة المدركة للخدمة.

### 2.3 مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من كافة عملاء المصارف التجارية الليبية.

### 3.3 المقاييس والاختبارات الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

الأساليب المستخدمة في تحليل البيانات:

1. Relative Frequency: يستخدم بشكل أساسي في التحليل الوصفي للبيانات المتحصل عليها، وتقيد الباحث في الحكم على العبارات من حيث قبولها من عدمه وفق درجات البدائل المغلقة المعدة من قبل الباحث.
  2. اختبار Cronbach's Alpha: يبين مدى ثبات إجابات مفردات العينة على أسئلة الاستبيان.
  3. اختبار Pearson Correlation: يبين مدى اتساق عبارات الاستمارة مع المحاور التابعة لها.
  4. اختبار Kolmogorov-Smirnov للعينة الواحدة: يستخدم في اختبار مدى تبعية البيانات للتوزيع الطبيعي من عدمه.
  5. اختبار Wilcoxon Signed Ranks: يستخدم في اختبار الفرضيات في حالة عدم تبعية البيانات للتوزيع الطبيعي.
- 1.3.3 اختبارات صدق الأداة وثباتها واتساق عباراتها:**

يقصد بصدق الأداة، شمولية قائمة الاستبانة لكل العناصر أو الفقرات التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى بشكل يجعل من خصائصها البساطة، وسهولة الفهم. أما ثبات الأداة فيعني إمكانية الحصول على نفس النتائج في حالة تكرار الدراسة في ظروف متشابهة وباستخدام الأداة نفسها. أما اتساقها فيقصد به مدى علاقة كل عبارة من العبارات بالبعد أو المقياس الذي تنتمي له. وقد تم اختبار الحالات الثلاثة وفق التالي:

### 1.1.3.3 الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

تم القيام في هذه الدراسة بعدد من الإجراءات للتأكد من صلاحية الاستبانة وجودتها للغرض الذي أعدت من أجله وذلك بعرضها على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة والاختصاص في المجال المتعلق بالبحث. وذلك لإبداء رأيهم وتقديم مقترحاتهم حول مدى مصداقية وصلاحية هذه العبارات وصياغتها، ومدى انتماءها للمتغير أو المقياس المدرجة تحته بالإضافة إلى تعديل أو حذف ما يرونه مناسباً (شحاته، سمير، 167، 2011). وبناءً على الملاحظات القيمة الواردة من المحكمين تم إجراء كل التعديلات المطلوبة على استمارة الاستبيان لتخرج بشكلها النهائي.

### 2.1.3.3 ثبات الاستبانة

يقصد بثبات الاستبانة أن تعطي هذه الاستبانة نفس النتيجة لو تم إعادة تطبيقها بعد مدة وتحت نفس الظروف على نفس أفراد العينة الاستطلاعية، بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائجها وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة تطبيقها على نفس أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة. يمكن التحقق من ثبات الاستبانة من خلال معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha Coefficient)، فكانت النتائج كما هي في الجدول (1):

جدول رقم (1)

نتائج الثبات للاستبانة

محور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	القرار
توقعات العملاء لوسائل الدفع الإلكتروني	10	0.947	تابت
الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الإلكتروني	10	0.940	تابت
الدرجة الكلية للاستمارة	20	0.961	تابت

يتضح من خلال الجدول (1) أن معامل ألفا كرونباخ لكل محور من محاور الاستبانة وللدرجة الكلية للمحاور كان أكبر من القيمة المفترضة (0.70) عليه فإن الباحث قد تأكد من صدق وثبات الاستبانة وصلاحيتها للتحليل والإجابة على أسئلة الدراسة ومن ثم الوصول للنتائج اللازمة لاختبار فرضية الدراسة التي وضعت من أجلها الاستمارة.

## 4.3 صدق الاتساق الداخلي

يقصد بصدق الاتساق الداخلي، مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة مع المحور الذي تنتمي إليه هذه العبارة. يمكن التحقق من الاتساق الداخلي من خلال معامل الارتباط بين كل عبارة والمحور التابعة له (عوض، عباس 1998، 172) فكانت النتائج كما هي في الجدولين (2، 3):

