

تأثير نظام الدفع الالكتروني في السلوك المصرفي المستدام دراسة حالة في عينة من المصارف العراقية

The impact of the electronic payment system on sustainable banking behavior: A
case study in a sample of Iraqi banks

أ.د.م فؤاد يوسف عبدالرحمن / المشرف
Dr.Fouad Yousif Abdul Rahman
dr_ffuaad@uomustansiriyah.edu.iq

سالي كاظم علي / الباحث
Sally Kadhimi Ali Muhammad
saleykazeem@gmail.com

كلية الادارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية

الكلمات المفتاحية: نظام الدفع الالكتروني، السلوك المصرفي المستدام، رضا الزبون، الاستدامة.

Key words: Electronic Payment System, Sustainable Banking Behavior, Customer Satisfaction, Sustainability.

المستخلص

انتجت المتغيرات العالمية الجديدة بخصوص التعاملات المصرفية طرائق حديثة للدفع تتناسب مع التطور الحاصل في المنظومة الرقمية لتقديم الخدمات المصرفية التي تحظى بالوقت الحاضر لنظرة مستقبلية بالتطبيق العملي والعلمي لفلسفة مصرفية حديثة. وركزت هذه الدراسة على قوة تأثير وسائل الدفع الالكترونية (كأحد جوانب النظام الالكتروني) في السلوك المصرفي المستدام للزبون بأبعاده السبعة (الدافعية، الاستدامة، التحكم الانفعالي والسيطرة، الادراك والاستجابة، الاتصال، الذكاء، رضا الزبون). وتهدف هذه الدراسة الى تحديد الاطار العام للعلاقة المتبادلة بين التطور المتزامن للسلوك المصرفي المستدام للزبون وتطور المؤسسة المصرفية نفسها. واستخدم الباحث منهجية التحليل الاحصائي والفلسفي للعلاقة المتأصلة بين الجهتين (الزبون والمؤسسة) حيث تم تطبيق استبيان على عينة من مسؤولي الاقسام في عشرة مصارف حكومية واهلية. وتوصل الباحث الى اطار معين لتلك العلاقة تتضح فيها قوة تأثير تلك الوسائل الالكترونية على تكيف السلوك المصرفي المستدام نحو الزبون، اضافة الى انه كلما زادت شدة التكيف زاد استدامة تعامل الزبون معها.

Abstract:

The new global variables regarding banking transactions have produced modern methods of payment commensurate with the development taking place in the digital system to provide banking services that currently have a future outlook with the practical and scientific application of a modern banking philosophy. This study focused on the strength of the impact of electronic payment methods (as one of the aspects of the electronic system) on the sustainable banking behavior of the customer in its seven dimensions (motivation, sustainability, emotional control and control, perception and response, communication, intelligence, customer satisfaction). This study aims to define the general framework of the interrelationship between the simultaneous development of the customer's sustainable banking behavior and the development of the banking institution itself. The researcher used the methodology of statistical and philosophical analysis of the

inherent relationship between the two parties (the customer and the institution), where a questionnaire was applied to a sample of department officials in ten governmental and private banks. The researcher reached a specific framework for that relationship in which the strength of the influence of these electronic means on the adaptation of sustainable banking behavior towards the customer becomes clear, in addition to that the greater the intensity of the adaptation, the greater the sustainability of the customer's dealings with it.

المقدمة:

شهد عالم الاعمال المصرفية العديد من التطورات السريعة والمتلاحقة التي ساهمت في صياغة مناخ جديد من العلاقات المالية والسياسية والاقتصادية والتجارية . وما تبعه من تحقيق ظاهرة عالمية الاسواق في ظل التطور التكنولوجي السريع وما ترتب عليه من سرعة تداول المعلومات المصرفية وانجاز الصفقات التجارية وتعاملات الدفع الالكترونية. وتعتبر ادوات الدفع التي تعتمد الوسائل التكنولوجية حديثة نسبياً في تعاملاتها الا انها قديمة في طرح فلسفتها المصرفية اذا ما تمت مقارنتها مع وسائل الدفع التقليدية ويعد البعض ان بداية عهد وسائل الدفع الالكترونية كان في العام 1860 حيث قام المصرف الاحتياطي الفدرالي في الولايات المتحدة الامريكية لأول مرة بتحويل مبلغ مالي باستعمال التلغراف (Telegraph(Bernkopf,2007:131 ثم بدأت تظهر بطاقة الائتمان في الولايات المتحدة الامريكية عام 1914 حيث قامت شركة Westernnion بإصدار اول بطاقة ائتمان التي تعد بطاقة معدنية تعطى للعاملين لديها وبعض عملائها المميزين وتمنع مزايا خاصة لهم عند شراء ما يحتاجون اليه من منافذ التوزيع التابعة لها علة ان تبقى عملية تسوية الحساب في نهاية المدة المحددة وممرت تلك التقنيات التقليدية استمرت بالتطور الى ان جاء عام 1972 الذي دخل العالم عصر الحاسبات الالكترونية فتطورت التعاملات المصرفية باستخدام انظمة الدفع الالكترونية. ومنذ ذلك الوقت الى يومنا هذا نجد النقود الإلكترونية واستخداماتها الحديثة وتنوع المؤسسات المالية والتطور السريع في معاملات التجارة الإلكترونية وظهور عيوب وطرق الدفع والتسوية والوفاء السائدة والتي كشف عنها التوسع في استخدام شبكة الأنترنت ولجوء الشركات والمؤسسات الدولية الى استخدام نظم وضع حديثة تتلاءم مع تلك التطورات الامر الذي ادى الى تقليل الوقت ونقل التحويلات المالية بشكل امن وسري.

اولاً / مشكلة الدراسة: تعاني بعض المنظمات المصرفية الاهلية والحكومية على وجه العموم والمصارف عينة الدراسة على وجه الخصوص من الاهمال الواضح في توعية المجتمع على تقبل استخدام خدمات نظام الدفع الالكتروني كاسلوب حديث في السحب والايداع والتسديد الالكتروني. وهنا تكمن مشكلة الدراسة التي تطرح التساؤلات التالية:

1 - هل هناك دوراً واضحاً لأنظمة الدفع الالكترونية في جذب السلوك المصرفي المستدام للزبون؟

2- هل هناك وعياً تاماً لمجتمع وعينة الدراسة لأهمية استخدام نظام الدفع الالكتروني؟

ثانياً / أهمية الدراسة: تسعى الدراسة الى التكيف مع الادارة المالية الجدية للمصارف العالمية خاصة في تقديم الخدمات الالكترونية السريعة والبسيطة الاستخدام للزبون. وتوضح اهمية الدراسة من خلال النقاط التالية:

1- معرفة اهمية انظمة الدفع الالكترونية وتأثيرها في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون في

المنظمة المبحوثة.

2- التعرف على ابعاد انظمة الدفع الإلكترونية ودورها في تعزيز سلوك واداء العاملين من خلال تحديد الأداة الملائمة لتطبيقها.

3- دراسة امكانية توجيه المجتمع وعينة الدراسة لأهمية استخدام انظمة الدفع الإلكترونية.

4- هل ستساهم أنظمة الدفع الإلكترونية في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون.

ثالثاً / أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى تحديد اهدافها الموسومة وفقاً لمعالجتها الأسئلة المطروحة في مشكلة الدراسة والتي يمكن إجمالها بما يلي:

1. تعزيز الثقافة التنظيمية في بناء الوعي المجتمعي للعاملين في المصارف.

2. نقل صورة ذهنية عن أنظمة الدفع الإلكترونية عالية الاداء والاستخدام للزبون.

3. معرفة مدى مساهمة أنظمة الدفع الإلكتروني في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون نظرياً وعملياً.

4. قياس واختبار علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة.

5. قياس واختبار التأثير للمتغيرات الرئيسية والفرعية.

المبحث الثاني / المنهجية والدراسات السابقة

اولاً / الفرضية: يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لنظام الدفع الإلكتروني (المتغير الاول) في السلوك المصرفي المستدام للزبون (المتغير الثاني). وهذا يعني جانبين:

1. يوجد علاقة ارتباط بين المتغيرين.

