



## العوامل المؤثرة في انتشار بطاقة الدفع الإلكتروني المصرفية من وجهة نظر العاملين بالمصارف

سالم امحمد كريم

قسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد والتجارة، الجامعة الأسمرية الإسلامية، ليبيا  
d.salemmk@gmail.com

### المستخلص

تناولت الدراسة أهم العوامل المؤثرة في رواج استخدام البطاقة الإلكترونية المصرفية بين زبائن المصارف في ليبيا، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها من خلال اختبار الانحدار الخطي البسيط لقياس العلاقة بين مجموعة المتغيرات المستقلة ( الوعي المصرفي للزبون، البنية التحتية للاتصالات، السرية والأمان، انتشار أجهزة نقاط البيع P.O.S ) ورواج استخدام البطاقة المصرفية، معنوية العلاقة عند مستوى ( 0.001 ) بين المتغيرات المدروسة ماعدا متغير البنية التحتية للاتصالات، كما أظهرت نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط، أن المتغير المستقل الوعي المصرفي جاء بأكبر درجة تأثير، بتفسيره لنسبة عالية من التغير في المتغير التابع للدراسة وهو رواج البطاقة المصرفية، بنسبة 47.2% وذلك عند قياس العلاقة مباشرة وباقي النسبة لمتغيرات أخرى لم يشملها الاختبار، يليها توافر نقاط البيع والسرية والأمان بنسب 22% و 16% على التوالي.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية، رواج البطاقة المصرفية، وسائل الدفع الإلكتروني

### 1. الإطار النظري للدراسة:

#### 1-1 المقدمة:

يلعب النظام المصرفي للدول دوراً محورياً ومهماً في تعبئة الموارد المالية ممثلة في المدخرات، عبر ذراعه الرئيسية المتمثلة في المصارف التجارية والمتخصصة على حد سواء، ومن تم إعادة توجيهها عبر الفرص الاستثمارية المتاحة بالسوق ما يدعم النمو الاقتصادي لها، وفي سبيل أداء الدور المناط بها، تقوم المصارف بتقديم مجموعة متنوعة من الخدمات المصرفية لزبائنها بالسوق المصرفي،

والمصارف الليبية ليست استثناء في ذلك فهي على غرار ما تقدمها المصارف العاملة في دول العالم تسعى جاهدة لتقديم خدمات مصرفية ترضي شريحة واسعة من عملائها.

هذا وبالرغم من سمت التأخر التي تكتسي المصارف الليبية أسوه بنظيراتها في الدول النامية مقارنة بالدول المتقدمة، إلا أنها تعمل بشكل مستمر على تطوير وتحديث منظومة الخدمات المصرفية التي تقدمها لزبائنها، ومع منتصف العقد الأخير من القرن الماضي بدأت المصارف الليبية في تقديم بعض الخدمات الإلكترونية كالبطاقة المصرفية الإلكترونية وآلات السحب (ATM) بما يلي تطلعات زبائنها، وقد شهدت العشر سنوات الأخير تسارعاً ملحوظاً من المصارف الليبية لتنوع خدماتها، وتقديم حزمة من الخدمات الإلكترونية حديثة العهد على السوق المصرفي الليبي، من هذه الخدمات المصرف النقل، بطاقات الفيزا والبطاقة المصرفية الإلكترونية، وتطبيق هاتفي، وانتشار آلات السحب الآلي (ATM) ونقاط البيع (P.O.S) وتحويل الأموال إلكترونياً وغيرها.

وتعد الخدمات المصرفية الإلكترونية من الخدمات المتطورة للمصارف الليبية، والتي تسعى من خلالها للتنافس بين بعضها البعض لكسب رضا الزبائن والسيطرة على أكبر حصة من السوق المصرفي في ليبيا، وبالتالي تعزيز قدرتها على تعظيم الأرباح وتحقيق أهداف المالك، وتصطدم قدرة المصارف على تحقيق هذه الأهداف، بمجموعه من العوامل والمحددات التي تؤثر بشكل أو بآخر في انتشار وروج هذا النوع من الخدمات، لذلك جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على مجموعة من تلك العوامل المفترض تأثيرها في الخدمات الإلكترونية عموماً، والبطاقة المصرفية خصوصاً ومن هذه العوامل الوعي المصرفي للزبون، والبنية التحتية للاتصالات، درجة السرية والأمان، ونقاط البيع.

## 1-2 مشكلة الدراسة:

الملاحظ لتطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في ليبيا يجد تحديات وعقبات كثيرة واجهة المصارف عند طرح هذه الخدمات للزبائن في بادئ الأمر، وكان جزء كبير من هذه التحديات خارجة سلطة المصارف كالثقافة والوعي المصرفي للزبون، والبنية التحتية للاتصالات وشبكات الإنترنت، ومنها ما هو ضمن اختصاص المصارف كسرية وأمان الخدمة المصرفية، وتزويد العملاء بالبطاقات الإلكترونية، أجهزة (ATM) ، نقاط البيع (P.O.S)، ومع عمل الجهاز المصرفي بالتنسيق مع مؤسسات الدولة ذات العلاقة لتطوير بيئة العمل المصرفي، والحد من العراقيل والمعوقات التي قد تحول دون انتشار هذه الخدمات، نجد تغيراً ملحوظاً في تزايد إقبال الزبائن المصرفيين على التعامل بالبطاقة المصرفية، إلى جانب تزايد استعداد الجهات المتعاملة مع الزبون من مراكز تجارية وأسواق مجمعة

ومنتجات سياحية ومصحات ومستشفيات خاصة وصيديات ومكاتب الخدمات العامة بل حتى محال الجزارة والخضروات، أصبحت تقبل البطاقة المصرفية كوسيلة دفع لتحصيل قيمة مبيعاتها، وقد رأى الباحث بأن هذه الظاهرة الإيجابية جديرة بالدراسة والتحليل، وتحديد أهم العوامل التي تدعم نمو وروج استخدام البطاقة الإلكترونية المصرفية بالسوق الليبي، لدى جاءت هذه الدراسة لتسب الضوء على هذه العوامل وتحاول الإجابة عن السؤال التالي:

ما هي أهم العوامل التي تساهم في تزايد استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني من قبل عملاء المصرف وبالتالي رواج الخدمة؟ وفي المقابل تحديد أهم المعوقات التي لازالت تحول دون سرعة انتشارها من ضمن العوامل التي تغطيها هذه الدراسة بالقياس والتحليل؟

#### 4-1 فرضيات الدراسة:

باعتقاد الدراسة على قياس العلاقة المباشرة بين المتغير المستقل والتابع باستخدام اختبار التحليل الإحصائي البسيط جاءت الفرضيات كالتالي:

1- هناك علاقة سببية ذات دلالة إحصائية بين الوعي المصرفي للزبون ودرجة رواج استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني المصرفية.