## جدول رقم (2)

نتائج الاتساق الداخلي لبعده توقعات العملاء لوسائل الدفع الالكتروني

القرار	توقعات العملاء لوسائل الدفع الالكتروني		العبارة
	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	
متسقة داخلياً	0.755**	0.000	تستخدم مكاتب الجبابة والخدمات العمومية ( كهرباء . مياه . اتصالات ) ايصالات دفع خدمات حكومية ووسائل الدفع الالكتروني بشكل يتوافق مع توقعاتي ورجباتي .
متسقة داخلياً	0.822**	0.000	تستخدم مؤسسات الخدمات الصحية الخاصة ( مستشفيات . مصحات ) وسائل الدفع الالكتروني بشكل يتوافق مع توقعاتي ورجباتي .
متسقة داخلياً	0.648**	0.000	تستخدم المحلات التجارية الاستهلاكية ( ملابس . خضروات . مواد غذائية . قرطاسية . قطع غيار... الخ ) وسائل الدفع الالكتروني بشكل يتوافق مع توقعاتي ورجباتي .
متسقة داخلياً	0.836**	0.000	تستخدم المخازن وسائل الدفع الالكتروني بشكل يتوافق مع توقعاتي ورجباتي .
متسقة داخلياً	0.872**	0.000	تستخدم مراكز صيانة السيارات ( ورش السيارات بمختلف انواعها ) وسائل الدفع الالكتروني بشكل يتوافق مع توقعاتي ورجباتي .
متسقة داخلياً	0.835**	0.000	تستخدم محطات الوقود والمحروقات في مختلف المناطق ( وقود سيارات . غاز منزلي ) وسائل الدفع الالكتروني بشكل يتوافق مع توقعاتي ورجباتي .
متسقة داخلياً	0.851**	0.000	تستخدم مراكز صيانة الاجهزة الكهربائية والالكترونية ( كهرومنزلية . هواتف ) وسائل الدفع الالكتروني بشكل يتوافق مع توقعاتي ورجباتي .
متسقة داخلياً	0.870**	0.000	تستخدم المؤسسات التعليمية والتدريبية الخاصة ( رياض اطفال . مدارس . جامعات . مراكز تدريب ودورات ) وسائل الدفع الالكتروني بشكل يتوافق مع توقعاتي ورجباتي .
متسقة داخلياً	0.867**	0.000	تستخدم مؤسسات المواصلات العامة والخاصة ( حافلات . سيارات نقل بضائع . شركات طيران ) وسائل الدفع الالكتروني بشكل يتوافق مع توقعاتي ورجباتي .
متسقة داخلياً	0.892**	0.000	تستخدم مصلحتي الضرائب والجمارك وشركات التأمين ايصالات الدفع في المؤسسات الحكومية مقابل الاجراءات تشمل وسائل الدفع الالكتروني بشكل يتوافق مع توقعاتي ورجباتي .

يتضح من خلال الجدول (2) أن مستوى المعنوية المشاهد (p-value) لجميع العبارات كان اصغر من 0.01. مما يدل على دلالة الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية لبعده توقعات العملاء لوسائل الدفع الالكتروني، مما يدل على اتساق عبارات بعد

## وسائل الدفع الالكتروني بين توقعات العملاء والقيمة المدركة للخدمة ————— أسامة عبدالله

توقعات العملاء لوسائل الدفع الالكتروني داخلياً، اخيراً تم اختبار اتساق بُد الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني، فكانت كما بالجدول 3:

جدول رقم (3)

نتائج الاستق الداخلي لبعء الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني

القرار	الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني		العبارة
	مستوى الدلالة	معامل الارتباط	
متسقة داخلياً	0.000	0.775**	تعمل وسائل الدفع الالكتروني بشكل جيد ودون توقف بشكل يتوافق مع توقعاتي ويمكن الاعتماد عليها
متسقة داخلياً	0.000	0.744**	تتم عمليات الدفع الالكتروني دون حدوث اخطاء (كخصم القيمة مرتين او اكثر ) بشكل يدعم الاعتماد عليها
متسقة داخلياً	0.000	0.801**	تكتمل كافة عمليات الدفع الالكتروني بنجاح دون حدوث اخطاء ( كخصم القيمة من الزبون دون دخولها لحساب التاجر) مما يتوافق مع رغباتي ويزيد من الاعتماد عليها كبديل للسيولة
متسقة داخلياً	0.000	0.791**	تعتمد وسائل الدفع الالكتروني على شبكة اتصالات قوية تجعلها تعمل في كافة مناطق البلاد بنفس الكفاءة التشغيلية مما يزيد من الاعتماد عليها.
متسقة داخلياً	0.000	0.816**	التطبيقات الهاتفية المصرفية تعمل بكفاءة عالية ودون توقف او ابطال مما يجعلها وسيلة دفع تتوافق مع توقعاتي وتلبي رغباتي ويزيد من اعتماديتها.
متسقة داخلياً	0.000	0.857**	توفر المصارف انظمة حماية وخصوصية للعملاء عند استخدام وسائل الدفع الالكتروني مما يزيد من ثقة العملاء والاعتماد عليها.
متسقة داخلياً	0.000	0.819**	يتيح نظام وسائل الدفع الالكتروني امكانية ايقاف البطاقات او تعطيل التطبيقات من اجهزة اخرى حال تعرض اجهزتهم للضياع مما يزيد من ثقة العملاء بشكل يتوافق مع رغباتهم وتوقعاتهم
متسقة داخلياً	0.000	0.812**	تتيح انظمة وسائل الدفع الالكتروني الحالية امكانية استرجاع القيمة من التاجر للزبون بعء الدفع بما يزيد من مرونة هذه الوسائل ويتوافق مع توقعاتي.
متسقة داخلياً	0.000	0.833**	تتيح المصارف والشركات الوسيطة المقدمة لخدمات الدفع الالكتروني امكانية التواصل التام لمعالجة الاعطال وتصحيح الازخام وتقديم الاستشارات بما يتوافق مع تطلعات العملاء ويزيد من درجة الاعتماد عليها.
متسقة داخلياً	0.000	0.805**	وسائل الدفع الالكتروني مصممة بما يتناسب مع كافة الشرائح ومختلف اعمارهم ومستوياتهم العلمية بما يتوافق مع توقعاتي ورغباتي ويزيد من الاعتماد عليها.

