



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي - تبسة -

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير



قسم العلوم الاقتصادية

الرقم التسلسلي / 2024

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي (ل م د)

فرع العلوم الاقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

المذكرة موسومة بـ:

الصيرفة المحمولة كآلية لعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية

إشراف

إعداد الطالبة:

د قحايرية سيف الدين

مسعي إسمهان

لجنة المناقشة:

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
1	د. نادية بوراس	أستاذ محاضر قسم - أ -	رئيسا
2	د. سيف الدين قحايرية	أستاذ محاضر قسم - أ -	مشرفا ومقررا
3	د. جميلة منيجل	أستاذ مساعد قسم - ب -	عضو مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

دعاء

اللهم لك الحمد على توفيقك لنا ، اللهم أعنا ويسر لنا أمرنا في كل ما هو قادم ، اللهم وفقنا في كل خطواتنا القادمة ويسر لنا كل صعب يا رب العالمين .

يا من ترزق عبادك وتكرمهم علينا السعي وعليك التوفيق ، اللهم حقق لنا ما نتمنى واجعل لجهدنا فائدة يا عظيم .

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات و الحمد لله على فرحة التخرج اللهم اجعل حياتنا القادمة يسيرة بإذنك .

اللهم كما رزقتنا النجاح في دراستنا من عندك ارزقنا نجاحنا في عملنا وفي كل امور حياتنا يا رب العالمين .

شكر و عرفان

الهي لا يطيب الليل الا بشكرك ، و لا يطيب النهار الا بطاعتك ، ولا تطيب اللحظات الا بذكرك ، ولا تطيب الاخرة الا بعفوك ، ولا تطيب الجنة الا برؤيتك.

الحمد لله اولا واخيرا على توفيقه لي لإنجاز هذا العمل ،وعلى نعمته الطيبة نعمة العلم و البصيرة ،ومن صدق حبيب الله سلطان عليه الصلاة والسلام لما قال : من لم يشكر الناس ،لم يشكر الله ،ومن اسدى اليكم معروفا فكافئوه ،فإن لم تستطيعوا فادعوا له.

ومن شكر الله الا شكر من اجري على يده التيسير و التوفيق ،يسرني في البداية ان اتوجه بالشكر الى من وقفوا على المنابر ليعطونا قبسا من نور فكرهم اساتذتنا الكرام.

وعلى راسهم الاستاذ الفاضل المشرف الدكتور قحايرية سيف الدين على كل ما تكبده من عناء ،فقد كان منبععا للعباء ،ونعم المشرف و الموجه وحافزا لإتمام هذا العمل المتواضع له فائق الاحترام و التقدير.

الى لجنة المناقشة التي تفضلت بمناقشة هذا العمل.

كما لا يفوتني في هذا المقام ان اشكر كل من علمني حرفا وقدم لي يد المساعدة والى الذين دعمونا بتوجيهات قيمة اساتذة كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير و اخص بالذكر قسم العلوم الاقتصادية ،ومصلحة التدريس جزاهم الله كل الخير .

والى كل من شجعني وساعدني من قريب او بعيد ولو بكلمة طيبة .

الاهداء

اهدي تخرجي اولا الى سيدي وتاج راسي الذي كان يرشدني الى مواصلة مرحلتي التعليمية وكان داعما معنويا يرسم لي بناء الحياة للوصول، الى النجاح و التفوق والذي احمل اسمه بكل افتخار وارجو من الله ان يرزقه طول العمر. ليرى ثمار قد حان قطافها بعد طول انتظار-والذي العزيز- حفظك الله وشفاك .

والى ملاكي في الحياة والى نبع الحب و الحنان و التفاني والى بسمته الحياة وسر الوجود والى من كان دعائها سر نجاحي اغلى الحبايب الى المرأة العظيمة-أمي الحبيبة - وبهذه المناسبة المميزة اهدي تخرجي الى كل من له الفضل الكثير في تشجيعي وتحفيزي ومن منه تعلمت المثابرة والاجتهاد استاذي الفاضل .

والى من بهم اكبر وعليهم اعتمد وبوجودهم اكتسب قوة ومحبة لا حدود لها والى من عرفت معهم معنى الحياة إخوتي و اخواتي.

والى من تحلوا بالإخاء و تميزوا بالوفاء والعطاء والى من برفقتهم كانوا معي على طريق النجاح و الخير، سناء، رشيدة، الحاجة، والى كل موظفي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير .

والى كل من حملتهم ذاكرتي ولم تحملهم مذكرتي والى كل من حملهم قلبي وبم تحملهم ورقتي الى كل هؤلاء اهدي عملي المتواضع.

	دعاء
	شكر وعرهان
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
	الفصل الأول: الأدبيات النظرية للدراسة
9	تمهيد
10	المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية
10	المطلب الأول: تعريف الصيرفة الإلكترونية
13	المطلب الثاني: قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية
16	المطلب الثالث: ماهية البنوك الإلكترونية
19	المطلب الرابع: متطلبات وعوامل نجاح البنوك الإلكترونية
21	المبحث الثاني: مفاهيم أساسية لصيرفة المحمولة
21	تمهيد
22	المطلب الأول: مفهوم الصيرفة المحمولة
23	المطلب الثاني: مزايا وعيوب الصيرفة المحمولة
25	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في استخدام الصيرفة المحمولة
26	المطلب الرابع: الفرق بين إدارة البنوك التقليدية والبنوك المحمولة
28	المبحث الثالث: الخدمات المصرفية المحمولة
28	المطلب الأول: الخدمات التي تقدمها تكنولوجيا الصيرفة المحمولة
30	المطلب الثاني: أنواع الخدمات التي تقدمها الصيرفة المحمولة
32	المطلب الثالث: تحديات استخدام الخدمات المصرفية المحمولة
34	المطلب الرابع: معيقات تطور الخدمات المصرفية عبر الصيرفة المحمولة في الجزائر

36	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني: .واقع تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين CPA-BNA
38	تمهيد
39	المبحث الأول: الصيرفة المحمولة في البنكين CPA-BNA
39	المطلب الأول: تقديم البنك الوطني الجزائري
41	المطلب الثاني: الخدمات المصرفية المحمولة الالكترونية للبنك الوطني الجزائري
48	المطلب الثالث: تقديم عام للقرض الشعبي الوطني
51	المطلب الرابع: الخدمات المصرفية المحمولة التي يقدمها القرض الشعبي الجزائري
56	المبحث الثاني: .: عرض للطرق وإجراءات الدراسة
56	المطلب الأول: منهجية الدراسة
59	المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات
62	المطلب الثالث: صدق أداة الدراسة وثباتها
63	المبحث الثالث:تحليل البيانات وعرض نتائج الدراسة
64	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج البيانات الديموغرافية والوظيفية
69	المطلب الثاني: تحليل نتائج المتغيرات الدراسة
75	المطلب الثالث: مناقشة نتائج الدراسة واختبار فرضيات الدراسة
83	خلاصة الفصل الثاني
85	خاتمة
85	نتائج الدراسة
86	اختبار صحة الفرضيات
87	التوصيات
88	آفاق الدراسة
90	الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الفرق بين إدارة البنوك التقليدية والبنوك المحمولة	27
02	الخدمات التيل تقدمها تكنولوجيا الهاتف المحمول	30
03	تكلفة خدمة الرسائل النصية في القرض الشعبي الجزائري	52
04	نسبة استجابة أفراد العينة وعدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة	55
05	توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة	57
06	مقياس ليكارت الخماسي والمتوسط المرجح	58
07	معامل الارتباط بيرسون بين كل محور وآخر	61
08	اختبار الفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان	62
09	توزيع أفراد العينة محل الدراسة وفقا للجنس	63
10	توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	64
11	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	65
12	توزيع عينة الدراسة حسب متغير التخصص	66
13	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة	66
14	توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة	67
15	نتائج تحليل بيانات البعد الأول	68
16	نتائج تحليل بيانات البعد الثاني	69
17	نتائج تفصيلية لبعدي المحور الثاني	70
18	نتائج تحليل بيانات البعد الأول	71
19	نتائج تحليل بيانات البعد الثاني	73-72
20	نتائج تفصيلية لبعدي المحور الثاني	74
21	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	75
22	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية وفقا للانحدار البسيط	76
23	العلاقة بين مدخل الصيرفة المحمولة وعصرنة الخدمات المصرفية	78
24	العلاقة بين العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة وعصرنة الخدمات المصرفية	79

قائمة الجداول

80	العلاقة بين مدى تطبيق الصيرفة المحمولة وعصرنة الخدمات المصرفية	25
81	العلاقة بين التحديات التي تواجهها الصيرفة المحمولة وعصرنة الخدمات المصرفية	26

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
39	BNA AGENCE الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري	01
46	WIMPAY-BNA تطور المعاملات وعدد المسجلين في تطبيق	02
49	C.P.A الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري	03
56	رسم بياني لنموذج الدراسة	04

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مساهمة الصيرفة المحمولة في عصرنة الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية، من خلال تقديم مختلف المفاهيم المرتبطة بالموضوع، والتطرق إلى دراسة حالة بنكي، البنك الوطني الجزائري، والقرض الشعبي الجزائري في مجال الصيرفة المحمولة، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تكون مجتمع الدراسة من موظفين البنوك CPA، BNA، أما عينة الدراسة فقد تم اختيار 70 موظف عن مختلف البنكين بالاعتماد على الاستبيان كمصدر أساسي لجمع المعلومات وقد تم تحليل البيانات المجمع باستخدام برنامج SPSS، وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط موجبة بين المتغيرين (الصيرفة المحمولة، الخدمات المصرفية)، كما اشارت النتائج ان الصيرفة المحمولة تأثر بشكل كبير في عصرنة وتعزيز الخدمات المصرفية.

الكلمات المفتاحية: صيرفة محمولة، عصرنة، خدمات مصرفية، بنوك جزائرية.

Abstract:

This study aims to shed light on the contribution of mobile banking to the modernization of banking services in Algerian banks, by presenting various concepts related to the subject, and addressing a case study of two banks, the National Bank of Algeria, and the Algerian Popular Credit in the field of mobile banking, relying on the descriptive and analytical approach. The study population consisted of employees of banks BNA and CPA. As for the study sample, 70 employees were selected from the two different banks, relying on the questionnaire as a primary source for collecting information. The collected data was analyzed using the SPSS program, and the results of the study showed a positive correlation between the two variables (mobile banking ,Banking services. The results also indicated that mobile banking has had a significant impact on the modernization and enhancement of banking services.

Keywords: Mobile Banking, Modernity, Banking Services, Algerian Banks.

لقد احدث الاقتصاد الرقمي تغييرا كبيرا في مجال التمويل و الصيرفة،حيث أفرزت التحولات و التغيرات التي عرفتها التكنولوجيا الحديثة في مجال البرمجيات و الاتصالات،إلى ظهور الصيرفة المحمولة التي تمثل إحدى أشكال الصيرفة الالكترونية،تجسدت في استخدام الهاتف المحمول كأداة لتوزيع وتقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة موجهة للأفراد ،لذا لجأت مختلف المؤسسات المالية و المصرفية لاعتماد الصيرفة المحمولة كوسيلة الكترونية في مختلف المعاملات المالية من خال ابتكار تطبيقات و مواقع لتقديم الخدمات المالية بشكل سهل وسريع وغير مكلف ولا يتطلب الحضور الشخصي ولا النقود الورقية.

لهذا سعت العديد من الدول ومن بينها الجزائر لمواكبة هذا التطور الحاصل في الاقتصاد العالمي من خلال الاستفادة من تطبيقات الصيرفة المحمولة في تقديم خدمات مالية وعصرية.

إشكالية الدراسة

وللإحاطة بمختلف جوانب الموضوع، سيتم طرح إشكالية الدراسة في التساؤل الآتي:

كيف تساهم الصيرفة المحمولة في عصنة وتطوير الخدمات المصرفية في البنوك

الجزائرية؟

الأسئلة الفرعية

السؤال النظري

1) ماهي أهم الخدمات المصرفية المحمولة التي يتم تقديمها من خلال التطبيقات التي تطلقها

البنوك الالكترونية ؟

الأسئلة الإحصائية

2) ما مدى تأثير تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين BNA و CPA على عصنة الخدمات المصرفية ؟

3) هل يمكن اعتبار أن العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة هي المحدد الأساسي في عصنة الخدمات المصرفية ؟

4) هل تؤثر التحديات التي تواجه الصيرفة المحمولة على عصنة الخدمات المصرفية ؟

الفرضيات

- توفر الخدمات المصرفية المحمولة إشعارات فورية بالمعاملات و تنبيهات بالأحداث المالية المهمة مما يساعد لعملاء في متابعة حساباتهم ،والقيام بالعديد من المعاملات دون الحاجة لزيارة الفروع البنكية .

الفرضية الرئيسية الإحصائية:

- يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصنة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.
الفرضيات الجزئية:

- يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية للعوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصنة الخدمات المصرفية في البنكين محل الدراسة عند مستوى الدالة 0.05 .
- يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية بشكل كبير للتحديات التي تواجه تطبيق الصيرفة المحمولة على عصنة الخدمات المصرفية في بنكي BNA و CPA عند مستوى الدلالة 0.05 .

أهداف الدراسة

- إعطاء لمحة عامة عن تكنولوجيا الصيرفة المحمولة كآلية لعصنة النظام المالي و البنكي
- تسليط الضوء على تقنية الصيرفة المحمولة في البنكين البنك الوطني الجزائري و القرض الشعبي الوطني واهم التحديات التي تواجهها.

- تهدف دراسة موضوع الصيرفة المحمولة في البنوك الجزائرية إلى تحليل الفوائد المحتملة و التحديات المرتبطة بتقنية الصيرفة المحمولة وتقديم توصيات لتعزيز بنيتها و تحسين فعاليتها في سوق البنوك الجزائرية .

أسباب اختيار الموضوع

تم اختيار الموضوع انطلاقا من الدوافع الذاتية المتمثلة في كون الموضوع حديث والتعرف على أهمية ومساهمة الصيرفة المحمولة في تعزيز وعصرنه الخدمات البنكية ومن الدوافع الموضوعية نذكر :

- 1 - التطور التكنولوجي حيث يشهد العالم تقدما تكنولوجيا متسارع في مختلف المجالات والصيرفة ليست استثناء، فالصيرفة المحمولة تمثل تطبيقا عمليا لتكنولوجيا في القطاع الخدمات المالية ؛
- 2 - يعتبر قطاع الصيرفة المحمولة مجالا جديدا للاستثمار والابتكار حيث يمكن للشركات الناشئة والرواد في التكنولوجيا أن تطور حلولاً جديدة لتحسين الخدمات المصرفية وتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل ؛
- 3 - تسعى البنوك الجزائرية لجعل الخدمات المصرفية أكثر سهولة وتحقيق ذلك يتطلب الاستفادة من التكنولوجيا المتقدمة.
- 4 - الدور الذي تلعبه الصيرفة المحمولة في تعزيز التنمية الاقتصادية.
- 5 - القيمة العلمية التي يتميز بها البحث كونه في صلب التخصص.

دراسات سابقة

1. فنيش إيمان، نجات حياة (2024) بعنوان : ابتكارات التكنولوجيا المالية كتوجه لتطوير الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية - دراسة حالة البنك الوطني الجزائري: تهدف هذه الورقة البحثية الى تسليط الضوء على واقع اعتماد ابتكارات التكنولوجيا المالية

كتوجه لتطوير الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية، وخصت الدراسة البنك الوطني الجزائري كونه يعد من بين البنوك التجارية الهامة في الجزائر. وذلك من خلال استعراض حزمة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل البنك الوطني الجزائري عبر منصة الانترنت للبنك الالكتروني او عبر تطبيق BN@TIC ، وتطور مؤشرات الخدمات المصرفية الالكترونية فيما يخص البطاقات البنكية ، اجهزة الدفع الالكتروني ومحطات الدفع الافتراضية ، الدفع عبر الانترنت وتطبيق الدفع بدون تلامس WIMPAY-BNA كما توصلت الدراسة الى جملة من التوصيات من اهمها ضرورة تضافر الجهود لتطوير البنية التحتية للمنظومة المصرفية الجزائرية من خلال ابرام اتفاقيات شراكة- وتعاون مع شركات التكنولوجيا المالية وتعميم الثقافة المالية للعملاء والمستخدمين

2. سارة سعودي، عثمان عثمانية (2023) بعنوان : المدفوعات عبر الهاتف المحمول كأداة لتعزيز الشمول المالي في الجزائر: تهدف الدراسة الى ابراز دور المدفوعات عبر الهاتف المحمول في تعزيز شمول المالي بالجزائر، من خلال تقديم مختلف المفاهيم المرتبطة بالموضوع ، والتطرق الى واقع الجزائر ومدى تمكنها من التطبيق الفعلي للمفهومين ، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ، وقد توصلت هذه الدراسة الى ان المدفوعات عبر الهاتف المحمول تساهم فعلا في تعزيز الشمول المالي من خلال اتاحة الخدمات المالية امام الفئات المهمشة ،ماليا وعليه اوصت الدراسة بضرورة استغلال الجزائر لهذه التقنية والاستفادة من انتشارها الواسع لتحقيق الشمول المالي.

3. عبير حسان (2018) بعنوان:الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومدى مساهمتها في تعزيز الشمول المالي إشارة للجزائر : تهدف هذهالدراسة إليإبراز مساهمة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ،من احد تقنيات التكنولوجيا المالية الحديثة،حيث اعتمدت هذه الدراسة على إحصائيات وتقارير توضح المساهمة الكبيرة للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ،والتي ساهمت في زيادة حجم المعاملات التجارية وخفض التكاليف وكذا توسيع وصول الخدمات المالية للأفراد ذوي الدخل المحدود وأفراد في الناطق الريفية .كما

توصلت الدراسة هذه الدراسة إلى جملة من التوصيات أهمها: تعزيز النظام المصرفي بالتكنولوجيا الحديثة وانتهاجها كاستراتيجية حديثة .

4. سماح ميهوب ، (2013/2014) بعنوان : اثر التكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية - حالة نشاط البنك عن بعد - ، اطروحة دكتورا ه ، قسم العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة قسنطينة -2- ، الجزائر .

تهدف هذه الدراسة الى بيان اثر استخدام البنوك للتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمتمثلة اساسا في النشاط البنكي عن بعد على ادائها التجاري ، واشتملت عينة الدراسة على تسعة بنوك عاملة بفرنسا ، وزع عليها استبيان قدر مجتمع الدراسة 208284 عاملا سنة 2012 ، ومن ابرز نتائج الدراسة ان البنوك الفرنسية تتبنى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل واسع خاصة تلك المرتبطة بالقنوات المصرفية للاتصال عن بعد (الصيرفة غير القنوات التقليدية ، الصيرفة عبر الأنترنت ، الصيرفة عبر الهاتف النقال والصيرفة المتلفزة الرقمية)، اعتمادها على الصيرفة عبر الهاتف النقال بصورة واسعة ومتطورة جدا مقارنة مع باقي القنوات للتعريف بنفسها والفروع التابعة لها ، حيث أوصت الدراسة بتحسين الأداء التجاري من خلال تحسين جودة الخدمة المصرفية وتخفيض تكاليف الخدمة لتصل الى تقليل الفجوة بين ما هو متوقع من العميل وما هو مدرك .

5. دراسة (AS FOUR HADDAD , 2014):

The Impact of mobile banking on Enhancing customer satisfaction :An Empirical study on commercial Banks"

هدفت هذه الدراسة إلى قياس اثر استخدام الخدمات المصرفية عبر الأجهزة المحمولة وتأثيرها على رضا الزبائن ، باستخدام سبعة إبعاد ضرورية لتوفير هذه الخدمة :الموثوقية ،المرونة ،الخصوصية ،سهولة الوصول ،سهولة التصفح ،الكفاءة ،و الأمن . حيث تكونت

عينة الدراسة 360 عميل أصل 400 الذين يستخدمون الخدمات المصرفية عبر البنك المحمول في البنوك التجارية الأردنية ، توصلت إلى إن هناك تأثيرا في استخدام الخدمات المصرفية المحمولة للوصول لرضى الزبائن الالكتروني ، كما أظهرت نتائج إجراء الانحدار البسيط أن الخصوصية وسهولة الوصول هم أكثر تأثيرا مقارنة مع بقية الإبعاد المصرفية المحمولة .

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي في الفصل النظري والذي يعتبر مناسباً لطبيعة الموضوع، كما استخدمنا أسلوب دراسة الحالة عن طريق أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان للفصل التطبيقي.

صعوبات الدراسة

لا يخلو أي بحث من صعوبات قد تحول دون اتمامه على الوجه المرغوب ومن ابرز الصعوبات التي واجهتني:

- حداثة التجربة فيما يخص الصيرفة المحمولة بالبنكين محل الدراسة خاصة و باقي البنوك التجارية الجزائرية عامة
 - قلة المراجع المختصة وذات العلاقة المباشرة بالموضوع.
- هيكل الدراسة :

لتحقيق اهداف الدراسة واختبار فرضياتها قمنا بتقسيمها إلى فصلين ،فصل نظري وفصل تطبيقي،تضمن الفصل الأول الادبيات النظرية لدراسة ،حيث قسم إلى ثلاث مباحث في كل مبحث أربع مطالب تناول المبحث الأول ماهية الصيرفة الالكترونية ،أما المبحث الثاني فكان حول مفاهيم أساسية للصيرفة المحمولة ،في حين تطرقنا في المبحث الثالث إلى الخدمات المصرفية المحمولة .

في حين عنون الفصل الثاني بدراسة حالة بنكي CPA و BNA في مجال الصيرفة المحمولة ،حيث قسم بدوره إلى ثلاث مباحث كل مبحث بأربع مطالب تضمن المبحث الاول الصيرفة المحمولة في البنكين البنك الوطني الجزائري ،و القرض الشعبي الجزائري ،أما المبحث الثاني فتضمن عرض لطرق وإجراءات الدراسة ،في حين المبحث الثالث خصص لتحليل البيانات وعرض النتائج الدراسة .واختتمت الدراسة بعرض النتائج التي توصلت إليها،و التوصيات و الأفاق المستقبلية .

الفصل الأول

الأدبيات

النظرية

للدراسة

تمهيد: الفصل الأول

مع التطور التكنولوجي أصبحت البنوك تتسابق للبحث عما يخدم عملائها بصورة أسرع وأفضل، ولا سيما أن عنصر العملاء في البنك هو العنصر الأساسي ، وهذا ما يساعد في بروز ظاهرة البنوك المحمولة، حيث أتاحت البنوك من خلال خدمة الهواتف المحمولة لعملائها إمكانية التعرف على رصيد الحساب المصرفي والقيام بنقل الأموال من حساب لآخر ، إضافة إلى تسديد كافة الفواتير والالتزامات للعميل ، وهذا ما جعل عملية تطوير الخدمات المصرفية الجزائرية عملية متجددة ومعقدة وغير منتهية، فطالما أن القطاع المصرفي العالمي يتطور باستمرار فإنه لابد من القطاع المصرفي الجزائري مواكبة هذه التطورات تماشياً مع التغييرات الجديدة بهدف البقاء والنمو وتقديم خدمات تتسم بالكفاءة في الأداء .

انطلاقاً مما سبق سلط الفصل الأول الضوء على الأدبيات النظرية للدراسة عبر ثلاث مباحث هي

كالآتي:

المبحث الأول : ماهية الصيرفة الالكترونية

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية لصيرفة المحمولة

المبحث الثالث: خدمات الصيرفة المحمولة

المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية

تسعى جميع المؤسسات لمواكبة التطورات التكنولوجية الناتجة عن استخدام الأنترنت ومنها البنوك، التي سمحت للعملاء بإجراء معاملاتهم المالية باستخدام شبكة الأنترنت، وهذا يساهم بشكل كبير في تسريع وتفعيل الخدمات المصرفية وتوفير الوقت والجهد لكلا الطرفين المصارف والعملاء.