2- هناك علاقة سببية ذات دلالة إحصائية بين البنية التحتية للاتصالات ودرجة انتشار استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني المصرفية.

3- هناك علاقة سببية ذات دلالة إحصائية بين مستوى السرية والأمان ودرجة رواج استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني المصرفية.

4 - هناك علاقة سببية ذات دلالة إحصائية بين توافر آلات نقاط البيع ( P.O.S ) ودرجة رواج استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني المصرفية.

#### 5-1 أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى بلوغ أهداف محورية يمكن إيجازها في التالي:

1- تسليط الضوء على أهم العوامل التي تساهم في رواج بطاقة الدفع الإلكتروني المصرفية بمدينة زليتن خصوصاً، وكافة المدن الليبية عموماً، ومن تم توجيه القائمين على العمل المصرفي بأخذها بعين الاعتبار عند وضع سياستهم التوسعية بالسوق المصرفي الليبي.

2- التعرف على أهم العوامل التي مازالت تحد من انتشار الخدمات المصرفية الإلكترونية عموماً وخدمة بطاقة الدفع الإلكتروني خصوصاً من وجهة نظر العاملين بالمصارف العاملة بمدينة زليتن.

3- تحديد أهم العوامل الداعمة لرواج بطاقة الدفع الإلكتروني المقدمة كخدمة مصرفية إلكترونية بمدينة زليتن، من وجهة نظر مقدمي الخدمة المصرفية كونهم على تماس مباشر مع الزبائن، حيث تمثل ردود أفعال الزبائن واستفساراتهم حيال الخدمة معلومات التغذية العكسية التي تبنى على أساسها إستراتيجيات التوسع المصرفي في تقديم هذا النوع من الخدمات.

4- تقديم توصيات علمية مرتكزة على دراسة علمية معمقة لصناع القرار في السوق المصرفي الليبي تساهم في توجيههم باتجاه ما يخدم تطلعاتهم في تعزيز مراكزهم التنافسية وتنامي فرصهم في تحقيق أعلى مستوى للربحية.

#### 1-6 أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة، من خلال مساعدة المصارف العاملة بالسوق المصرفي الليبي على معرفة أهم العوامل المؤثرة في سلوك زبائنهم، تجاه التوسع في استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني ، ورواجها كخدمة مصرفية إلكترونية كبديل للدفع النقدي عند شراء السلع والخدمات، كما يمكن أن تسهم الدراسة عند تحديد هذه العوامل بما يخدم سعي المصارف للسيطرة على أكبر حصة من السوق المصرفي في إطار المنافسة البنينة فيما بين بعضها البعض، من خلال وضع خطط وإستراتيجيات تسويقية عالية الكفاءة لهذا النوع من الخدمات، مبنية على دراسة علمية تحليله للسوق المصرفي الليبي.

#### 1-7 منهجية الدراسة:

تم تبني أسلوب المنهج الوصفي لإنجاز هذه الدراسة، وهو أحد المناهج العلمية الرصينة المعمول بها ضمن مناهج البحث العلمي وفقاً لمقتضيات هذا النوع من الدراسات، نظراً لغياب السلسلة الزمنية التي يعتمد عليها المنهج الكمي اعتماداً على حداثة الخدمة بالسوق المصرفي الليبي، حيث يركز هذا المنهج على تفسير الظواهر والقضايا العلمية بأسلوب تحليلي معمق حول الأبعاد المختلفة للظاهرة وتأثير البيئة المحيطة بها، ولجمع بيانات الدراسة قام الباحث بتصميم استمارة استبيان وقد أخضعت للتحكيم من مجموعة من المختصين ذوي الكفاءة بهدف تحكيمها وتهذيبها بما يخدم الدراسة للوصول الى النتائج العلمية المرجوة، لتأتي الخطوة التالية فيما بعد وهي توزيع عدد ( 90 استمارة استبيان) على العاملين بمجموعة واسعة من المصارف بنسبه فاقت 80% من فروع المصارف العاملة بمدينة زليتن

مثلت عينة الدراسة، وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية المعروف اختصاراً بـ (SPSS).

### 8-1 حدود البحث:

تم تحديد دراسة العوامل المؤثرة في انتشار بطاقة الدفع الإلكتروني المصرفية ورواج التعامل بها من قبل زبائن المصرف كحدود موضوعية للدراسة، وقد شملت العوامل محتملة التأثير والخاضعة للدراسة: الوعي المصرفي للزبون، البنية التحتية للاتصالات، درجة السرية والأمان بالنسبة للخدمة، توافر نقاط البيع (P.O.S)، بينما اقتصرت الحدود المكانية للدراسة على مدينة زليتن الليبية، أما بالنسبة للحدود الزمنية لها فتمثلت في الفترة الزمنية التي وزعت فيها استمارات الاستبيان على عينة الدراسة في الربع الأخير من سنة 2024م.

### 9-1 الدراسات السابقة:

باستعراض الأدبيات في مجال التمويل والمصارف، من خلال الدراسة المسحية للنجاح العلمي الذي تمكن الباحث من الوصول إليه ورقياً وإلكترونياً، واستناداً لمضمون الورقة وعنوانها فقد خلص الباحث لاختيار مجموعة من الدراسات تعد الأكثر ارتباطاً بموضوع الورقة نستعرضها في التالي:

#### دراسة (فص، 2015م):

استعرضت الدراسة عدداً من العوامل محتملة التأثير على الزبائن المتوقع تعاملهم مع الخدمات الإلكترونية للمصارف في ليبيا، واستخدمت الباحثة الاستبانة لجمع البيانات اللازمة لإنجاز الدراسة، حيث وزعت (250) استمارة أخضعت للتحليل بهدف اختبار فرضيات الدراسة، وخلصت الدراسة الى أن هناك تأثير كبير للخصائص الديموغرافية في مستوى إقبال الزبائن على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، بالإضافة الى عامل السرية والأمان، وقد أوصت الدراسة بضرورة تنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة لجمهور الزبائن، مع رفع كفاءة الموظفين بالمصارف وتدريبهم على التعامل مع التكنولوجيا المصرفية.

#### دراسة (الفراج، 2019م):

تناولت الدراسة بالبحث بيئة عمل البطاقات الائتمانية، وأهم المعوقات التي تواجه استخدامها في بيئة الدراسة المتمثلة في المصارف التجارية بمدينة الزاوية، وقد تبني الباحث المنهج الوصفي لتحليل البيانات المستقاة من الاستمارات الموزعة والتي بلغت (75) استمارة، واستنتجت الدراسة وجود علاقة طردية قوية

بين صعوبات استخدام البطاقة من قبل الزبون، ودرجة استخدامها، وأوصت الدراسة بالعمل على رفع مستوى الوعي المصرفي لدى الزبائن بالدعاية والنشرات الإرشادية.