يتضح من خلال الجدول (3) أن مستوى المعنوية المشاهد ( $p$ -value) لكل العبارات كان اصغر من 0.01. مما يدل على دلالة الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية لبعد الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني. الامر الذي يدل على اتساق عبارات بعد الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني داخلياً.

من خلال نتائج الجدولين (2 ، 3) تم التحقق من اتساق عبارات الاستبانة وتجانسها مع المحاور والابعاد التابعة لها.

#### 1.4.3 توزيع البيانات:

لمعرفة ما اذا كانت البيانات لها توزيع طبيعي ام لا تم استخدام اختبار Kolmogorov-Smirnov فكانت النتائج كما هي موضحة بالجدول (4):

جدول رقم (4) توزيع البيانات

المحور	Test Statistic	p-value	القرار
توقعات العملاء لوسائل الدفع الالكتروني	0.169	0.000	لا تتبع
الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني	0.175	0.000	لا تتبع

من خلال النتائج بالجدول (4) يتبين ان مستوى المعنوية المشاهد ( $p$ -value) للمحورين اصغر من 5%. مما يدل على ان البيانات الممثلة لهما لا تتبع في تغيراتها للتوزيع الطبيعي، عليه يتم استخدام اختبار لا معلمي متمثل في (اختبار ويلكوكسن) لقياس درجة توفرها.

#### 2.4.3 تحليل البيانات الوصفية للدراسة

تم الاعتماد في هذه الدراسة على استخدام مقياس ليكرت الخماسي لتقدير درجة إجابة فئات الدراسة حول أسئلة الاستبيان، حيث كانت الدرجات من 1 إلى 5 ابتداءً من غير موافق بشدة إلى موافق بشدة ، حيث أن هذه الأرقام تعبر عن وزن كل إجابة كما يلي: (غير موافق بشدة = 1، غير موافق = 2 ، محايد = 3، موافق = 4، موافق بشدة = 5). بالتالي يكون متوسط هذه الاجابات يساوي (3)، فإذا كان متوسط اجابة العبارات 3 فهذا يشير إلى ان الإجابة حول هذه العبارة كانت بالموافقة النسبية، وإذا كان متوسط هذه الاجابات أكبر من 3 فهذا يشير إلى أن الإجابة كانت بالموافقة، أما إذا كان متوسط الاجابة أقل من 3 فإنه يشير إلى أن الإجابة كانت بعدم الموافقة. بالتالي يتم اختبار ما إذا كان متوسط درجة الاجابات يختلف عن 3 أم لا. بعد الانتهاء من ترميز الاجابات وإدخال بيانات الدراسة باستخدام حزمة البرمجيات الجاهزة (SPSS (Statistical Package for Social Science). ثم تم وضع مقياس يتم من خلاله معرفة درجة التوفر لكل محور من محاور الدراسة، وذلك وفق الجدول 5 التالي:

الجدول (5)

درجات التوفر

الفترة	1.80-1.0	2.60-1.81	3.40-2.61	4.20-3.41	5.0-4.21
مستوى التوفر	ضعيف جداً	ضعيف	متوسط	عالٍ	عالٍ جداً

ايضاً، تم تقسيم البيانات المجمعة عند تحليلها إلى قسمين رئيسيين على النحو التالي:

**القسم الأول:** تم في هذا القسم التعرف على خصائص مجتمع الدراسة من خلال التكرارات ومن خلال الاشكال البيانية، فكانت على النحو التالي :

- تحليل عامل الجنس لعينة الدراسة، فكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (6)

التكرار النسبي للجنس لعينة الدراسة

الجنس	التكرار	التكرار النسبي %
ذكر	241	62.8
أنثى	143	37.2
المجموع	384	100.0

من خلال الجدول (6)، نلاحظ ان 241(62.8%) من العملاء محل البحث ذكور، 143(37.2%) اناث. وهو ما يدل على تجانس العينة حسب الجنس.