نتناول تعريف مفهوم الصيرفة الإلكترونية المطلب الأول، وبعدها نتطرق قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية المطلب الثاني، أما المطلب الثالث سوف نتناول عنصر البنوك الإلكترونية، وأخيرا متطلبات وعوامل نجاح البنوك الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية

أولاً: تعريف الصيرفة الإلكترونية

هنالك محاولات عديدة وكثيرة من قبل الباحثين لتحديد مفهوم دقيق للصيرفة الإلكترونية، نورد البعض منها في سبيل توضيح هذا المصطلح:

التعريف الأول: يمكن تعريف البنوك الإلكترونية على أنها تلك البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان مطلق¹

التعريف الثاني: هو إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً للتعقل إلى البنك، إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان.²

التعريف الثالث: هو أن الصيرفة الإلكترونية أو بما يعرف بالعمليات المصرفية الإلكترونية هي قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية أو المبتكرة أو بما يعرف من خلال شبكات اتصال إلكترونية، وتقتصر

¹ ناظم محمد نوري أشمري، عبد الفتاح زهير العبدالات، الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعقبات التوسع، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، طبعة أولى، 2008، ص 28.

² محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية العادية - غير العادية - الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر ، 2016، ص 313

صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفق الشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء.¹

التعريف الرابع: وهي مجموعة من العمليات الإدارية والمالية والتي تتم سواء داخل المصرف أو فيما بين مجموعة من المصارف، وذلك باستخدام مجموعة وسائل إلكترونية حديثة، جاءت من أجل بטיء أو قلة الكفاءة الإدارية والمالية للنشاط المصرفي على النحو العام.²

التعريف الخامس: إن مصطلح البنوك الإلكترونية بعد تعبيراً متطوراً وشاملاً لكافة المفاهيم التي ظهرت في مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد (Remote Electronic Banking) أو البنك المنزلي أو البنك عن الخط (Online Banking)، والخدمات المالية الذاتية (Self service Banking)، فالتعريف المحدد للبنوك الإلكترونية هو " النظام الذي يتيح للعميل الوصول إلى حساباته أو الحصول على الخدمة المصرفية من خلال شبكة معلومات مرتبطة بجهاز كمبيوتر العميل أو أي وسيلة أخرى³

وبناء على ورد في التعريفات السابقة، يمكن التوصل إلى تعريف لهذه البنوك باعتبارها تلك البنوك والمؤسسات المالية المسندة على الركائز الإلكترونية، من خلال توظيف التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان، وبأقل كلفة، وأسرع وقت وأقل جهد للعملاء.

ثانياً: خصائص الصيرفة الإلكترونية:

توجد عدة خصائص تميز العمليات المصرفية المنفذة عبر الوسائط الإلكترونية وعبر شبكات نقل وتبادل المعلومات ومن بينها الأنترنت، عن سواها من العمليات المنفذة بالوسائل التقليدية الأخرى، أهمها ما يلي:

- ✓ **التقليل من التكلفة:** من أهم مزايا الصيرفة أنها توفر في النفقات فهي تعد بديلاً عن تخفيض جزء كبير من رأس المالي لإقامة علاقات مستمرة بين البنك والعميل؛
- ✓ **التلازم:** ونعني به أن الخدمة تنتج وتستهلك في نفس الوقت، أي أن انعدام ظاهرة التخزين للخدمة سيعيق الطلبات المستقبلية، فعند ابتكار خدمات جديدة سلاحظ في هذه الحالة أن التكلفة والنوعية تظهران بشكل واضح؛

¹ وسيم محمد الحداد، محمود إبراهيم نور وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار الميزة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 56.

² كريمة بركات، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر المفهوم، الواقع، ومتطلبات النشيط، مجلة المعارف، مجلد 16، عدد 02، 31 ديسمبر 2021، 185.

³ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدالات، مرجع سابق، ص 29

- ✓ عدم إمكانية تحديد الهوية: حيث لا يرى طرفا التعاملات الإلكترونية كل منهما الآخر، وهو ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التأمين للتعرف على الهوية إلكترونياً، حيث تتم الصيرفة الإلكترونية بالطبيعة الدولية، أن الخدمات المصرفية الإلكترونية مقبولة في جميع الدول، حيث يتم استخدامها لتسوية الحساب في المعاملات التي عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في جميع أنحاء العالم؛
- ✓ خدمة تقوم على تعاقد بدون مرتكزات أو مستندات مادية: الأمر الذي يثير مسألة كيفية إثبات التزامات الأطراف المتعاقدة، لاسيما في ظل القوانين التي لازالت تركز على أولوية الإثبات بالكتابة وبالوثائق الخطية؛¹

إضافة إلى جملة من الخصائص الأخرى التي تمثلت في فيما يلي²:

- ✓ المساهمة في جده ارتفاع التنافس في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية خاصة في ظل الارتفاع المتزايد لحجم ونوعية تلك الخدمات؛
- ✓ تتميز عملياتها بالمرونة والسهولة والسرعة، مما يتيح توسيع دائرة التعامل بها داخل المؤسسات المصرفية والمالية أو غيرها ومما يؤمن الحماية والتكامل بين المعلومات والخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- ✓ تخفيض نفقات البنوك لإجراء بعض العمليات المصرفية، مما يوفر تكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في المناطق البعيدة، إذ أن تكلفة إنشاء موقع للبنك على الأنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك وما يحتاجه هذا الفرع من بناء وأجهزة وصيانة وعنصر بشري مختص؛
- ✓ تؤمن البنوك وسائل جديدة للإعلان عن خدماتها المصرفية وإمداد العملاء بالمعلومات عن أرصدهم وتوفير الخدمة الممكنة بإدارة الأرصدة وتحويل الأموال إلكترونياً؛
- ✓ القدرة على مخاطبة كل عميل على حدى وتقديم الخدمة المناسبة له، أي إدارة العلاقات مع العملاء للمحافظة على رضاهم، وذلك نتيجة ما تتيحه الخدمات الإلكترونية من البرامج التي تمكنها من تحقيق شعور لدى العميل بأن الخدمة مقدمة له دون غيره.

¹ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدالات، مرجع سابق، ص 34-36.

² برياش أميرة، عمليات الصيرفة الإلكترونية في المؤسسات المصرفية ودورها في تدعيم ركائز الاقتصاد الرقمي، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، علوم التسيير، مالية وبنوك، العربي بن مهدي، 2014-2015، ص 59

ثالثا: أهمية الصيرفة الإلكترونية:

إن الاقتصاد وكل ما يدخل في إطار المال والأعمال يعد عصب الحياة المعاصرة، والقطاع المصرفي باعتباره قلب التعاملات الاقتصادية فإن تأثيره بالتكنولوجيا الحديثة سيعود بنفع كبير على الاقتصاديات الوطنية، حيث يؤدي اعتماد الصيرفة الإلكترونية إلى دخول العصرنة من أبوابها الواسعة، سواء تعلق الأمر بالبنوك التجارية أو المؤسسات المالية الأخرى أو الحكومة وذلك لأهميتها الكبيرة ومن أبرزها نذكر ما يلي¹:

✓ المساهمة في توسيع دائرة التجارة الإلكترونية من خلال دمج شبكة الإنترنت وموقع البنك وماكينات

الصراف الآلي مما يسهل من تطبيقات التجارة الإلكترونية؛

✓ تمكن الصيرفة الإلكترونية من استقطاب شريحة أوسع من العملاء للبنك، حيث تتفرد البنوك الإلكترونية

بقدرتها على الوصول إلى الزبائن دون التقيد بمكان أو زمان معين، إذ تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة

في أي وقت وعلى طوال أيام الأسبوع بما يوفر الراحة للعميل؛

✓ زيادة التدقيق وتقليل الاحتيال حيث يتطلب التدقيق المتزايد في الشؤون المالية للبنك من خلال عمليات

التدقيق وتدابير مكافحة الاحتيال مستوى عال من الوضوح لجميع المعاملات المالية، وبالتالي فإن

الاعتماد على الخدمات المصرفية الإلكترونية يوفر بصمة إلكترونية لجميع موظفي المحاسبة والمديرين

وأصحاب الأعمال الذين يقومون بتعديل الأنشطة المصرفية، مما يجعل من الصعب حدوث الأنشطة

الحقيقية والاحتياطية.²

المطلب الثاني: قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية

لقد تطورت وسائل وأدوات العمل البنكي الإلكتروني بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فظهرت

عدة قنوات وأدوات للعمل البنكي الإلكتروني ومن أبرزها نذكر ما يلي:

أ - الصيرفة عبر الصراف الآلي: أو ما يعرف بآلة الصرف الآلية Automatic Teller Machine، تعد

أكثر الوحدات الإلكترونية شيوعا واستخداما في مجال الخدمة البنكية، وهو جهاز أوتوماتيكي لخدمة

العملاء دون أي تدخل للعنصر البشري، وذلك بمساعدة برامج معدة سلفا لتلبي الاحتياجات البنكية

للعملاء على مدار الساعة، باستخدام بطاقة الصراف الآلي وهي بطاقة بلاستيكية بمواصفات معينة رقم

¹راضية مصداق ، زهرة بودبودة، التحول نحو الصيرفة الإلكترونية كآلية لتفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة المنهل

الاقتصادي، مجلد 04، العدد 03، ديسمبر 2021، ص 256-257

² ظريفة غزالي، العمرية لعجال، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسني جودة الخدمة المصرفية، مجلة اقتصاديات الأعمال التجارية،

المجلد 07، العدد 02، سبتمبر 2022، ص 144.

سري يعرفه حاملها فقط، وتعتمد آلية عمل آلات الصرف الذاتي على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للبنك وآلة الصرف الذاتي المتواجدة في أماكن جغرافية، بحيث يمكن استقبال بيانات العميل كرقم التعريف الشخصي PIN ورقم الحساب ثم إدخال رمز الخدمة لتقوم بعد ذلك بإعطاء استجابة فورية تتمثل إما في السحب النقدي، الإيداع النقدي، كشف الحساب، وتتيح الاستفادة من استخدام الصراف الآلي العديد من المزايا بالنسبة للبنك والعميل على حد سواء.¹

ومن الإرشادات لمستخدمي الصراف الآلي ما يلي:²

- المحافظة على بطاقة الصراف الآلي والتي تسمى أيضا Debit Card، والتأكد من وجودها؛
- الإبلاغ بسرعة في حالة فقدانها؛
- التأكد من صحة الوصل في حالة إجراء أية عملية مالية.

ب الصيرفة الهاتفية **Phone Banking** أو تسمى أيضا مركز خدمة العملاء **Call Center**³:

إذ تقوم البنوك بتشغيل مراكز للاتصالات وخدمة العملاء بحيث تتيح أداء الخدمة المصرفية هاتفيا باستخدام رقم سري، وتعمل هذه المراكز على مدار الساعة، ومن مميزات هذه القناة إتاحة الحصول على الخدمة في أي وقت خلال اليوم وخلال الأسبوع، حيث بدأت البنوك باستخدام الهاتف النقال في المجال البنكي من خلال إرسال وسائل قصيرة تبين الحركات التي تمت على الحسابات حيث يستقبلها العميل بشكل منتظم على هاتفه النقال ويطلق على نشاط من خلاله بالصيرفة الخلوية. ومن مميزات هذه القناة أيضا الحصول على الخدمات الآتية:⁴

- إتاحة الحصول على المعلومة والخدمة في أي وقت خلال ليوم وخلال الأسبوع (24 ساعة يوميا، 7 أيام بالأسبوع)؛
- الحصول على معلومات بخصوص حسابات الودائع والأرصدة التي يملكها العميل؛
- التحويل بين الحسابات التي يملكها وكذا الحصول على خدمات أخرى من خلال القناة.

¹ على محبوب، على سنوني، واقع الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية، مصرف السلام الجزائر نموذجاً، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، 2020، 15-09-2020، ص 13.

² ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سابق، ص 30.

³ مرجع سابق، ص 68.

⁴ مرجع سابق، ص 69.

أ - الصيرفة المنزلية Home Banking¹:

طبق هذا النظام لأول مرة سنة 1980 في الولايات المتحدة الأمريكية ولكن استخدامه على النطاق التجاري الواسع لم يتحقق إلا بعد انتشار أجهزة الحاسبات الشخصية، وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة سر Passe Word أو رقم سري Pain number أو كليهما لإتمام العمليات المصرفية المطلوبة.

ب الصيرفة المحمولة Mobile Banking:

وهي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده، وكذلك للخصم منه تنفيذًا لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة.

ت التلفزيون الرقمي² Télévision Digital :

هو عبارة عن رقم الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسوب البنك، بالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الانترنت، وتنفيذ العمليات المطلوبة، ويعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي يتم ابتكارها والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصاً في المنزل من ربات البيوت لا سيما في حالة عدم توفر جهاز حاسب.

ث نقاط البيع الإلكترونية:³

وهي الأجهزة والآلات التي توجد لدى المحلات التجارية والخدمية وكذلك في مختلف مكاتب الصيرفة وبمختلف أنواعها وأنشطتها والتي يمكن للزبون من خلالها من استخدام البطاقات الذكية للقيام بأداء المبالغ المطلوبة خلال التسوق أو شراء البضائع، من خلال الخصم على حسابه إلكترونياً بتمرير هذه البطاقة داخل الجهاز المتصل إلكترونياً بحساب الصراف المتواجد في السوق.

¹ أديب قاسم شندي، الصيرفة الإلكترونية، أنماطها وخيارات القبول والرفض، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط، ص 8
² بجرة سامية، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحقيق التنافسية البنكية، دراسة حالة البنك الوطني الجزائري خلال 2016-2020، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي علوم مالية ومحاسبة مالية وبنوك، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2021، ص 13.

³ يحيوي لخضر، أدوات الصيرفة الإلكترونية وأثرها على رضا الزبائن، دراسة تحليلية لآراء عينة من الزبائن مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، جدة، جامعة بلحاج بشعيب، عين تيموشنت، طبعة 06، عدد 2، 2023، ص 151.

المطلب الثالث: ماهية البنوك الإلكترونية

أولاً: تعريف البنوك الإلكترونية:

لقد عرف عالم الأعمال المصرفية تحولاً نوعياً من أبعاد وأهداف استراتيجيات البنوك في العقود القليلة الأخيرة كان ذلك نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيا الجديدة في الإعلام والاتصال وعولمة الأسواق المالية والمصرفية، ولعل أهمها البنوك الإلكترونية E-Banking.

وهناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل بالبنوك الإلكترونية¹ Electronic Banking، أو بنوك الانترنت Internet Banking، أو البنوك الإلكترونية عن بعد Remoteelectronic Banking أو البنك المنزلي Home Banking، أو البنك على الخط Online Banking، رغم اختلاف كل هذه المصطلحات إلا أن جميعها تشير إلى قيام العملاء بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المصرفية عبر شبكة الأنترنت، سواء في المنزل أو المكتب وفي أي مكان أو وقت يرغب فيه.

كما تعرف أيضاً على أنها كل المعاملات المصرفية الإلكترونية وتتمثل في مجمل العمليات المصرفية التي تقدم عبر الهاتف المحمول، الصراف الآلي، التلفزيون، وانتقلت هذه العمليات إلى شبكة الأنترنت التي تحقق مزايا لكل من العميل والبنك، وإمكانية الحصول على هذه الخدمات بسرعة على مدار 24 ساعة وأينما كان العميل.

كما يمكن تعريفها أيضاً بأنها بنوك ليست لها فروع قائم يقدم خدمات مصرفية، بل هي عبارة عن مواقع إلكترونية قادرة على التعاقد وتقديم جميع الخدمات المصرفية من خلال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة.²

تعرف البنوك الإلكترونية على أنها ذلك النظام الذي يتيح لزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية، أي نظام كافة العمليات أو النشاطات التي يتم

¹ ارحمو بحوصي مجذوب، سفيان عبد العزيز ، واقع وآفاق البنوك الإلكترونية (مع الإشارة إلى مستقبلها في الجزائر)، جامعة بشار، الجزائر، ص 211.

² وافي ميلود، داودي محمد، واقع ومتطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية، دراسة حالة الجزائر ، مجلة دراسات تسويقية، عدد 01، مجلد 2017، 01

عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية مثل: الهاتف والحاسب الآلي، والصراف الآلي والأنترنترنت، والتلفزيون الرقمي وغيرها، وذلك من قبل البنوك والمؤسسات المالية.¹

ومنه يمكن التوصل إلى مفهوم شامل للبنوك الإلكترونية هي مؤسسات مالية تقدم خدماتها عبر الأنترنت وتعتمد بشكل كبير على التكنولوجيا الرقمية لتوفير الخدمات المالية للعملاء، تختلف هذه البنوك عن البنوك التقليدية التي تعتمد بشكل رئيسي على الفروع البنكية الفعلية، حيث تقدم البنوك الإلكترونية خدماتها بشكل أساسي من خلال المواقع الإلكترونية والتطبيقات المصرفية.

ثانيا: خصائص البنوك الإلكترونية

تمتاز البنوك الإلكترونية وتتفرد في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية لتلبية لاحتياجات العميل المصرفي هو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيره من البنوك المنافسة ومن بين هذه المميزات نذكر ما يلي:

- 1 - **اختفاء الوثائق الورقية للعمليات:** حيث أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفين الخدمة الإلكترونية تتم إلكترونيا دون استخدام أي أوراق؛
- 2 - **فتح المجال أمام البنوك الصغيرة الحجم:** وذلك لتوسيع نشاطها عالميا باستخدام شبكة الأنترنت دون الحاجة إلى التفرع خارجيا وزيادة الإشهار والموارد البشرية وغيرها؛
- 3 - **القدرة على إدارة العمليات البنكية للبنوك عبر شبكة الأنترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي وبالتالي يمكن للبنك أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم؛**
- 4 - **عدم إمكانية تحديد الهوية حيث تعتمد البنوك الإلكترونية على تقنيات التشفير لحماية بيانات العملاء والمعاملات المالية، مما يوفر مستويات عالية من الأمان والخصوصية؛²**
- 5 - **التنوع في الخدمات المالية:** تقدم البنوك الإلكترونية مجموعة واسعة من الخدمات المالية بما في ذلك الحسابات الجارية وحسابات التوفير والتمويل الشخصي وبطاقات الائتمان؛
- 6 - **إمكان تسليم بعض الخدمات الإلكترونية بسرعة وبدون حاجة الانتظار مثل كشف الحساب والرصيد وغيرها.¹**

¹ عبد الله ضبابية، الاقتصاد الرقمي، الطبعة الأولى، مؤسسة شباب الإسكندرية، مصر، 2008، ص 94-95.

² مداح عرابي، بارك نعيمة، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني في الوطن العربي الواقع والآفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، جانفي 2010، ص 63-64.

ثالثا: مزايا البنوك الإلكترونية²

إن مزايا البنوك الإلكترونية عديدة وكثيرة سواء كانت بالنسبة للعملاء أو البنك، ونذكر منها:

- منح العملاء القدرة الكافية لاختيار الخدمة المصرفية الأكثر ملائمة لهم وهذه الميزة التي توفرها الأنترنت، تعتبر نقلة نوعية في علاقة البنك مع عملائه؛
- كيفية الاتصال بالبنوك يقوم بها العميل من أي مكان عن طريق الأنترنت؛
- اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات؛
- إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونيا؛
- توفر درجة الأمان والسرية بدرجة عالية الدقة؛
- سهولة إجراء التحويلات المالية من حساب إلى آخر؛
- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء؛
- زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية؛
- الإبتكار والتطوير المستمر من خلال تطوير البنوك تقنياتها وخدماتها بشكل مستمر؛
- أقل تكلفة أي أنه غالبا ما تكون الرسوم والمصاريف المرتبطة بحسابات البنوك الإلكترونية أقل من تلك التي تفرضها البنوك التقليدية.

رابعا: أنماط البنوك الإلكترونية

تتنوع أنماط البنوك الإلكترونية بناء على الطريقة التي تقدم بها خدماتها وتفاعلها مع العملاء، حيث وفقا لدراسات عالمية، وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الأنترنت.

ج الموقع المعلوماتي Informationnel : وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يعرف بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه

¹ وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية ، ط1، دار كيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص 127

² مداح عريبي، بارك نعيمة، مرجع سابق، ص 63.

ومنتجاته وخدماته المصرفية، فهو موقع أشبه بالإعلان عند البنك ولا يوجد ولا يتم فيه اتصال بين العميل والبنك؛¹

ح الموقع التفاعلي أو الاتصالي **Communicative** : حيث يسمح هذا الموقع بنوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط، إرسال واستقبال بريد إلكتروني من وإلى البنك؛

خ الموقع التبادلي **Transactionnel**:² حيث هنا يمكن التواصل كاملا بين العميل والبنك من خلال الموقع، أي أنه المستوى الذي يمكن القول بأن البنك فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية، حيث يسمح هذا الأخير للعميل بالوصول إلى حسابه وإدارته وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية..

المطلب الرابع: متطلبات وعوامل نجاح البنوك الإلكترونية

هناك عدة متطلبات أساسية يجب توافرها لعمل الصيرفة الإلكترونية " البنوك الإلكترونية"، تتمثل فيما يلي:

أولا: المتطلبات

- ✓ **البنية التحتية التقنية:** تعتبر البنية التحتية التقنية من أهم الركائز التي تقوم عليها البنوك الإلكترونية، حيث البنية التحتية للبنوك الإلكترونية لا يمكن أن تكون معزولة عن البنية التحتية للدولة في مجال الاتصالات، كون أن البنوك الإلكترونية تنشط في بيئة الأعمال الافتراضية والمتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة بل وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات يتمثل في كفاءة قطاع الاتصالات من خلال سلامة البنية التحتية وملائمة أسعار الربط بشبكة الأنترنت؛³
- ✓ **الكوادر البشرية الكفؤة:** إن توفر الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على أداء أنماط جديدة من العمل القائم على التقنية الحديثة يعد من المتطلبات الضرورية لضمان التحول نحو الصيرفة الإلكترونية ، وذلك الأمر يتطلب التأهيل والتدريب للكوادر في مختلف الوسائل الفنية والمالية والإدارية؛

¹ مداح عرابي، براك نعيمة، مرجع سابق، ص 62.

² أحمد عبد البديع نصر، البنوك الإلكترونية على الموقع الإلكتروني <http://www.alqbas.com> تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2024-01-04 على الساعة 17:30.

³ بلحمادي عبد القادر، ترعي عز الدين، متطلبات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، من وجهة نظر عمالها، دراسة عينة من البنوك الجزائرية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الاقتصادي، 35 (01)، ص 445-446.

- ✓ التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات: حيث يتقدم هذا العنصر على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الإلكترونية وتميزها، فالجهود وانتظار الآخرين ليتفق مع فرص التمييز؛
- ✓ ضرورة توسيع ثقافة العملاء في إطار البنوك الإلكترونية: إن العملاء بمواكبة التغيير الحاصل في العمليات المصرفية بشكل عنصرًا جوهريًا وحيويًا لإنجاح سياسة البنك في إشهار التكنولوجيا الإلكترونية مما يفرض توفر ثقافة مصرفية للعميل لاستخدام هذه الوسائل المتطورة والتأقلم معها والثوق بها؛
- ✓ الملائمة بين التطبيق العملي والمعايير الدولية: حيث يعتبر عنصر التطوير والاستمرارية هو العنصر المتقدم على العديد من عناصر متطلبات بناء المصارف الإلكترونية وتميزها، حيث أن الجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التمييز، حيث البنك العربية لا تتجه نحو الريادة في اقتحام الجديد، وذلك نتيجة تخوفها على أموال المساهمين واجتياز المخاطر؛
- ✓ الرقابة التقييمية الحيادية: ¹تقوم البنوك الإلكترونية بتقييم عملها المصرفي الإلكتروني من خلال الاستعانة بخبرات وجهات متخصصة في تخصصات التقنية، التسويق، القانون والنشر الإلكتروني، من أجل الاستفادة من توجيهات هذه الخبرات وتقويم ما من شأنه أن يكون مؤشرا سلبيا على تواجد البنك في تقديم خدمات إلكترونية.