2. يوجد تأثير من المتغير الاول على الثاني.

ثانياً / مجتمع الدراسة

1. مجتمع الدراسة: يتكون من المصارف العراقية الحكومية والاهلية الآتية:

أ- مصرف الرافدين، الادارة العامة والقسم الدولي.

ب- مصرف الرشيد، الادارة العامة.

ج- مصرف العراقى للتجارة.

د- مصرف الصناعات، الادارة العامة.

هـ- مصرف الزراعي، الادارة العامة.

و- مصرف الاتحاد العراقي الأهلى، الادارة العامة.

ز- مصرف التنمية الدولي الأهلى، الادارة العامة

ح- مصرف إيلاف الإسلامي الأهلى، الادارة العامة.

ط- الخليج التجاري الأهلى، الادارة العامة.

ي- مصرف أشور الدولي الأهلى الادارة العامة.

2. عينة الدراسة: تتكون من 60 عنصراً يمثلون مدراء ومسؤولي الاقسام والشعب في المصارف التي تمثل مجتمع الدراسة.

ثالثاً / اساليب جمع البيانات

1. الجانب النظري: تم الاعتماد على العديد من الكتب والرسائل والأطاريح والمجلات العلمية الرصينة فضلاً عن الأنترنت.

2. الجانب العملي:- تم اعتماد استمارة استبانة خاصة بالعاملين واعتماد مقياس ليكرت الخماسي لجمع البيانات الخاصة بالمتغيرات النوعية للدراسة للحصول على البيانات اللامعلمية من اجابات العينة. كما واعتمد الباحث على المقاييس المعتمدة في اعداد فقرات الاستبانة بالاعتماد على الادبيات وكما في الجدول (1).

جدول (1) المقاييس المعتمدة في فقرات الاستبانة

ت	المتغير	عدد الفقرات	المقياس المستخدم
1	انظمة الدفع الالكترونية	30	(عبدالرحمن، 2010)
	أ أجهزة وأدوات الدفع الالكترونية	10	(خضير، 2021)
	ب الارشفة الرقمية المصرفية	10	
	ج الاتمة المكتبية المصرفية	10	
2	السلوك المصرفي المستدام	28	(عباس، 2021)
	أ الدافعية	4	
	ب الاستدامة	4	
	ج الاتصال	4	
	د الذكاء	4	
	ه التحكم الانفعالي والسيطرة	4	
	و الادراك والاستجابة	4	
	ز رضا الزبون	4	
	مجموع فقرات الاستبيان	58	

المصدر: اعداد الباحثين

رابعاً / أساليب تحليل البيانات

1. طرق التحليل: العامل التوكيدي، معامل الثبات، النسبة المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، اختبار Z، اختبار F، معامل التحديد R2، معامل ارتباط الرتب لسيرمان. وسائل التحليل: برنامج SPSS، برنامج AMOS، الجداول التكرارية، الاشرطة البيانية.

خامساً / متغيرات الدراسة

1. أنظمة الدفع الالكترونية: استخدام وسائل وأدوات تكنولوجيا الخدمة المصرفية التي تسمح للأفراد إجراء عمليات التسوية والدفع وتحويل الأموال رقمياً وتحقيق الوفاء النقدي.

2. السلوك المصرفي في المستدام للزبون: أفعال وتصرفات يتم التحكم بها والسيطرة عليها وتوجيهها للحصول على خدمة مصرفية أفضل وتحقيق التجانس والتكامل مع الصورة الذهنية لأساليب تقديم الخدمة في المصرف المستهدف لتحقيق الاستدامة في التعاملات المستقبلية.

أ- الدافعية: محصلة سلسلة من العمليات الداخلية والخارجية التي تؤثر على الفرد فتثير حماسه ومثابرته واستمراره في اتخاذ منهج معين. (زكريا، 2005: 60)

ب- الاستدامة: عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالمحافظة على الجوانب الاقتصادية والبيئية والتنظيمية والبشرية بغية المحافظة على هذه الموارد دون أنقصها (الجابر، 2015)

ج - التحكم الانفعالي والسيطرة: مشاعر وسلوكيات العاملين والزبائن باتجاه اعتماد أساليب وتعاملات مصرفية رقمية تديم بها حركة التواصل مع البيئة الداخلية والخارجية.

د- الادراك والاستجابة: ملكية عقلية يتم بها تفسير المثيرات الخارجية والداخلية التي تنقلها الحواس المختلفة الى الدماغ. (النعمة والعجيلي، 2004: 104).

هـ- الاتصال: العملية الغراء او الصفحة الاجتماعية التي لتحقيق التماسك بين أجزاء المنظمات الحديثة وتحسين مستواها.

- و- لذلك: القدرات الخاصة التي تختص كل منها بمجالات المعرفة الانسانية. (زكري.2005: 37).
- ز- رضا الزبون: عبارة عن الاستجابات العاطفية التي تصدر عن الزبون تجاه جوانب عديدة تنتج عن مقارنة اداء الخدمة المصرفية مع توقعاته.
- سادسا ، الدراسات السابقة:** يتناول هذا المبحث عرضاً لبعض الدراسات الهامة السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة لمعرفة اسلوب كل دراسة ومناقشتها وبيان مدى الاستفادة منها. وكما مبين:-
1. دراسة زواش 2010: ضرورة مواكبة البنوك لمتطورات التكنولوجيا من خلال تحديث وسائلها للاستفادة من سرعة تنفيذ المعاملات وتدنية التكاليف
 2. دراسة لطيفة وزينل: على المؤسسات التجارية يجب أن تعمل على تنويع وسائل الدفع الالكترونية و تفعيل دورها لما لها من آثار إيجابية على ايراداتها المالية.
 - 3- دراسة سماح وحية 2020:أ. تعزيز رضا العملاء هدفاً استراتيجياً تسعى البنوك لتحقيقه من خلال تفعيل مصادر جديدة متماثلة في الكفاءة والابتكار. ب. ضرورة تكوين ثقافة مصرفية، لدى العام والخاص حول كل ما يخص وسائل الدفع المصرفية الحديثة.
 - 4- دراسة Treiblmaier & Other, 2006: من الضروري ان تقدم السلطات الحكومية مستويات كافية من الدعم لضمان استعمال الدفع الالكتروني. ومن الضروري ان تضمن الإدارة الإلكترونية الحلول لاستمرار أنظمة الدفع الإلكتروني الخاصة بها في العمل بسلاسة وموثوقية من المعاملة وبما يؤمن انتقال البيانات الشخصية عبر قنوات آمنة لا يمكن سرقتها من أطراف أخرى.
 - 5- دراسة February, 2016: ان استعمال بطاقات الدفع الالكتروني بلغ حوالي 0.4% من النمو في الاستهلاك ليصل المعدل الى 206 مليون نسمة خلال نفس الفترة.
 - 6- دراسة Saidi atranda mustapha, 2018: ان وسائل الدفع الالكتروني لها مساهمة كبرى في الارباح المصرفية بالإضافة الى قلة المخاطر فيها وقلة التكاليف.
 - 6- دراسة حرب وناصر وميا 2008:أ. رغم أن جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف محل الدراسة تحقق رضا العملاء وتشجعهم للحصول على هذه الخدمات إلا أن % 58.1 من أفراد العينة أكدوا بأن هذه المصارف لا تقدم التسهيلات الكافية (كونها بعدا من أبعاد جودة الخدمة المصرفية واللازمة للحصول على هذه الخدمات مما قد يدفعهم للتعامل. مصارف أخرى. ب. إن الأسعار الحالية التي تفرضها المصارف محل الدراسة على خدماتها تناسب العملاء وتحقق رضاهم وبالتالي تشجعهم للحصول على هذه الخدمات.
 - 7- دراسة موسى 2014:أ. هنالك علاقة إيجابية بين مكونات البراهين المادية وسلوك العملاء نحو البنك.
 - ب. هنالك علاقة إيجابية بين مكونات البراهين المادية وسلوك العاملين.
 - 8- دراسة مناع 2020: ركزت هذه الدراسة على تحليل السلوك المصرفي لعملاء البنك الإسلامي لبنك البركة الجزائري. حيث تم إجراء تحليل العامل الاجتماعي والديمقراطي لعملاء البنك كما تم أيضا تحليل علاقة كل من العمر والمستوى التعليمي والدخل بمدى معرفة واستخدام العملاء المنتجات وخدمات البنك الإسلامي، وكذا دراسة مدة علاقة العميل مع البنك وعلاقتها بوعي واستخدام العملاء لهذه المنتجات.