- تحليل عامل المؤهل العلمي لعينة الدراسة، فكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (7)

التكرار النسبي للمؤهل العلمي لعينة الدراسة

المؤهل العلمي	التكرار	التكرار النسبي %
اقل من متوسط	15	3.9
متوسط او مايعادله	68	17.7
دبلوم عالي / جامعي	142	37.0
فوق الجامعي	159	41.4
المجموع	384	100.0

من خلال الجدول (7)، نلاحظ ان 15(3.9%) من العملاء محل البحث يحملون مؤهل اقل من متوسط، 68(17.7%) يحملون مؤهل متوسط او مايعادله، 142(37.0%) يحملون مؤهل دبلوم عالي او جامعي، 159(41.4%) يحملون مؤهل فوق الجامعي. بشكل عام اغلب العملاء يحملون مؤهل فوق الجامعي، مما يجعلهم على مستوى علمي يؤهلهم لتقهم موضوع البحث. الامر الذي يعزز نتائج البحث.

- تحليل عامل العمر لعينة الدراسة، فكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (8)

التكرار النسبي للعمر لعينة الدراسة

العمر	التكرار	التكرار النسبي %
اقل من 25 سنة	26	6.8
من 25-44 سنة	161	41.9
من 45-54 سنة	189	49.2
من 55 سنة فأكثر	8	2.1
المجموع	384	100.0

من خلال الجدول (7)، نلاحظ ان 26(6.8%) من العملاء محل البحث اعمارهم اقل من 25 سنة، 161(41.9%) اعمارهم من 25 الي 44 سنة، 189(49.2%) اعمارهم من 45 الي 54 سنة. بشكل عام 350(91.1%) من العملاء اعمارهم من 25 الي 54 سنة، وهي فئات عمرية ناضجة ومتوافقة مع المؤهلات العلمية.

- تحليل عامل مدة الاشتراك بوسائل الدفع الالكتروني للعينة، فكانت النتائج كما يلي:

## جدول رقم (8)

التكرار النسبي لمدة الاشتراك بوسائل الدفع الالكتروني لعينة الدراسة

التكرار النسبي %	التكرار	مدة الاشتراك بوسائل الدفع الالكتروني
6.3	24	اقل من سنة
23.7	91	من 1 الى اقل من 3 سنوات
32.3	124	من 3 الى اقل من 5 سنوات
37.8	145	من 5 سنوات فأكثر
100.0	384	المجموع

من خلال الجدول (8)، نلاحظ ان 24(6.3%) من العملاء محل البحث مدة اشتراكهم بوسائل الدفع الالكتروني تقل عن سنة، 91(23.7%) مدة اشتراكهم من سنة الي اقل من 3 سنوات، 124(32.3%) من 3 الي اقل من 5 سنوات، 145(37.8%) مدة اشتراكهم من 5 سنوات فأكثر. بشكل عام 269(70.1%) من العملاء مدة اشتراكهم بوسائل الدفع الالكتروني من 3 سنوات فأكثر.

- تحليل عامل المصرف لعينة الدراسة، فكانت النتائج كما يلي:

## جدول رقم (9)

التكرار النسبي للمصرف لعينة الدراسة

التكرار النسبي %	التكرار	المصرف
34.9	134	الجمهورية
14.6	56	التجاري الوطني
14.1	54	شمال افريقيا
14.1	54	الوحدة
12.0	46	الصحاري
10.4	40	مصرف تجاري خاص
100.0	384	المجموع

من خلال الجدول (9)، نلاحظ ان 134(34.9%) من العملاء محل البحث يتبعون مصرف الجمهورية، 56(14.6%) التجاري الوطني، 54(14.1%) شمال افريقيا، 54(14.1%) الوحدة، 46(12.0%) الصحاري، 40(10.4%) مصرف تجاري خاص. بشكل عام اغلب العملاء يتبعون مصرف الجمهورية.

- هل وسائل الدفع الالكتروني المتاحة الحالية تصلح لتكون بديل للوسائل التقليدية المتمثلة في السيولة النقدية يمكن الاعتماد عليه في السوق الليبي اليوم ؟

تم ايجاد التكرار النسبي للبدائل، فكانت النتائج كما يلي:

## جدول رقم (10)

التكرار النسبي للمصاحبة للوسائل

التكرار النسبي %	التكرار	مصاحبة وسائل الدفع الالكتروني
24.0	92	نعم
6.3	24	لا اعرف
69.8	268	لا
100.0	384	المجموع

من خلال الجدول (10)، نلاحظ ان 268(69.8%) من العملاء محل البحث يرون بان وسائل الدفع الالكتروني المتاحة الحالية لا تصلح لتكون بديل للوسائل التقليدية المتمثلة في السيولة النقدية يمكن الاعتماد عليه في السوق الليبي اليوم، 92(24.0%) اجابوا بنعم، 24(6.3%) ليس لديهم معلومات. بشكل عام اغلب العملاء يرون بان وسائل الدفع الالكتروني المتاحة الحالية لا تصلح لتكون بديل للوسائل التقليدية المتمثلة في السيولة النقدية يمكن الاعتماد عليه في السوق الليبي اليوم.