ثانياً: عوامل نجاح البنوك الإلكترونية:

هناك عدة عوامل تسهم في نجاح البنوك الإلكترونية وتميزها عن غيرها من البنوك التقليدية وتشمل هذه العوامل:

- 1 تقنية المعلومات والابتكار التكنولوجي: القدرة على تقديم تجربة مصرفية رقمية متميزة تعتمد على تقنيات المعلومات المتطورة والابتكار التكنولوجي، بما في ذلك التشفير القوي والتطبيقات المصرفية الذكية؛
- 2 الأمن والخصوصية: توفير بيئة آمنة وموثوقة للعملاء للقيام بمعاملاتهم المالية عبر الأنترنت، مع الحفاظ على سرية بياناتهم الشخصية والمالية؛²

¹ عمر بن موسى، أحمد علماوي، الخدمات المصرفية الإلكترونية بين التحديات ومتطلبات النجاح، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد 06 عدد 02، 2020، ص 450.

² محمد تفرورت، متطلبات تشييط العمل المصرفي بالإلكتروني في الدول العربية، مجلة الاقتصاد، العدد 07، سبتمبر 2012، ص 286-288.

3 **التكاليف المنخفضة:** قدرة البنوك الإلكترونية على تقديم خدماتها بتكاليف منخفضة نسبياً مقارنة

بالبنوك التقليدية، وذلك بسبب عدم وجود تكاليف الفروع والبنية التحتية الكبيرة؛

4 **تنوع الخدمات المالية:** بحيث تسعى البنوك الإلكترونية إلى توفير مجموعة شاملة من الخدمات

المالية التي تلبي احتياجات مختلف العملاء، بما في ذلك الحسابات الجارية وحسابات التوفير وبطاقات الائتمان؛

5 **دعم العملاء والتواصل معهم:** بحيث توفير خدمة عملاء فعالة ومتاحة على مدار الساعة للرد على

استفسارات العملاء ومساعدتهم في حل كل المشاكل التي يواجهها العملاء.

بالإضافة إلى الالتزام بعدد من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل الإلكتروني والتي تتمثل في¹:

- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالإنترنت وفقاً للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة؛
- إعداد خطط لتدريب الموارد البشرية؛
- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات البنوك الإلكترونية بداية وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي.

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية لصيرفة المحمول

تمهيد:

تعد الصيرفة الإلكترونية من أرقى ما توصل إليه الفكر المصرفي الحديث بالتزاوج مع تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ويتأثر الثورة التكنولوجية على وسائل الاتصال، ظهرت بوادر نقلة نوعية في طريقة تقديم الخدمات المصرفية، من خلال التفكير في تقديم تلك الخدمات عن طريق الهاتف المحمول، وهو ما يعرف بالصيرفة المحمولة.

¹ عز الدين كامل أمين مصطفى، الصيرفة الإلكترونية، الموقع الإلكتروني www.bank.org/arabic/period، تاريخ الإطلاع 02 فيفري 2024، على الساعة 22:30.

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة المحمولة

أولاً: تعريف

تعرف الصيرفة المحمولة على أنها تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف المحمول، من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده، وكذلك للخصم منه تنفيذاً لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة.¹

ثانياً: تعرف الصيرفة المحمولة أو البنوك الخلية M-Banking بالمعنى الضيق للمصطلح، على أنها تلك الخدمات المصرفية المقدمة بواسطة الهاتف المحمول، والمتمثلة أساساً في خدمة الاطلاع على الرصيد، تسديد الفواتير، تحويل الأموال.²

أما بالمعنى الواسع، فهي تلك الخدمات المالية الممكن تقديمها بوجود أو عدم وجود حساب مصرفي عن طريق الهاتف المحمول من قبل كل مؤسسة معتمدة للقيام بذلك.

ثالثاً: ويمكن تعريف الصيرفة المحمولة على أنها تلك الخدمات الإلكترونية للعميل عبر هاتفه المحمول المعتمد للخدمة، وذلك عبر قناة اتصال تربط بين البنك والعميل وبواسطة تقنية تتيح استخدام الأنترنت من خلال الهاتف المحمول، حيث تمكن العميل الاتصال بحسابه البنكي وإجراء مختلف المعاملات المصرفية.³

رابعاً: يمكن تعريفها بأنه ذلك البنك الخليوي Mobile Bank الذي يقوم بتقديم مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية للعميل عبر هاتفه الخليوي المعتمد للخدمة Wap/Enabled.

وباختصار فإن المصطلحات الصيرفة المحمولة (M-Banking)، التحويلات المحمولة (M-Transfers)، المدفوعات المحمولة (M-Payment)، المالية المحمولة (M-Finance)، يرتبط استخدامها بسلسلة من التطبيقات الموجودة في الهاتف المحمول، يستطيع من خلالها المستخدمين تسيير معاملاتهم المالية والمصرفية.

¹ وسيم محمد الحداد، شنيري نوري موسى، وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 59.

² دحموش وفاء، عماني لمياء، الصيرفة المحمولة كمدخل معاصر لاقتصاد الرقمي، واقع وآفاق الملتقى الوطني الثالث ول المستهلك والاقتصاد الرقمي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميله، يومي 23-24 أبريل 2018، ص 06.

³ مرجع سابق، ص 07.

ثانيا: أهمية الصيرفة المحمولة.¹ إن خدمة الصيرفة المحمولة يستفيد منها كل الزبائن البنكيين Clients Bancarisés والزبائن الغير البنكيين Clients Non Bancarisés وعلى هذا الأساس تختلف أهمية الصيرفة المحمولة حسب كل فئة على حدى.

أ - بالنسبة للزبائن البنكيين: تكمن الخدمات التي يقدمها البنك لزبائنه عبر الهاتف المحمول في:

- سهولة استغلال حساباتهم الجارية والادخارية؛
- الاطلاع على عروض البنك؛
- تحويل الأموال من حساباتهم لحسابات أخرى؛
- طلب دفتر الشيكات؛
- تسديد الفواتير.

ب بالنسبة للزبائن الغير بنكيين: تستفيد هذه الفئة من الخدمات المالية المحمولة المقدمة من طرف متعاملين الهواتف المحمولة أو المؤسسات المالية، من خلال محفظة إلكترونية موجودة في الهاتف المحمول تمكنهم من تسهيل عمليات الشراء، تحويل الأموال، تسديد الفواتير.

المطلب الثاني: مزايا وعيوب الصيرفة المحمولة

أولاً: مزايا الصيرفة المحمولة:²

- توفر الخدمة على مدار 24 ساعة في اليوم، وتحتوي على نظم متعددة منها النظم الأوتوماتيكية، الرد على الهاتف Phones Answer والمكالمات الشخصية؛
- تعتبر بوابة سهلة وميسورة للحصول على المعلومات أينما كانت وفي كل وقت، عند الحاجة إليها دون الوقوع في منزلقات التأخير على إبلاغ المتعاملين؛
- يمكن استخدام الصيرفة عبر الهاتف المحمول بنفس الطريقة التي يتم استخدام بها الحاسب الآلي، حيث تتحول شاشته لنموذج مشابه لشاشة الحاسب الآلي، ومن خلالها يتم تنفيذ ما يريد من طلبات.
- يساهم الهاتف المحمول في تقليل الضغط على عمال البنك أثناء أوقات العمل؛

¹مرجع سابق، ص 8-9.

² سماح ميهوب، أثر التكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، حالة نشاط بنك عن بعد، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 02، الجزائر، 2013، ص 74-75.

- الخدمات عبر الهاتف تتيح للمؤسسات المالية والمصرفية الاستفادة بتكاليف منخفضة من امتداد شبكات التوزيع لديها، كما يستفيد العميل من إمكانية الوصول للمصارف من أي مكان وفي أي وقت يريد؛
- يساهم في تقديم نطاق واسع من الخدمات المصرفية عبر التلفزيون وتخفيض الحاجة للذهاب إلى فروع البنوك المختلفة ذات ساعات العمل القليلة؛
- الاستفادة من خدمة هاتف البنك التي تقوم بتزويد العملاء بأخر المعلومات عن حساباتهم عبر الرسائل القصيرة التي ترسل ومتابعة الحسابات على مدار الساعة؛
- التعامل مع الحسابات بكل سهولة ومرونة بحيث يتمكن العملاء من إجراء العديد من العمليات.¹

ثانياً: عيوب الصيرفة المحمولة²

- بالرغم من المزايا التي تتيحها الصيرفة المحمولة إلا أنها لا يكاد تخلو كغيرها من أنواع البنوك الأخرى من المخاطر، ويمكن حصر أهم عيوب الصيرفة المحمولة فيما يلي:
- بعض البنوك التي تعمل على تقديم هذه الخدمة لا تبذل الجهد الكافي لإخبار عملائها بهذه الخدمة، الأمر الذي يقلل عدد المستفيدين منها؛
 - لا تعمل جميع تطبيقات الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول بشكل جيد قد تشعر بالإحباط من تجربة الخدمات المصرفية الرقمية، حتى أفضلها يواجه انقطاعاً بين الحين والآخر؛
 - لا توفر بيئة آمنة يفضلها العميل؛
 - جهل الكثير من العملاء لكيفية الاستفادة من هذه الخدمة.

¹ دريد كمال ال شيب، إدارة العمليات المصرفية، طبعة أولى، دار المسيرة، عمار، الأردن، 2015، ص 393.

² بورقيبة قويدر، عمري ريم، عمري سامي، المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول في إطار اقتصاد الرقمي، دراسة حالة البنك المحمول الأمريكي، Wingspas.com Bank، مجلة فصلية أكاديمية محكمة مفهوسة، المجلد 10، العدد 02، الجزائر، 2019، ص100.

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في استخدام الصيرفة المحمولة:

هناك العديد من العوامل التي أثرت في الخدمات المصرفية المحمولة

أولاً: الفوائد المدركة:

الفوائد التي تعود على العميل من جراء استخدامه لنظام معين، المكون الأول من مكونات قبول التكنولوجيا، حيث يقدم على استخدامها معتقداً أنها سوف تعزز من أدائه الوظيفي، وأن تقبل الزبون للخدمات المصرفية الإلكترونية تعتمد بالدرجة الأساس على المنافع والفوائد التي سوف يجنيها من وراء استخدامه لها وأبرز هذه الفوائد توفير الجهد والوقت والتكلفة... إلخ.

بينما الخدمات المصرفية المحمولة هي من أحدث الخدمات المصرفية الإلكترونية، وهو ما يدفع الزبائن إلى التفكير باستخدامها بغية الحصول على منافعها.¹

ثانياً: الثقة – الموثوقية (Reliability):

يعتبر المصرف المكان الآمن نسبياً للعميل، ومع تطور الزمن وسهولة استخدام التكنولوجيا، أصبح من الواجب مواكبة العصر والعمل وفق التطور المطلوب بهدف البحث عن راحة العميل وأيضاً الوصول للخدمات اللازمة بأي وقت على الرغم من تخوف العميل من الوثوق بالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول خاصة.

ثالثاً الخصوصية (Privacy):

تشير إلى قدرة البنك في المحافظة على البيانات والمعلومات الشخصية لزيائته، واستحالة الكشف عن البيانات المرسله أو المخزنة لدى البنك فهو عامل مهم يعمل على توفير فرصة للبنوك لبناء علاقة جيدة من العملاء من خلال فهم تصوراتهم من حركات الحساب، حجم المعاملات.²

¹ وروود خالد محمد، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، مجلة كلية القانون والعلوم السياسية، العدد 10، ص 276.

² طبائبيترمزي، خروف منير، العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول-دراسة حالة مصرف BANYX، مجلة العلوم الاجتماعية و الانسانية، مجلد 16، العدد 01، جوان 2023، ص 14.

رابعاً: المخاطر Risk

للمخاطر تأثير مباشر على اعتماد العملاء للخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول، والشعور بالخطر فيما يتعلق بالإفصاح عن المعلومات الشخصية والمالية، وذلك لسوء استخدام خدمات البنك المحمول، من قبل الزبائن والنتائج عن قلة المعرفة في استخدام الخدمات المتوفرة، لذلك يجب على البنك الحد من هذه الاحتمالات التي تثير قلق العميل وإعطائه موثوقية أكبر لاستخدام البنك المحمول.

خامساً: الكفاءة Efficiency

هي عملية تقديم عدة خدمات عبر تطبيق البنك المحمول حيث يمكن التحقق من معلومات الحساب، الكشوفات، دفع الفواتير في أي وقت ودون التقيد لا بزمان ولا مكان.

سادساً: الأمن Security

تعني توفير الثقة وهي أهم العوامل التي تساعد على استخدام واستمرار خدمة البنك المحمول، والحماية التي يوفرها البنك ضد تهديدات الأمن والسيطرة على المعلومات الشخصية من العميل للبنك عند استخدام التطبيق؛

سابعاً: فعالية الذات Self efficiency

وهي ثقة وكفاءة العميل بنفسه في استخدام الصيرفة المحمولة، أي يجب على البنك عندما يتقدم للعميل بخدمة جديدة يجب أن تكون موثوقة للبنك نفسه من جهة وتساعد على بناء الثقة بالذات لدى العميل من جهة أخرى، ويمكن تطوير فعالية الذات من خلال دعم الكفاءة الذاتية والاقناع.

المطلب الرابع: الفرق بين إدارة البنوك التقليدية والبنوك المحمولة

يمكن تلخيص أهم جوانب الاختلاف بين إدارة البنوك بمفهومها التقليدي، وبين مفهومات المتعلقة بالاقتصاد الرقمي الحديث في الجدول التالي:

الجدول رقم (1): الفرق بين إدارة البنوك التقليدية والبنوك المحمولة

مجال التركيز	البنوك التقليدية	البنوك المحمولة
التنظيم	- تقوم على البيروقراطية وانتشار الهياكل والمباني الضخمة والتجهيزات. - تتميز بمركزية السلطة	- بنوك يغلب عليها الطابع الافتراضي، مما يخفض تكاليف فتح فروع جديدة داخل أو خارج الدولة
التخطيط	- التركيز على العدد الكمي للقوى البشرية - يكون الالتزام بالخطط في البنوك التقليدية ملزماً وأساسياً لدى جميع المستويات الإدارية.	- يتم التركيز فيها على المحتوى المعرفي (المعرفة البشرية). - عملية ديناميكية متجددة متطورة قصيرة الأمد قابلة للتجديد.
العملاء	- مستوى محدود لخدمة العميل والتركيز على إشباع رغباته.	- تعمل البنوك المحمولة على تقديم مستوى عال لخدمة العميل وإرضائه والتركيز دوماً على تقديم الأحسن للعميل.
العمل	- تعمل البنوك حوالي 06 ساعات في اليوم ومن 06 إلى 05 أيام في الأسبوع	- العمل على مدار 24 ساعة وعلى مدار الأسبوع، أي أنه يمكن تنفيذ عمليات على شبكاتها في أي وقت ممكن.
الوصول والتوافر	- يتطلب الوصول إلى الخدمات البنكية من خلال زيارة الفرع البنكي، أو استخدام آلة الصراف الآلي	- يمكن الوصول للخدمات البنكية عبر التطبيقات المحمولة أو مواقع الويب
الخدمات المقدمة	- تقدم مجموعة واسعة من الخدمات المالية مثل الحسابات الجارية، الودائع، القروض، الاستثمارات.	- تقدم غالباً نفس الخدمات ولكن بواجهة مستخدم أكثر تفاعلية وسهولة في الاستخدام بالإضافة إلى ميزات إضافية مثل التنبيهات والرسائل النصية.

<p>- غالبا ما تكون البنوك المحمولة أرخص وتقدم مزايا مثل دعم وجود رسوم على الحسابات.</p>	<p>- البنوك التقليدية قد تفرض رسوما على بعض الخدمات وتكون لديها متطلبات حد أدنى للرصيد</p>	<p>التكلفة</p>
<p>- توفر تقنيات أمان متقدمة مثل التعرف على البصمات وتشفير البيانات لضمان سرية وأمان المعاملات المالية عبر الأنترنت.</p>	<p>- تعتمد على أنظمة الأمان التقليدية مثل البطاقات البنكية وكلمات المرور</p>	<p>الأمان والحماية</p>

المصدر: من إعداد الطالبة

ومنه يمكن القول بان البنوك التقليدية تقدم تجربة تقليدية وشخصية بينما البنوك المحمولة توفر راحة وتكنولوجيا متقدمة و تكاليف منخفضة، ولكل منها مزاياها وتحدياتها في تلبية احتياجات العملاء في العصر الرقمي .

المبحث الثالث: الخدمات المصرفية المحمولة

تكتسي التكنولوجيا المالية أهمية بالغة في المجال المصرفي، وعلى رأسها الهواتف المحمولة، من خلال تقديم الخدمات المالية والمصرفية، والمساهمة في إيصالها بأسهل وأسرع الطرق لشريحة واسعة من الزبائن، من مختلف الأعمال، ولاسيما القاطنين في مناطق منعزلة بعيدة عن مقدمي هذه الخدمات.

المطلب الأول: الخدمات التي تقدمها تكنولوجيا الصيرفة المحمولة

أولاً: مفاهيم عامة حول الخدمات المصرفية المحمولة.

1 تعريف الخدمة المصرفية:

الخدمة المصرفية هي "مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكامن في العناصر الملموسة المقدمة من طرف المصرف والتي تشكل مصدر لإشباع حاجات الزبائن، ورغباتهم المالية الائتمانية الحالية والمستقبلية وفي نفس الوقت تشكل مصدر للحصول على الأرباح.¹

¹ مراد محبوب، مبارك قرطب، الدليل في إدارة جودة الخدمات المصرفية، ألفا للوثائق والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، طبعة أولى، 2021، ص 17-18.

2- تعريف الخدمة المصرفية المحمولة

يمكن تعريف الصيرفة عبر الهاتف على أنها مجموعة من العمليات التي يتم استخدامها عبر الهاتف المحمول، وتتم بواسطة القنوات الإلكترونية المخصصة للوصول إلى المعلومات المصرفية المطلوبة، أو استلام الرسائل النصية وفقا لشروط العقد المتفق عليها في العقد المبرم بين العميل والبنك مقدم الخدمة.¹

وهي تعتبر أيضا منصة لإجراء المعاملات المصرفية من خلال جهاز محمول، أي امتداد للخدمات المصرفية عبر الأنترنت عن طرق استعمال جهاز هاتف محمول به مميزات.²

كما يمكن تعريفها على أنها قناة يتفاعل معها عميل البنك عبر جهاز محمول مثل الهاتف الذكي أو المساعد الرقمي الشخصي، وتعرف أيضا على أنها فروع ناشئة للخدمات المصرفية الإلكترونية.

ومنه يمكن استنتاج من مختلف التعاريف السابقة أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول هي خدمات تتم بين العميل وبنكه، حيث يقوم البنك بعرض خدماته على العميل، ويقوم هذا الأخير بإتمام جميع معاملاته عبر الهاتف المحمول وذلك من خلال تحميل تطبيق معين والتسجيل فيه وفقا لشروط معينة.

ثانيا: خصائص الخدمة المصرفية المحمولة

الخدمة المصرفية المحمولة توفر وسيلة سهلة ومريحة للأفراد لتحويل الأموال وإجراء العمليات من أي مكان وفي أي وقت باستخدام الهاتف المحمول وتتميز هذه الخدمة بعدة خصائص:

- الوصول السهل والمريح: يمكن للعملاء الوصول إلى خدمة الصرافة عبر تطبيق مصرفي محمول أو منصة مالية عبر الأنترنت من خلال هواتفهم الذكية، دون الحاجة للذهاب إلى البنك الفعلي؛
- سرعة الإجراءات: تتيح هذه الخدمة إجراء الصرافة بسرعة وفورية مما يتيح للعملاء إجراء التحويلات المالية بسهولة وسرعة دون الحاجة إلى الانتظار لفترات طويلة؛

¹ تواري لعلاوي، مساهمة تحويل الأموال عبر هاتف المحمول في إرساء الشمول المالي، مجلة أبعاد اقتصادية، مجلد 11، العدد 02، 2021، ص 813

²Godfred Metthew.(2020), Mobile banking adoption among the ghanaianyouth.Journal of affrican business. N°5, 2020, p 96

- أمان وحماية البيانات: تتخذ الشركات المزودة لخدمة الصيرفة عبر الهاتف المحمول إجراءات أمان صارمة لحماية البيانات المالية والشخصية للعملاء، بما في ذلك تقنيات التشفير والمصادقة المتعددة العوامل؛

- خدمة عملاء متاحة على مدار الساعة: يوفر معظم مزودي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول خدمة عملاء متاحة على مدار الساعة لمساعدة العميل في حالة وجود أي استفسارات أو مشاكل؛¹

- تتبع العمليات: يتمكن العميل من تتبع عمليات الصرافة والتحويلات المالية عبر تطبيق الهاتف المحمول، مما يسهل له بمراقبة حالة العمليات والتحقق من استلام المبالغ وإتمام كافة العمليات بسهولة.

المطلب الثاني: أنواع الخدمات التي تقدمها الصيرفة المحمولة

خدمات الصيرفة المحمولة أصبحت شائعة ومتاحة في العديد من البلدان، وتتيح للعملاء إمكانية إجراء مجموعة متنوعة من العمليات المصرفية من خلال هواتفهم النقالة، ومن بين هذه الخدمات مايلي:

- 1 التحويلات المالية: يمكن للعملاء نقل الأموال بين حساباتهم أو إلى حسابات الآخرين داخل نفس البلد أو عبر الحدود؛
- 2 إدارة الحسابات²: يمكن للعملاء مراقبة رصيدهم، والتحقق من العمليات المالية السابقة، وتفعيل أو تعطيل البطاقات، وإدارة تفاصيل حساباتهم؛
- 3 تسديد الفواتير: تتيح تطبيقات الصيرفة المحمولة للعملاء إمكانية دفع فواتيرهم للخدمات المختلفة مثل الكهرباء، والمياه، والاتصالات، وغيرها؛
- 4 الاستفسار عن المنتجات و الخدمات البنكية¹: يمكن للعملاء الحصول على معلومات حول المنتجات و الخدمات المتوفرة لدى البنك، مثل القروض، الودائع، وخدمات الاستثمار

¹ أمجد مارييني، العوامل المؤثرة في تبني البنك الموبايل من وجهة نظر زبائن البنوك التجارية العاملة في الأردن، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2018، ص 6

² عبير حسان، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومدى مساهمتها في تعزيز الشمول المالي، إشارة للجزائر، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، مجلد 4، العدد 01، جانفي 2023، ص 206

5 تنفيذ عمليات التداول و الاستثمار : في بعض الحالات يمكن للعملاء تنفيذ عمليات التداول في الأسواق المالية أو إدارة حساباتهم الاستثمارية عبر تطبيقات الصيرفة المحمولة المقدمة من طرف البنك؛

6 التواصل مع خدمة العملاء :يمكن للعملاء التواصل مع خدمة العملاء للحصول على المساعدة و الدعم عبر الهاتف المحمول.

بالإضافة لخدمات أخرى الموضحة في الجدول التالي:

نوع الخدمة	تفاصيل الوظائف
معلومات	عرض رصيد البنك، تاريخ المعاملات، عرض الحساب، الودائع، القروض، بطاقات الائتمان
حركة أموال	التحويل بين الحسابات، التحويل داخل نفس البنك في نفس البلد، التحويل داخل نفس البلد عبر العالم، التحويل إلى بنوك أخرى داخل نفس البلد
عروض المعاملات على القيمة المضافة للهاتف المحمول	عروض قيمة مضافة متنوعة تعتمد على الهاتف المحمول مثل تداول الأسهم وعروض دفع فواتير الهاتف
الخدمة والدعم	تقدم كافة الخدمات مثل تنبيهات الرصيد، الدفع، المعاملات، التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي للعميل كالعنوان أو رقم الهاتف
إدارة البطاقات	تنشيط البطاقات الجديدة، تعيين رموز الدخول، تقديم طلبات استبدال البطاقات المفقودة والمسرقة.

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على المعلومات السابقة

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن تكنولوجيا الصيرفة المحمولة تقدم خدمات متعددة ومتنوعة تشمل الاتصالات الصوتية و النصية ،والقيام بالعديد من الخدمات المتنوعة ،كما تلعب هذه الخدمات دورا هاما في تسهيل الحياة اليومية وتوفير الوقت و الجهد للعملاء .