#### دراسة (الصقع، 2021):

استعرضت الدراسة أهم العوامل المحددة لانتشار بطاقات الدفع الإلكتروني بفروع مصرف الوحدة بالمنطقة الغربية، وقد اشتملت المحددات التي تناولتها الدراسة ( الوعي المصرفي، القوانين والتشريعات، غياب عنصر الأمن، البنية التحتية)، ومن أبرز ما توصلت إليه الدراسة وجود علاقة معنوية بين الوعي المصرفي وكذلك التشريعات والقوانين بالإضافة إلى البنية التحتية كمحددات لانتشار بطاقات الدفع الإلكترونية المصرفية، وقد قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات من أهمها العمل على تحديث البنية التحتية من خلال دعم استقرار إمدادات الطاقة الكهربائية بما يدعم بقاء نقاط الخدمة الإلكترونية في حالة جاهزية تامة لخدمة العملاء.

#### دراسة ( الباوندي وجمعة، 2021 ):

هدفت هذه الدراسة للتعرف على مدى قدرة بطاقات الدفع الإلكتروني في المساهمة بمعالجة أزمة السيولة بالمصارف الليبية والحد منها خلال فترة الدراسة، وقد توصلت الدراسة إلى استنتاج مفاده أن البطاقات المصرفية الإلكترونية، لديها القدرة على المساهمة في حل أزمة السيولة التي تهيمن على السوق المصرفي الليبي، إذا لاقت هذه الخدمة المصرفية الدعم والقبول من قبل أصحاب المتاجر واعتبارها بديل مناسب لمبيعاتهم النقدية، وأوصت الدراسة بتعزيز التعاون والتنسيق بين المصارف وأصحاب المحال التجارية، لقبول استخدام البطاقات الإلكترونية في سداد المدفوعات المالية، بما يخدم تعزيز عامل الثقة لدى الزبون بأهمية البطاقات المصرفية.

#### دراسة ( لراي، سفيان، وآخرون، 2021):

حاولت الدراسة تسليط الضوء على تزايد تنوع تشكيلة الخدمات الإلكترونية المصرفية المقدمة من المصارف العاملة بالسوق المصرفي الجزائري، مع تباين التعامل معها من قبل الزبائن من خلال دعم عامل الثقة الإلكترونية، بما يخلق ردود أفعال إيجابية من الزبائن تجاه الصيرفة الإلكترونية، وقد خلصت الدراسة إلى أن الإقبال على التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية تحد منه مجموعة من المعوقات، منها ما يتعلق بطبيعة الخدمة ودرجة مخاطرها وكذلك إجراءات المبادلة، وقد أوصى الباحثون بضرورة

عمل المصارف على تجاوز هذه المعوقات ببناء الثقة لدى الزبائن، وتسخير كل الإمكانيات بشكل مدروس للحد من تأثير هذه المعوقات.

#### دراسة ( بلحاج وبن سماعيل، 2021):

هدفت هذه الدراسة لاكتشاف مدى توافر متطلبات توظيف الصيرفة الإلكترونية من قبل المصارف الجزائرية، من وجهة نظر العاملين بالقطاع المصرفي، وقد اشتملت على عينة من المصارف العاملة في ولاية بسكرة، وقد تم توزيع ( 76 ) استمارة استبيان على عينة الدراسة، وبعد التحليل لاختبار فرضيات الدراسة، تم التوصل الى عدم توافر المتطلبات الرئيسية لتقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية بالمصارف محل الدراسة، وكان مما أوصت به الدراسة ضرورة تطوير البنية التحتية للاتصالات من خلال تشجيع الاستثمار في هذا القطاع، الى جانب الاعتماد على الإنترنت عالي السرعة كونه عصب الخدمات المصرفية الإلكترونية.

#### دراسة ( حزية، 2021):

هدفت الدراسة الى تناول أهم التحولات والتطورات الحاصلة في قطاع الصناعة المصرفية العالمية، وانعكاساتها على دفع المصارف الجزائرية باتجاه تطوير خدماتها المصرفية عموماً والإلكترونية على وجهه الخصوص، وقد استنتجت الدراسة ضعف فاعلية الخدمات المصرفية التقليدية، ما يحتم على المصارف ضرورة الولوج الى مجال التكنولوجيا والخدمات الإلكترونية المصرفية، بما يؤهلها للمنافسة في السوق المحلية والدولية، ومما أوصت به الدراسة ضرورة العمل على تبني السبل الكفيلة بمواجهة التحديات الناتجة عن التعامل بالنقود الإلكترونية والصكوك والبطاقات الائتمانية.

#### دراسة ( مسعود، 2022):

تناولت الدراسة دور الصيرفة الإلكترونية أثناء الأزمات، من خلال تقييم الخدمة الإلكترونية للزبون ودورها في مواجهة الأزمات المصرفية وخصوصاً في ظل جائحة كورونا، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، عبر الاعتماد على استمارة الاستبيان، وقد خلصت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها سعي المصرف المركزي في ليبيا لدعم توجه المصارف التجارية نحو تبني خدمات الصيرفة الإلكترونية، مع الإشارة لوجود إقبال متزايد على التعامل بهذه الخدمات في ظل الأزمة، ومما أوصت به الدراسة ضرورة تطوير قطاع الاتصالات في ليبيا، بما يدعم نجاح تجربة التحول الى الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل المصارف الليبية.

**دراسة ( رزيقه، 2022):**

أبرزت الدراسة أهمية الصيرفة الإلكترونية، ومدى تأثيرها في تحسين أداء المصارف العاملة بالسوق المصرفي الجزائري، وأجريت الدراسة على مصرف الفلاحة والتنمية الريفية استناداً لوجهة نظر العاملين بالمصرف، وقد استخدم الباحث الاستبانة لجمع البيانات عن عينة الدراسة، بهدف اختبار فرضياتها بغيت الوصول الى نتائج علمية، ومما استنتجه الباحث مساهمة خدمات الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء للمصرف محل الدراسة، من خلال الأثر الإيجابي لهذه الخدمات في زيادة الربحية والحد من المخاطر، بالإضافة الى السرعة في إنجاز العمليات المصرفية المقدمة للزبائن، وقد أوصت الدراسة بضرورة الاستفادة من الثورة التكنولوجية في العمل المصرفي، مع زيادة مخصصات الإنفاق الاستثماري لتطوير تقنية وأدوات الخدمات المصرفية الإلكترونية.