- هل ترى بأن سن قوانين تلزم كافة الأنشطة التجارية ويتابع من الجهات الضبطة يساهم في فاعلية وسائل الدفع الالكتروني وزيادة درجة اعتماديتها ؟
- تم ايجاد التكرار النسبي للبدائل، فكانت النتائج كما يلي:

جدول رقم (11)

التكرار النسبي لسن القوانين للوسائل

سن القوانين	التكرار	التكرار النسبي %
نعم	303	78.9
لا اعدف	45	11.7
لا	36	9.4
المجموع	384	100.0

من خلال الجدول (11)، نلاحظ ان 303(78.9%) من العملاء محل البحث يرون بان سن قوانين تلزم كافة الأنشطة التجارية ويتابع من الجهات الضبطة يساهم في فاعلية وسائل الدفع الالكتروني وزيادة درجة اعتماديتها ، 36(9.4%) اجابوا بلا، 45(11.7%) ليس لديهم معلومات. بشكل عام اغلب العملاء يرون بان سن قوانين تلزم كافة الأنشطة التجارية ويتابع من الجهات الضبطة يساهم في فاعلية وسائل الدفع الالكتروني وزيادة درجة اعتماديتها.

**القسم الثاني:** تم في هذا القسم يتم معرفة مستوى توفر كل بعد من ابعاد الدراسة، وذلك من خلال تحليل العبارات الواردة بالاستبانة للوصول لاختبار الفرضيات التالية.

- الفرضية الرئيسية: " لا يوجد توافق ذو دلالة احصائية بين توقعات العملاء لوسائل الدفع الالكتروني والقيمة المدركة للخدمة"
- لاختبار هذه الفرضية قسمت لفرضيتين فرعيتين بغرض معرفة درجة كفاءة واستخدام وسائل الدفع الالكتروني وتوافقها مع القيمة المدركة للخدمة، وذلك كما يلي:
- الفرضية الفرعية الاولى: " لا يوجد توافق ذو دلالة احصائية بين الاستخدام الواسع لوسائل الدفع الالكتروني والقيمة المدركة للخدمة "
- لمعرفة ان كان هناك لا يوجد توافق ذو دلالة احصائية بين الاستخدام الواسع لوسائل الدفع الالكتروني والقيمة المدركة للخدمة ام يوجد، تم احتساب التكرارات النسبية لكل بديل واحتساب المتوسط الحسابي لكل عبارة، اختبار ويلكوكسن حول المتوسط الفرضي  $\mu_0 = 3$  لكل عبارة وللدرجة الكلية لمحوّر استخدام وسائل الدفع الالكتروني. فكانت نتائج كما في الجدول (12):

جدول رقم (12)

نتائج اختبار مستوى توافق الاستخدام الواسع لوسائل الدفع الالكتروني والقيمة المدركة للخدمة

القرار	النسبة	P-value	المتوسط الحسابي	النسبة المؤوية لدرجة التوفر %					الاستخدام الواسع لوسائل الدفع الالكتروني	الرتبة
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق		
متوسط	موافقة بنسبة %56.3	0.000	3.32	18.5	37.8	7.3	29.7	6.8	تستخدم المحلات التجارية (ملاّب الاستهلاكية)	1
متوسط	رفض بنسبة %58.9	0.001	2.78	11.5	21.9	7.8	50.5	8.3	تستخدم مؤسسات الخدمات الصحية الخاصة (مستشفيات .)	2
متوسط	رفض بنسبة %58.3	0.000	2.75	9.6	24.7	7.3	47.9	10.4	تستخدم مكاتب الجباية والخدمات العمومية ( كهرباء . مياه . اتصالات )	3
متوسط	رفض بنسبة %58.9	0.000	2.64	10.9	18.8	11.5	40.6	18.2	تستخدم المؤسسات التعليمية والتدريبية الخاصة ( رياض اطفال . مدارس . جامعات .)	4
ضعيف	رفض بنسبة %63.3	0.000	2.53	9.6	18.5	8.6	41.7	21.6	تستخدم مراكز صيانة الاجهزة الكهربائية	5
ضعيف	رفض بنسبة %66.9	0.000	2.43	9.1	10.9	13.0	48.2	18.8	تستخدم مصالحي الضرائب والجمارك وشركات التأمين ايضا لات الدفع فـر المـة سـسات	6
ضعيف	رفض بنسبة %72.4	0.000	2.29	9.1	11.2	7.3	44.8	27.6	تستخدم مؤسسات المواصلات العامة والخاصة ( حافلات . سيارات نقل بضائع .)	7