¹ بورقيبة قويدر، عمري ريم، عمري سامي، المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول في إطار الاقتصاد الرقمي، دراسة حالة البنك الأمريكي wingspan.combank مجلة فضيلة محكمة، مجلد 10، العدد 02، 2019، ص 102

المطلب الثالث: تحديات استخدام الخدمات المصرفية المحمولة

توجد العديد من التحديات التي من شأنها أن تؤثر على استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، إلى جانب العديد من المخاطر التي تحيط والتي تشكل تحدياً أمام تطورها، والتي قد تكون أحياناً سبباً في عدم انتشارها بشكل كبير بالرغم من فوائدها.

أولاً: التحديات المؤثرة في استخدام الصيرفة المحمولة

بعد الاطلاع على العديد من الدراسات والبحوث التي أجريت بشأن دراسة العوامل التي تؤثر في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومن أبرزه هذه العوامل ما يلي:

أ - الفوائد المدركة:

باعتبارها المكون الأول من مكونات نظرية قبول التكنولوجيا والتي تعرف على أنها الدرجة التي يعتقد فيها الشخص أن استخدامه لتطبيق معين سوف يعزز من أدائه وخدماته، وأن تقبل الزبون للخدمات المصرفية الإلكترونية تعتمد بالدرجة الأساس على المنافع والفوائد التي سيجنيها من وراء استخدامه لها ومن أبرز هذه الفوائد توفير الوقت والجهد والتكلفة؛

وبما أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول هي من أحدث الخدمات المصرفية الإلكترونية، وهو ما يدفع بالعميل إلى التفكير باستخدامها بغية الحصول على منافعها، فالإنسان بطبيعته يسعى إلى ما هو أفضل ويتطلع إلى تجربة أبرز ما توصلت إليه التكنولوجيا الحديثة.

ب - سهولة الاستخدام:

تعرف سهولة الاستخدام على أنها الدرجة التي يعتقد فيها العميل أن استخدامه لنظام معين لن يتطلب الكثير من الجهد، وتعتبر هي المكون الثاني من نظرية قبول التكنولوجيا التي حظيت باهتمام الكثير، حيث تسعى دائماً البنوك عادة لإيصال خدماتها المصرفية بأبسط وأسهل الطرق من خلال استخدام أحدث التقنيات في تصميم التطبيقات بصورة تجعل من السهل الوصول إليها والاستفادة منها من طرف العميل؛

ت الثقة:

يعتبر البنك المكان الآمن نسبيا لعملاء، مع تطور التكنولوجيا أصبح من الواجب مواكبة العصر والعمل وفق التطور المطلوب بهدف البحث عن راحة العملاء، وأيضا إمكانية الوصول للخدمات المطلوبة بأي وقت ومن أي مكان، وتعني الثقة في هذا الصياغ اعتقاد العميل بأن خصوصية معلوماته الشخصية ومعاملاته سوف لن تتعرض للمساس، أي حماية معلومات العميل الخاصة من الجهات الغير مصرح بها، لذلك تسعى البنوك إلى تبني الثقة مع عملائها لجذبهم لاستخدام خدماتها وكسبهم كعملاء دائمين؛¹

ث التأثير الاجتماعي:²

هو الدرجة التي يدرك فيها الفرد أن الأشخاص المهمين من حوله يعتقدون أنه ينبغي عليه استخدام أنظمة جديدة، ومنه فإن أهمية التأثير الاجتماعي في اتخاذ قرار بشأن قبول واستخدام الخدمات المصرفية عبر الأنترنت، فالتأثير الاجتماعي يلعب دورا مهما في إعاقة تسهيل وتبني استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

إضافة إلى مجموعة أخرى من العوامل التي تؤثر على استخدام الخدمات المصرفية المحمولة وتشمل:

- **التكلفة والمرونة:** حيث تعتبر عوامل أخرى مهمة في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، ويفضل العديد من العملاء استخدام الخدمات المصرفية التي توفر رسوم منخفضة أو مجانية بالإضافة إلى مرونة في إجراء المعاملات والتحويلات؛
- **جودة التطبيق وسهولة التنقل:** حيث يؤثر جودة التطبيق المصرفي وسهولة التنقل فيه على قرار العملاء في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، حيث يفضل العملاء استخدام التطبيقات التي تتميز بواجهات مستخدم سهلة الاستخدام وتوفر تجربة مريحة للمستخدم؛
- **التكنولوجيا والابتكار:** يلعب التقدم التكنولوجي والابتكار دورا مهما في تحسين تجربة العملاء في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من خلال تقديم تقنيات جديدة مثل التعرف على

¹ محمد علي السميريات، ورائد العضاليلية، العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء، مجلة جامعة الشارقة، مجل 14، عدد 01. 2017، ص 182.

² محمد علي السميريات، نفس المرجع السابق، ص 183.

الوجه وبصمة الأصبع لتأمين الدخول إلى التطبيقات المصرفية سوف يجذب العملاء ويعزز استخدامهم لهذه الخدمات.

المطلب الرابع: معوقات تطور الخدمات المصرفية المحمولة في الجزائر.

هناك عدة عوامل قد تعتبر معوقات لتطور الخدمات المصرفية المحمولة ومن بين هذه العوامل:

1 التحديات التقنية:

حيث تواجه الشركات المصرفية صعوبات في تطوير تقنيات آمنة وموثوقة لتوفير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، مثل حماية البيانات الشخصية والمعلومات المالية من التهديدات؛

2 قيود التشريعات والتنظيمات

وجود قيود قانونية أو تنظيمية تعيق قدرة البنوك والشركات المالية على تقديم بعض الخدمات عبر الهواتف المحمولة وعبر التطبيقات الخاصة بهم مثل قوانين الحماية الاستهلاكية ومتطلبات مكافحة غسل الأموال؛¹

3 قلة التوجيه والتثقيف²

يعتبر انخفاض الوعي لدى الزبائن بأهمية التكنولوجيا الحديثة من أبرز معوقات تطبيق الصيرفة المحمولة وتطويرها وهذا يتمثل بانعدام الخبرة أو صعوبة استخدام الخدمات المصرفية عبر الانترنت، إضافة على ذلك نقص في التوجيه والتثقيف بين العملاء حول فوائد استخدام الخدمات المصرفية عبر الهواتف المحمولة، مما يؤدي إلى تردد بعض الأشخاص إلى استخدام التطبيقات التي تطلقها البنوك؛

4 البنية التحتية الضعيفة:

في بعض المناطق قد تكون البنية التحتية للاتصالات والانترنت ضعيفة، مما يؤثر على جودة الخدمات المصرفية عبر الهواتف المحمولة ويقيدتها؛

¹ وفاء خثير مزعل، المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الالكترونية، دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي المصارف العاملة في مدينة الناصرية، المجلد 16، العدد 57، 2021، ص 79.

² نواري لعلاوي، عبد القادر جليل، مساهمة تحويل الأموال عن طريق الهاتف المحمول في إرساء الشمول المالي، تجربة كينيا ومحاولة الاستفادة منها في الجزائر، مجلة الأبعاد الاقتصادية، مجلد 11، العدد 02، 2021، ص 821.

5 قلة الأمان

حيث أن هناك العديد من العملاء الذين قد يشعرون بقلق من جوانب الأمان الخصوصية خاصة عند القيام ببعض العمليات المصرفية عبر الهاتف المحمول، مما يجعل العملاء يترددون في استخدامها¹

6 عدم القدرة على التوجه للشرائح الغير مصرفية

قد تواجه البنوك العديد من الصعوبات خاصة في نشر الخدمات التي تقدمها عبر الهواتف المحمولة للفئات الغير مصرفية، أو التي ليست لها حسابات مصرفية على مستواها، مما يقلل نطاق توسع وانتشار هذه الخدمات.

¹وفاء حثير مرغل، مرجع سابق ، ص 79

خلاصة الفصل الأول

في ختام هذا الفصل يمكن أن نستخلص أن الصيرفة المحمولة تساهم في تسهيل المعاملات المالية الرقمية، كما لها دور كبير في تحسين وتطوير المنظومة البنكية التي تعتبر إحدى أعمدة تحقيق وتحريك التنمية الاقتصادية ، فالخدمات المصرفية المحمولة تجسد تحولاً ثورياً في صناعة الخدمات المالية، حيث يمكن الأفراد من الوصول إلى حساباتهم وإجراء المعاملات المالية بكل سهولة وسرعة عبر أجهزتهم الذكية ، كما تسمح هذه الخدمات للمستخدمين من إدارة أمورهم المالية في أي وقت ومن أي مكان ، كما أنها توفر مستوى عالي من الأمان وتتمتع بتقنيات حماية متقدمة مثل التحقق بالبصمة ، بالإضافة إلى أنها تساهم في تعزيز الشمول المالي.

الفصل الثاني

دراسة حالة

بنيكي

C.P.A-B.N.A

في مجال الصيرفة

المحمولة

تم التطرق في الفصل الأول إلى أهم المفاهيم النظرية الخاصة بالبنوك الإلكترونية والصيرفة المحمولة ودورها في عصرنة الخدمات المصرفية الإلكترونية والعوامل المؤثرة في استخدام الصيرفة المحمولة، ومن أجل ربط الفصلين الأول والثاني تم اختيار البنك الوطني الجزائري والقرض الشعبي الجزائري اسقاط لما استخلصناه من الفصل الأول أي الجانب النظري في الفصل الثاني، حيث تضمن الفصل تقديمًا للبنوك محل الدراسة ومن ثم أساسيات الصيرفة المحمولة به، يليه عرض منهج الدراسة، مجتمع عينة الدراسة، التحليل الإحصائي للبيانات التي تم جمعها من خلال قوائم الاستبيان، وذلك لغرض اختبار فرضيات الدراسة، بالإضافة إلى نتائج التحليل الوصفي لعينة الدراسة، وأخيرًا نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الأول: الصيرفة المحمولة في البنكين CPA-BNA.

المبحث الثاني: عرض لطرق و إجراءات الدراسة.

المبحث الثالث: تحليل البيانات وعرض نتائج الدراسة.

المبحث الأول: الصيرفة المحمولة في البنكين CPA-BNA

المطلب الأول: تقديم البنك الوطني الجزائري:

أولاً: تقديم البنك الوطني الجزائري¹

أسس البنك الوطني الجزائري بمرسوم 66-178 بتاريخ: 13 جوان 1966 على شكل شركة وطنية تسير بواسطة القانون الأساسي لها والتشريع الذي يخص الشركات الخفية ما لم تتعارض مع القانون الأساسي لها.

حيث يعتبر البنك الوطني أول بنك تجاري وطني إلى أن تمت سنة 1982 إعادة هيكلته وهذا بإنشاء بنك متخصص "بنك الفلاحة والتنمية الريفية"، مهمته الأولى والأساسية هي التكفل بالتمويل وتطوير المجال الفلاحي، وفي سنة 1988 تم صدور القانون رقم 01-88 بتاريخ 12 جانفي 1988 المتضمن توجيه المؤسسات الاقتصادية نحو التسيير الذاتي، ويضم حالياً 214 وكالة موزعة على 17 مديرية جهوية للاستغلال، وأكثر من 31 وكالة رئيسية، وبعد البنك الوطني الجزائري أول بنك يمنح له الاعتماد من طرف البنك المركزي الجزائري، وهذا بتاريخ 05-09-1995.

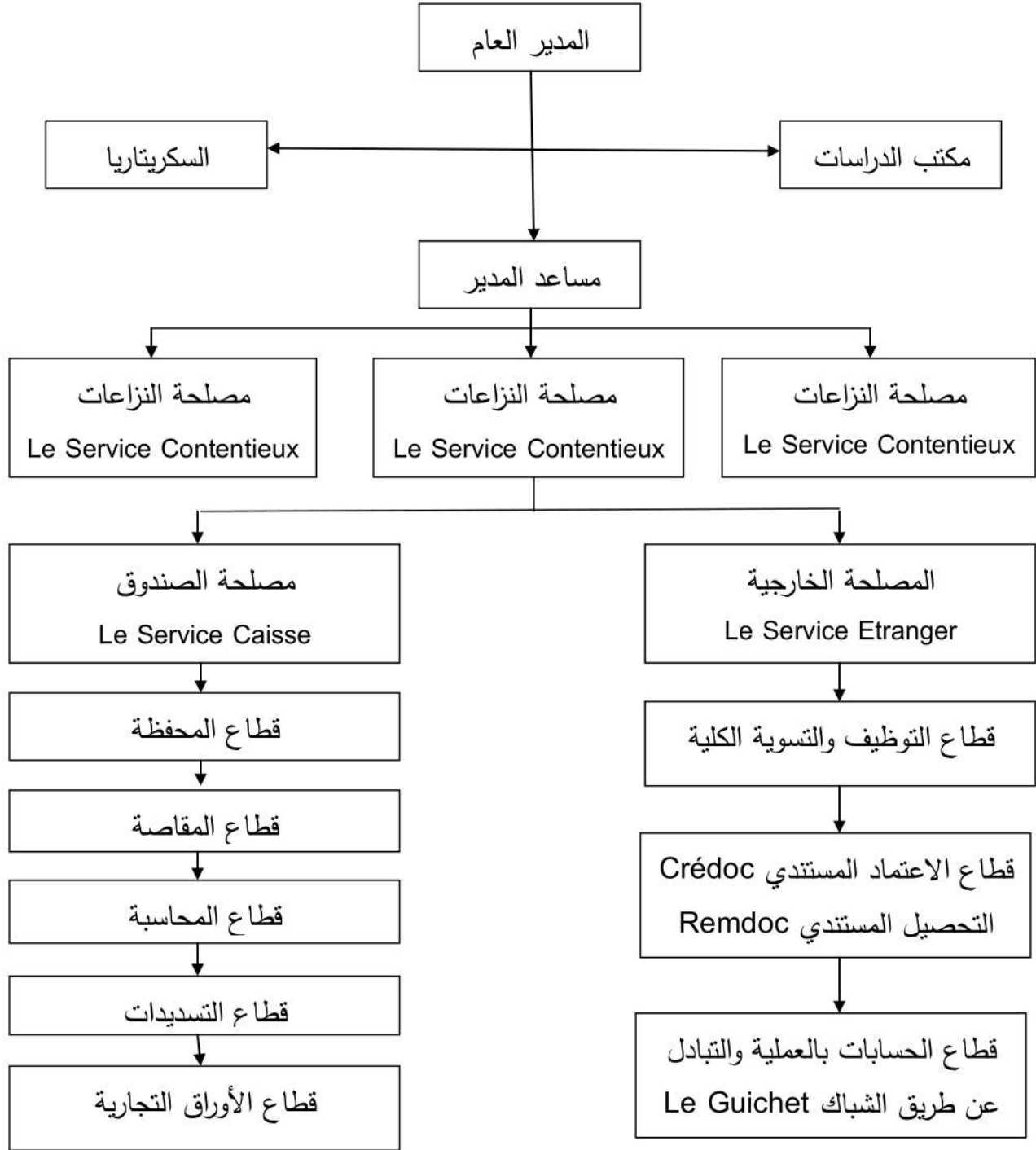
يضم البنك الوطني الجزائري 235 وكالة عبر التراب الوطني تشرف عليها 21 مديرية جهوية للاستغلال، ويحتوي على أكثر من 5000 موظف عبر التراب الوطني

¹ Site web de la banque BNA : <https://WWW.BNA.DZ> consulté le : 10 /03/2024.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

ثانيا: الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري " B.N.A – AGENCE"¹

الشكل رقم 01: الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري BNA Agence



المصدر: الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري: [https:// www.bna.dz](https://www.bna.dz) اطلع عليه بتاريخ 2024/03/18

¹ الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري تاريخ التصفح: 2024/03/10، متوفر على موقع www.bna.dz

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية المحمولة الإلكترونية للبنك الوطني الجزائري.¹

أولاً: الخدمات المصرفية المحمولة الإلكترونية

من أهم الخدمات المصرفية التي أعلنها البنك الوطني الجزائري عن طريق الأنترنت ما يلي:

- **البنك الإلكتروني:** يسمح البنك الإلكتروني باتصال دائم للعملاء بحساباتهم المصرفية 24/24 ساعة و 7/7 أيام، عبر منصة الأنترنت [r](#) أو عن طريق تطبيق BN@TIC المتاح للهواتف الذكية من خلال: play store , app.store وتحميله مجاناً، بحيث هذه الخدمة موجهة للعملاء الأفراد، المهنيين، المؤسسات الاقتصادية، حيث تتوفر على حزمتين للخدمات البنكية الإلكترونية.
- **حزمة NET:** وتتميز باقة هذه الحزمة ب:
 - الاطلاع على الأرصدة وتاريخ أرصدة الحسابات لمدة 23 شهراً.
 - الاطلاع على معاملات الحساب.
 - البحث عن عمليات على الحساب.
 - تحميل كشوفات الحساب وتحرير كشوفات الحساب لمدة عام وبصيغ مختلفة.
 - إصدار بيانات كشف التعريف البنكية.
 - الاطلاع على البطاقات وعمليات الخدمات الائتمانية (طلب البطاقات، طلب دفتر الشيكات... إلخ).
 - خدمة الرسائل البنكية.

¹<https://www.bna.dz/presentation-de-la.bna/>, Vue le 29/03/2024.

- حزمة NET⁺: وتتضمن ما يلي:

- التحويل لمرة واحدة من حساب إلى حساب نفس العميل.
- التحويلات المتعددة (EDI) خدمة تبادل المعطيات المرقمنة، إذ تسمح هذه الخدمة لأصحاب المؤسسات والشركات بتحويل أجور موظفيهم شهريا بصفة آلية باستعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة في فترة وجيزة وبسهولة.
- خصومات متعددة على زبائن البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى، دائنين المواطنين في وكالات البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى.
- **الفتح المسبق للحساب المصرفي عبر الأنترنت:** وتتم عملية الفتح المسبق للحساب المصرفي عبر منصة الأنترنت: أو عبر تطبيق BN@TIC من خلال ملئ استمارة المعلومات الموضوعية تحت تصرف العملاء، لتليها مرحلة تحميل وثائق الثبوتية (شهادة ميلاد، شهادة الإقامة ، شهادة الهوية للشخص المعني أو الموصي القانوني)، وفي الأخير يتم اختيار الوكالة وتاريخ وتوقيت الموعد لإنهاء فتح الحساب وتفعيله.
- **طلب التمويل عن بعد:** يتم الحصول على خدمة التمويل عن بعد عبر منصة الأنترنت: أو عن طريق تطبيق BN@TIC من خلال قيام العميل بتقديم الطلب واختيار التمويل المناسب له، وبعدها يقوم بتحميل الوثائق اللازمة، لتنتهي العملية بتحديد موعد مع الوكالة الأقرب إليه لإنهاء معاملات طلب التمويل.
- **التجارة الإلكترونية:** خدمة E-TRADE BNA بحيث هذه الخدمة تشمل إطلاع وإشعارات خاصة بعمليات التجارة الخارجية "SWIFT" عبر منصة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وهذه الخدمة مخصصة لزبائن البنك، الأفراد وأصحاب الشركات الذين يمارسون نشاط "التجارة الخارجية"، وتتم الاستفادة من هذه الخدمة عبر منصة البنك الإلكترونية أو عبر تطبيق الهاتف الذكي، وتتيح هذه الخدمة للعملاء القيام بنشاط التجارة الخارجية بعمليات التجارة الخارجية "SWIFT".

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

- خدمة الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت E-PAIEMENT: تمكن هذه الخدمة زبائن

البنك الوطني الجزائري الحاملين للبطاقة البنكية CIB الكلاسيكية أو الذهبية من تسديد

المعاملات عبر الإنترنت وتتميز هذه الخدمة النوعية بجملة من الخصائص التالية:

- الحماية: الخدمة مؤمنة وتضمن حقوق المشتريين عبر الويب؛
- السهولة: الدفع عبر الإنترنت بكل سهولة؛
- إمكانية الولوج: بإمكان الزبائن الولوج لخدمة الدفع الإلكتروني بأي وقت؛
- الرفاهية: اقتصاد الوقت والطاقة وتفادي التنقلات.

ثانيا: التطبيقات التي أطلقها البنك الوطني الجزائري¹ B.N.A

تطبيق WIMPAY BNA:



المصدر: الموقع الرسمي للبنك www.bna.dz

تم إطلاق هذا التطبيق بتاريخ 18 مارس 2021، وأشرف السيد وزير المالية أيمن بن عبد

الرحمن عن مراسيم إطلاق خدمة الدفع المحمول المخصصة لزبائن البنك الوطني الجزائري "

تطبيق الدفع بدون تلامس " WIMPAY-BNA " بالمركز الدولي للمؤتمرات بالجزائر العاصمة

¹ BNA e-banking : rapport interne .alger :banque national d'algerie.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

هذا التطبيق الذي يركز على مسح الاستجابة السريعة (CODE-QR)



المصدر: الموقع الرسمي للبنك www.bna.dz

موجه للأفراد، المهنيين والمؤسسات، ويمكن تحميله مجانا على APP.STORE و PLAY STORE، للاستفادة من هذه الخدمة العملية والأمنية، هي وبكل سهولة الانخراط في خدمة البنك الالكتروني للبنك الوطني الجزائري وتحميل تطبيق BNA-WINPAY.



المصدر: الموقع الرسمي للبنك www.bna.dz

▪ مزايا تطبيق WINPAY-BNA

- يسمح وبحركة بسيطة القيام بمجموعة من العمليات من أي مكان وفي كل وقت وفي عدة حالات بالمنزل؛
- الرفاهية: تجنب عناء التنقل وذلك بإمكانية الولوج إلى حساباتكم عبر هواتفكم الذكية بكل أريحية؛
- سهولة الاستعمال؛
- منتج موجه لمختلف شرائح الزبائن، أفراد، مهنيين، مؤسسات؛



المصدر: الموقع الرسمي للبنك www.bna.dz

أ- بالنسبة للأفراد المهنيين والتجار.

- إجراء عمليات الدفع عن طريق رموز الاستجابة السريعة (CODE-QR)؛
- إجراء عمليات التحويل لمستخدمي BNA-WINPAY؛
- الاطلاع على رصيد؛
- الاطلاع على كشف العمليات المنجزة.

ب- بالنسبة للمؤسسات

- قبول عمليات الدفع المنجزة عن طريق رموز الاستجابة السريعة؛
- تسيير عمليات البيع ونقاط البيع.



المصدر: الموقع الرسمي للبنك www.bna.dz

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

ثانيا: كيفية فتح حساب شخصي¹ WINPAY-BNA

أولى الخطوات التي يقوم بها العميل وهي تحميل تطبيق WINPAY-BNA من تطبيق PALY STORE أو APP STORE.



المصدر: الموقع الرسمي للبنك www.bna.dz

المرحلة 01:

- يتم فيها فتح التطبيق؛
- النقر على فتح الحساب؛
- إدخال اسم المستخدم وكلمة المرور E-BANKING اللذان يتحصل عليهم العميل من البنك.

المرحلة 02:

- ملئ الخانات بالمعلومات اللازمة؛
- النقر فوق التالي؛
- إضافة رقم الهاتف وعنوان البريد الإلكتروني.