سابعاً / خلاصة الدراسات السابقة

- 1- تمت الاستفادة من بعض الدراسات السابقة باعتماد بعض فقرات الجانب النظري لكل متغير.
- 2- تمت الاستفادة من الدراسات السابقة عبر اعتماد بعض متغيراتها الفرعية والتي تم الاستفادة من بعضها لقياس طبيعة العلاقة و التأثير.
- 3- تم الاستفادة من الدراسات السابقة لقياس العلاقة النظرية المنطقية بين متغيرات الدراسة وخصوصاً الفرعية منها.
- 4- تم الاستعانة ببعض المفاهيم الحديثة لمتغيرات الدراسة.
- 5- تم اعتماد على بعض فقرات استمارة الاستبانة من الدراسات السابقة.
- 6- تم الاستعانة ببعض الاساليب الوصفية والاحصائية التي كان لها دوراً بارزاً في اظهار العلاقات السببية و التأثيرية لمتغيرات الدراسات السابقة.

المبحث الثالث، الاطار النظري

اولاً / مفهوم نظام الدفع الالكتروني، تم تطوير انظمة الدفع الالكترونية لغرض معالجة طرق دفع الفواتير الخاصة بالمنتجات والبضائع والخدمات وتسديد حساباتها الإلكترونية بواسطة الأنترنت والجهزة والمعدات والبرمجيات المعدة لهذا الغرض. وقد اختلف مفهومها بسبب اختلاف فلسفة كل مصرف واختلافها من بلد لآخر. ونظراً لكثرة تلك التعاريف اختار الباحث اهمها كما يراها كي يستطيع ان يحدد رؤيته في المفهوم وهي:

1. مجموعة من الإجراءات والأدوات المصرفية تقوم بتحويل الأموال بين المصارف، والتي تضمن تداول المال. (CPSS Glossary,2003:38)
2. الآلية التي يمكن من خلالها تحويل النقود الكترونياً من حساب إلى آخر بغض النظر عن الموقع لفرع المالك أو الماسك لكل حساب. (Khosravani,2008:1)
3. مجموعة متكاملة من الأدوات والوسائل والقواعد والإجراءات والعمليات وأنظمة تحويل الأموال في بلد ما وبصورة إلكترونية. (Kokkola,2010:25)
4. مجموعة من القواعد والإجراءات المشتركة التي تدعم تحويل الأموال بين الشركات والمؤسسات المالية. تتم إدارة معظم أنظمة الدفع من لدن المشغلين ويدعمها واحد أو أكثر من مزودي البنية التحتية للأجهزة والبرامج وشبكات الاتصالات. تتمتع بعض المؤسسات المالية بإمكانية الوصول المباشر إلى كل نظام دفع وتوفير خدمات الدفع لعملائها. <https://www.bankofn. Bank of England> 2013,gland.co.uk

5. النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أي معلومات يريدها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أي وسيلة أخرى. (عبدالرحمن،2014: 120-136)

6. بأنها مجموعة من الوسائل والأدوات والقواعد والإجراءات التي تسهل تداول الأموال بين المصارف والمؤسسات المالية المشاركة بالنظام التي تقدم خدمات الدفع للأفراد والشركات وفق برامج إلكترونية، ويتم إدارة النظام من لدن المشغلين وعادة ما تكون البنوك المركزية هي المسؤولة عن إدارة وتشغيل نظم الدفع. (سبتي،2020:26)

نستنتج من التعاريف اعلاه ما يأتي:- وتوصل الباحث إلى التعريف الإجرائي لأنظمة الدفع الإلكترونية

الآتي:

((هي استخدام وسائل وأدوات تكنولوجيا الخدمة المصرفية التي تسمح للأفراد إجراء عمليات التسوية والدفع وتحويل الأموال رقمياً وتحقيق الوفاء النقدي)).

ثانياً / مفهوم السلوك المصرفي المستدام، أهتم الباحثين وعلماء السلوك بدراسة السلوك المصرفي المستدام للزبون وعملية التفكير بالتوجه نحو استخدام الأساليب والطرائق التي تُتيح لهم الحصول على خدمة أفضل وتوجيه سلوكهم نحو تنمية طاقات ابداع العاملين ليتمكنهم من التعامل بكفاءة وفاعلية في المواقف التي تحتاج إلى ردود فعل منطقية وانعكاسات للتصورات التي يبينها العقل نحو استدامة التعاملات التي يحتاجها الزبون بعد دراسة مشاعره وانفعالاته وميوله واتجاهاته نحو الانجاز الفعلي لتحقيق الرضا باختيار المؤسسة المصرفية التي تلبى حاجاته وتسهل عليه الحصول على أساليب جديدة تخدم توجهاته المصرفية وامكانية الوفاء النقدي للحالات التي تحتاج إلى بناء الثقة مع الطرف الآخر.

ونظراً لوفرة النظرات الى هذا المفهوم فقد اختار الباحث اهمها لكي يحدد نظرتة اليه وهي كما يأتي:

1. بأنه فعل وتصرف يقوم به الزبون في سبيل اقتناء السلع أو الخدمات المصرفية بما في ذلك اتخاذ

القرار في تلك الاعمال أو الرغبات التي يحتاج إليها. (حداد وسويدان، 1998: 70)

2. يمثل السلوك الفردي النواة التي تركز عليها المنظمات المصرفية في عملية التجانس والتكامل بين

أنماط السلوك المختلفة. (ياغي، 2010: 89)

3. التصرفات والفعاليات التي تصدر من الفرد سواء كانت ملموسة أو غير ملموسة شعورية أو لاشعورية

تهدف إلى اشباع حاجاته وتحقيق أهدافه وهذه التصرفات هي محصلة للتفاعل بين العوامل الفردية

والبيئة المصرفية المحيطة (الآغا، 2011: 68)

4. سلوك يهدف إلى بناء علاقات تنافسية مريحة مع الزبائن وبما يناسب مصلحة الطرفين وتقديم

خدمة أفضل. (Welbeck et al., 2013: 79)

5. التصرفات أو القرارات الفعلية للزبائن العاملين ويتحدد بتفاعل كل من الجهد والقدرات والدوافع التي

تثير السلوك وتوجه القدرات اللازمة لنجاح العمل وتحدد قوة السلوك واحتمالات تكراره.

(البرزنجي، 2016: 7)

6. (بطرس، 2020: 19): دراسة وتطبيق المعارف الخاصة بالسلوك المصرفي المستدام للزبون في

التنظيم والتي لها علاقة بأنظمتها الفرعية مثل الهيكل التنظيمي والتقنيات والنظام الاجتماعي الخارجي

تهدف إلى تحسين العلاقة بين الزبون والمؤسسات المصرفية لتحقيق خدمة أفضل.

وتوصل الباحث إلى المفهوم الاجرائي للسلوك المصرفي المستدام للزبون كما يأتي: ((أفعال وتصرفات

يتم التحكم بها والسيطرة عليها وتوجيهها للحصول على خدمة مصرفية أفضل وتحقيق التجانس والتكامل

مع الصورة الذهنية لأساليب تقديم الخدمة في المصرف المستهدف لتحقيق الاستدامة في التعاملات

المستقبلية)).