8	السيارات بمختلف الورش ( ورش صيانة تستخدم مراكز	29.9	42.2	8.3	11.5	8.1	2.26	0.000	رفض بنسبة %72.1	ضعيف
9	المناطق ( وقود في مختلف الوقود والمحروقات تستخدم محطات	34.6	46.9	3.1	7.6	7.8	2.07	0.000	رفض بنسبة %81.5	ضعيف
10	الإلكتروني ( وقود أقل الدفع المخابر وس تستخدم	37.2	45.1	3.9	7.6	6.3	2.01	0.000	رفض بنسبة %82.3	ضعيف
	الدرجة الكلية للتوافق بين	21.4	43.8	7.8	17.0	10.1	2.51	0.000	رفض بنسبة	متوسط

من خلال الجدول (12)، نلاحظ ان مستوى المعنوية المشاهد (P-value) للدرجة الكلية لبعد الاستخدام الواسع لوسائل الدفع الالكتروني الذي كان اكبر من مستوى المعنوية المحدد 0.05 وبمتوسط حسابي 2.51 واقع في الفترة (1.81-2.60) المعبرة على درجة توفر ضعيفة، مما يدل على ان 65.1% من العملاء يرون بأن الاستخدام الواسع لوسائل الدفع الالكتروني لا يتوافق مع القيمة المدركة للخدمة، وذلك لان وسائل الدفع الالكتروني لا يتم استخدامها في (المحلات التجارية الاستهلاكية المتمثلة في الملابس والخضروات والمواد الغذائية والقرطاسية و قطع الغيار، مؤسسات الخدمات الصحية الخاصة المتمثلة في المستشفيات والمصحات، مكاتب الجباية والخدمات العمومية المتمثلة في الكهرباء والمياه والاتصالات، المؤسسات التعليمية والتدريبية الخاصة المتمثلة في رياض اطفال والمدارس والجامعات ومراكز التدريب والدورات، مراكز صيانة الاجهزة الكهربائية والالكترونية المتمثلة في الكهرومنزلية والهواتف، مصلحتي الضرائب والجمارك وشركات التأمين وايصالات الدفع في المؤسسات الحكومية مقابل الاجراءات، مؤسسات المواصلات العامة والخاصة الحافلات وسيارات نقل البضائع وشركات الطيران، مراكز صيانة السيارات المتمثلة في ورش السيارات بمختلف انواعها، محطات الوقود والمحروقات في مختلف المناطق والمتمثلة في وقود السيارات والغاز المنزلي، المخابر وسائل الدفع الالكتروني) وسائل بشكل يتوافق مع توقعات ورغبات العملاء.

عليه نقبل الفرضية الفرعية الاولى، اي انه لا يوجد توافق ذو دلالة احصائية بين الاستخدام الواسع لوسائل الدفع الالكتروني والقيمة المدركة للخدمة.

- الفرضية الفرعية الثانية: " لا يوجد توافق ذو دلالة احصائية بين الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني والقيمة المدركة للخدمة ".

لمعرفة ان كان لا يوجد توافق ذو دلالة احصائية بين الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني والقيمة المدركة للخدمة ام يوجد، تم احتساب التكرارات النسبية لكل بديل واحتساب المتوسط الحسابي لكل عبارة، اختبار ويلكوكسن حول المتوسط الفرضي  $\mu_0 = 3$  لكل عبارة وللدرجة الكلية لمحور الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني. فكانت نتائج كما في الجدول (13):

جدول رقم (13)

نتائج اختبار مستوى توافق الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني والقيمة المدركة للخدمة

القرار	P-value	المتوسط الحسابي	النسبة المؤوية لدرجة التوفر %					الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني والقيمة المدركة للخدمة	الرتبة
مستوى التوفر	النسبة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	موافق بشدة		
متوسط	رفض بنسبة %51.0	0.000	2.76	6.5	26.3	16.1	39.1	12.0	1
متوسط	رفض بنسبة %53.4	0.000	2.66	6.8	19.8	20.1	39.3	14.1	2
متوسط	رفض بنسبة %55.5	0.000	2.64	4.4	27.1	13.0	39.1	16.4	3
ضعيف	رفض بنسبة %65.9	0.000	2.54	10.9	13.0	10.2	50.5	15.4	4
ضعيف	رفض بنسبة %63.0	0.000	2.50	4.2	19.0	13.8	49.0	14.1	5
ضعيف	رفض بنسبة %62.2	0.000	2.48	4.4	19.8	13.5	44.0	18.2	6