¹ مرجع سبق ذكره WWW.BNA.DZ

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

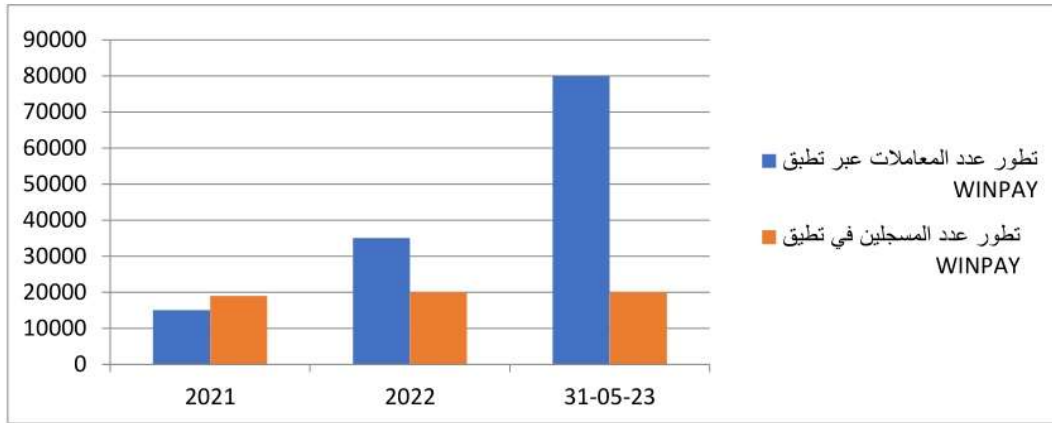
المرحلة 03:

- القيام بتأكيد هويتك من خلال إدخال رمز التأكيد المستلمة عبر البريد الإلكتروني أو عبر الرسالة القصيرة؛
- إدخال رقم PIN؛

المرحلة 04:

- يملأ العميل المعلومات المتعلقة بنشاطه؛
 - ثم النقر على تسجيل؛
 - يتم فتح الحساب بنجاح.
- ومنه ومن خلال هذه الخدمة يمكن لأن مواطن جزائري يمتلك حساب في البنك الوطني الجزائري BANQUE NATIONAL D'ALGERIE أو BNA يمكنه أن يطلع على حسابه أو يقوم بالعديد من الخدمات وذلك بواسطة الهاتف الذكي بكل أمان وأريحية، وهذا على مدار 24/24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع، دون الحاجة إلى التنقل للوكالات التابعة للبنك عبر مختلف الولايات.

ويظهر الشكل الموالي تطور المعاملات وعدد المسجلين في تطبيق WIMPAY-BNA :



الشكل رقم (02) تطور عدد المعاملات وعدد المسجلين في تطبيق

WIMPAY-BNA

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على (BNA,2023) مرجع سابق.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

إن القراءة الأولية لمعطيات الشكل أعلاه، تعكس بوضوح دور تطبيقات الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول، في تطوير الخدمات المصرفية على مستوى البنك الوطني الجزائري، حيث منذ انطلاق تطبيق الدفع بدون تلامس WINPAY-BNA في مارس 2021، سجل إقبالا ملحوظا من عملاء البنك للتسجيل فيه والقيام بإجراء مختلف عمليات الدفع الإلكتروني عبره ليعرف هذا الأخير سنة 2022 نموا بنسبة تقارب 92% لعدد المسجلين في التطبيق، أما عدد المعاملات فقد شهدت نموا بنسبة 77% وفي نهاية النصف الأول من عام 2023 عرف عدد المسجلين في التطبيق نموا بنسبة 69% وفي حين شهد عدد المعاملات نموا بنسبة 18%، ويعود ذلك إلى الجهود المبذولة من قبل إدارات البنوك على الجهود المبذولة لتطوير خدماتها المصرفية الإلكترونية من خلال إبرام شراكات مع مختلف المؤسسات العمومية أبرزها اتصالات الجزائر وسونلغاز في ماي 2022.

المطلب الثالث: تقديم عام للقرض الشعبي الوطني¹

أولا: لمحة حول البنك.

إن بنك القرض الشعبي الجزائري هو ثاني بنك جزائري ظهر بعد الاستقلال، تم تأسيسه كبنك الودائع بموجب المرسوم رقم 336/66 الصادر في 29 ديسمبر 1966، وتأسس على أنقاض مجموعة من البنوك وقد تقلصت فروعه بعد تأسيس بنك التنمية المحلية BDL، خصيصا لتمويل عمليات المنشآت المالية، تبع لمبدأ التخصص البنكي فقد تكفل القرض الشعبي الجزائري بمنح القروض للقطاع الحرفي والفنادق والقطاع السياحي بصفة عامة، وكذلك قطاع الصيد والمهن الحرة.

الهيكل التنظيمي لـ C.P.A

يتوفر القرض الشعبي الجزائري على شبكة بنكية مكونة من 136 وكالة مؤطرة من طرف 15 وحدة استغلال موزعة عبر كامل التراب الوطني، ويرأس القرض الشعبي الجزائري مجلس

¹ الموقع الرسمي للبنك الإلكتروني، إطلع عليه بتاريخ: 2024/04/21، <http://ebankin.cpa-bank.dz/fr>

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

الإدارة Conseil D'administration الذي يتكون من الرئيسين أعضاء المجلس، الإدارة العامة وممثلي العمال.

لقد وضع هيكل تنظيمي جديد سنة 1994، يمس مختلف شبكات الاستغلال، وذلك لمسايرة تطور الجهاز المصرفي، كما أدخلت معدات وتجهيزات جديدة ومستحدثة في ميدان الإعلام الآلي، ذلك لتحقيق نظام معلومات جديد خاص بالبنك (ارتباط كل المعلومات بواسطة نظام الكمبيوتر لجميع الوكالات والفروع) ، تشمل كل البنوك التجارية الوطنية للقرض الشعبي الجزائري هيكلًا وتنظيمًا عامًا خاص به يعكس كل الوظائف والنشاطات التي يقوم بها البنك، مبينة في الشكل التالي:¹

¹HTTPS:// www.cpa.dz . vue le consulté le 21/04/2024.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

الشكل رقم 03: الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري C.P.A



المصدر: الموقع الرسمي للبنك القرض الشعبي الجزائري C.P.A

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

المطلب الرابع: الخدمات الالكترونية التي يقدمها القرض الشعبي الجزائري¹.

يضع القرض الشعبي الجزائري تحت تصرف زبائنه تطبيق الخدمات الالكترونية الذي يتيح لهم الاطلاع على حساباتهم بطريقة آمنة ومتابعة العمليات البنكية فور إجرائها.

حيث تشمل الخدمات البنكية الالكترونية أوامر التحويل، أو المتعدد عن بعد وهذه الأخيرة يوفرها البنك لزبائنه سواء كانوا أفراد أو مؤسسات، لإدخال بيانات أوامر التحويل، وتوقعات وإرسالها عن بعد من خلال قناة توزيع الخدمات البنكية الالكترونية E-BANKING دون التنقل إلى شبابيك البنك.

أولاً: الخدمات الالكترونية

أ- الصيرفة الالكترونية E-BANKIN: تمكن هذه الخدمة زبائن القرض الشعبي الجزائري

القيام بالعديد من العمليات والتي تتمثل في:

- الدخول إلى الحساب على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع؛
 - طلب دفتر الشيكات؛
 - تحميل كشف التعريف البنكي RIB الخاص بكم وامكانية إرساله عن طريق البريد الالكتروني؛
 - تحويل العملات عن طريق الخدمات البنكية الالكترونية E-BANKING.
- ومن شروط الاستفادة من هذه الخدمة يجب على العميل:
- أن يكون لديه حساب واحد أو أكثر مفتوح لدى البنك E-BANKING؛
 - أن يكون قد اكتتب في الاشتراك في الخدمات؛
 - أن يكون العميل منخرط في خدمة أوامر التحويل الأحادي أو المتعدد عن بعد.

¹HTTPS:// www.cpa.dz . vue le consulté le 21/04/2024.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

ب- تبادل المعطيات المعلوماتية EDI عن بعد: يسمح تبادل المعطيات المعلوماتية EDI عن طريق WEB لزبائن البنك بنقل ملفات أوامر الدفع في ظل ظروف أمنية معقولة، وذلك من خلال امتلاك العميل لتصريح للولوج إلى الخدمات البنكية الالكترونية E-BANKING وهذا لتمكينهم من استخدام الخدمة الجديدة لنقل ملفات أوامر الدفع عن طريق تبادل المعطيات المعلوماتية EDI عن بعد.

تضمن خدمة تبادل المعطيات المعلوماتية EDI عن بعد ما يلي:

- تأمين معقول؛
 - السرعة؛
 - الكفاءة؛
 - سلامة العمليات؛
 - الموثوقية؛
 - السرية؛
 - سهولة الولوج للخدمات البنكية الالكترونية E-BANKING.
- ت- خدمة الدفع الإلكتروني e-Paiement : هي خدمة دفع الكتروني مرتبطة ببطاقة الدفع CPA-CIB، تتيح للعملاء عن بعد، وعبر الأنترنت وبأمان تام بعملية ثراء السلع والخدمات من مواقع التجار الالكترونيين الجزائري، التي تقبل الدفع عبر الانترنت عن طريق بطاقات الدفع البنكية CIB، إذ أن هذه الخدمة متاحة 24 ساعة على 24 وطيلة أيام الأسبوع، وتتميز هذه الخدمة النوعية بالخصائص التالية:
- الحماية: الخدمة مؤمنة وتضمن حقوق المشتريين عبر الويب؛
 - السهولة: من خلال الدفع عبر الانترنت بكل سهولة؛
 - إمكانية الولوج: تمكن الزبائن من الولوج بكل سهولة وأريحية لهذه الخدمة؛
 - الرفاهية: توفير الوقت، والجهد وتفاذي التقلات.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

ث- خدمة الرسائل النصية CPA.SMS.CARD: هي خدمة موجهة لحاملي البطاقات

VISA-CIB، تسمح له باستعمال رسائل نصية SMS تتضمن العمليات المحققة من

خلال بطاقة VISA, CIB؛

- تاريخ ووقت العملية؛

- نوع العملية؛

- مبالغ التحويل؛

- الرصيد المتبقي في البطاقة.

هذا فيما يتعلق بالعمليات التي يقوم بها العميل، إضافة على هذا فإنه يتلقى رسائل أخرى

تتضمن:

- رسائل تحذير وإرشادات تتعلق بأمن البطاقة؛

- رسائل تحذير وإرشادات تتعلق بأمن البطاقة؛

- رسائل ترويجية كالإعلان عن منتجات وخدمات جديدة.

ويمكن تلخيص تكلفة هذه الخدمة في الجدول الموالي:

الجدول (03): تكلفة خدمة الرسائل النصية في القرض الشعبي الجزائري.

نوع البطاقة	التكلفة
رسائل بطاقة CIB	50 دج / شهريا
رسائل بطاقة VISA	02 دولار / شهريا

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الموقع <http://cpa-bank.dz>

مزايا هذه الخدمة:

- أداة سهلة لمراقبة جميع العمليات والمعاملات التي تتم بواسطة بطاقات VISA , CIB على أساس يومي دون الحاجة إلى الذهاب إلى أحد فروع البنك؛
- توفير معلومات فورية؛
- الاستخدام الآمن للبطاقة من خلال إمكانية التتبع الفوري لأي معاملة (سحب/دفع)، تتم بواسطة البطاقة.

ثانيا: التطبيقات التي يطلقها القرض الشعبي الجزائري CPA¹

أ- تطبيق MOBILE CPA



المصدر: الموقع الرسمي للبنك www.cpa.dz

أطلق القرض الشعبي الجزائري تطبيقه MOBILE CPA الذي يسمح للعميل بمتابعة ومعاينة حالة حسابه عن طريق هاتفه الذكي، بكل أمان على مدار الساعة وطيلة أيام الأسبوع.

حيث يتيح تطبيق MOBILE CPA للعميل تنزيله بكل سهولة من متجر PLAY

STORE

¹ مرجع سبق ذكره. [HTTPS:// www.cpa.dz](https://www.cpa.dz)

ب- الخدمات التي يتيحها تطبيق MOBILE CPA

يسمح هذا التطبيق للعملاء بالقيام بالعديد من الخدمات وذلك من خلال الهاتف الذكي أو اللوحة الالكترونية ومن أبرز هذه الخدمات مايلي:

- الاطلاع على رصيد حسابكم؛
- إجراء عمليات تحويل مبالغ محلية (أقل من 01 واحد مليون دينار جزائري)، عن بعد بكل أمان لصالح مستفيد واحد دون التوجه إلى الوكالة، سواء كان المستفيد زبون لدى القرض الشعبي الجزائري أو لدى بنوك أخرى؛
- طلب دفتر الشيكات؛
- التواصل مع الوكالة بكل سهولة وذلك من خلال البريد الالكتروني؛
- يتم اكتتاب الاشتراك لمدة سنة واحدة ويصبح ساري المفعول عند الانخراط.

ت- مزايا تطبيق MOBILE CPA

- سهولة الوصول: يتيح للعملاء إجراء المعاملات المصرفية وإدارة حساباتهم في أي وقت ومن أي مكان عبر الهاتف المحمول، مما يوفر لهم راحة وسهولة الوصول؛
- أمان البيانات: يتميز التطبيق بتوفير ميزات أمان متقدمة لحماية بيانات العملاء ومعاملاتهم المالية، مما يضمن سرية وسلامة المعلومات الشخصية والمالية؛
- تنوع الخدمات: بحيث يمكن العملاء من القيام بمجموعة متنوعة من المعاملات المصرفية، مثل التحويلات المالية، دفع الفواتير، إدارة الحسابات وغيرها دون الحاجة إلى زيارة الفرع البنكي؛
- واجهة مستخدم بسيطة: يتميز التطبيق عادة بواجهة مستخدم سهلة الاستخدام تجعل عمليات البنك أكثر بساطة؛
- دعم العملاء: حيث يتضمن التطبيق خدمة دعم العملاء عبر الهاتف المحمول، مما يساعد العملاء في حل أية استفسارات أو مشاكل تواجه العميل أثناء استخدام التطبيق.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

المبحث الثاني: عرض للطرق وإجراءات الدراسة

للقوف على الصيرفة المحمولة كآلية لعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية، فان ذلك يستلزم إجراءات منهجية تكون بمثابة المسار الذي يقود إلى النتائج.

المطلب الأول: منهجية الدراسة

يتم في هذا المطلب تحديد مجتمع وعينة الدراسة والتعرف على الأداة المستخدمة في الدراسة والأساليب المستخدمة في تحليل البيانات.

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

من خلال هذا العنصر سيتم تحديد مجتمع الدراسة وكيفية اختيار العينة.

1- تحديد مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من موظفي وعملاء بنك BNA و CPA

2- تحديد عينة الدراسة:

تتميز عينة الدراسة بأنها عمدية حيث استعمل أسلوب المسح الشامل لكل مجتمع الدراسة، حيث تم توزيع 80 استمارة وتمت الإجابة عليها.

الجدول رقم (04): نسبة استجابة أفراد العينة وعدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة

الاستبيانات	العدد	نسبة الاستجابة (%)
الموزعة	80	100
التي لم يتم استرجاعها	10	12.5
الصالحة للتحليل	70	87.5

المصدر: من إعداد الطالبة

يلاحظ من الجدول رقم (01) أنه تم توزيع 80 استبيان بما يوافق أغلبية مجتمع الدراسة، حيث تم استرجاع ما يقدر ب 70 استبيان أي بنسبة 87.5% وهي نسبة مقبولة لأغراض البحث العلمي.

يتم في هذه الدراسة البحث في الصيرفة المحمولة كآلية لعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية، وبالتالي فهي تشتمل على المتغيرات التالية:

1- المتغير المستقل: الصيرفة المحمولة

2- المتغير التابع: الخدمات المصرفية

فيما يلي رسم بياني يوضح المتغير التابع والمستقل.

الشكل رقم (04): رسم بياني لنموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبة

ثانيا: أدوات الدراسة

لغرض إتمام عمليات البحث تم الاستعانة بالأدوات اللازمة والمناسبة لكل مرحلة من مراحل البحث، والمتمثلة في استمارة الاستبيان.

2- استمارة الاستبيان: تعتبر استمارة الاستبيان من الأدوات الأساسية لجمع البيانات فهي مجموعة من الأسئلة المصاغة بطريقة خاصة تهدف بالدرجة الأولى للحصول على معلومات يراها الباحث ضرورية لتحقيق أغراض دراسته، وقد اشتملت على جزئين أساسيين، وهما:

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

- الجزء الأول: ويشتمل على متغيرات الدراسة الديموغرافية والوظيفية والمتمثلة في كل من (الجنس، السن، المؤهل العلمي، التخصص، الوظيفة، عدد سنوات الخبرة)
- الجزء الثاني: ويتضمن أسئلة الدراسة التي يقدر عددها بـ: 29 عبارة تم تقسيمها على محورين أساسيين يعكسان الإشكالية الأساسية التي تناولتها الدراسة، ويوضح الجدول رقم (..) متغيرات الدراسة والفقرات التي تقيس كل متغير:

الجدول رقم (05): توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة

عدد العبارات	محاور الدراسة
05	مدخل إلى الصيرفة
07	العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة
12	المجموع
08	مدى تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين محل الدراسة
09	التحديات التي تواجهها الصيرفة المحمولة
17	المجموع
29	المجموع الكلي للعبارات

المصدر: من إعداد الطالبة

وسيتم اعتماد مقياس ليكارت الخماسي (Likert scale) لكونه أكثر تعبيراً وتنوعاً وإعطائه مجالات أوسع لإجابات أفراد العينة، حيث يجب على المستجوب اختيار أحد الإجابات التي يتيحها مقياس ليكارت ليحدد بذلك درجة موافقته على كل عبارة من عبارات استمارة الاستبيان، ويحتوي مقياس ليكارت على خمسة بدائل متدرجة تعطي لها أوزان تبدأ بدرجة عالية بقيمة رقمية

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

مقدارها خمسة وتنتهي بدرجة منخفضة بقيمة رقمية مقدارها الواحد، لتحصر الأرقام 01-02-03-04 فيما بينها 04 مسافات، ليتحدد بذلك طول الفقرة المستخدمة وهي 05/04 أي حوالي 0.80 (إضافة القيمة 0.80 إلى بداية المقياس وهي الواحد وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية) وهي القيمة التي يتم اعتمادها لحساب المتوسط المرجح والذي يحدد اتجاهات إجابات أفراد العينة، والجدول الآتي يوضح مقياس ليكارت الخماسي والمتوسط المرجح.

جدول رقم (06): مقياس ليكارت الخماسي والمتوسط المرجح

الوزن	الإجابة	المتوسط المرجح
01	لا أوافق بشدة	من 1.00 إلى 1.79
02	لا أوافق	من 1.80 إلى 2.59
03	محايد	من 2.60 إلى 3.39
04	أوافق	من 3.40 إلى 4.19
05	أوافق بشدة	من 4.20 إلى 5.00

المصدر: محفوظ جودة، التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام **spss**، الطبعة 01، دار وائل: عمان، الأردن، 2008، ص: 23.

المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

سيتم الاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة البيانات، وتحديدًا سيتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

أولاً: الأساليب الإحصائية الوصفية:

استخدمت هذه الأساليب للحصول على مؤشرات عامة عن خصائص مجتمع الدراسة، وتتمثل

فيما يلي:

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

1. التوزيع التكراري والنسب المئوية والتمثيل البياني: لمعالجة البيانات الديموغرافية والتعرف على خصائص العينة.
2. الوسط الحسابي (Mean): مؤشرا لترتيب البنود حسب أهميتها من وجهة نظر أفراد العينة المختارة.¹
3. الانحراف المعياري (Déviation Standard): لمعرفة مدى تشتت القيم عن وسطها الحسابي.²

ثانيا: الأساليب الإحصائية الاستدلالية

تتمثل فيما يلي:

1. معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha): لاختبار ثبات أداة الدراسة، تكون نتيجة المقياس مقبولة إحصائيا إذا كانت قيمة ألفا أكبر من (0.6)، وكلما اقتربت من (1) دل ذلك على درجة ثبات أعلى.
2. معامل الارتباط البسيط بيرسون (Pearson): لقياس درجة الارتباط والعلاقة بين المتغيرات الدراسة.
3. اختبار التوزيع الطبيعي: (Semple Kolmogrov-Smirnov): أستخدم لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، لأن إجراء بعض الاختبارات الإحصائية يتطلب أن يكون توزيع البيانات يتبع التوزيع الطبيعي.
4. الانحدار البسيط: لتحديد تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.

¹- عبد اللاه إبراهيم الفقي، الإحصاء التطبيقي باستخدام برنامج SPSS، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014، ص:95.

²- إبراهيم مراد الدعمة ومازن حسن الباشا، أساسيات في علم الإحصاء مع تطبيقات SPSS، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013، ص: 121.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

5. اختبار (One Sample t-test): يستخدم لاختبار فرضيات الدراسة، وقد تم اعتماد مستوى معنوية (0.05) لقبول الفرضيات أو رفضها، وهو من المستويات المعنوية المتفق عليها في اختبار الفرضيات.

ويتم حساب هذه الأساليب وفقا لما يلي:

01- التكرارات والنسب المئوية: حيث استخدمت في وصف خصائص مجتمع الدراسة، ولتحديد الاستجابة اتجاه محاور أداة الدراسة وتحسب بالقانون الموالي:

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{تكرار المجموعة} \times 100}{\text{المجموع الكلي التكرارات}}$$

02- معامل ألفا كرونباخ Cronach's Alpha

تم استخدامه لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة، ويعبر عنه بالمعادلة الموالية:

$$a = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum vi}{vt} \right)$$

حيث:

- A: يمثل ألفا كرونباخ.

- N: يمثل عدد الاسئلة.

- Vt: يمثل التباين في مجموع المحاور للاستمارة.

- Vi: يمثل التباين لأسئلة المحاور.

03- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري:

تم حسابهما لتحديد استجابات أفراد الدراسة نحو محاور وأسئلة أداة الدراسة، حيث أن الانحراف المعياري عبارة عن مؤشر إحصائي يقيس مدى التشتت في التغيرات ويعبر عنه بالعلاقة الموالية:

$$\delta = \frac{\sqrt{\sum (xi - x)^2}}{N}$$

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

04- معامل ارتباط بيرسون: وتم حسابه وفقا للعلاقة الآتية:

$$r_{xy} = \frac{\sum(xi-x)(y1-\bar{y})}{(n-1)sx sy}$$

المطلب الثالث: صدق أداة الدراسة وثباتها

أولا: صدق أداة الدراسة

ويقصد بذلك التأكد من أن استمارة الاستبيان التي تم إعدادها سوف تقيس ما أعدت لقياسه أو شمولها لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة الظاهري من خلال عرضها على الأستاذ(ة) المشرف(ة).

كما يقصد بصدق الاستبيان مدى قدرة الاستبيان على تحقيق الهدف الموضوع لأجله، حيث تم حساب معامل ارتباط "Pearson corrélation" بين كل عبارة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه، وبالدرجة الكلية للاستبيان.

الجدول رقم (07): معامل الارتباط بيرسون بين كل محور وآخر

المحاور	الصيرفة المحمولة	واقع تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين
الصيرفة المحمولة	1	0.725
واقع تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين	0.725	1

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج الاستبيان

بتضح من الجدول أعلاه أن قيم معامل الارتباط بيرسون بين كل محور آخر موجبه ودالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 فأقل، مما يشير أن جميع محاور الاستبيان تتمتع بدرجة صدق مرتفعة.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

ثانياً. ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات الاستبيان مدى دقة وتوافق نتائجه، أي أنه ما إذا تم تطبيق الاستبيان أكثر من مرة على نفس المجموعة، وفي نفس الظروف لكن في أوقات مختلفة، يمكننا الحصول على نفس النتائج أو على الأقل نتائج مقاربة، وبالتالي في هذه الحالة يمكن اعتبار أن الاستبيان ثابت. حيث تم التحقق من ثبات الاستبيان من خلال طريقة معامل " ألفا كرونباخ " ويمكن توضيحها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (08): اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

المحاور	رقم الفقرة في الاستبيان	معامل الثبات (قيمة ألفا)
المحور الأول	أبعاد الصيرفة المحمولة	0.819
	مدخل إلى الصيرفة المحمولة	0.820
	العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة	0.804
المحور الثاني	أبعاد واقع تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين	0.783
	مدى تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين	0.817
	التحديات التي تواجهها الصيرفة المحمولة	0.825
كامل الاستمارة	29	0.825

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على نتائج الاستبيان

من الجدول أعلاه يلاحظ أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة في كل محاور الاستبيان حيث بلغت 0.819 في المحور الأول، و0.783 في المحور الثاني، كذلك فإن قيمة ألفا كرونباخ لجميع عبارات الاستبيان كانت 0.825، وهي أكبر من أدنى قيمة مقبولة لمعامل الثبات 0.6، مما يؤكد ثبات الاستبيان وصلاحيته للتحليل والوثوق في النتائج التي سيتم التوصل إليها.