المبحث الرابع: الجانب العملي

اولاً / تحليل مستوى اجابات العينة على فقرات متغيري الدراسة: لقد تم جمع البيانات والحسابات

الاحصائية في مصفوفة قوة الاجابات الجدول 11 ادناه والتي تبين مستوى استجابة افراد العينة على فقرات

الاستبانة، إذ يستخلص منه ما يلي:

1. قوة الإجابة تعني الاتفاق تماما وبمستوى استجابة مرتفع جداً في حال كانت قيمة المتوسط الحسابي الموزون للفقرة او المتغير ضمن الفئة (من 4.2 إلى 5).
2. قوة الاستجابة تعني الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع عندما قيمة المتوسط الموزون للفقرة او المتغير ضمن الفئة (من 3.4 إلى أقل من 4.2).
3. قوة الاستجابة تعني محايد وبمستوى استجابة معتدل في حال كانت قيمة المتوسط الحسابي الموزون للفقرة او المتغير ضمن الفئة (من 2.6 إلى أقل من 3.4).
4. قوة الاستجابة تعني عدم الاتفاق وبمستوى استجابة منخفض إذ كانت قيمة المتوسط الحسابي الموزون للفقرة او المتغير ضمن الفئة (1.8 إلى أقل من 2.6).
5. قوة الاستجابة تعني عدم الاتفاق بشدة وبمستوى استجابة منخفض جداً في حال كانت قيمة المتوسط الحسابي الموزون للفقرة او المتغير ضمن الفترة (من 1 إلى أقل من 1.8).

جدول (11) مصفوفة قوة الاجابات على فقرات الاستبانة

الفئة	قيمة المتوسط الحسابي الموزون محصورة ضمن الفترة	قوة الاجابات على فقرات الاستبانة	مستوى الاستجابة من قبل أفراد العينة
الأولى	من 1 إلى أقل من 1.8	عدم الاتفاق بشدة	منخفض جداً
الثانية	من 1.8 إلى أقل من 2.6	عدم الاتفاق	منخفض
الثالثة	من 2.6 إلى أقل من 3.4	محايد	معتدل
الرابعة	من 3.4 إلى أقل من 4.2	الاتفاق	مرتفع
الخامسة	من 4.2 إلى 5	الاتفاق بشدة	مرتفع جداً

طول الفئة في المصفوفة = $\{ (5-1) = 4 \}$ \ (أعلى قيمة يأخذها المقياس = 5) $= 0.80$ } وذلك عند اعتماد مقياس Likert الخماسي في الدراسة.

المصدر : Kamilev 2021: 56

فيما يعتمد الباحثان على الأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية في تحليل البيانات، وكانت نتائج التحليل الوصفي لأنظمة الدفع الإلكتروني والسلوك المصرفي المستدام للزبون على النحو الآتي:

جدول (12) مستوى استجابات عينة الدراسة على فقرات أنظمة الدفع الإلكتروني

ت	اتفق بشدة العدد	اتفق العدد	محايد العدد	لا اتفق العدد	لا اتفق بشدة العدد	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية %
Q01	17	31	6	5	1	3.967	0.938	79.33%
Q02	36	20	4	0	0	4.533	0.623	90.67%
Q03	18	28	10	3	1	4	0.939	80%
Q04	14	33	12	1	0	4	0.713	80%
Q05	19	32	6	2	1	4.1	0.838	82%
Q06	16	36	8	0	0	4.133	0.623	82.67%
Q07	18	31	8	2	1	4.05	0.852	81%
Q08	16	37	5	2	0	4.117	0.691	82.33%
Q09	12	28	14	5	1	3.75	0.932	75%
Q10	10	27	15	6	2	3.617	0.993	72.33%
X1	أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني					4.027	0.814	80.53%
Q11	35	22	2	1	0	4.517	0.651	90.33%
Q12	25	29	6	0	0	4.317	0.651	86.33%
Q13	20	27	10	2	1	4.05	0.891	81%
Q14	15	30	11	4	0	3.933	0.841	78.67%
Q15	10	27	17	6	0	3.683	0.873	73.67%
Q16	22	25	12	1	0	4.133	0.791	82.67%
Q17	23	26	6	4	1	4.1	0.951	82%
Q18	12	35	11	2	0	3.95	0.723	79%
Q19	24	26	7	3	0	4.183	0.833	83.67%
Q20	8	34	12	5	1	3.717	0.865	74.33%
X2	الأرشفة الرقمية المصرفية					4.058	0.807	81.17%
Q21	24	27	8	1	0	4.233	0.745	84.67%
Q22	18	30	11	1	0	4.083	0.743	81.67%

83%	0.709	4.15	0	1	8	32	19	Q23
86.33%	0.676	4.317	0	0	7	27	26	Q24
80.33%	0.873	4.017	0	4	10	27	19	Q25
84%	0.632	4.2	0	0	7	34	19	Q26
79.33%	0.78	3.967	0	2	13	30	15	Q27
84.67%	0.647	4.233	0	0	7	32	21	Q28
85.67%	0.613	4.283	0	0	5	33	22	Q29
87%	0.633	4.35	0	0	5	29	26	Q30
83.67%	0.705	4.183	الامتة المكتبية المصرفية					X3
81.79%	0.775	4.089	أنظمة الدفع الإلكتروني					X

المصدر: اعداد الباحثين على وفق نتائج برنامج SPSS V25

ثانياً/ التحليل الوصفي لمتغير البعد المستقل لنظام الدفع الإلكتروني، يستخلص من جدول (12) ان قيمة المتوسط الحسابي الموزون للبعد المستقل أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني بلغت (4.027) وهي عالية جاءت ضمن الفئة ما بين (من 3.4 إلى أقل من 4.2) في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة، ليرسخ ذلك ان مستوى أهمية اجابات العينة على مجمل فقرات أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري سجل (0.814)، والذي يبين مدى تجانس اجابات العينة بخصوص فقرات أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني، وشكلت الأهمية النسبية لأنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني (80.53%) بما يوضح اتفاق أكثر من ثلاثة أرباع افراد عينة الدراسة على أهمية فقرات أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني بما يساهم في تعزيز أنظمة الدفع الإلكتروني في المصارف الحكومية والاهلية.

كما يستدل من الجدول (12) أن مستويات أهمية الفقرات ضمن البعد المستقل أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني قد توزعت بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة الثانية من بين جميع فقرات أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني بمتوسط حسابي موزون بلغت قيمته (4.533) وبانحراف معياري (0.623)، وأهمية نسبية شكلت (90.67%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على ان أنظمة وادوات الدفع الإلكتروني تساهم في سرعة ودقة انجاز الوفاء النقدي والمعاملات المصرفية.

فيما يوثق الجدول (12) أن الفقرة العاشرة حققت أدنى مستوى اجابه من بين فقرات أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني بمتوسط حسابي موزون بلغت قيمته (3.617) وبانحراف معياري (0.993)، وأهمية نسبية شكلت (72.33%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على ان المؤسسات المصرفية تستطيع الوصول الى اكبر عدد من العملاء الحاليين والمحتملين بغض النظر عن الزمان والمكان.

ثالثاً / التحليل الوصفي للمتغير التابع السلوك المصرفي المستدام للزبون وأبعاده السبعة

1. **التحليل الوصفي للدافعية:** يوثق الجدول (13) ان قيمة المتوسط الحسابي الموزون للدافعية بوصفها أحد أبعاد المتغير التابع المتمثل بالسلوك المصرفي المستدام للزبون بلغت (4.129) وهي ضمن الفئة ما بين (من 3.4 إلى أقل من 4.2) في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة، ليرسخ ذلك ان مستوى أهمية اجابات العينة المختارة على الدافعية اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري سجل (0.701)، والذي يبين مدى تناغم استجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات الدافعية، وشكلت الأهمية النسبية للدافعية (82.58%) بما يوضح اتفاق اغلب افراد عينة الدراسة على أهمية الدافعية في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون.

كما يستخلص من الجدول (13) أن مستويات أهمية الفقرات ضمن الدافعية قد توزعت بين أعلى

مستوى اجابه حققته الفقرة (31) بين جميع فقرات الدافعية بأهمية نسبية شكلت (96.86%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على اهمية الفقرة (31)، بما يؤكد ان الشعور بالأمان والدافعية في العمل ناتج عن اعتماد الرقمنة في اساليب العمل الجديدة والوفاء النقدي للزبون. فيما يظهر جدول (13) أن الفقرة (33) قد حققت ادنى مستوى استجابة بين جميع فقرات الدافعية، إذ بلغت الأهمية النسبية شكلت (82%) ليؤكد ذلك ان الشعور بموضوعة تقييم الاداء وتحفيز الابداع تبعث فيك الدافعية والرغبة في توجيه سلوك الزبون نحو اعتماد الخدمة.