**دراسة ( دراز، 2022):**

استعرضت الدراسة طبيعة العلاقة بين مستوى الوعي المصرفي للزبون بمتطلبات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني ضمن خدمات الصيرفة الإلكترونية، وقدرة الزبون على السيطرة بسلوكه الشرائي، وتحديدًا عينة الدراسة المتمثلة في المرأة العاملة بجمهورية مصر العربية، وقد وظفت الباحثة الأسلوب الوصفي التحليلي اعتماداً على استمارة استبيان، لتحليل البيانات واختبار الفرضيات واستخلاص النتائج، وكان مما استنتجته الدراسة وجود علاقة ارتباط موجبة دالة إحصائياً بين مستوى وعي الزبون باستخدام بطاقات الائتمان، وقدرة المرأة العاملة على السيطرة بسلوكها الشرائي عبر خدمات الصيرفة الإلكترونية، وقد أوصت الباحثة بتكثيف حملات التوعية لتعريف الزبائن بالإجراءات الوقائية والعلاجية، لرفع مستوى الوعي باستخدام البطاقات الائتمانية، وتحفيز القدرة على السيطرة بالسلوك الشرائي للمرأة العاملة بمصر.

**دراسة ( بولحليب وقاسيمي، 2022):**

تناولت هذه الدراسة الاستثمار المصرفي في التكنولوجيا المصرفية وأثرها على رضا الزبائن، وكان مما سعت له الدراسة تقييم الواقع الفعلي للاستثمار في مجال التكنولوجيا الإلكترونية بالمصارف محل الدراسة، من خلال استطلاع آراء الزبائن عبر الدراسة الميدانية، وقد استطلعت آراء عدد ( 50 ) زبون من زبائن المصرف عينة الدراسة، لتحديد مستوى رضاهم عن الخدمات الإلكترونية المقدمة من قبل المصرف، ومن أهم ما استنتجته الدراسة تنوع الخدمات الإلكترونية التي يقدمها المصرف لزبائنه، كالبطاقات المصرفية الإلكترونية وخدمات المصرف النقال الى جانب أجهزة الدفع الإلكتروني وغيرها من الخدمات، بما يخدم متطلبات تنفيذ التعاملات المالية مع المؤسسات الاقتصادية والخدمية المختلفة، وقد أوصت

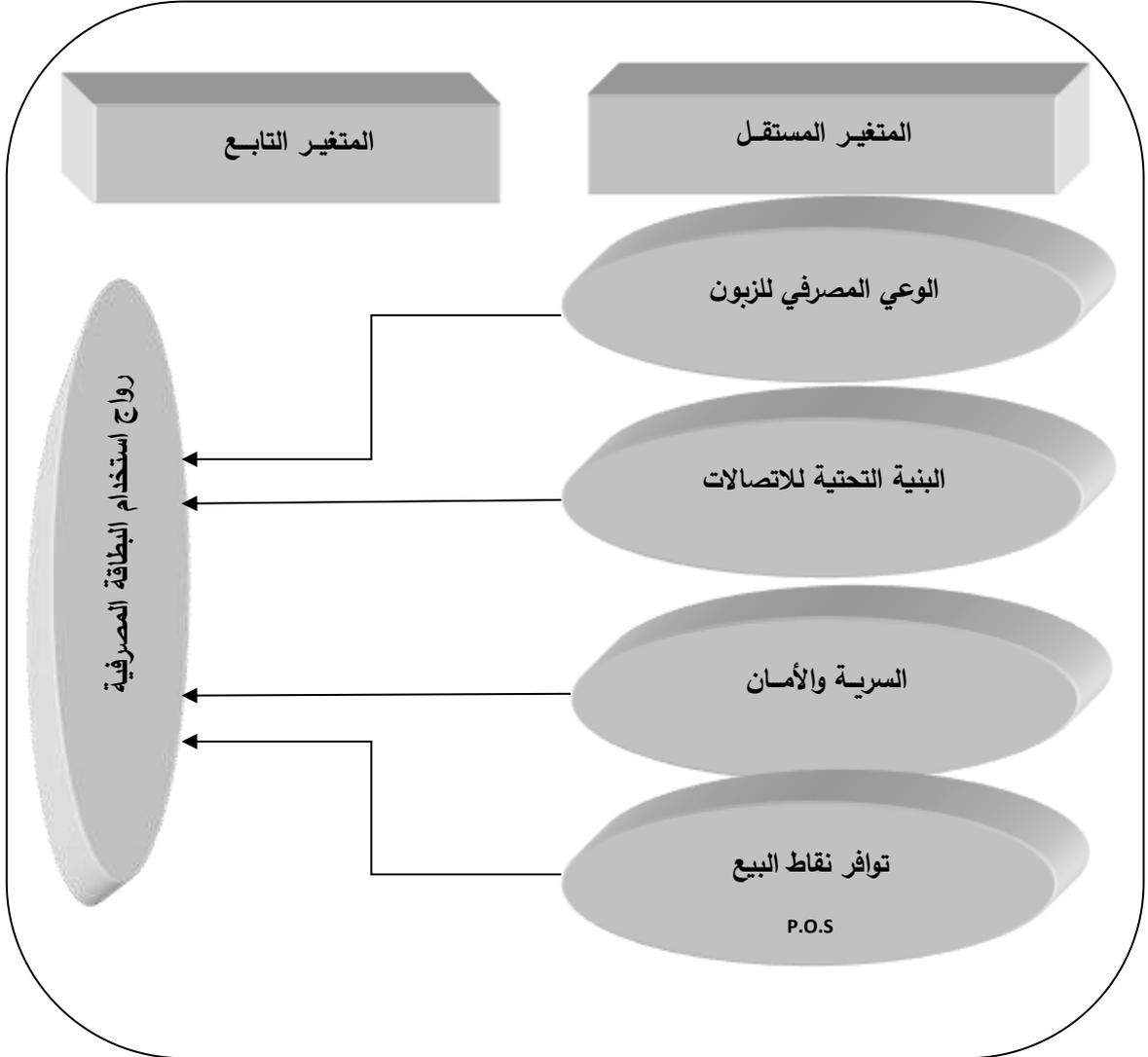
الدراسة بضرورة تطوير المصرف لنظام أمان لحماية شبكته الإلكترونية، من مخاطر القرصنة وتشجيع الزبائن على التعامل مع هذا النوع من الخدمات.

**دراسة ( رحيل، 2023):**

تناولت الدراسة البحث في إمكانية تقديم أدلة علمية عن أهم العوامل المؤثرة في الخدمات المصرفية الإلكترونية من وجهة نظر زبائن المصارف التجارية الليبية، وقد اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي وبهدف اختبار الفرضيات واستخلاص النتائج قام الباحث بتوزيع ( 322 ) استمارة استبيان على عينة من جمهور المتعاملين مع المصارف محل الدراسة، هذا وقد خلصت الدراسة الى عدت نتائج منها، احتمالية تعرض الزبائن الى مخاطر عالية عند التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية، كاحتمال فقدان معلومات شخصية أو سرية حول حساباتهم المصرفية، وأوصت الدراسة في هذا الشأن بأهمية العمل على حماية بيانات الزبائن، وضمان سرية المعلومات الشخصية من قبل الجهات المصرفية المقدمة للخدمة.