المبحث الثالث: تحليل البيانات وعرض نتائج الدراسة.

تضمن هذا المبحث عرض وتفسير النتائج ومناقشتها من خلال ما تم التوصل إليه في أدوات الدراسة، إذ هدفت إلى كشف الصيرفة المصرفية لعصرنة الخدمات المصرفية دراسة حالة البنكين.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج البيانات الديموغرافية والوظيفية

تم توزيع استمارات الاستبيان على عينة الدراسة والتعرف على البيانات الشخصية والوظيفية لمجتمع الدراسة وفيما يلي تحليل لذلك.

سيتم الاعتماد في هذا العنصر على عرض البيانات في جدول وأشكال توضيحية من أجل تحليل نتائج محور البيانات الوصفية كمخرجات برنامج SPSS، من خلال الإجابات المتحصل عليها من الاستبيان.

1. توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجدول رقم(09): توزيع أفراد العينة محل الدراسة وفقا للجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	32	45.7
أنثى	38	54.3
المجموع	70	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن عينة دراسة متقاربة في النتائج حيث بلغ عدد الإناث بنسبة 54.3% وهو ما يقابل 38 فرد، بينما يبلغ عدد الذكور 32 ما يساوي نسبته 45.7% من إجمالي العينة، وهذا راجع إلى أن الإناث أكثر وعيا في تطبيق الخدمات المصرفية واعتماد الصيرفة المحمولة خصوصا الماكثين في البين أو حتى العاملات.

وعليه يتبين أن التركيبة البشرية لعملاء البنكين ، تتمثل أساسا في الإناث حيث تمثل هذه الأخيرة الأغلبية بالنسبة لعملاء عينة الدراسة، وذلك بسبب طبيعة الخدمة المقدمة في البنكين والتي تناسب النساء أكثر من الرجال.

2. توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (10): توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
12.85	9	أقل من 30 سنة
61.42	43	من 30 إلى 40 سنة
18.57	13	من 40 إلى 50 سنة
7.14	5	من 50 سنة فأكثر
100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأعلى كانت تخص الفئة العمرية "من 30 إلى 40 سنة" حيث قدرت ب 61.42%، تليها الفئة العمرية من 40 سنة إلى 50 سنة بنسبة 18.57%، أما بالنسبة للفئات العمرية الأخرى جاءت متفاوتة فيما بينها، فيما يخص الفئة العمرية "أقل من 30 سنة" بلغت نسبة أفراد المجتمع هنا 12.85% وأقلهم وآخرهم الفئة من 50 سنة فأكثر بنسبة 7.14%، وبالتالي فأغلب الفئات العمرية لعملاء البنكين تتراوح أعمارهم بين "30 سنة إلى 40 سنة"، هو ما يمكن أن يفسر على أن البنكين أغلب عملائهم من مختلف الفئات العمرية بما يتناسب وطبيعة وظائف البنك، وهنا يمكن القول أن البنكين يعمل على جذب العملاء ذات تركيبة البشرية من حيث تطبيق خدماتهم المصرفية من بين جميع الفئات العمرية وجذب الطاقات الشبانية، وإضافة كفاءات بشرية مؤهلة من مختلف الأعمار.

وعليه يتبين أن أكثر الفئات العمرية في البنكين محل الدراسة لولاية تبسة تتراوح أعمارهم بين "30 سنة إلى 40 سنة"، ومنه يمكن القول أن البنكين يعتمد في نشاطه على جذب الطاقات والكفاءات الشابة والتي تكون عادة ذات كفاءة، مما يسهل أداء العمل بطريقة أكثر كفاءة وفعالية.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

3. توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي

يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (11): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
14.3	10	ثانوي
45.7	32	جامعي
21.4	15	تقني سامي
18.6	13	دراسات عليا
100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ أن نسبة مستوى جامعي هي النسبة الأعلى مقارنة بباقي المستويات الأخرى، حيث سجل نسبة قدرها 45.7% وهذا ما يدل على وجود مستوى مرتفع لعينة الدراسة كما قدرت كذلك نسبة أفراد عينة الدراسة الحائزين على شهادة تقني سامي بـ 21.4%، ثم تليها مجموعة أفراد حائزين على شهادة في الدراسات العليا بنسبة 18.6%، وأخيرا نسبة 14.3% للأفراد محل العينة الذي ن لديهم مستوى ثانوي، وما يمكن استخلاصه هنا أن البنكين يجذبان اهتمام العملاء الحائزين على الكفاءات الجامعية في تسيير مختلف شؤونهم المالية .

وعليه يتبين أن أكثر المستويات التعليمية الموجودة لعملاء البنكين هو المستوى الجامعي والذين هم متحصلون على شهادة مختلفة من ليسانس أو ماستر، وعليه يمكن القول أن البنكين محل الدراسة، يستهدف بصفة أولية في عملية استقطابها للعملاء الجامعيين.

4. توزيع أفراد العينة حسب تخصص يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير التخصص من خلال الجدول الموالي:

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

الجدول رقم (12): توزيع عينة الدراسة حسب متغير التخصص

التخصص	التكرار	النسبة
محاسبة	24	34.28
مالية	25	35.71
اقتصاد وبنوك	15	21.42
إدارة أعمال	6	8.57
المجموع	70	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأكثر هي ذات التخصص مالية، وهي الأكثر تكراراً، حيث بلغت نسبتها 35.71 %، لتحل المرتبة الثانية وهي المتخصصة في المحاسبة بنسبة 34.28 %، ثم التخصص (اقتصاد وبنوك) بنسبة 21.42 بالمائة، وفي المرتبة الأخيرة التخصص (إدارة أعمال) بنسبة قدرت بـ: 8.57 % وهو ما يفسر وجود تخصصات ذات علاقة بالبنوك والخدمات المصرفية.

5. توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (13): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة
مدير	02	11.42
رئيس مصلحة	08	17.14
إداري	20	17.14
أخرى	40	60
المجموع	70	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأكثر تطبيقاً للصيرفة المحمولة، وهي الأكثر تكراراً، حيث بلغت نسبتها 60 % وهي الوظائف الأخرى، لتحل المرتبة الثانية وهي الوظيفتين

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

(رئيس مصلحة وإداري) بنفس النسبة التي قدرت ب 17.4%، ثم تأتي وظيفة المدير بنسبة 11.42، وهو ما يفسر ان الوظائف الاخرى هي الأكثر استخداما للصيرفة المحمولة وهو ما يعود إلى طبيعة العمل الذي يستدعي تطبيق الخدمات المصرفية نتيجة للأشغال المكتظة.

6. توزيع أفراد العينة حسب متغير عدد سنوات الخبرة

يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (14): توزيع عينة الدراسة حسب متغير سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
20	14	أقل من 5 سنوات
35.7	25	من 6 سنوات إلى 10 سنوات
42.9	30	من 11 سنة إلى 20 سنة
1.4	1	أكثر من 20 سنة
100	70	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأكثر تطبيقا للصيرفة المحمولة، وهي الأكثر تكرارا، حيث بلغت نسبتها 42.9% وهي الفئة (من 11 سنة إلى 20 سنة)، لتحل المرتبة الثانية وهي الفئة متوسطة الخبرة (من 6 سنوات إلى 10 سنوات) بنسبة 35.7%، ثم الفئة (أقل من 5 سنوات) بنسبة 20، وفي المرتبة الأخيرة الفئة (أكثر من 20 سنة) بنسبة قدرت ب: 1.4% وهو ما يفسر وجود خبرة وكفاءات لا بأس بها يمكن الاعتماد عليها في عصرنة الخدمات المصرفية.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

وعليه يتبين أن متغير سنوات الخبرة محقق بنسب معتبرة للبنكين لولاية تبسة، ومنه يمكن القول أن المؤسستين تراعي جانب الخبرة بالنسبة لعملائها وتعمل على توفير هذه الخبرات لديها لضمان الأداء الكفاء والسير الحسن للعمل.

المطلب الثاني: تحليل نتائج المتغيرات الدراسة

في هذا الجزء سيتم تحليل استجابات الأفراد للعبارات الواردة في الاستبيان عن طريق تحليل مخرجات برنامج SPSS والمتمثلة في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

أولاً: تحليل عبارات المحور الأول (الصيرفة المحمولة)

1. تحليل عبارات البعد الأول (مدخل إلى الصيرفة المحمولة)

يمثل الجدول الموالي إجابات المبحوثين على البعد الأول، كما يلي:

الجدول رقم (15): نتائج تحليل بيانات البعد الأول

البعد	الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الاتجاه
مدخل إلى الصيرفة المحمولة	01	تساهم الخدمات المصرفية المحمولة في توفير الوقت والجهد بالنسبة للعميل	3.457	0.988	2	مرتفع
	02	الخدمات المصرفية المحمولة سهلة وآمنة الاستخدام	3.757	0.806	1	مرتفع
	03	تواجه الخدمات المصرفية المحمولة مشكلات وتحديات في الاستخدام	3.171	1.021	3	متوسط
	04	تفضل استخدام الخدمات المصرفية التقليدية مثل الفروع بدلاً من الخدمات المصرفية المحمولة	3.171	1.116	4	متوسط
	05	هناك استجابة عالية للتطبيقات الإلكترونية التي تطلقها البنوك من أجل عصنة خدماتها المالية	3.170	1.122	05	متوسط
		المجموع	3.389	0.982		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

يلاحظ من الجدول أعلاه الذي يوضح عبارات البعد الأول الذي يتعلق مدخل إلى الصيرفة المحمولة، أن إجابات المستجوبين تتجه نحو الموافقة والحياد، وقد انحصرت قيم المتوسط الحسابي ضمن الفئة [3.20 – 4.00] و [2.19 – 3.20]، وهي ذات اتجاه موافق.

بلغ إجمالي العبارات أو متوسط البعد 3.389 مقابل انحراف معياري قدر ب 0.982 وهي ذات درجة مرتفعة، وبشكل عام يمكن القول بأن هناك موافقة بدرجة مرتفعة من قبل المبحوثين على فقرات هذا البعد، وهو ما يؤكد أن المبحوثين موافقين على الصيرفة المحمولة.

2. تحليل عبارات البعد الثاني (العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة)

يمثل الجدول الموالي إجابات المبحوثين على البعد الثاني، كما يلي:

الجدول رقم (16): نتائج تحليل بيانات البعد الثاني

البعد	الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الاتجاه
العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة	01	الاستقرار المالي والاقتصادي يؤدي بالبنوك إلى انتهاج الصيرفة المحمولة من أجل جذب العملاء	3.028	1.203	1	متوسط
	02	دافع المنافسة الشرسة بين مختلف البنوك وسعي البنوك إلى استقطاب أكبر التدفقات والودائع المالية	2.685	1.198	3	متوسط
	03	الأزمات الاقتصادية ومخلفاتها على الاقتصاد أدى بالبنوك إلى انتهاج الابتكار والتنوع في خدماتها المصرفية	2.800	1.186	2	متوسط
	04	تساهم الصيرفة المحمولة في التقليل من استخدام الأعمال الورقية وذلك بتقليل استخدام الشبكات التقليدية	2.628	1.181	4	متوسط
	05	التطور التكنولوجي والتقني وانتشار استخدامات الانترنت وتطبيقاتها وراء انتشار خدمات الصيرفة المحمولة	2.622	1.187	5	متوسط
	06	الشعور بالقرب وتوفير خدمات البنك من إدارة الحسابات وتحويل الأموال في أي وقت وفي أي مكان دون عناء التنقل	2.620	1.190	6	متوسط
	07	تمكن العملاء من القيام بمشرياتهم ودفع فواتيرهم في كل وقت بسهولة عن طريق الصيرفة المحمولة	2.617	2.199	7	متوسط
		المجموع	2.785	1.192		متوسط

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

يلاحظ من الجدول أعلاه الذي يوضح عبارات البعد الثاني الذي يتعلق الاستقرار والأمان الوظيفي، أن إجابات المستجوبين تتجه نحو الحياد، وقد انحصرت قيم المتوسط الحسابي ضمن الفئة [2.19 – 3.20]، وهي ذات اتجاه متوسط.

بلغ إجمالي العبارات أو متوسط البعد 2.785 مقابل انحراف معياري قدر ب 1.192 وهي ذات درجة متوسطة، وبشكل عام يمكن القول بأن هناك موافقة بدرجة مرتفعة من قبل المبحوثين على فقرات هذا البعد، وهو ما يؤكد أن المبحوثين راضين عن انتهاء الصيرفة المحمولة بشكل عام

ومنه نستنتج أن عبارات المحور الأول بشكل عام تتجه إجابات المبحوثين عليها نحو الحياد.

ولتلخيص نتائج اختبار الخاص بعبارات المحور الأول يمكن إدراج الجدول الآتي:

الجدول رقم (17): نتائج تفصيلية لبعد المحور الثاني

المحور الثاني	المتوسط الحسابي	مستوى معنوية اختبار t	الترتيب	الاتجاه
البعد الأول	3.983	0.000	1	مرتفع
البعد الثاني	2.587	0.000	2	متوسط
المحور ككل	2.432	0.000	-	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

ثانياً: تحليل المحور الثاني (واقع تطبيق خدمات الصيرفة المحمولة في البنكين محل الدراسة)

يوضح الجدول رقم (17) نتائج تحليل فقرات المحور الثاني لأداة الدراسة من خلال حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وهذا بهدف معرفة مدى تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين محل الدراسة.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

1. تحليل عبارات البعد الأول (مدى تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين محل الدراسة)

يمثل الجدول الموالي إجابات المبحوثين على البعد الأول، كما يلي

الجدول رقم (18): نتائج تحليل بيانات البعد الأول

الابتداء	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرقم	البعد
منذ فض	4	1.061	1.942	تعمل التطبيقات المقدمة من البنوك التجارية على توفير تجربة مصرفية متكاملة، حيث يمكن للعملاء القيام بمعاملات لهم بسرعة وأمان دون الحاجة إلى زيارة الفروع المصرفية	03	مدى تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين محل الدراسة
منذ فض	2	1.207	2.142	هناك تجاوب مالي لهذه التطبيقات الهاتفية التي تطلقها كل من BNA و CPA	04	
منذ فض	5	1.235	2.141	تفضل استخدام تطبيق BN@TIC و mobile opa بدلا من إدارة الفروع البنكية	05	
منذ فض	6	1.233	2.130	لازالت التطبيقات الهاتفية البنكية التي يقدمها بنكي BNA و CPA لا ترقى لتطلع العميل الجزائري من حيث الخدمة والجودة والرسوم	06	
منذ فض	7	1.317	2.130	تطبيق البنك المحمول تجربة رائعة بالنسبة لي فقد سهل عملية التحويلات ودفع الفواتير بشكل كبير وأعتقد أنني لن أعود إلى الطرق التقليدية	07	
منذ فض	8	1.332	2.127	تطبيق البنك كان شريكا موثوقا في العديد من المعاملات المصرفية اليومية وأعجبي جدا سرعة استجابته وموثوقية	08	
		منخفض	1.165	2.142		المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

يلاحظ من الجدول أعلاه الذي يوضح عبارات البعد الثالث الذي يتعلق مدى تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين محل الدراسة، أن إجابات المستجوبين تتجه نحو غير الموافقة، وقد انحصرت قيم المتوسط الحسابي ضمن الفئة [1.80 – 2.90] وهي ذات اتجاه غير موافق.

بلغ إجمالي العبارات أو متوسط البعد 2.142 مقابل انحراف معياري قدر ب 1.165 وهي ذات درجة منخفضة، وبشكل عام يمكن القول بأن ليس هناك موافقة بدرجة منخفضة من قبل المبحوثين على فقرات هذا البعد، وهو ما يؤكد أن المبحوثين غير راضين عن تطبيق الخدمات المصرفية بشكل تام في البنكين.

2. تحليل عبارات البعد الثاني (التحديات التي تواجهها الصيرفة المحمولة)

يمثل الجدول الموالي إجابات المبحوثين على البعد الثاني، كما يلي:

الجدول رقم (19): نتائج تحليل بيانات البعد الثاني

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الاتجاه
01	يتخوف عملاء البنوك من التقنيات الجديدة للصيرفة المحمولة	2.900	1.105	4	متوسط
02	ينخفض شعوري بالأمان عند أداء مشترياتي ودفع فواتيري عبر التطبيقات الإلكترونية	3.114	1.136	2	متوسط
03	أغلبية عملاء البنوك التجارية من فئة عمرية كبيرة يصعب عليها استيعاب تقنية تكنولوجيا البنك المحمول	3.114	1.029	1	متوسط
04	تواجه التطبيقات المصرفية تحديات في تقديم الدعم الفني المناسب للمستخدمين خاصة فيما يتعلق بالاستفسارات وحل المشاكل التقنية	2.914	1.113	3	متوسط
05	قلة استعمال الهاتف المحمول من قبل عملاء البنوك لقلّة الثقة في وسائل الدفع الإلكتروني	2.910	1.139	5	متوسط
06	قد تكون هناك مشكلات في جودة الاتصال بالانترنت، مما يؤثر سلباً على تجربة المستخدم مع التطبيقات المصرفية المحمولة	2.910	1.407	6	متوسط

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

متوسط	7	1.445	2.908	يمثل وجود مشاكل تقنية في التطبيقات البنكية عائقا يواجه العملاء ويثير قلقهم بشأن سلامة معلوماتهم المالية	07
منخفض	8	1.698	2.400	العقبات المالية مثل رسوم الخدمات أو الحد الأدنى للرصيد معيقات تواجه بعض العملاء في الاستفادة الكاملة من فوائد التطبيقات المصرفية المحمولة	08
منخفض	9	2.025	2.392	يواجه العديد من العملاء صعوبة في فهم استخدام التطبيقات المصرفية المحمولة بسبب قلة النوعية التقنية أو عدم الاطلاع على ميزاتها الكاملة	09
متوسط		1.095	3.010	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه الذي يوضح عبارات البعد الثاني الذي يتعلق بالتحديات التي تواجهها الصيرفة المحمولة في البنوك التجارية، أن إجابات المستجوبين تتجه نحو الحياد، وقد انحصرت قيم المتوسط الحسابي ضمن الفئة [1.80 - 2.90] وهي ذات اتجاه غير موافق أو محايد.

بلغ إجمالي العبارات أو متوسط البعد 3.010 مقابل انحراف معياري قدر ب 1.095 وهي ذات درجة متوسطة، وبشكل عام يمكن القول بأن هناك نسب حياد بدرجة متوسطة من قبل المبحوثين على فقرات هذا البعد، وهو ما يؤكد أن المبحوثين راضين نوعا ما عن التحديات التي يواجهها البنكين فيما يخص خدمات الصيرفة المحمولة.

ومنه نستنتج أن عبارات المحور الثاني بشكل عام تتجه إجابات المبحوثين عليها نحو غير الموافقة.

ولتلخيص نتائج اختبار t الخاص بعبارات المحور الثاني يمكن إدراج الجدول الآتي:

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

الجدول رقم (20): نتائج تفصيلية لبعدي المحور الثاني

المحور الثاني	المتوسط الحسابي	مستوى معنوية اختبار t	الترتيب	الاتجاه
البعد الأول	2.183	0.000	1	منخفض
البعد الثاني	1.282	0.000	2	منخفض
المحور ككل	2.432	0.000	-	منخفض

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

المطلب الثالث: مناقشة نتائج الدراسة واختبار فرضيات الدراسة

في كل دراسة يتم وضع مجموعة من الفرضيات وفي آخر الدراسة يتم اختبار الفرضيات والتحقق من صحتها لذلك سيتم من خلال هذا المطلب تحليل نتائج البيانات واختبار الفرضيات الموضوعية للدراسة، سيتم ذلك من خلال ما يلي:

الفرع الأول: اختبار التوزيع الطبيعي

قبل تطبيق تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية تم إجراء اختبار كلمجروف-سمرنوف Smirnov-Kolmogorov من أجل ضمان ملائمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار أو بعبارة أخرى للتحقق من مدى إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي (Distribution) Normal كاختبار ضروري للفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيًا وقد تم إجراء الاختبار بعد توزيع كل الاستمارات وجمعها من قبل أفراد عينة الدراسة، وكانت النتائج كما يوضحها الجدول الآتي:

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

الجدول رقم (21): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

مستوى الدلالة	قيمة z	محتوى المحور	محاور الاستبيان
0.010	0.123	الصيرفة من الخدمات التقليدية إلى العصرية	المحور الأول
0.200	0.086	واقع تطبيق الصيرفة المحمولة في البنوك الجزائرية	المحور الثاني

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن قيمة مستوى الدلالة للمحور الأول أقل من (0.05)، أي أن $(sig < 0.05)$ ، بينما المحور الثاني فإن القيمة الاحتمالية أكبر من 0.05، وهذا يدل على أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي في المحور الثاني ولا يمكن استخدام الاختبارات المعملية، فيه بينما تتبع التوزيع الطبيعي في المحور الثاني.

الفرع الثاني: اختبار صحة الفرضيات

أولاً: اختبار صحة الفرضيات

1. الفرضية الرئيسية:

- الفرضية الصفرية H_0 :

لا يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرية الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية عند مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$.

- الفرضية البديلة H_1 :

يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرية الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية عند مستوى الدلالة $0.05 \leq \alpha$.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

الجدول رقم (22): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية وفقا للانحدار البسيط

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار (α)	معامل الانحدار (β)	قيمة (t)	معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)	القيمة المحسوبة (F)	مستوى الدلالة (sig)
الصيرفة المحمولة	عصرنة الخدمات المصرفية	2.866	0.450	8.674	0.518	0.725	75.237	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه قبول الفرضية الرئيسية والتي تنص على أنه:

يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرنة الخدمات

المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة بلغ القيمة 0.000 وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05)، ويمكن تفسير ذلك وفقا لقيمة معامل الانحدار التي قدرت بـ: (0.450)، وأيضا قيمة الارتباط بين المتغيرين، الصيرفة المحمولة وعصرنة الخدمات المصرفية تقدر بـ (0.725)، وهي قيمة تدل على وجود علاقة جيدة طردية موجبة يقابله ارتباط معنوي عند مستوى أقل من (0.05) مقدر بـ (0.000)، وهذا يدل على أن العلاقة تتجه نحو الاتجاه الموجب، وأن ارتفاع أو انخفاض قيم المتغير الأول يرتبط بارتفاع أو انخفاض قيم المتغير الثاني عصرنة الخدمات المصرفية.

أيضا يتضح أن معامل التحديد قد بلغ 0.518 أي نسبة (51.8%) من المتغيرات التي تحدث في متغير عصرنة الخدمات المصرفية سببها التغيرات الحاصلة في المتغير المستقل الصيرفة المحمولة بمعنى المتغير المستقل يمكنه تفسير (51.8%) من تباين المتغير التابع، أما الباقي فيمكن إرجاعها لأسباب ومتغيرات لم تدخل في النموذج، وهي قدرة تفسيرية متوسطة.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

بالإضافة إلى أن قيمة فيشر بلغت 75.237 والتي تمثل القيمة المحسوبة (إحصائية Ficher)، وهي دالة إحصائياً عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0,05)$ حيث بلغت القيمة الاحتمالية للنموذج 0.000 وهي قيمة أقل من مستوى معنوية 0.05، وهذا يدل على المعنوية الكلية للنموذج.

وبناء على ثبات صلاحية النموذج يمكن تقدير معلمات النموذج وفق الصيغة ونتائج الموائية.

الشكل الرياضي لعلاقة جودة الحياة الوظيفية والرضا الوظيفي تكون كما يلي:

$$Y = \alpha_0 + \alpha_1 x + \varepsilon_t$$

حيث أن:

- y : عصرنة الخدمات المصرفية؛

- x : الصيرفة المحمولة؛

- α_0 و α_1 : معلمات النموذج؛

- ε_t : حد الخطأ العشوائي.