2. **التحليل الوصفي للاستدامة:** يوثق الجدول (13) ان قيمة المتوسط الحسابي الموزون للاستدامة بوصفها أحد أبعاد المتغير التابع المتمثل بالسلوك المصرفي المستدام للزبون بلغت (4.038) وهي ضمن الفئة ما بين (من 3.4 إلى أقل من 4.2) في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة، ليرسخ ذلك ان مستوى أهمية اجابات العينة المختارة على الاستدامة اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري سجل (0.766)، والذي يبين مدى تناغم استجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات الاستدامة، وشكلت الأهمية النسبية للاستدامة (80.75%) بما يوضح اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على أهمية الاستدامة في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون.

كما يستخلص من جدول (13) أن مستويات أهمية الفقرات ضمن الاستدامة قد توزعت بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة (35) بين جميع فقرات الاستدامة بأهمية نسبية شكلت (83%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على اهمية الفقرة (35)، بما يؤكد ان المؤسسة المصرفية تعزز السلوك المصرفي المستدام للزبون عبر خطط استراتيجية تعمل على تطوير العلاقة بين المصرف والزبون الحالي والمستقبلي. فيما يظهر الجدول (13) أن الفقرة (37) قد حققت ادنى مستوى استجابة بين جميع فقرات الاستدامة، إذ بلغت الأهمية النسبية شكلت (77%) ليؤكد ذلك ان المؤسسة المصرفية توفر الاجواء العلمية والنفسية للاختيار وبيئة عمل تتناغم مع حاجات الزبون وتطلعاته للخدمة المصرفية المستهدفة.

3. **التحليل الوصفي للاتصال:** يوثق الجدول (13) ان قيمة المتوسط الحسابي الموزون للاتصال بوصفها أحد أبعاد المتغير التابع المتمثل بالسلوك المصرفي المستدام للزبون بلغت (4.063) وهي ضمن الفئة ما بين (من 3.4 إلى أقل من 4.2) في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة، ليرسخ ذلك ان مستوى أهمية اجابات العينة المختارة على الاتصال اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري سجل (0.698)، والذي يبين مدى تناغم استجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات الاتصال، وشكلت الأهمية النسبية للاتصال (81.25%) بما يوضح اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على أهمية الاتصال في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون.

كما يستخلص من الجدول (13) أن مستويات أهمية الفقرات ضمن الاتصال قد توزعت بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة (42) بين جميع فقرات الاتصال بأهمية نسبية شكلت (82.67%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على اهمية الفقرة (42)، بما يؤكد ان المؤسسة تعمل على ادامة التواصل مع اساليب الدفع المعتمدة والارشفة الرقمية والالتمة المكتبية ومع الزبون بتوجيه سلوكه وتفكيره المستمر نحو الانتماء للمؤسسة.

فيما يظهر الجدول (13) أن الفقرة (40) قد حققت ادنى مستوى استجابة بين جميع فقرات الاتصال، إذ بلغت الأهمية النسبية شكلت (80%) ليؤكد ذلك ان المؤسسة المصرفية تراعي التسلسل المنطقي

بالاتصال والتواصل ذو التوجه الرقمي عبر هيكلية عمل مناسبة بعيدا عن الروتين.

4. **التحليل الوصفي للذكاء:** يوثق الجدول (13) ان قيمة المتوسط الحسابي الموزون للذكاء بوصفه أحد أبعاد المتغير التابع المتمثل بالسلوك المصرفي المستدام للزبون بلغت (3.846) وهي ضمن الفئة ما بين (من 3.4 إلى أقل من 4.2) في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة، ليرسخ ذلك ان مستوى أهمية اجابات العينة المختارة على الذكاء اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري سجل (0.926)، والذي يبين مدى تناغم استجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات الذكاء، وشكلت الأهمية النسبية للذكاء (76.92%) بما يوضح اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على أهمية الذكاء في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون. كما يستخلص من الجدول (13) أن مستويات أهمية الفقرات ضمن الذكاء قد توزعت بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة (44) بين جميع فقرات الذكاء بأهمية نسبية شكلت (81%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على أهمية الفقرة (44)، بما يؤكد ان عملية الانتقال نحو المنظومة الرقمية لزيارة الدافعية لدى العاملين والزبون تحتاج الى نسب عالية للذكاء والتطبيق. فيما يظهر جدول (13) أن الفقرة (46) قد حققت ادنى مستوى استجابة بين جميع فقرات الذكاء، إذ بلغت الأهمية النسبية شكلت (73.33%) ليؤكد ذلك على ضرورة توجيه السلوك المصرفي للزبون نحو الاستدامة في النقلة النوعية بالفكر والاختيار والتطبيق ودراسة نسب الذكاء وتوجيهه نحو التعاملات المصرفية المستهدفة.

5. **التحليل الوصفي للتحكم الانفعالي والسيطرة:** يوثق الجدول (13) ان قيمة المتوسط الحسابي الموزون للتحكم الانفعالي والسيطرة بوصفه أحد أبعاد المتغير التابع المتمثل بالسلوك المصرفي المستدام للزبون بلغت (3.738) وهي ضمن الفئة ما بين (من 3.4 إلى أقل من 4.2) في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة، ليرسخ ذلك ان مستوى أهمية اجابات العينة المختارة على التحكم الانفعالي والسيطرة اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري سجل (0.953)، والذي يبين مدى تناغم استجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات التحكم الانفعالي والسيطرة، وشكلت الأهمية النسبية للتحكم الانفعالي والسيطرة (74.75%) بما يوضح اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على أهمية التحكم الانفعالي والسيطرة في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون. كما يستخلص من الجدول (13) أن مستويات أهمية الفقرات ضمن التحكم الانفعالي والسيطرة قد توزعت بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة (49) بين جميع فقرات التحكم الانفعالي والسيطرة بأهمية نسبية شكلت (76.33%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على أهمية الفقرة (49)، بما يؤكد ان المؤسسة المصرفية توجه العاملين السيطرة والتحكم بالمخزون المصرفي المتراكم والابداع وتنمية الاتجاهات السلوكية نحو الزبون. فيما يظهر الجدول (13) أن الفقرة (47) قد حققت ادنى مستوى استجابة بين جميع فقرات التحكم الانفعالي والسيطرة، إذ بلغت الأهمية النسبية شكلت (72.67%) ليؤكد ذلك ان المصارف الحكومية والاهلية تعتمد الى دراسة السلوك الانفعالي ودرجة التحكم والسيطرة للعاملين والزبائن لمعرفة مدى رفضهم او قبولهم لمحاولات التأثير الموجه اليهم من المناخ المحيط بهم.

6. **التحليل الوصفي للإدراك والاستجابة:** يوثق الجدول (13) ان قيمة المتوسط الحسابي الموزون للإدراك والاستجابة بوصفه أحد أبعاد المتغير التابع المتمثل بالسلوك المصرفي المستدام للزبون بلغت (3.817) وهي ضمن الفئة ما بين (من 3.4 إلى أقل من 4.2) في مصفوفة قوة استجابة أفراد

العينة، ليرسخ ذلك ان مستوى أهمية اجابات العينة المختارة على الادراك والاستجابة اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري سجل (0.829)، والذي يبين مدى تناغم استجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات الادراك والاستجابة، وشكلت الأهمية النسبية للإدراك والاستجابة (76.33%) بما يوضح اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على أهمية الادراك والاستجابة في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون. كما يستخلص من جدول (13) أن مستويات أهمية الفقرات ضمن الادراك والاستجابة قد توزعت بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة (52) بين جميع فقرات الادراك والاستجابة بأهمية نسبية شكلت (785%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على اهمية الفقرة (52)، بما يؤكد السلوك الادراكي يساعد لتطوير درجة الاستجابة نحو الرقمنة المتجددة بتحويل الخزين غير الملموس ومكوناته الى واقع ملموس. فيما يظهر جدول (13) أن الفقرة (51) قد حققت ادنى مستوى استجابة بين جميع فقرات الادراك والاستجابة، إذ بلغت الأهمية النسبية شكلت (75%) ليؤكد ذلك ان المؤسسة المصرفية تعتمد على دراسة السلوك المصرفي للزبون المستدام وتحفيزه على اساس مستوى الادراك والتعقل لدى العاملين والزبائن.