**دراسة (حيات، غنية، 2023):**

استعرضت الدراسة أهم التحولات التي شهدتها القطاع المصرفي بالجزائر، وتوجه المصارف لتوطين التكنولوجيا المالية، وسبل تطوير خدمات الصيرفة الإلكترونية، وقد كان من ضمن أهداف الدراسة معرفة العوامل الداعمة لاستخدام التكنولوجيا المالية، وخلصت الدراسة الى عدة نتائج من أهمها أن العمل المصرفي شهد العديد من التحولات، كظهور المصارف الرقمية وتوطين الذكاء الاصطناعي ضمن منظومة العمل المصرفي بالجزائر، والانتشار الواسع لاستخدام المصرف النقال في تسديد مدفوعات الزبائن، وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات أبرزها ابتكار حلول مالية حديثة تدعم استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، مع الاستفادة من تجارب الدول السبّاقة في هذا المجال.



## 2. الجانب العملي للدراسة:

### 2. 1 مجتمع وعينة البحث:

تمثل مجتمع الدراسة في المصارف العاملة بالسوق المصرفي الليبي، بينما حددت العينة في العاملين بالمصارف العاملة في مدينة زليتن والتي تمثل خامس أكبر مدينة ليبية من حيث تعداد السكان والبالغ 335 ألف نسمة تقريباً، وفقاً لإحصائيات منظومة الأحوال المدنية لسنة 2024م (Zliten.gov.ly)، وقد ضمت المصارف التي خضعت للدراسة تسعة مصارف تعمل على تقديم الخدمات المصرفية

الإلكترونية كجزء من الخدمات المصرفية المقدمة لزبائنها بالمدينة بنسبه فاقت 80%، والمصارف التي شملتها الدراسة هي ( الجمهورية بفرعي المدينة والمنارة، التجاري الوطني، الوحدة، شمال أفريقيا، التجارة والتنمية، المصرف الإسلامي، مصرف اليقين، الأندلس)، ويدعم اختيار الباحث لمدينة زليتن والمصارف العاملة بها كعينة للدراسة، أن المدينة تمثل مركزاً تجارياً وصناعياً مهم في ليبيا، فهي تضم عدت مصانع للإسمنت ومطاحن للأعلاف ومصانع للدقيق ومجمع للصناعات الغذائية وغيرها من النشاطات الزراعية والصناعية والتجارية، كما تمتلك سوقاً نشطاً للعملة ومكاتب الصرافة وعدداً ليس بالقليل من كبار رجال الأعمال في ليبيا، كل ذلك جعلها مركز اهتمام المصارف الرئيسية العاملة بالسوق المصرفي الليبي، ما يجعلها عينة معبرة للدراسة، وبالتالي قابلية وواقعية تعميم نتائجها على مجتمع الدراسة ككل.

### أداة جمع البيانات:

استخدم الباحث الاستبيان لجمع البيانات الخاصة بالدراسة وتم تقسيم الاستبيان الى قسمين وهما:

■ القسم الأول ويحتوي على الجانب الديموغرافي (الجنس – العمر – المؤهل العلمي – المستوى الوظيفي – اسم المصرف).

■ القسم الثاني ويحتوي على محاور الدراسة وهي:

✓ المحور الأول وهو المتغير التابع (رواج استخدام البطاقة المصرفية) ويتضمن سبع عبارات.

✓ المحور الثاني وهو المتغير المستقل (الوعي المصرفي للزبون) ويتضمن ست عبارات.

✓ المحور الثالث وهو المتغير المستقل (البنية التحتية للاتصالات) ويتضمن ست عبارات.

✓ المحور الرابع وهو المتغير المستقل (السرية والأمان) ويتضمن ست عبارات.

✓ المحور الخامس وهو المتغير المستقل (توافر نقاط البيع) ويتضمن ست عبارات.

وزعت ( 90 استبيانه ) على موظفي المصارف العاملة داخل مدينة زليتن وبعد الاستلام تبين أن عدد الاستثمارات المسترجعة ( 85 ) استبانة، وبالفحص اتضح أن إحدى الاستثمارات غير قابلة للتحليل الإحصائي، وكانت نسبة الاستبيانات المستلمة والقابلة للتحليل الإحصائي كالاتي: ( مصرف الجمهورية بفرعي المدينة والمنارة بنسبة (22.7%) — الوحدة بنسبة (11.9%) شمال أفريقيا بنسبة (9.5%) —التجاري الوطني بنسبة (11.9%) — التجارة والتنمية بنسبة (11.9%) — اليقين بنسبة (9.5%) — الإسلامي بنسبة (10.7%) - الأندلس بنسبة (11.9%).

الإجابات مغلقة على العبارات على أساس مقياس ليكرت الخماسي، حيث أخذت إجابة اعترض بشدة رقم (1) وإجابة لا أوافق رقم (2) وإجابة محايداً رقم (3) وإجابة أوافق رقم (4) وعبارة أوافق بقوة رقم (5).

## 2.2 الأساليب الإحصائية المتبعة:

استخدام الباحث برنامج الحزمة الإحصائية SPSS من أجل تحليل بيانات الاستبيانات الموزعة على عينة الدراسة، حيث استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية وهي التكرار والتكرار المئوي والمتوسط الحسابي والعام والانحراف المعياري والترتبة والوزن النسبي ومعامل الفا كرونباخ واختبار "كولو مجروف سمير نوف" واختبار t للعينة الواحدة وتحليل الانحدار الخطي البسيط.

### اختبار الثبات والصدق للاستبيان:

لقياس الثبات والصدق للاستبيان خضعت الاستمارة للتحكيم من كفاءات مختصة في مجال التمويل والمصارف، كما استخدم الباحث اختبار الفا كرونباخ لمزيد من الدقة والمصادقية، والجدول رقم (1) يبين نتائج اختبار الفا كرونباخ للمحاور.

جدول ( 1 ) يبين نتائج اختبار الفا كرونباخ

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
رواج استخدام البطاقة المصرفية	7	0.861	0.928
الوعي المصرفي للزبون	6	0.787	0.887
البنية التحتية للاتصالات	6	0.866	0.931
السرية والأمان	6	0.790	0.889
توافر نقاط البيع	6	0.847	0.920

يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن جميع نتائج الثبات والصدق، لإجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة بكل محور من محاور الدراسة، كانت أكبر من (70%)، مما يدل على أن الاستبيان يتصف بالثبات والصدق وهو يحقق أغراض الدراسة، ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً.

## 2 . 3 نتائج التحليل الإحصائي:

### أولاً: التحليل الوصفي للبيانات الديموغرافية

الجدول رقم (2) يبين الأعداد والنسبة المئوية وفقاً للمتغيرات الديموغرافية.