7	لمعالجة الاعطال وتصحيح الالكتروني امكانية التواصل التام الوسيلة المقدمة لخدمات الدفع تتيح المصارف والشركات	16.1	44.5	18.0	18.0	3.4	2.48	0.000	رفض بنسبة %60.7	ضعيف
8	بشكل جيد الالكتروني الدفع تعمل وسائل	10.7	59.1	9.4	17.7	3.1	2.43	0.000	رفض بنسبة %69.8	ضعيف
9	الزبون دون دخولها لحساب اخطاء ( كخصم القيمة من الالكتروني بنجاح دون حدوث تكتمل كافة عمليات الدفع	16.1	52.9	12.8	14.3	3.9	2.37	0.000	رفض بنسبة %69.0	ضعيف
10	اخطاء (كخصم حدوث الالكتروني دون تتم عمليات الدفع	16.1	59.1	7.8	13.0	3.9	2.29	0.001	رفض بنسبة %75.3	ضعيف
	لوسائل الدفع الكفاءة التشغيلية للتوافق بين الدرجة الكلية	14.9	47.7	13.5	18.8	5.2	2.52	0.000	رفض بنسبة %62.6	ضعيف

من خلال الجدول (12)، نلاحظ ان مستوى المعنوية المشاهد (P-value) للدرجة الكلية لبعد الاستخدام الواسع لوسائل الدفع الالكتروني الذي كان اكبر من مستوى المعنوية المحدد 0.05 وبمتوسط حسابي 2.52 واقع في الفترة (1.81-2.60) المعبرة على درجة توفر ضعيفة، مما يدل على ان 62.6% من العملاء يرون بأن الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الالكتروني لا تتوافق مع القيمة المدركة للخدمة، وذلك لان المصارف تستخدم وسائل دفع إلكتروني لا ( تتوفر فيها انظمة حماية وخصوصية للعملاء تزيد من ثقة ثقتهم والاعتماد عليها، تتيح امكانية ايقاف البطاقات او تعطيل التطبيقات من اجهزة اخرى حال تعرض اجهزتهم للضياع ، تصمم بما يتناسب مع كافة الشرائح ومختلف اعمارهم ومستوياتهم العلمية، شبكة اتصالات قوية تجعلها تعمل في كافة مناطق البلاد بنفس الكفاءة التشغيلية، تعتمد على تطبيقات هاتفية مصرفية تعمل بكفاءة عالية ودون توقف او اعطال، تتيح انظمة امكانية استرجاع القيمة من التاجر للزبون بعد الدفع، تتيح امكانية التواصل التام لمعالجة الاعطال وتصحيح الاخطاء وتقديم الاستشارات، تعمل بشكل جيد ودون توقف، تكتمل فيها كافة عمليات الدفع الالكتروني بنجاح دون حدوث اخطاء كخصم القيمة من الزبون دون دخولها لحساب التاجر، تتم دون حدوث اخطاء كخصم القيمة مرتين او اكثر) مما يجعلها لا تتوافق مع يتوافق مع توقعات ورغبات العملاء.

عليه نقبل الفرضية الفرعية الثانية، أي أنه لا يوجد توافق ذو دلالة احصائية بين الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الإلكتروني والقيمة المدركة للخدمة.

من خلال نتائج الجدولين (11، 12)، نجد أن 63.8% من العملاء يرون بأن توقعاتهم لوسائل الدفع الإلكتروني لا تتوافق والقيمة المدركة للخدمة.

### 5.3 نتائج الدراسة

توصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج يمكن إيجازها فيما يلي:

1. أغلب العملاء يرون بأن عزوف العديد من الأنشطة الحيوية لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني يجعل منها لا تصلح لتكون بديل يعتمد عليه عن الوسائل التقليدية المتمثلة في السيولة النقدية في السوق الليبي اليوم ومازال التحول التام يحتاج لمعالجات.
2. اتفاق نسبة عالية من العملاء على أن سن قوانين تلزم كافة الأنشطة التجارية باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني، ومتابعة الجهات الرقابية والضبطية لأصحاب الأنشطة التجارية باستخدام الوسائل الإلكترونية للدفع يساهم في فاعليتها وزيادة درجة اعتماديتها.
3. لا يوجد توافق ذو دلالة احصائية بين الاستخدام الواسع لوسائل الدفع الإلكتروني والقيمة المدركة للخدمة، بشكل يتوافق مع توقعات ورغبات العملاء، وهو ما يقلل من درجة رضا العملاء، وتذني في جودة خدمات الدفع الإلكتروني.
4. لا يوجد توافق ذو دلالة احصائية بين الكفاءة التشغيلية لوسائل الدفع الإلكتروني والقيمة المدركة للخدمة، راجع للتوقعات المفاجئة، وحدوث أخطاء في العمليات بين الحين والآخر، مما يجعلها لا تتوافق مع توقعات ورغبات العملاء.

### 6.3 التوصيات:

بناءً على نتائج الدراسة، يوصي الباحث بالآتي:

1. العمل على وضع خطة شاملة بين الجهات التشريعية والتنفيذية بسن قوانين وتشريعات تلزم كافة الأنشطة التجارية باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني.
2. العمل على تحسين وتطوير البنية التحتية الخاصة بوسائل الدفع الإلكتروني، لاسيما الشركات الوسيطة الداعمة للخدمات المالية.
3. دعم الحملات التوعوية التي تشجع العملاء والتجار باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني وتقديم حملات تفضيلية تتمثل في تخفيض العمولات.