7. **التحليل الوصفي لرضا الزبون:** يوثق الجدول (13) ان قيمة المتوسط الحسابي الموزون لرضا الزبون بوصفه أحد أبعاد المتغير التابع المتمثل بالسلوك المصرفي المستدام للزبون بلغت (4.108) وهي ضمن الفئة ما بين (من 3.4 إلى أقل من 4.2) في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة، ليرسخ ذلك ان مستوى أهمية اجابات العينة المختارة على رضا الزبون اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى استجابة مرتفع، وبانحراف معياري سجل (0.763)، والذي يبين مدى تناغم استجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات رضا الزبون، وشكلت الأهمية النسبية لرضا الزبون (82.17%) بما يوضح اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على أهمية رضا الزبون في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون. كما يستخلص من جدول (13) أن مستويات أهمية الفقرات ضمن رضا الزبون قد توزعت بين أعلى مستوى اجابه حققته الفقرة (57) بين جميع فقرات رضا الزبون بأهمية نسبية شكلت (84.67%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على اهمية الفقرة (57)، بما يؤكد ان المؤسسة المصرفية توجه تطوير انظمة الدفع الالكتروني لتحقيق الرضا والادراك والاستجابة للزبون الشخصية والتجارية والاستثمارية. فيما يظهر الجدول (13) أن الفقرة (58) قد حققت ادنى مستوى استجابة بين جميع فقرات رضا الزبون، إذ بلغت الأهمية النسبية شكلت (80%) ليؤكد ذلك ان المؤسسة المصرفية تعزز السلوك الايجابي للزبون بإيجاد بدائل متجددة وتلبية الحاجات والرغبات والاستجابات العاطفية لتعزيز الانتماء لها.

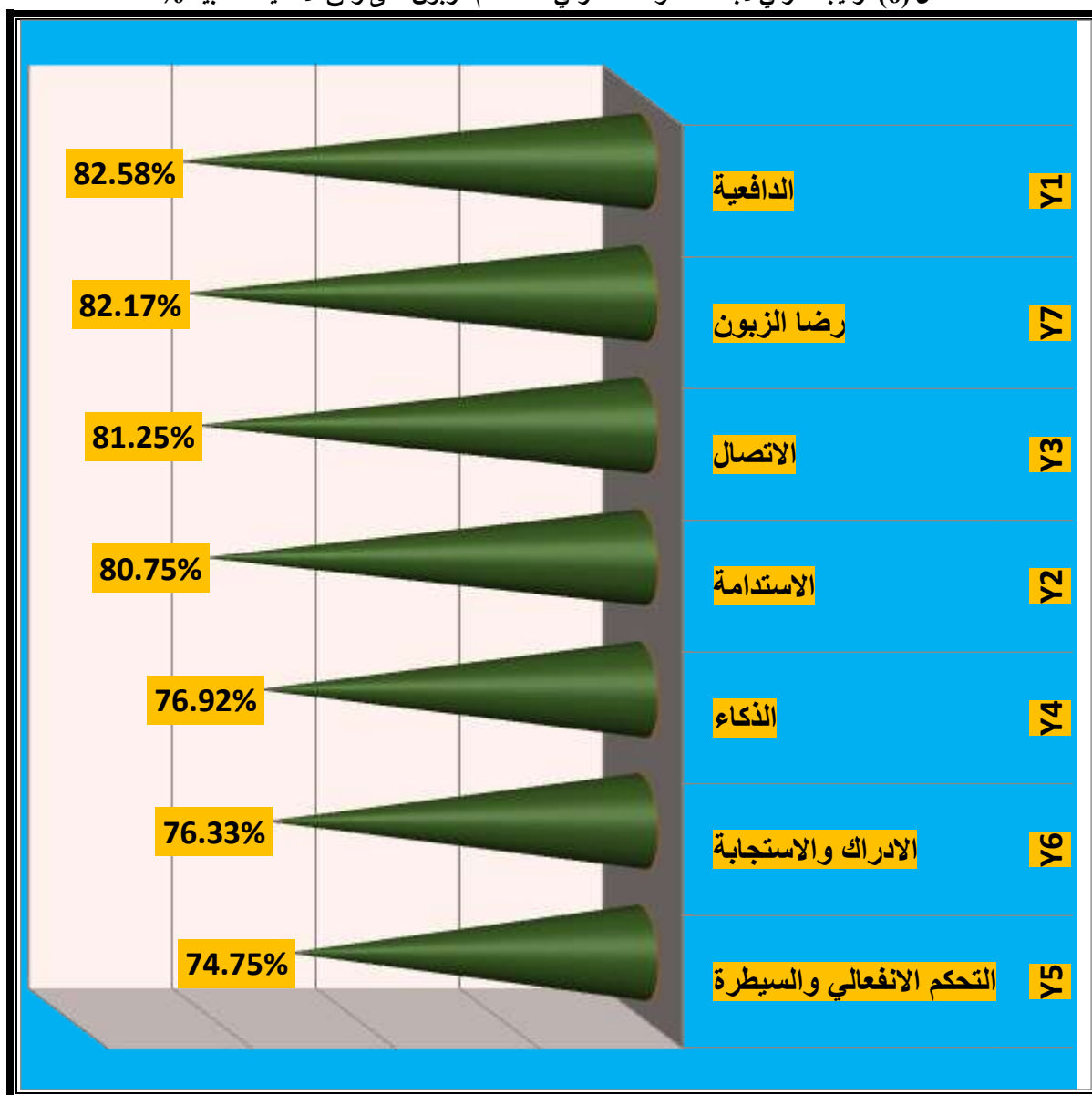
رابعاً / التحليل الوصفي للسلوك المصرفي المستدام للزبون: يوثق الجدول (13) والشكل (6) ان قيمة المتوسط الحسابي الموزون للسلوك المصرفي المستدام للزبون بصفته المتغير التابع سجلت (4.108) وهي سكنت في مصفوفة قوة استجابة أفراد العينة ضمن الفئة ما بين (من 3.4 إلى أقل من 4.2)، ليؤشر ذلك ان مستوى استجابة أفراد العينة على معظم فقرات السلوك المصرفي المستدام للزبون اتجهت نحو الاتفاق وبمستوى مرتفع، وبانحراف معياري للمتغير التابع بلغت قيمته (0.763)، والذي يبين مدى تجانس اجابات عينة الدراسة بخصوص فقرات السلوك المصرفي المستدام للزبون، بينما سجلت الأهمية النسبية للسلوك المصرفي المستدام للزبون (82.17%)، بما يوضح اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على فقرات السلوك المصرفي المستدام للزبون، ومنه نستخلص ان الإدارة في المصارف

الحكومية والاهلية المبحوث مهتمة وبشكل ملحوظ بالسلوك المصرفي المستدام للزبون بأبعادها السبعة المتمثلة بـ (الدافعية، الاستدامة، الاتصال، الذكاء، التحكم الانفعالي والسيطرة، الادراك والاستجابة، رضا الزبون) ولكن الاهتمام كان بنسب متقاربة كما موضح في الجدول (13) والشكل (6). وقد توزعت مستويات استجابات عينة الدراسة على أبعاد السلوك المصرفي المستدام للزبون بين أعلى مستوى استجابة من قبل أفراد العينة حققه بُعد الدافعية وكما مؤشر في الشكل (5). إذ بلغت قيمة المتوسط الحسابي الموزون لمجمل فقرات لرضا الزبون (4.129) وكان الانحراف المعياري للدافعية قد سجل (0.701)، وأهمية نسبية بلغت (82.58%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على وجود اهتمام ملحوظ من قبل الإدارة في المصارف الحكومية والاهلية المبحوث بالدافعية في تعزيز السلوك المصرفي المستدام للزبون مقارنة بباقي أبعاد المتغير التابع من وجهة نظر عينة الدراسة، بينما يوثق شكل (6) أن التحكم الانفعالي والسيطرة حقق ادنى مستوى استجابة بين أبعاد السلوك المصرفي المستدام للزبون، وبمتوسط حسابي مرجح بلغ (3.738) وبانحراف معياري لرضا الزبون بلغ (0.953)، وأهمية نسبية شكلت (74.75%) بما يرجح اتفاق نحو ثلاثة أرباع افراد عينة الدراسة على اهمية رضا الزبون. الجدول (13) مستوى استجابات عينة الدراسة على فقرات السلوك المصرفي المستدام للزبون