المتغير	الفئة	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	75	89.3
	أنثى	8	9.5
	لم يكتب	1	1.2
العمر	من 18 الي اقل من 26 سنة	3	3.6
	من 26 الي اقل من 36 سنة	45	53.6
	من 36 الي اقل من 46 سنة	17	20.2
	من 46 سنة الي اقل من 55 سنة	12	14.3
	أكبر من 55 سنة	6	7.1
	لم يكتب	1	1.2
	الشهادة الثانوية أو ما يعادلها	7	8.3
المؤهل العلمي	دبلوم عالي أو بكالوريوس	70	83.4
	ماجستير	6	7.1
	لم يكتب	1	1.2
المستوى الوظيفي	مدير فرع	2	2.4
	رئيس قسم	28	33.3
	موظف	52	61.9

2.4	2	لم يكتب	سنوات الخبرة
54.8	46	اقل من 10 سنوات	
21.4	18	من 10 الي اقل من 21 سنة	
15.5	13	من 21 الي اقل من 30 سنة	
8.3	7	أكثر من من 30 سنة	

من الجدول أعلاه يتضح كالاتي: .

- اغلب أفراد عينة الدراسة ذكور بنسبة (89.3%) من إجمالي العينة.
- اغلب أفراد عينة الدراسة كانت أعمارهم من 26 الي اقل من 36 سنة بنسبة (53.6%) من إجمالي أفراد العينة.
- اغلب أفراد عينة الدراسة كانت مؤهلتهم دبلوم عالي أو بكالوريوس بنسبة (83.4%) من إجمالي أفراد العينة.
- اغلب أفراد عينة الدراسة موظفين بنسبة (61.9%) من إجمالي أفراد العينة.
- اغلب أفراد عينة الدراسة كانت سنوات خبرتهم اقل من 10 سنوات بنسبة (54.8%) من إجمالي أفراد العينة.

ثانياً: التحليل الإحصائي الوصفي لمحاور الدراسة

- 1- التحليل الإحصائي الوصفي للمحور (الأول) وهو (رواج استخدام البطاقة المصرفية):  
الجدول رقم (3) يبين عبارات المحور والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب عبارات المحور والوزن النسبي.

جدول ( 3 ) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب الإجابات عن عبارات المحور .

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات	الوزن النسبي
1	هناك إقبال متزايد من زبائن المصرف على إصدار البطاقة المصرفية الإلكترونية	4.00	1.08	2	80.0
2	حظوظ التوسع في انتشار استخدام البطاقة المصرفية عالية لتسوية مدفوعات الزبائن عند شراء السلع والخدمات	3.71	1.11	3	74.3
3	هناك قنوات متمامية لدى الزبائن والتجار على حد سواء بأهمية التعامل بالبطاقات المصرفية	3.65	1.12	4	73.1
4	البيئة التي تعمل بها المصارف مواتية لتحقيق نمو متسارع في استخدام البطاقة المصرفية من قبل الزبائن	3.52	1.08	6	70.5
5	أصبح هناك نمو ملحوظ لاستخدام بطاقة الدفع الإلكتروني عند تعامل زبائن المصرف مع المراكز الخدمية والمحال التجارية بالمدينة	4.05	1.00	1	81.0
6	ساهمة الحملات الترويجية التي يقوم بها المصرف للتعريف بخدمات البطاقة الإلكترونية في زيادة استخدامها من قبل الزبائن	3.62	1.06	5	72.4
7	رخص سعر خدمات البطاقة المصرفية الإلكترونية ساهم في زيادة قبولها كأداة دفع من قبل الزبائن	3.50	1.04	7	70.0
إجمالي المحور		3.72	0.79		74.5

يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن الوزن النسبي للإجابات بين (70.0% الي 81.0 %) وكان متوسط إجمالي هذا المحور (3.72) بوزن نسبي (74.5%) وأعلى متوسط إجابات هي العبارة رقم (5) وهي (أصبح هناك نمو ملحوظ لاستخدام بطاقة الدفع الإلكتروني عند تعامل زبائن المصرف مع المراكز الخدمية والمحال التجارية بالمدينة).

## 2- التحليل الإحصائي الوصفي للمحور (الثاني) وهو (الوعي المصرفي للزبون):

الجدول رقم ( 4 ) يبين عبارات المحور والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب عبارات المحور والوزن النسبي.

جدول ( 4 ) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب الإجابات عن عبارات المحور.

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات	الوزن النسبي
1	التنامي في وعي الزبائن للتعامل بالبطاقات الالكترونية أصبح ملاحظ بوضوح من قبل موظفي المصرف	3.74	1.01	3	74.8
2	حملات التسويق والترويج التي قامت بها المصارف خلال الخمس سنوات الأخيرة زاد من معرفة الزبائن بمزايا هذه الخدمات	3.82	0.96	2	76.4
3	أصبح لأصحاب المراكز التجارية والخدمية كزبائن مصرفيين قناعات بأهمية البطاقة المصرفية في زيادة مبيعاتهم ما زاد من قبولهم لها كوسيلة دفع مرضية	3.95	0.92	1	79.0
4	تزايد القدرة المعرفية لدى زبائن المصرف بمزايا الدفع الإلكتروني لمشترياتهم مرده الوعي المصرفي الذي أصبح يتمتع به الزبون تجاه التعامل بالبطاقة المصرفية	3.69	0.92	4	73.8
5	زبائن المصرف لديهم شغف كبير لمعرفة كل ما هو جديد حول الخدمات المصرفية الإلكترونية	3.49	0.90	5	69.8
6	الأخطاء التي يرتكبها زبائن المصرف في تعاملهم مع البطاقة المصرفية محدودة جداً	3.33	1.03	6	66.7
إجمالي المحور		3.67	0.67	73.4	

يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن الوزن النسبي للإجابات بين (66.7% الي 79.0%) وكان متوسط إجمالي هذا المحور (3.67) بوزن نسبي (73.4%) وأعلي متوسط إجابات هي العبارة رقم (3) وهي ( أصبح لأصحاب المراكز التجارية والخدمية كزبائن مصرفيين قناعات بأهمية البطاقة المصرفية في زيادة مبيعاتهم ما زاد من قبولهم لها كوسيلة دفع مرضية ).

### 3- التحليل الإحصائي الوصفي للمحور (الثالث) وهو (البنية التحتية للاتصالات):

الجدول رقم ( 5 ) يبين عبارات المحور والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب عبارات المحور والوزن النسبي.

جدول ( 5 ) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب الإجابات عن عبارات المحور .