وبالتالي تكون معادلة الانحدار للعلاقة بين المتغير على النحو الآتي:

$$Y = 2.866 + 0.450x + 8.027$$

2. الفرضيات الجزئية

2.1. الفرضية الجزئية الأولى:

- الفرضية الصفرية H_0 :

لا يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية لمدخل إلى الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرنة الخدمات المصرفية (تطبيق الصيرفة المحمولة) في بنكي BNA و CPA عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

- الفرضية البديلة H_1 :

يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية لمدخل إلى الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرنة الخدمات المصرفية (تطبيق الصيرفة المحمولة) في بنكي BNA و CPA عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

الجدول رقم (23) العلاقة بين مدخل الصيرفة المحمولة وعصرنة الخدمات المصرفية

البيان	معامل الارتباط	معامل الإنحدار	معامل التحديد المعدل	الخطأ المعياري	sig
عصرنة الخدمات المصرفية	0.471	0.222	0.210	10.335	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

لدراسة العلاقة بين مدخل الصيرفة المحمولة وعصرنة الخدمات المصرفية، تم استخدام معامل الارتباط وبما أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 اتضح من خلال هذا أن هناك علاقة ارتباط بين المتغيرين، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط يقدر ب 0.47 وهذا يشير إلى وجود علاقة إيجابية متوسطة نسبياً، ومن خلال ما سبق نتأكد من صحة الفرضية البديلة أن هناك تأثير ذات دلالة إحصائية لمدخل إلى الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرنة الخدمات المصرفية (تطبيق الصيرفة المحمولة) في بنكي BNA و CPA عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

2.2. الفرضية الجزئية الثانية:

- الفرضية الصفرية H_0 :

لا يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية للعوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرنة الخدمات المصرفية (تطبيق الصيرفة المحمولة) في بنكي BNA و CPA عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

الفصل الثاني: دراسة حالة بنكي C.P.A و B.N.A في مجال الصيرفة المحمولة

- الفرضية البديلة H_1 :

يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية للعوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصنة الخدمات المصرفية (تطبيق الصيرفة المحمولة) في بنكي BNA و CPA عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

الجدول رقم (24) العلاقة بين العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة وعصنة الخدمات المصرفية

البيان	معامل الارتباط	معامل الإنحدار	معامل التحديد المعدل	الخطأ المعياري	sig
عصنة الخدمات المصرفية	0.508	0.258	0.247	10.093	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

لدراسة العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة والمتغير التابع المتمثل في عصنة الخدمات المصرفية، تم استخدام معامل الارتباط وبما أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 اتضح من خلال هذا أن هناك علاقة ارتباط بين المتغيرين محل الدراسة، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط 0.508 وهذا يشير إلى وجود علاقة إيجابية متوسطة ومن خلال ما سبق نتأكد من صحة الفرضية البديلة، أن هناك تأثير للعوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة على تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين محل الدراسة، فكلما زاد بعد العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة يزداد تحقيق العصنة للخدمات المصرفية في البنكين محل الدراسة محل الدراسة.

2.3. الفرضية الجزئية الثالثة:

- الفرضية الصفرية H_0 :

لا يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية لمدى تطبيق الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرية الخدمات المصرفية (تطبيق الصيرفة المحمولة) في بنكي BNA و CPA عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

- الفرضية البديلة H_1 :

يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية لمدى تطبيق الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرية الخدمات المصرفية (تطبيق الصيرفة المحمولة) في بنكي BNA و CPA عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

الجدول رقم (25) العلاقة بين مدى تطبيق الصيرفة المحمولة وعصرية الخدمات المصرفية

البيان	معامل الارتباط	معامل الإنحدار	معامل التحديد المعدل	الخطأ المعياري	sig
عصرية الخدمات المصرفية	0.363	0.810	0.119	10.910	0.002

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

لدراسة العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في مدى تطبيق الصيرفة المحمولة في البنوك التجارية والمتغير التابع المتمثل في عصرية الخدمات المصرفية، تم استخدام معامل الارتباط وبما أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 اتضح من خلال هذا أن هناك علاقة ارتباط بين المتغيرين، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط 0.363 وهذا يشير إلى وجود علاقة إيجابية ضعيفة ومن خلال ما سبق نتأكد من صحة الفرضية البديلة، أن هناك تأثير ضعيف لمدى تطبيق الصيرفة المحمولة على عصرية الخدمات المصرفية في البنكين محل الدراسة لوكالة تبسة، فكلما زاد بعد مدى تطبيق الصيرفة المحمولة يزداد عصرية الخدمات المصرفية في المؤسسة محل الدراسة.

2.4. الفرضية الجزئية الرابعة:

- الفرضية الصفرية H_0 :

لا يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية للتحديات التي تواجهها الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرنة الخدمات المصرفية (تطبيق الصيرفة المحمولة) في بنكي BNA و CPA عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

- الفرضية البديلة H_1 :

يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية للتحديات التي تواجهها الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرنة الخدمات المصرفية (تطبيق الصيرفة المحمولة) في بنكي BNA و CPA عند مستوى الدلالة $\alpha \leq 0.05$.

الجدول رقم (26) العلاقة بين التحديات التي تواجهها الصيرفة المحمولة وعصرنة الخدمات المصرفية

البيان	معامل الارتباط	معامل الانحدار	معامل التحديد المعجل	الخطأ المعياري	sig
عصرنة الخدمات المصرفية	0.672	2.094	0.443	8.677	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

لدراسة العلاقة بين المتغير المستقل المتمثل في التحديات التي تواجهها خدمات الصيرفة المحمولة والمتغير التابع المتمثل في عصرنة الخدمات المصرفية، تم استخدام معامل الارتباط وبما أن مستوى الدلالة أقل من 0.05 اتضح من خلال هذا أن هناك علاقة ارتباط بين المتغيرين، حيث تشير النتائج إلى أن معامل الارتباط 0.672 وهذا يشير إلى وجود علاقة إيجابية جيدة ومن خلال ما سبق نتأكد من صحة الفرضية البديلة، أن هناك تأثير للتحديات التي تواجهها الصيرفة المحمولة على عصرنة الخدمات المصرفية في البنكين محل الدراسة، فكلما زاد بعد التحديات يزداد تحقيق العصرنة للخدمات المصرفية في المؤسسة محل الدراسة.

خلاصة الفصل الثاني:

وكخلاصة لهذا الفصل يمكن القول بان تطبيق الصيرفة المحمولة يشكل جزءا أساسيا من استراتيجية عصرنة الخدمات المصرفية في البنكين CPA،BNA ،حيث شهدت الخدمات المصرفية المحمولة نمو ملحوظا و ذلك من خلال قيام العديد من البنوك بتطوير تطبيقات متقدمة تتيح للعملاء ادارة حساباتهم وإجراء معاملاتهم بكل سهولة وأمان وعبر هواتفهم الذكية .

وحسب تحليل نتائج المتحصل عليها من خلال برنامج التحليل لإحصائي فان الصيرفة المحمولة تساهم وتأثر بشكل كبير في عصرنة الخدمات المصرفية ،ومنه فان تبني الصيرفة المحمولة في البنوك الجزائرية يعكس تجاوبها مع متطلبات العصر و تطلعات العملاء ،وتعزيز كفاءتها في السوق .

الخاتمة

خاتمة عامة

عرفت طبيعة العمل المصرفي تغيرات هائلة ، حيث أصبت قائمة أساسا على خدمات الصيرفة المحمولة، هذه الأخيرة شهدت ومازالت تشهد تطورا ملحوظا بفضل التقدم الهائل في مجال الهواتف المحمولة وتطبيقاتها ، حيث ساهم الهاتف المحمول كثيرا في الرفع من مستوى إقبال الأفراد على القيام بالخدمات المصرفية والمالية ، مما انعكس إيجابيا على حجم المعاملات التجارية والرسمية والتخفيض من حدة تكاليفها ، إلى جانب الدعم الاقتصادي الوطني، وبالرغم من الجهود التي يبذلها النظام المصرفي الجزائري، من خلال عدة إصلاحات مصرفية والتي حثت معظمهم على ضرورة عصنة الخدمات المصرفية وتحديثها .

حيث ينحصر نطاق إطلاق البنوك لتطبيقات الكترونية ، في حين توجد أفاق كبيرة لتبني معظم البنوك للصيرفة المحمولة، مما يشكل حلا جذريا للعديد من المعوقات التي تعاني منها البنوك الجزائرية.

نتائج الدراسة : خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نجيزها فيما يلي

- إن هناك تأثير بشكل كبير للصيرفة المحمولة على عصنة الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية.
- تقديم الخدمات المصرفية بدون فروع بنكية عبر استخدام الصيرفة المحمولة تعد الوسيلة الأكثر تفضيلا من قبل العملاء مقارنة بالخيارات المتاحة (التنقل للوصول إلى البنك، و الوقوف في طوابير الانتظار من أجل إنجاز المعاملات المصرفية).
- بفضل تقنية الصيرفة المحمولة يمكن القيام بكل المعاملات عن بعد دون الحضور الشخصي للعميل .
- أن تطبيقات الصيرفة المحمولة تسهم في زيادة الوصول إلى الخدمات المالية في الجزائر مما يعزز ويساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

- تطبيقات الصيرفة المحمولة تعزز تجربة العملاء من خلال توفير واجهات سهلة الاستخدام وميزات متقدمة مثل إجراءات التحقق والدفع الفوري.
 - تساهم تطبيقات الصيرفة المحمولة في تحسين كفاءة البنوك من خلال تقليل الضغط على الفروع وتقليل التكاليف التشغيلية.
 - تعمل التطبيقات على تعزيز الأمان والخصوصية من خلال استخدام تقنيات التشفير وتبني إجراءات صارمة.
 - أهمية اعتماد البنوك الجزائرية على التكنولوجيا الحديثة بما فيها الصيرفة المحمولة بحسب ما ينعكس ايجابيا على جودة الخدمات المصرفية والقدرة على جذب أكبر عدد من العملاء.
 - هناك جملة من التحديات التي تواجه البنوك الجزائرية تظهر من خلال التأخر الشديد في التقنيات الحديثة لتكنولوجيا الصيرفة المحمولة، ضعف التأهيل البشري، بالإضافة إلى ضعف الوعي بأهمية الصيرفة المحمولة.
- ومن هذا المنطلق فإن تعزيز وعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية يتطلب الكثير من الجهود ولعل أبرز هذه الجهود الاعتماد على تكنولوجيا البنك المحمول كمدخل لعصرنة الخدمات المصرفية .

اختبار صحة الفرضيات

- تمحورت الفرضية الأولى حول أن الخدمات المصرفية المحمولة توفر إشعارات فورية بالمعاملات وتنبهات بالإحداث المالية المهمة تساعد العملاء في متابعة حساباتهم، والقيام بالعديد من المعاملات، وذلك ما تم تأكيده من خلال العرض، حيث تتيح الخدمات التي تقدمها الصيرفة المحمولة للعميل إجراء مختلف المعاملات المصرفية دون اللجوء للفروع البنكية، إضافة إلى إعفاء البنوك من عبئ فتح فروع جديدة.
- تمحورت الفرضية الثانية حول أن يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصرنة الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية عند مستوى الدالة 0.05، وذلك ما تم

تأكيد من خلال نتائج اختبار الفرضية الرئيسية وفقاً للانحدار البسيط، حيث اتضح من قيمة الارتباط قدرت ب (0.725) بين المتغيرين وجود علاقة طردية موجبة وهو ما يؤكد صحة الفرضية الإحصائية الرئيسية.

- تمحورت الفرضية الثالثة يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية للعوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة بشكل كبير على عصنة الخدمات المصرفية في البنكين محل الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05، حيث أشارت نتائج إلى أن معامل الارتباط قدر ب 0.508 وهذا ما يفسر وجود علاقة ايجابية وهو ما يؤكد صحة الفرضية، حيث كلما زاد بعد العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة في البنوك يزداد تحقيق عصنة الخدمات المصرفية في البنكين.

- أما الفرضية الأخيرة فجاءت حول وجود تأثير ذات دلالة إحصائية للتحديات التي تواجهها الصيرفة على عصنة الخدمات المصرفية في البنكين BNA و CPA عند مستوى الدلالة 0.05، من خلال عرض نتائج العلاقة بين التحديات وعصنة الخدمات اتضح أن هناك علاقة ارتباط بين المتغيرين، حيث يشير معامل الارتباط إلى 0.672 وهذا ما يفسر وجود علاقة ايجابية جيدة، حيث كلما زاد بعد التحديات زاد تحقيق العصنة في البنكين وهو ما يؤكد صحة هذه الفرضية.

التوصيات:

من خلال الدراسة يمكن الوصول إلى جملة من التوصيات كالتالي:

- ضرورة تحول البنوك التقليدية وتبني فلسفة البنوك المحمولة لتلبية متطلبات البيئة التنافسية على اعتبار أن الصيرفة المحمولة في اغلب الدول تشهد تغيرات هائلة، ونمو سريعاً.
- ضرورة نشر الوعي بالخدمات التي تقدمها الصيرفة المحمولة عن طريق توزيع الأدلة الورقية، أو تخصيص موظف فني بكافة فروع البنك لتوضيح وتبسيط عملية استخدامها.

- ضرورة توفير إطار قانوني وتنظيمي واضح من شأنه نجاح خدمة الصيرفة المحمولة في تطوير وعصرنة الخدمات البنكية .
- ينصح بضرورة التطوير وتحسين التطبيقات بشكل مستمر لتلبية احتياجات وتطلعات العملاء .
- توفير خدمات مالية متنوعة ومبتكرة عبر التطبيقات المصرفية المحمولة، مثل القروض الرقمية، وخدمات التوفير والاستثمار عبر الهواتف الذكية.
- دعوة كافة البنوك الجزائرية إلى مواكبة التطورات والمستجدات في عالم التكنولوجيا في ما يخص الخدمات المصرفية، وضرورة الاهتمام بعامل الثقة لزيادة تبني العملاء للخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول.
- تحسين وتقوية البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال لتسهيل عملية استغلال تكنولوجيا الصيرفة المحمولة مع العمل على البحث والتطوير في مجال التطبيقات التي يجب أن تتسم بوضوح وسهولة الاستخدام .

أفاق الدراسة:

- بعد محاولة دراسة موضوع الصيرفة المحمولة كآلية لعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية يمكن أن يكون مجال للبحث في دراسات أخرى مثل :
- تقييم تأثير الصيرفة المحمولة على الشمول المالي في الجزائر
- تقييم تجربة المستخدم ورضاء العملاء على تطبيقات الصيرفة المحمولة
- أثر الابتكار التقني في تطبيقات الصيرفة المحمولة على التنافسية البنكية في الجزائر
- تحليل العوامل المؤثرة على اعتماد الصيرفة المحمولة في البنوك الجزائرية
- تأثير الصيرفة المحمولة على النمو الاقتصادي والتنمية في الجزائر

قائمة المراجع

الكتب:

1. إبراهيم مراد الدعمة ومازن حسن الباشا، أساسيات في علم الإحصاء مع تطبيقات SPSS، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013.
2. كمال ال شيب دريد ، إدارة العمليات المصرفية، طبعة أولى، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2015.
3. إبراهيم الفقي عبد اللاه ، الإحصاء التطبيقي باستخدام برنامج SPSS، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014.
4. عبد الله ضبابة، الاقتصاد الرقمي، الطبعة الأولى، مؤسسة شباب الإسكندرية، مصر، 2008.
5. محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية العادية - غير العادية - الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر ، 2016
6. مراد محبوب، مبارك قرقب، الدليل في إدارة جودة الخدمات المصرفية، ألفا للوثائق والنشر والتوزيع، عمان، الأردن، طبعة أولى، 2021.
7. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهيم العبدالات، الصيفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعقبات التوسع، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، طبعة أولى، 2008.
8. وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية ، ط1، دار كيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.

المؤتمرات الدولية والملتقيات:

1. رحمو بحوصي مجذوب، سفيان عبد العزيز ، واقت وآفاق البنوك الإلكترونية (مع الإشارة إلى مستقبلها في الجزائر)، جامعة بشار، الجزائر.
2. أحمد عبد البديع نصر، البنوك الإلكترونية على الموقع الإلكتروني <http://www.alqbas.com> تم الاطلاع عليه بتاريخ: 04-01-2024 على الساعة 17:30.
3. محمد علي السميرات، ورائد العضائيلية، العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء، مجلة جامعة الشارقة، مجلد 14، عدد 01. 2017.
4. أديب قاسم شندي، الصيرفة الإلكترونية، أنماطها وخيارات القبول والرفض، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط.
5. لخضر يحيوي ، أجوات الصيرفة الإلكترونية وآثرها على رضا الزبائن، دراسة تحليلية لآراء عينة من الزبائن مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، جدة، جامعة بلحاج بوشعيب، غيت سمرنتت ، طبعة 06، عدد 2، 2023.
6. عبد القادر بلحمادي ، ترعي عز الدين، متطلبات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، من وجهة نظر عمالها، دراسة عينة من البنوك الجزائرية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، العدد الاقتصادي، 35 (01).
7. قويدر بورقبة ، عمري ريم، عمري سامي، المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول في إطار اقتصاد الرقمي، دراسة حالة البنك المحمول الأمريكي، Wingspas.com Bank، مجلة فصلية أكاديمية محكمة ماهرة، المجلد 10، العدد 02، الجزائر، 2019.
8. لعلاوي توارى ، مساهمة تحويل الأموال عبر هاتف المحمول في إرساء الشمول المالي، مجلة أبعاد اقتصادية، مجلد 11، العدد 02، 2021.
9. وفاء دحموش ، عماني لمياء، الصيرفة المحمولة كمدخل معاصر لاقتصاد الرقمي، واقع وآفاق الملتقى الوطني الثالث ول المستهلك والاقتصاد الرقمي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف، ميلة، يومي 23-24 أبريل 2018.

10. راضية مصداق ، زهرة بودبودة، التحول نحو الصيرفة الالكترونية كآلية لتفعيل التجارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة المنهل الاقتصادي، مجلد 04، العدد 03، ديسمبر 2021
11. ظريفة غزالي، العمرية لعجال، دور الصيرفة الالكترونية في تحيين جودة الخدمة المصرفية، مجلة اقتصاديات الأعمال التجارية، المجلد 07، العدد 02، سبتمبر 2022.
12. على محبوب، على سنوني، واقع الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية ، مصرف السلام الجزائر نموذجا، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، 2020، 15-09-2020.
13. عمر بن موسى، أحمد علماوي، الخدمات المصرفية الإلكترونية بين التحديات ومتطلبات النجاح، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد 06 عدد 02، 2020.
14. كريمة بركات، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر المفهوم، الواقع، ومتطلبات التشغيل، مجلة المعارف، مجلد 16، عدد 02، 31 ديسمبر 2021.
15. محمد تفرورت، متطلبات تنشيط العمل المصرفي بالإلكتروني في الدول العربية، مجلة الاقتصاد، العدد 07، سبتمبر 2012.
16. مداح عرابي، برك نعيمة، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني في الوطن العربي الواقع والآفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، جانفي 2010.
17. ميلود وافي ، داودي محمد، واقع ومتطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية، دراسة حالة الجزائر ، مجلة دراسات تسويقية، عدد 01، مجلد 01، 2017
18. خالد محمد ورود ، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، مجلة كلية القانون والعلوم السياسية، العدد 10.
19. وفاء خثير مزعل، المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الالكترونية ، دراسة استطلاعية لآراء عينة من موظفي المصارف العاملة في مدينة الناصرية، المجلد 16، العدد 57.
20. عز الدين كامل أمين مصطفى، الصيرفة الإلكترونية ، الموقع الإلكتروني www.bank.org/arabic/period ، تاريخ الإطلاع 02 فيفري 2024، على الساعة 22:30.

الأطروحات والمذكرات:

1. أمجد مارديني، العوامل المؤثرة في تبني البنك الموبايل من وجهة نظر زبائن البنوك التجارية العاملة في الأردن، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2018.
2. بجرة سامية، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحقيق التنافسية البنكية، دراسة حالة البنك الوطني الجزائري خلال 2016-2020، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي علوم مالية ومحاسبة مالية وبنوك، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة 2021.
3. برياش أميرة، عمليات الصيرفة الإلكترونية في المؤسسات المصرفية ودورها في تدعيم ركائز الاقتصاد الرقمي، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، علوم التسيير، مالية وبنوك، العربي بن مهيدي، 2014-2015.
4. سماح ميهوب، أثر التكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، حالة نشاط بنك عن بعد، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 02، الجزائر، 2013.
5. العطرة دغنوش، استخدام شبكة الأنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على أدائها البنكي، حالة البنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه تخصص نقود ومالية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016-2017.
6. أحمد زميت، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تفعيل الخدمات المصرفية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تخطيط، جامعة الجزائر 3، 2014.

المراجع باللغة الأجنبية

1. Godfred Metthew. (2020), Mobile banking adoption among the Ghanaian youth. Journal of african business

المواقع الإلكترونية:

1. BNA e-banking : rapport interne . Alger :banque national d'Algérie
2. HTTPS:// www.cpa.dz
3. https://www.bna.dz/presentation-de-la.bna/
4. <http://ebankin.cpa-bank.dz/fr>
5. http://www.bna.dz

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشيخ العربي التبسي تبسة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم الاقتصادية



استمارة الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته سيدي الفاضل، سيدتي الفاضلة، تحية طيبة وبعد..

تم إعداد هذه الاستمارة بغرض الحصول على البيانات التي تخدم الدراسة، والتي تدخل ضمن متطلبات انجاز مذكرة ماستر في علوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي تحت عنوان " الصيرفة المحمولة كآلية لعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية"، في جامعة الشيخ العربي التبسي تبسة والتي تعتمد على مساهمتكم ومساعدتكم في الإجابة بكل موضوعية على جميع الأسئلة للوصول إلى نتائج تساهم في تشخيص وتقييم الموضوع.

ونرجو منكم تقديم المعلومات اللازمة علما بان إجابتكم ستكون موضع العناية والاهتمام والسرية التامة،

ونشكركم مسبقا على تعاونكم لإنجاز هذه الدراسة.

ملاحظة: يجب عدم ترك أي عبارة دون الإجابة عليها، لان ذلك يعني عدم صلاحية الاستمارة للتحليل.