جدول (13) مستوى استجابات عينة الدراسة على فقرات السلوك المصرفي المستدام للزبون
شكل (6) ترتيب تنازلي لأبعاد السلوك المصرفي المستدام للزبون على وفق الأهمية النسبية %

ت	اتفق بشدة	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق بشدة	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %
	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %
Q31	19	35	5	1	0	0.659	84%
Q32	17	34	8	1	0	0.691	82.33%
Q33	19	31	7	3	0	0.796	82%
Q34	16	34	10	0	0	0.656	82%
Y1						0.701	82.58%
Q35	18	33	9	0	0	0.659	83%
Q36	19	28	11	2	0	0.8	81.33%
Q37	14	27	15	4	0	0.86	77%
Q38	18	30	11	1	0	0.743	81.67%
Y2						0.766	80.75%
Q39	13	37	8	2	0	0.701	80.33%
Q40	11	39	9	1	0	0.638	80%
Q41	18	32	8	2	0	0.752	82%
Q42	18	33	8	1	0	0.7	82.67%
Y3						0.698	81.25%
Q43	17	29	7	5	2	1.02	78%
Q44	16	33	10	0	1	0.769	81%
Q45	11	34	6	8	1	0.963	75.33%
Q46	10	28	16	4	2	0.951	73.33%
Y4						0.926	76.92%
Q47	14	24	9	12	1	1.104	72.67%
Q48	10	26	17	7	0	0.899	73%
Q49	12	32	9	7	0	0.892	76.33%
Q50	14	30	9	7	0	0.917	77%
Y5						0.953	74.75%
Q51	13	32	4	9	2	1.068	75%
Q52	11	36	11	2	0	0.71	78.67%
Q53	8	34	14	4	0	0.767	75.33%
Q54	8	38	9	5	0	0.77	76.33%
Y6						0.829	76.33%
Q55	19	32	8	0	1	0.769	82.67%
Q56	13	38	9	0	0	0.607	81.33%
Q57	26	24	9	0	1	0.831	84.67%
Q58	18	27	12	3	0	0.844	80%
Y7						0.763	82.17%

شكل (6) ترتيب تنازلي لأبعاد السلوك المصرفي المستدام للزبون على وفق الأهمية النسبية %



المصدر: اعداد الباحثين على وفق نتائج برنامج SPSS V25

خامسا / اختبارات فرضيات الدراسة

1. اختبار جانب وجود علاقة ارتباط بين أنظمة الدفع الإلكتروني بأبعادها المستقلة وبين السلوك المصرفي المستدام للزبون.

أ. لاختبار فرضية الارتباط بين أنظمة الدفع الإلكتروني بأبعادها المستقلة الثلاثة (أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني، الأرشفة الرقمية المصرفية، الأتمتة المكتبية المصرفية) وبين السلوك المصرفي المستدام للزبون، تستعمل الباحثة اختبار (Z-TEST) إذ ستقبل فرضية الارتباط إذ كانت القيمة الاحتمالية (pvalue) المناظر لقيمة Z المحتسبة أقل أو تساوي مستوى المعنوي المستخدم في الدراسة والبالغ

(0.05)، وفي ذات الوقت تكون قيمة Z المحتسبة أكبر من نظيراتها الجدولية البالغة (1.96) بما يؤكد صحة فرضية الارتباط بنسبة ثقة 95 %، وبالعكس ذلك ستكون رفض فرضية. كما تستثمر الباحثة خصائص معامل الارتباط بين المتغيرات لتفسير قوة واتجاه الارتباط بين المتغيرين:

$$\text{معامل الارتباط بين المتغيرين} = 0.596$$

$$Z \text{ (العملية)} = 4.5780$$

$$\text{القيمة الاحتمالية} = 0.00$$

العلاقة معنوية بين المتغيرين عند مستوى معنوية 0.05

التفسير: وجود ارتباط طردي قوي بين أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني والسلوك المصرفي المستدام للزبون وبالتالي قبول فرضية علاقة الارتباط.

وهذا يؤكد قبول جاب العلاقة في الفرضية وبنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (4.5780) وهي معنوية، بينما سجلت قيمة معامل الارتباط بين أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني وبين السلوك المصرفي المستدام للزبون (0.596) ليرسخ ذلك وجود ارتباط طردي قوي بين أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني وبين السلوك المصرفي المستدام للزبون في المصارف الأهلية والحكومية على وفق آراء عينة الدراسة.

ب. يستدل من الجدول (14) قبول الفرضية الرئيسة الأولى الي مفادها (يوجد ارتباط معنوي ذو دلالة احصائية بين أنظمة الدفع الإلكتروني والسلوك المصرفي المستدام للزبون) وبنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (5.8146) وهي معنوية، بينما بلغت قيمة معامل الارتباط بين المتغيرين (0.757) ليرسخ ذلك وجود ارتباط طردي قوي بين أنظمة الدفع الإلكتروني والسلوك المصرفي المستدام للزبون، كما يوثق جدول (14) قبول جميع الفرضيات الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسة الأولى، كما يشخص الجدول (14) وشكل (7) أن البعد المستقل الأتمتة المكتبية المصرفية سجل أعلى معامل ارتباط مع السلوك المصرفي المستدام للزبون وبواقع (0.658)، بينما سجل البعد المستقل أنظمة وأدوات الدفع الإلكتروني أدنى قيمة معامل ارتباط مع السلوك المصرفي المستدام للزبون وبواقع (0.596).

ت. تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني بأبعادها المستقلة الثلاثة في السلوك المصرفي المستدام للزبون. معرفة قبول أو رفض فرضيات تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني بأبعادها المستقلة الثلاثة في السلوك المصرفي المستدام للزبون تستثمر الباحثة الاختبار الاحصائي (F-TEST)، إذ سيقبل جانب التأثير عندما تكون القيمة الاحتمالية المناظرة لقيمة F المحتسبة أصغر من مستوى معنوية (0.05)، وكذلك تكون قيمة F المحتسبة أكبر من نظيراتها الجدولية وبالتالي قبول الفرضية بنسبة (95 %)، أما لبيان نسبة تفسير أنظمة الدفع الإلكتروني للتغيرات التي تطرأ على السلوك المصرفي المستدام للزبون تعتمد الباحثة على معامل التحديد R^2 (Coefficient Of Determination)، وكما يأتي:

$$\text{معامل التحديد } R^2 = 35.5 \%$$

$$F = 31.959$$

$$\text{القيمة الاحتمالية} = 0.00$$

2. اما بالنسبة للجانب التأثيري من الفرضية لنظام الدفع على سلوك الزبون فيظهر من نتائج التحليل الاحصائي في الجدول (15) قبول الجانب الاول من الفرضية وبنسبة ثقة (95 %)، إذ بلغت قيمة F

المحتسبة (31.959) وهي معنوية، وبمعامل تحديد بلغت قيمته (35.5%) بما يؤثر نسبة تفسير أدوات الدفع الإلكتروني للمتغير المُعبر عن السلوك المصرفي المستدام للزبون يؤكد جدول (15) وعلى وفق معطيات برنامج spss واختبار (F-TEST) أن البُعد المستقل الأتمتة المكتبية المصرفية سجل أعلى نسبة تأثير في السلوك المصرفي المستدام للزبون من بين جميع أبعاد أنظمة الدفع الإلكتروني وبواقع (43.2%)،