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات	الوزن النسبي
1	التحسن المستمر في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية دعم قدرة المصرف على تقديم الخدمات الإلكترونية للزبائن	3.37	1.15	1	67.4
2	التحسن في مجال الاتصالات بالمدينة زاد من قدرات المصرف على نشر آلات تزويد الخدمة المصرفية الإلكترونية بما يخدم مصلحة عملاء المصرف	3.36	1.13	2	67.1
3	شبكات الاتصالات بالمدينة لا تعاني من الانقطاعات وتعمل بفاعلة بما يخدم قدرات التوسع الإلكتروني للمصرف	2.86	1.17	4	57.1
4	سرعات وكفاءة شبكات الاتصالات بالمدينة تلئم متطلبات الربط بين المنظومة المركزية للمصرف ونقاط تقديم الخدمة الإلكترونية للبطاقة المصرفية	2.98	1.12	3	59.5
5	شبكات الإنترنت التي تغذي المدينة والمؤسسات العاملة بها فائقة السرعة مأمونة الأداء	2.83	1.05	5	56.7
6	شبكات الهواتف الأرضية والنقالة بالمدينة حديثة وعالية الكفاءة والأداء ما يعزز استقرار الخدمات الإلكترونية المقدمة من المصرف	2.79	1.19	6	55.7
إجمالي المحور		3.03	0.88		60.6

يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن الوزن النسبي للإجابات بين (55.7% الي 67.4%) وكان متوسط إجمالي هذا المحور (3.03) بوزن نسبي (60.6%) وأعلى متوسط إجابات هي العبارة رقم (1) وهي (التحسن المستمر في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية دعم قدرة المصرف على تقديم الخدمات الإلكترونية).

#### 4- التحليل الإحصائي الوصفي للمحور (الرابع) وهو (السرية والأمان):

الجدول رقم ( 6 ) يبين عبارات المحور والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب عبارات المحور والوزن النسبي.

جدول ( 6 ) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب الإجابات عن عبارات المحور .

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات	الوزن النسبي
1	المصرف يعمل بجد لتبديد المخاوف لدى زبائنه تجاه مخاطر استخدام البطاقة المصرفية	3.83	0.82	2	76.7
2	المصرف يوفر مستوى عالي من الأمان لزبائنه من خلال حماية الحسابات المصرفية والخدمات الإلكترونية المقدمة	3.95	0.79	1	79.0
3	تعاهد المصرف مع مؤسسات متخصصة في تصميم النظم المصرفية الإلكترونية وفر له حماية ضد عمليات القرصنة الإلكترونية ما عزز أمان حسابات الزبائن	3.77	0.87	3	75.5
4	التشريعات القانونية المنظمة للعمل المصرفي في ليبيا تضمن سرية وأمان الحسابات المصرفية وتفرض عقوبات صارمة على القرصنة الإلكترونية	3.55	0.84	5	71.0
5	تمتلك السلطات القضائية في ليبيا كفاءات عليا في مجال ملاحقة الجرائم الإلكترونية ما يوفر بيئة آمنة للعمل المصرفي الإلكتروني	3.33	0.81	6	66.7
6	يحرص المصرف على تعزيز تدابير الحماية وتطويرها بما يتناسب ومتطلبات تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية عموماً والبطاقة المصرفية واسعة الاستخدام خصوصاً	3.73	0.73	4	74.5
إجمالي المحور		3.69	0.57		73.9

يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن الوزن النسبي للإجابات بين (66.7% الي 79.0%) وكان متوسط إجمالي هذا المحور (3.69) بوزن نسبي (73.9%) وأعلي متوسط إجابات كان للعبارة رقم (2) وهي (المصرفي وفر مستوى عالي من الأمان لزبائنه من خلال حماية الحسابات المصرفية والخدمات الإلكترونية المقدمة).

## 5- التحليل الإحصائي الوصفي للمحور (الخامس) وهو (توافر نقاط البيع):

الجدول رقم ( 7 ) يبين عبارات المحور والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب عبارات المحور والوزن النسبي.

جدول ( 7 ) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وترتيب الإجابات عن عبارات المحور.

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب العبارات	الوزن النسبي
1	هناك انتشار كبير لأجهزة نقاط البيع بمراكز التسوق بالمدينة ما عزز نمو في العمليات التجارية المنجزة بالبطاقة المصرفية الإلكترونية	4.11	0.85	1	82.1
2	جل المراكز التجارية والخدمية بالمدينة تقبل البطاقة المصرفية كبديل للدفع النقدي لمبيعاتهم	4.05	0.81	3	81.0
3	سهولة استخدام أجهزة نقاط البيع ( P.O.S ) من قبل أصحاب المراكز التجارية والخدمية شجعهم على التعامل بالبطاقة المصرفية الإلكترونية	4.10	0.83	2	81.9
4	المصرف يقدم تسهيلات خاصة لأصحاب المراكز التجارية والخدمية المستخدمين لأجهزة نقاط البيع ( P.O.S ) لتسوية مستحققاتهم المالية المترتبة على استخدام البطاقة المصرفية	3.85	1.02	6	76.9
5	توجه أصحاب مراكز التسوق والمصحات والصيدليات والفنادق ووكالات السفر وغيرها ممن يتعامل معهم الزبون المصرفي لاقتناء أجهزة ( P.O.S ) قابله المصرف بتغطية الطلب عليها	3.96	0.94	4	79.3
6	المصارف تقوم بعمليات نشطة لتجهيز مراكز التسوق والخدمات بأجهزة ( P.O.S ) بهدف إرضاء الزبائن وتطوير خدماتها المصرفية الإلكترونية	3.88	0.96	5	77.6
	إجمالي المحور	3.99	0.68		79.8

يتضح من نتائج الجدول أعلاه أن الوزن النسبي للإجابات بين (76.9% الي 82.1%) وكان متوسط إجمالي هذا المحور (3.99) بوزن نسبي (79.8%) وأعلى متوسط إجابات كان من نصيب العبارة رقم (1) وهي (هناك انتشار كبير لأجهزة نقاط البيع بمراكز التسوق بالمدينة ما عزز نمو في العمليات التجارية المنجزة بالبطاقة المصرفية الإلكترونية).

### ثالثاً: اختبار الفرضيات.

الجدول رقم ( 8 ) يبين نتائج اختبار كموجروف سمير نوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ونتائج اختبار t للعينة الواحدة لمعرفة هل متوسط الإجابات يختلف عن المحايد.