الأستاذ المشرف:

د/قحايرية سيف الدين

الطالبة:

اسمهان مسعي

الموسم الجامعي: 2024/2023

القسم الأول: المعلومات الشخصية والوظيفية

الرجاء وضع إشارة (X) فيالخانة المناسبة:

1-الجنس	ذكر	انثى
---------	-----	------

2-السن	اقل من 30 سنة	من 30 الى 40سنة	من 40 الى 50 سنة	من 50 سنة فأكثر
--------	---------------	-----------------	------------------	-----------------

3 - المؤهل العلمي	ثانوي	تقني سامي	جامعي	دراسات عليا
-------------------	-------	-----------	-------	-------------

4 - التخصص	محاسبة	مالية	اقتصادوبنوك	ادارة اعمال
------------	--------	-------	-------------	-------------

5- الوظيفة	مدير	رئيس مصلحة	اداري	اخرى
------------	------	------------	-------	------

6-عدد سنوات الخبرة	5 سنوات او اقل	من 6 الى 10 سنوات	من 11 الى 20 سنة	من 11 الى 20 سنة
--------------------	----------------	-------------------	------------------	------------------

القسم الثاني: الاسئلة الخاصة بمحاور الدراسة

الرجاء وضع إشارة (X) في الخانة المناسبة:

الرقم	العبرة	موافق	موافق تماما	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
المحور الأول: الصيرفة من الخدمات التقليدية إلى العصرية						
البعد الأول: مدخل إلى الصيرفة المحمولة						
1	تساهم الخدمات المصرفية المحمولة في توفير الوقت والجهد بالنسبة للعميل					
2	الخدمات المصرفية المحمولة سهلة وآمنة الاستخدام					
3	تواجه الخدمات المصرفية المحمولة مشكلات وتحديات في الاستخدام					
4	تفضل استخدام الخدمات المصرفية التقليدية مثل زيادة الفروع بدلا من الخدمات المصرفية المحمولة					
5	هناك استجابة عالية للتطبيقات الالكترونية التي تطلقها البنوك من اجل عصرية خدماتها المالية					
البعد الثاني: العوامل الدافعة لانتهاج الصيرفة المحمولة						
6	الاستقرار المالي والاقتصادي يؤدي بالبنوك إلى انتهاج الصيرفة المحمولة من أجل جذب العملاء					
7	دافع المنافسة الشرسة بين مختلف البنوك وسعي البنوك إلى استقطاب أكبر للتدفقات والودائع المالية					
8	الأزمات الاقتصادية ومخلفاتها على الاقتصاد أدى بالبنوك إلى انتهاج الابتكار والتنويع في خدماتها المصرفية					
9	تساهم الصيرفة المحمولة في التقليل من استخدام الاعمال الورقية وذلك بتقليل استخدام الشيكات التقليدية					

					10	التطور التكنولوجي والتقني وانتشار استخدامات الانترنت وتطبيقاتها وراء انتشار خدمات الصيرفة المحمولة
					11	الشعور بالقرب وتوفير خدمات البنك من ادارة الحسابات وتحويل الأموال في أي وقت وفي أي مكان دون عناء التنقل
					12	تمكن العملاء من القيام بمشرياتهم ودفع فواتيرهم في كل وقت وبسهولة عن طريق الصيرفة المحمولة
المحور الثاني: واقع تطبيق الصيرفة المحمولة في البنوك الجزائرية -بنكي BNA و CPA نموذجاً						
البعد الأول: مدى تطبيق الصيرفة المحمولة في البنكين محل الدراسة						
					13	تسعى البنوك جاهدة لمواكبة التطورات التكنولوجية في القطاع المصرفي
					14	تقدم التطبيقات المصرفية للبنوك الجزائرية مجموعة شاملة من الخدمات، بما في ذلك إدارة الحسابات، وتحويل الأموال، ودفع الفواتير، وإصدار البطاقات المصرفية، وغيرها
					15	تعمل التطبيقات المقدمة من البنوك الجزائرية على توفير تجربة مصرفية متكاملة، حيث يمكن للعملاء القيام بمعاملاتهم بسرعة وأمان، دون الحاجة إلى زيارة الفروع المصرفية
					16	هناك تجاوب عالي لهذه التطبيقات الهاتفية التي تطلقها كل من CPA و BNA
					17	تفضل استخدام تطبيق . BN@TIC و MOBILE CPA بدلا من زيارة الفروع البنكية
					18	لا زالت التطبيقات الهاتفية البنكية التي يقدمها بنكي cpa و bna لا ترقى لتطلع العميل الجزائري من حيث الخدمة والجودة والرسوم

					19	تطبيق البنك المحمول تجربة رائعة بالنسبة لي، فقد سهل عملية التحويلات ودفع الفواتير بشكل كبير، وأعتقد أنني لن أعود إلى الطرق التقليدية
					20	تطبيق البنك كان شريكاً موثقاً لي في العديد من المعاملات المصرفية اليومية، وأعجبتني جداً سرعة استجابته وموثوقية
البعد الثاني: التحديات التي تواجهها الصيرفة المحمولة						
					21	يتخوف عملاء البنوك من التقنيات الجديدة للصيرفة المحمولة
					22	ينخفض شعوري بالأمان عند أداء مشترياتي ودفع فواتيري عبر التطبيقات الالكترونية
					23	أغلبية عملاء البنوك الجزائرية من فئة عمرية كبيرة يصعب عليها استيعاب تقنية تكنولوجيا البنك المحمول
					24	تواجه التطبيقات المصرفية تحديات في تقديم الدعم الفني المناسب للمستخدمين، خاصة فيما يتعلق بالاستفسارات وحل المشاكل التقنية
					25	قلة استعمال الهاتف المحمول من قبل عملاء البنوك لقلّة الثقة .في وسائل الدفع الالكتروني
					26	قد تكون هناك مشكلات في جودة الاتصال بالإنترنت، مما يؤثر سلباً على تجربة المستخدم مع التطبيقات المصرفية الخاصة بهم
					27	يمثل وجود مشاكل تقنية في التطبيقات البنكية عائقاً يواجه العملاء ويثير قلقهم بشأن سلامة معلوماتهم المالية
					28	العقبات المالية مثل رسوم الخدمات أو الحد الأدنى للرصيد، معوقات تواجه بعض العملاء في الاستفادة الكاملة من فوائد التطبيقات المصرفية المحمولة
					29	يواجه العديد من العملاء صعوبة في فهم واستخدام التطبيقات المصرفية المحمولة بسبب قلة التوعية التقنية أو عدم الاطلاع على ميزاتها الكاملة

شكرا على حسن تعاملكم

عقد انتساب الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول

« MOBILE CPA »

الزبون الممضي أسفله

.....(1)

ممثل من طرف: السيدة الأنسة السيد

اللقب..... الاسم.....

الصفة:.....

تاريخ و مكان الازدياد.....

العنوان الشخصي.....

العنوان المهني.....

عنوان المقر الاجتماعي:.....

الشكل القانوني:.....

السجل التجاري رقم:..... سلم بتاريخ..... من طرف.....

رقم الاستدلال الجبائي:.....

رقم الهاتف..... رقم الفاكس.....

البريد الالكتروني.....

يصرح أنه يريد الاشتراك في الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول على الحساب أو الحسابات المذكورة أسفله تبعا للشروط العامة الواردة على ظهر هذا العقد.

أرقام الحسابات المسموحة للخصم	القناة	طبيعة الخدمة
رقم:.....	Mobile CPA	- خدمة الاطلاع
رقم:.....		- خدمة أوامر التحويلات الأحادية
رقم:.....		عن بعد بواسطة الخدمات البنكية
رقم:.....		Mobile CPA
رقم:.....		
رقم:.....		

حرر في.....
إمضاء الممثل المؤهل مع عبارة بخط اليد
"قرأ و صودق عليه" مع وضع ختم الزبون

إمضاء و ختم الوكالة

(1)
(2) الإسم واللقب أو التسمية الاجتماعية

الملحق رقم 03 : تحليل البيانات الشخصية

GET

```
FILE='C:\Users\HP\Desktop\تحليل استمارات الاستبيان\Untitled1 boucra.sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
DATASET NAME DataSet2 WINDOW=FRONT.
DATASET ACTIVATE DataSet1.
DATASET CLOSE DataSet2.
FREQUENCIES VARIABLES=المؤهل_العلمي التخصص الوظيفة سنوات_الخبرة العمر الجنس
/PIECHART FREQ
/ORDER=ANALYSIS.
```

Frequencies

Notes

Output Created	13-MAY-2024 08:48:34	
Comments		
Input	Data	C:\Users\HP\Desktop\تحليل استمارات الاستبيان\Untitled1 boucra.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	FREQUENCIES VARIABLES= الجنس العمر سنوات_الخبرة الوظيفة التخصص المؤهل_العلمي /PIECHART FREQ /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time	00:00:05.25
	Elapsed Time	00:00:20.99

Warnings

No valid cases remain for المؤهل_العلمي. A bar chart or histogram cannot be produced.

Statistics

		الجنس	العمر	سنوات_الخبرة	الوظيفة	التخصص	المزهل_العلمي
N	Valid	70	70	70	70	70	0
	Missing	0	0	0	0	0	70

Frequency Table

		الجنس			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	ذكر	32	45.7	45.7	45.7
	أنثى	38	54.3	54.3	100.0
Total		70	100.0	100.0	

		العمر			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	أقل من 30 سنة	7	14.0	14.0	14.0
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	23	46.0	46.0	60.0
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	20	40.0	40.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		سنوات_الخبرة			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	أقل من 5 سنوات	9	12.85	12.85	12.85
	من 6 إلى أقل من 10 سنوات	43	61.42	61.42	74.27
	من 11 إلى أقل من 20 سنة	13	18.57	18.57	92.84
	من 20 سنة فأكثر	5	7.14	7.14	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

		الوظيفة			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent

Valid	مدير	02	2.85	2.85	2.85
	رئيس مصلحة	12	17.14	17.14	19.99
	إداري	32	45.71	45.71	65.7
	أخرى	24	34.28	34.28	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

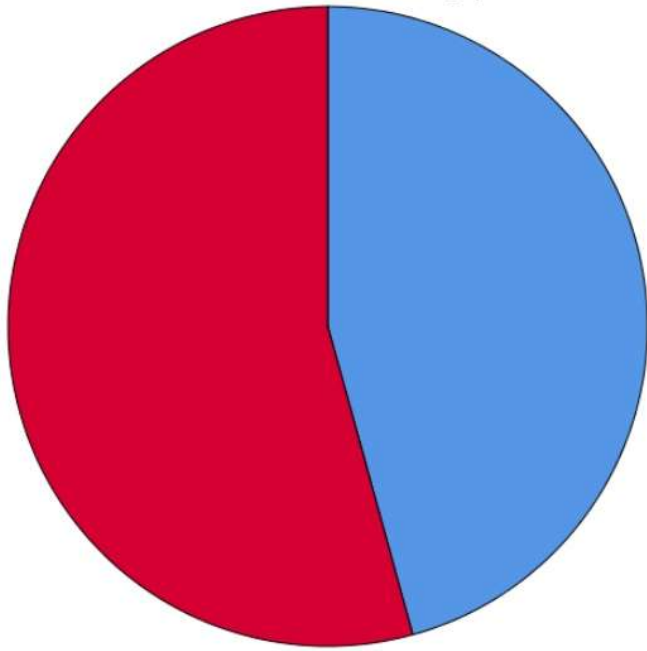
		التخصص			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	محاسبة	24	34.28	34.28	34.28
	مالية	25	35.71	35.71	69.99
	اقتصاد وبنوك	15	21.42	21.42	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

		المؤهل_العلمي	
		Frequency	Percent
Missing	System	70	100.0

		الخبرة_سنوات			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	سنوات 5 من أقل	14	20.0	20.0	20.0
	سنوات 10 إلى سنوات 6 من	25	35.7	35.7	55.7
	سنة 20 إلى سنة 11 من	30	42.9	42.9	98.6
	سنة 20 من أكثر	1	1.4	1.4	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

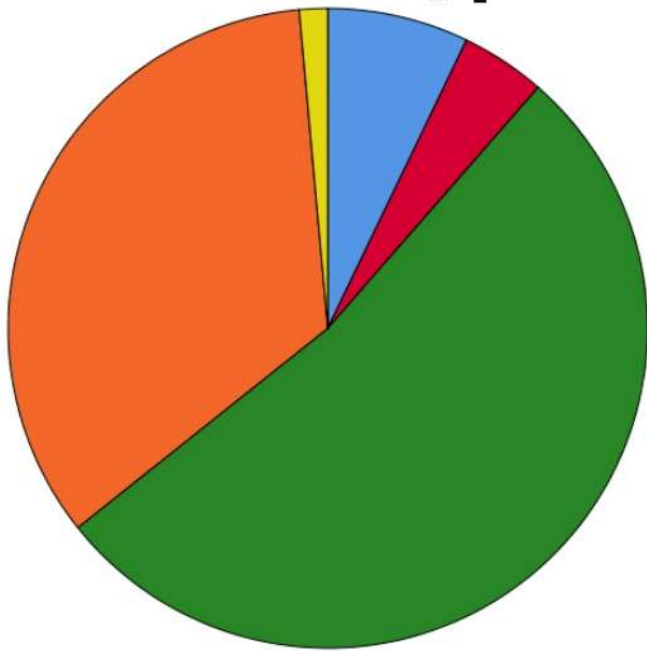
Pie Chart

الجنس



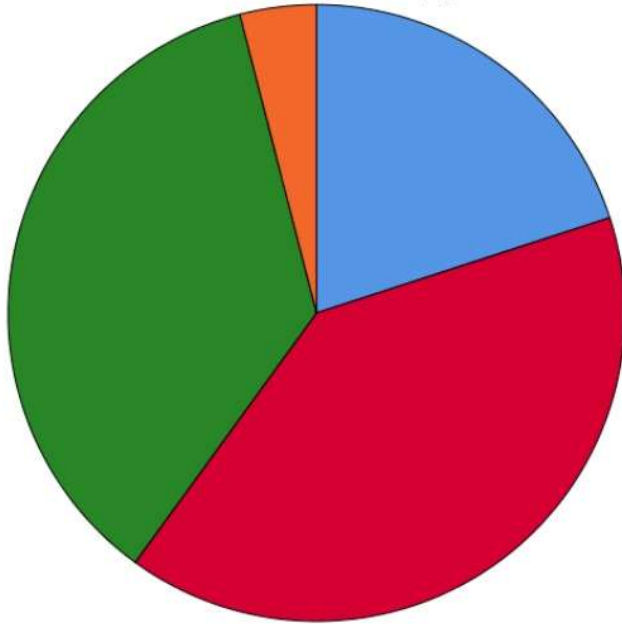
- ذكر
- أنثى

الفئة العمرية



- أقل من 25 سنة
- من 26 إلى 29 سنة
- من 30 إلى 39 سنة
- من 40 سنة إلى 49
- من 50 سنة فما فوق

سنوات_الخبرة

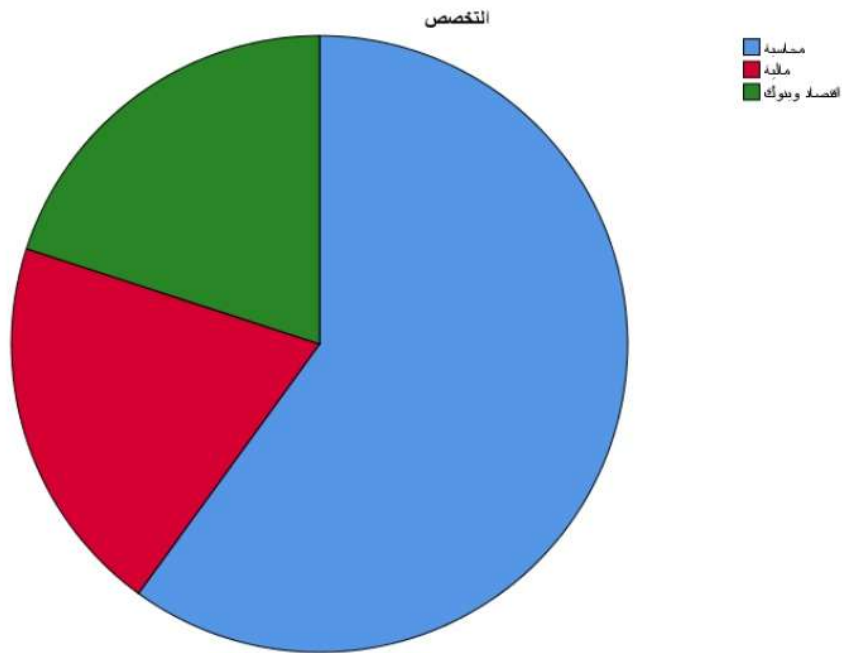


- أقل من 5 سنوات
- من 6 إلى أقل من 10 سنوات
- من 11 إلى أقل من 20 سنة
- من 20 سنة فأكثر

الوظيفة



- مدير
- رئيس مصلحة
- إداري
- أخرى
- 5.00



الملحق رقم 02: تحليل أبعاد المحور الأول

```

RELIABILITY
/VARIABLES=المحور_الثاني_البعد_الث_البعد_الاو_البعد_الثاني_البعد_الأول_المحور_الأول
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

Notes

Output Created	13-MAY-2024 08:48:58	
Comments		
Input	Data	C:\Users\HP\Desktop\تحليل الاستثمارات\Untitled1 boucra.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	50
	File	
	Matrix Input	

Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES= المحور_الأول البعد_الأول_البعد_الثاني_البعد_الأو البعد_الث_المحور_الثاني /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.06

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	70	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
المحور_الأول	86.6600	259.249	.819	.607

البعد_الأول	127.6600	620.882	.820	.744
البعد_الثاني	125.1600	542.260	.804	.683
البعد_الأو	123.6000	547.224	.817	.685
البعد_الث	126.4600	537.274	.825	.690
المحور_الثاني	104.1600	502.831	.783	.810

DESCRIPTIVES VARIABLES=a1 a2 a3 a4 a5 b1 b2 b3 b4 b5 b6 b7
/STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptives

Notes

Output Created	13-MAY-2024 08:49:29	
Comments		
Input	Data	C:\Users\HP\Desktop\تحليل الاستثمارات\Untitled1 boucra.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		All non-missing data are used.
Syntax	DESCRIPTIVES VARIABLES=a1 a2 a3 a4 a5 b1 b2 b3 b4 b5 b6 b7 /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.07

Descriptive Statistics

N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
---	---------	---------	------	----------------

a1	70	1.00	5.00	3.4750	.98800
a2	70	1.00	5.00	3.7570	.80606
a3	70	1.00	4.00	3.1710	1.02116
a4	70	1.00	5.00	3.1710	1.11600
a5	70	1.00	5.00	3.1700	1.12200
b1	70	1.00	5.00	3.0280	1.20305
b2	70	1.00	5.00	2.6850	1.19823
b3	70	1.00	5.00	3.8000	1.18650
b4	70	1.00	5.00	2.6280	1.18176
b5	70	1.00	4.00	2.6200	1.18751
b6	70	1.00	5.00	2.6170	1.19017
b7	70	1.00	5.00	2.7850	2.19947
Valid N (listwise)	70				

DESCRIPTIVES VARIABLES=c1 c2 c3 c4 c5 c6 c7 c8 d1 d3 d4 d5 d6 d7 d8 d9
 /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.

Descriptives

Notes

Output Created	13-MAY-2024 08:50:03	
Comments		
Input	Data	C:\Users\HP\Desktop\تحليل الاستثمارات\Untitled1 boucra.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	50
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	All non-missing data are used.

Syntax		DESCRIPTIVES VARIABLES=c1 c2 c3 c4 c5 c6 c7 c8 d1 d3 d4 d5 d6 d7 d8 d9 /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.25

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
c1	70	1.00	5.00	2.4710	1.27039
c2	70	1.00	5.00	2.0140	1.12278
c3	70	1.00	5.00	2.9420	1.06194
c4	70	1.00	5.00	1.9420	1.20799
c5	70	1.00	5.00	2.1420	1.23590
c6	70	1.00	5.00	2.1300	1.23310
c7	70	1.00	5.00	2.1300	1.31770
c8	70	1.00	5.00	2.1270	1.33208
d1	70	1.00	5.00	2.9000	1.01338
d3	70	1.00	5.00	3.1140	.94524
d4	70	1.00	5.00	3.1140	1.15635
d5	70	1.00	5.00	2.9140	1.08816
d6	70	1.00	5.00	2.9100	1.02798
d7	70	1.00	5.00	2.9100	1.11685
d8	70	1.00	5.00	2.9080	1.15423
d9	70	1.00	5.00	2.4000	1.09563
Valid N (listwise)	70				

NPAR TESTS

/K-S (NORMAL)=البعد_الث_البعد_الاول_البعد_الثاني_البعد_الأول_المحور_الأول_المحور_الثاني
المحور_الثاني
/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

Notes

Output Created		13-MAY-2024 08:50:56
Comments		
Input	Data	C:\Users\HP\Desktop\تحليل استثمارات الاستبيان Untitled1 boucra.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Statistics for each test are based on all cases with valid data for the variable(s) used in that test.
Syntax		NPAR TESTS /K-S(NORMAL)= المحور_الأول = البعْد_الأول_البعْد_الثاني_البعْد_الأو البعْد_الث_المحور_الثاني /MISSING ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.05
	Number of Cases Allowed ^a	349525

a. Based on availability of workspace memory.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		الأول المحور	الثاني المحور
N		70	70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	77.6143	37.8143
	Std. Deviation	18.72090	11.63116
Most Extreme Differences	Absolute	.123	.086
	Positive	.072	.047
	Negative	-.123	-.086
Test Statistic		.123	.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.010 ^c	.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=المحور_الأول المحور_الثاني
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Notes		
Output Created		13-MAY-2024 08:51:13
Comments		
Input	Data	C:\Users\HP\Desktop\تحليل الاستثمارات\Untitled1 boucra.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=المحور_الأول المحور_الثاني /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.13

Correlations

	المحور_الأول	المحور_الثاني
المحور_الأول	Pearson Correlation	1
		.725

	Sig. (2-tailed)		.077
	N	70	70
المحور_الثاني	Pearson Correlation	.725	1
	Sig. (2-tailed)	.077	
	N	70	70

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT المحور_الثاني
  /METHOD=ENTER البعد_الأول .

```

Regression

Notes

Output Created	13-MAY-2024 08:51:41	
Comments		
Input	Data	C:\Users\HP\Desktop\تحليل الاستمارات\Untitled1 boucra.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	50
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT المحور_الثاني /METHOD=ENTER البعْد_الثاني.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.07
	Memory Required	3920 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	البعْد_الثاني	.	Enter

- a. Dependent Variable: المحور_الثاني
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.508 ^a	.222	-.210	10.335

- a. Predictors: (Constant), البعْد_الثاني

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.965	1	31.965	82.384	.000 ^b
	Residual	3998.215	68	83.296		
	Total	4030.180	69			

- a. Dependent Variable: المحور_الثاني
b. Predictors: (Constant), البعْد_الثاني

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	37.762	5.296		7.131	.000
	البعد_الأول	.258	.464	.089	-.619	.000

a. Dependent Variable: المحور_الثاني

```
REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT المحور_الثاني
  /METHOD=ENTER البعد_الثاني.
```

Regression

Notes

Output Created	13-MAY-2024 08:52:02	
Comments		
Input	Data	C:\Users\HP\Desktop\تحليل الاستثمارات\Untitled1 boucra.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	50
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT المحور_الثاني /METHOD=ENTER البعد_الأول.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.16
	Memory Required	3920 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	البعد_الأول ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: المحور_الثاني

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.471 ^a	.541	.210	10.33595

a. Predictors: (Constant), البعد_الأول

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	340.931	1	340.931	47.436	.000 ^b
	Residual	3689.249	68	76.859		
	Total	4030.180	69			

a. Dependent Variable: المحور_الثاني

b. Predictors: (Constant), البعد_الأول

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	24.670	4.866		5.070	.000
	البعد_الأول	.222	.346	.291	2.106	.040

a. Dependent Variable: المحور_الثاني

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT المحور_الثاني
  /METHOD=ENTER .البعد_الاول
  
```

Regression

Notes

Output Created		13-MAY-2024 08:52:25
Comments		
Input	Data	C:\Users\HP\Desktop\تحليل الاستثمارات\Untitled1 boucra.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT المحور_الثاني /METHOD=ENTER البعد_الاول.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.22
	Memory Required	3920 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	البعد_الاول ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: المحور_الثاني
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.363 ^a	.025	.119	10.91054

- a. Predictors: (Constant), البعد_الاول

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99.257	1	99.257	17.212	.002 ^b
	Residual	3930.923	68	81.894		
	Total	4030.180	69			

- a. Dependent Variable: المحور_الثاني
b. Predictors: (Constant), البعد_الاول

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	28.317	5.831		4.856	.000
	البعد_الأو	.810	.376	.157	1.101	.002

a. Dependent Variable: المحور_الثاني

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT المحور_الثاني
  /METHOD=ENTER .البعد_الث
  
```

Regression

Notes

Output Created	13-MAY-2024 08:52:42	
Comments		
Input	Data	C:\Users\HP\Desktop\تحليل_الاستثمارات\Untitled1 boucra.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
	Missing Value Handling	Definition of Missing
Cases Used		Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT المحور_الثاني /METHOD=ENTER البعَد_الث
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.15
	Memory Required	3920 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	0 bytes

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	البعَد_الث ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: المحور_الثاني

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.121	.443	8.67714

a. Predictors: (Constant), البعَد_الث

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	487.414	1	487.414	9.604	.000 ^b
	Residual	3542.766	68	73.808		
	Total	4030.180	69			

a. Dependent Variable: المحور_الثاني

b. Predictors: (Constant), البعَد_الث

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	25.523	3.728		6.847	.000
	البعد_الث	2.094	.287	.348	14.570	.000

a. Dependent Variable: المحور_الثاني