المبحث الخامس، الاستنتاجات والتوصيات

اولا / الاستنتاجات

1. ثبت من خلال التحليل الوصفي اتفاق أكثر من ثلثي العينة على أهمية استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية في التعاملات المصرفية
2. ثبت من خلال مؤشر قوة الاستجابة في التحليل الوصفي للمتغير المعتمد (السلوك المصرفي المستدام للزبون) ليؤشر ارتفاع مستوى الاستجابة بأهمية اعتماد السلوك المستدام للزبون وابعاده في تعزيز الصورة الذهنية وتوجيه سلوكياتهم نحو التعامل مع المصرف.
3. ثبت من خلال التحليل الوصفي ومؤشر قوة الاستجابة لأبعاد المتغير المعتمد ما يلي:-
4. قوة استجابة أفراد العينة على متغير (الدافعية) اتجهت نحو الاتفاق ومرتفع نسبياً مما يؤكد أن الشعور بالأمان والدافعية في العمل ناتج عن اعتماد الرقمنة في العمل وأساليب العمل الجديد.
5. قوة استجابة أفراد العينة على متغير (الاستدامة) اتجهت نحو الاتفاق ومرتفع نسبياً مما يؤكد أن الاستدامة في الميزة التنافسية وتوجيه سلوكيات الزبون نحو التعاملات المصرفية الرقمنة تساهم في تعزيز السلوك المصرفي المستدام له.
6. قوة استجابة افراد العينة على متغير (الاتصال) اتجهت نحو الاتفاق ومرتفع نسبياً لتؤكد عمل المصارف المعاصرة نحو تعزيز حالة الاتصال والتواصل مع الزبون وأهميتها في توجيه سلوكه وتفكيره المستدام نحو ثقافة الانتماء والولاء للمؤسسة عبر توفير هيكلية عمل جديدة تسهل عليه عملية التواصل.
7. قوة استجابة افراد العينة على متغير (الذكاء) اتجهت نحو الاتفاق ومرتفع نسبياً مما يؤكد أن الانتقال نحو المنظومة الرقمية في الاعمال المصرفية تحتاج إلى نسبة عالية في الذكاء والتطبيق.
8. قوة استجابة افراد العينة على متغير (التحكم الانفعالي والسيطرة) اتجهت نحو الاتفاق ومرتفع نسبياً لتؤكد أن المؤسسة المصرفية توجه عاملها للسيطرة والتحكم بالمخزون المصرفي المتراكم والابداع وتنمية الاتجاهات السلوكية نحو الزبون.
9. قوة استجابة افراد العينة على متغير (الادراك والاستجابة) اتجهت نحو الاتفاق ومرتفع نسبياً لتؤكد أن السلوك الادراكي يساعد في تطوير درجة الاستجابة باعتماد الرقمنة المتجددة بتحويل الخزين غير الملموس إلى واقع ملموس.
10. قوة استجابة افراد العينة على متغير (رضا الزبون) اتجهت نحو الاتفاق ومرتفع نسبياً لتؤكد أن المؤسسات المصرفية تعمل على تطوير أنظمة الدفع الإلكترونية لتحقيق الرضا والادراك والاستجابة للزبون.
11. ثبت وجود علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين أنظمة الدفع الإلكترونية والسلوك المصرفي المستدام للزبون.

12. ثبت وجود تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لأنظمة الدفع الإلكتروني في السلوك المصرفي المستدام للزبون.
13. الانظمة الجديدة ساعدت على احداث نقلة نوعية في أساليب العمل وإنسيا بيتها والخدمة المصرفية.
14. الخدمات المصرفية باستعمال هذه الانظمة عملت على توسيع سعة وعمق تأثير موثوقية الانظمة لجذب الزبون المصرفي.
15. خدمات الانظمة تعمل على اختزال الوقت والجهد والكلفة مع زيادة الدقة في انجاز معاملات الزبون.
16. وفقاً لوسائل اتصال وتواصل تحقق المصالح المشتركة عبر اجتياز اختبار الذكاء النابع من ايجابية الاختبار والتحكم في انفعالات الزبون والسيطرة عليها وتوجيهها التوجه الصحيح عبر ادراك الاشياء الملموسة والشعورية.

المبحث الثاني، التوصيات

1. البحث في العلاقة بين بقية المتغيرات في نظام الدفع الالكتروني في السلوك المصرفي المستدام.
2. العمل على زيادة وعي الزبائن والعاملين في القطاع المصرفي بأهمية استخدام انظمة الدفع الالكتروني في التعاملات المصرفية وتشجيعهم للتوجه الرقمي اسوة بالقطاعات المصرفية العالمية.
3. دراسة نظرية تحدد الاطار العام لإدخال ادوات ووسائل الدفع الالكتروني في الممارسة المهنية للعاملين في المصارف وكذلك نشر الدعاية على اهمية تلك الانظمة في ارضاء الزبون.
4. اطلاق حملة شديدة في تدريب العالمين على مهارات استخدام ادوات ووسائل الدفع الالكتروني.
5. ضرورة الاستدامة في الميزة التنافسية لجذب الزبون نحو التعاملات المصرفية الرقمية بأمان.
6. تجميع مستمر لآراء الزبائن حول جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وادخالها في التحسين المستمر لها.

المصادر

- 1- إبراهيم، إبراهيم خليل "الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في تعزيز الميزة التنافسية في المصارف"، جزء من متطلبات نيل درجة ماجستير، كلية اقتصاديات الاعمال، جامعة النهرين، 2018.
- 2- أبو فروة، محمود محمد، (2009) "الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الأنترنت"، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 3- البرزنجي، برهان عثمان حسين "الابتكارات الحديثة في نظم المدفوعات وتأثيرها في استقرار السياسة النقدية مع إشارة إلى تجربة الاتحاد الأوروبي"، أطروحة دكتوراه، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، 2007.
- 4- البياتي، مروءة أياد خليل، دور الرقابة الاشرافية في الحد من مخاطر الدفع الإلكتروني بحث تطبيقي في البنك المركزي العراقي وعينة من المصارف العراقية الخاصة، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية (2020).
- 5- جنان، جورية، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، جامعة العربي بن مهيدي - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير - الجزائر، رسالة ماجستير، 2012-2013.

- 6- دراجي، ام الخير، أثر عصرنه الخدمات المصرفية الإلكترونية على الاداء البنكي دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري 2008- 2013، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر، 2015.
- 7- سبتي علا سمير، تأثير بعض نظم الدفع الإلكتروني في ربحية المصارف، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية (2020).
- 8- سليمة، مغني، وسائل الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على الوطن العربي والجزائر، جامعة خميس مليانة كلية الحقوق والعلوم السياسية، رسالة ماجستير في الحقوق، 2013 – 2014.
- 9- الصميدعي، محمود جاسم محمد ، مداخل التسويق المتقدم، مكتب مراد للطباعة والاستنساخ، الطبعة الاولى، بغداد، 1999.
- 10- عباس، بويش، دور الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في القطاع البنكي، جامعة عبد الحميد بن باديس – كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير- الجزائر رسالة ماجستير 2016-2017.
- 11- عبد الرحمن، فؤاد يوسف، مجلة الادارة والاقتصاد/ The journal of Administration & Economic السنة السابعة وتسعون عدد تسعة وتسعون، (2014).
- 12- عبود، سالم محمد(2017)، نظم المعلومات المالية والمصرفية، بغداد- شارع – المتنبى الطبعة الاولى.
- 13- العجمي، أحمد عبد العليم،(2013)، نظم الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على سلطات البنك المركزي دار الجامعة الجديدة 38-40 ش سوتير- الأزاريطة – الإسكندرية.
- 14- ياغي، محمد عبد الفتاح، اتخاذ القرارات التنظيمية، دار وائل للنشر، الطبعة الثانية، عمان، الاردن، 2010.

15- Bank Of England <https://www.bankofengland.co.uk/>

16- Kokkola , Tom , The Payment System, European Central Bank,2010

17- Yoon,Cheolho, The Effects of Organizational Citizenship Behaviors on ERP System Success, Computers in Human Behavior ,No.25.journal homepage: www.Elsevier.com,2009