### المراجع

أولاً الكتب

- 1- الاطرش، الطاهر (2003) تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
- 2- الحسن، محمد حسين (2011) الادارة الإلكترونية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان
- 3- الشافعي، نادر عبدالعزيز (2007) المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس.
- 4- الطائي، محمد عبدالحسين (2010) التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر، عمان
- 5- المغربي، محمد الفاتح (2016) التجارة الإلكترونية، دار الجنان للنشر، عمان.
- 6- النجدوي، محمد زياد والطالب، غسان سالم (2024) التكنولوجيا المالية في المصارف الإسلامية وتطبيقاتها، دار اليازوري للنشر، عمان.
- 7- ذكرى، عبدالرزاق (2010) التنظيم القانوني للبنوك الإلكترونية، الدار الجامعية الجديدة للنشر، الاسكندرية
- 8- زيتوني، عبدالقادر (2023) ادوات وتقنيات التمويل البنكي، دار اليازوري للنشر، عمان

9- شحاته، سامية سمير (2011) مدى فعالية صدق المحكمين بالمقارنة بأنواع الصدق الأخرى دراسة تحليلية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.

10- شافي، نادر عبدالعزيز (2007) المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان

11- شاهين، محمد عبدالله (2017) التجارة الإلكترونية العربية بين التحديات وفرص النمو. دار حميثرا للنشر، القاهرة، مصر

12- عوض، عباس محمود (1998) القياس النفسي بين النظري والتطبيقي، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية.

13- علام، صلاح الدين محمود (2000) القياس والتقويم التربوي والنفسي، الطبعة الأولى دار لفكر العريب، القاهرة.

14- غنيم، محمد عبد السلام (2004) مبادئ القياس والتقويم النفسي والتربوي، جامعة حلوان.

15- كافي، مصطفى يوسف (2013) النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار المناهل للنشر، عمان

16- كافي، هبة مصطفى (2017) التجارة الإلكترونية، الفا للمطبوعات والنشر، الجزائر

17- لبيب، ابراهيم احمد (2009) الدفع بالنقود الإلكترونية. الماهية والتنظيم القانوني، الدار الجامعية للنشر، الاسكندرية

18- الطائي، يوسف حليم والعبادي، هاشم فوزي (2008) إدارة علاقات الزبون، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.

المجلات العلمية

1- اسماعيل، شاكر تركي، "التسويق المصري الإلكتروني والميزه التنافسيه للمصارف الاردنية" مجله العلوم الانسانيه جامعة فيلادلفيا، م(7) ع (45) 2010

2- جاب الله، عزة سالم (2024) مدى جدوى وسائل الدفع الإلكتروني كبديل للسيولة النقدية في ظل أزمة السيولة في ليبيا، مجلة دراسات في الاقتصاد والتجارة، المجلد (43) العدد (1) جامعة بنغازي

3- دنف، احمد احمد ودنف، محمود احمد (2018) واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الاقتصاد الليبي ودورها في معالجة أزمة السيولة النقدية، مجلة كلية الاقتصاد جامعة طرابلس، طرابلس

4- سملاي، محمد مختار وبحري، عبدالله (2021) واقع وسائل الدفع الإلكتروني ضمن السياسة النقدية للجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، مجلد (6) العدد (2) الجزائر.

5- شبر، رونق كاظم حسين، " دور القيمة المدركة جوده الخدمه والسعر الصوره الذهنيه في تعزيز ولاء الزبون " دراسه تطبيقيه التجاريه العامله في محافظه الديوانيه، مجله القادسيه للعلوم الاداريه والاقتصادي، م (16) ع ( 2 ) 2014

6- علي عبدالله شاهين : نظم الدفع الإلكترونية، مخاطرها ووسائل الرقابة عليها، مجلة جامعة الأزهر غزة ، سلسلة العلوم الانسانية ، 2010 ، المجلد 12 .

7- غلاء، ابوبكر محمد والدالي، محمود محمد واعليجة، معمر جمال (2022) نظم الدفع الإلكتروني وأثرها في تحسين الأداء للمصارف التجارية الليبية، دراسة حالة ، مجلة المنتدى الأكاديمي، الجامعة الاسمرية الاسلامية، المجلد (6) العدد ( 1 ) زليتن.

رسائل واطروحات علمية

1- بوزيتونة، رباح نصر الدين (2022) دور وسائل الدفع الإلكتروني في تطوير وعصرنة الخدمات البنكية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة جيجل، الجزائر

2- جودي، نبيل، و صبحي، زكرياء (2022) دور أنظمة الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، الجزائر.