جدول ( 8 ) يبين نتائج اختبار كموجروف و t للعينة الواحدة

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى المعنوية لاختبار الطبيعي	قيمة الإحصاء T	Sig. (2-tailed)
رواج استخدام البطاقة المصرفية	3.723	0.792	0.021	8.365	0.000
الوعي المصرفي للزبون	3.671	0.666	0.130	9.234	0.000
البنية التحتية للاتصالات	3.030	0.879	0.307	0.310	0.757
السرية والأمان	3.694	0.567	0.475	11.219	0.000
توافر نقاط البيع	3.990	0.681	0.029	13.320	0.000

من الجدول أعلاه يتضح أن جميع المحاور تتبع التوزيع الطبيعي بمستوى معنوية 0.01، وأن متوسط الإجابات للمحاور تتجه نحو الموافقة، ماعدا محور البنية التحتية للاتصالات الذي يتجه الي الحياد عند مستوى معنوية 0.01.

### الجدول رقم ( 9 ) يبين نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط.

جدول ( 9 ) نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط

Sig.	T	معامل الانحدار	العامل	معامل التحديد	المحور
		$\beta$			
0.045	2.032	0.724	الثابت	0.472	الوعي المصرفي للزبون
0.000	8.554	0.817	الوعي المصرفي للزبون		
0.000	10.483	3.235	الثابت	0.032	البنية التحتية للاتصالات
0.104	1.646	0.161	البنية التحتية للاتصالات		
0.003	3.108	1.638	الثابت	0.163	السرية والأمان
0.000	4.003	0.564	السرية والأمان		
0.001	3.384	1.554	الثابت	0.219	توافر نقاط البيع
0.000	4.789	0.544	توافر نقاط البيع		

من الجدول أعلاه يتضح الآتي:

➡ معدل التحديد يساوي (0.472) مما يعني أن المتغير (الوعي المصرفي للزبون) تفسر ما نسبته (47.2%) من التغيرات التي تحدث في (رواج استخدام البطاقة المصرفية) والباقي (52.8%) تعبر عن متغيرات أخرى غير موجودة في النموذج. مستوى المعنوية المشاهد (0.000)، وهو أصغر من (0.01) مما يدل على (رفض) الفرضية الصفرية وهذا يدل على انه يوجد تأثير من هذا المحور وقيمة التأثير (0.817).

➡ معدل التحديد يساوي (0.032) مما يعني أن المتغير (البنية التحتية للاتصالات) تفسر ما نسبته (3.2%) من التغيرات التي تحدث في (رواج استخدام البطاقة المصرفية) والباقي (96.8%) تعبر عن متغيرات أخرى غير موجودة في النموذج. مستوى المعنوية المشاهد

(0.104) وهو أكبر من (0.01) مما يدل على (قبول) الفرضية الصفرية وهذا يدل على انه لا يوجد تأثير من هذا المحور في المتغير التابع رواج البطاقة المصرفية. معدل التحديد يساوي (0.163) مما يعني أن المتغير (السرية والأمان) تفسر ما نسبته (16.3%) من التغيرات التي تحدث في ( رواج استخدام البطاقة المصرفية ) والباقي (83.7%) تعبر عن متغيرات أخرى غير موجودة في النموذج، مستوى المعنوية المشاهد (0.000)، وهو اصغر من (0.01) مما يدل على (رفض) الفرضية الصفرية وهذا يدل على انه يوجد تأثير من هذا المحور على وقيمة التأثير (0.564).

معدل التحديد يساوي (0.219) مما يعني أن المتغير (توافر نقاط البيع) تفسر ما نسبته (21.9%) من التغيرات التي تحدث في ( رواج استخدام البطاقة المصرفية )، والباقي (72.1%) تعبر عن متغيرات أخرى غير موجودة في النموذج، مستوى المعنوية المشاهد (0.000) وهو اصغر من (0.01) مما يدل على (رفض) الفرضية الصفرية الرئيسية، وهذا يدل على انه يوجد تأثير من هذا المحور على وقيمة التأثير (0.544).

### 3 . النتائج والتوصيات:

توصلت الدراسة من خلال التحليل الإحصائي لمجموعة من النتائج وعلى ضوءها قدمت عدداً من التوصيات كما هو وارد لاحقاً:

#### نتائج الدراسة:

1 - أظهرت نتائج تحليل الجانب الديموغرافي للاستبانة في محور المؤهل العلمي أن ما نسبته 83% تقريباً من حملة البكالوريوس و7% ماجستير، وهو ما يعد نقطة قوة لصالح كفاءة الموظف المصرفي، ويعزز ذلك ما نسبته 57.2% ضمن الفئة العمرية الأقل من 36 سنة وهو ما يصب في مصلحة القابلية للتدريب والرفع من مستوى الكفاءة.

2 - تبين من خلال التحليل الإحصائي أن جميع المتغيرات المعبر عنها بالمحاور، تتبع التوزيع الطبيعي بمستوى معنوية 0.01 والمتوسط عام للإجابات يتجه بالموافقة على فقرات المحاور، ما عدا محور البنية التحتية للاتصالات الذي جاء غير معنوي.

- 3 - كما تبين من خلال نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط، أن المتغير المستقل الوعي المصرفي جاء بأكبر تأثير، بتفسيره لنسبة عالية من التغير في المتغير التابع للدراسة وهو رواج لبطاقة المصرفية، بنسبة 47.2% وذلك عند قياس العلاقة مباشرة وباقى النسبة لمتغيرات أخرى لم يشملها الاختبار.
- 4 - أما عند اختبار العلاقة بين متغير البنية التحتية للاتصالات مع المتغير التابع رواج البطاقة المصرفية، كانت غير معنوية وأن إجابات العينة اتجهت باتجاه الحياد.
- 5 - كذلك توصلت الدراسة وباختبار العلاقة بين كلاً من متغيري توافر خدمة نقاط البيع ومتغير السرية والأمان كان لهما تأثير وفقاً لإجابات أفراد العينة بنسبة 22% و 16% على التوالي.

#### توصيات الدراسة:

استناداً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة نستطيع أن نوجز أهم التوصيات التي تقدمها الدراسة للجهات ذات العلاقة في الآتي:

- 1 - بالنظر لقوة درجة تفسير الوعي المصرفي للزبون في رواج استخدام بطاقة الدفع الإلكتروني، نوصي القائمين على المصارف بتكثيف الحملات التسويقية والتروجية لهذه الخدمة، التعريف بمزاياها والطرق الآمنة لاستخدامها.
- 2 - على المؤسسات الحكومية التوسع في الاستثمار بمجال الاتصالات السلكية واللاسلكية وتطوير شبكات الإنترنت وسرعاتها، بما يعزز تنوع ونمو خدمات المصارف الإلكترونية خدمة لجمهور الزبائن، وتقليل درجة الاعتماد على الدفع النقدي.
- 3 - توصي الدراسة القائمين على إدارة المصارف بضرورة تطوير نظم الحماية الإلكترونية وتوفير مستوى عالي لأمان حسابات الزبائن المصرفية وأدوات الدفع الإلكتروني، بما يتناسب والتهديدات السيبرانية والجرائم الإلكترونية.
- 4 - على المصارف تبني إستراتيجية لتنويع خدماتها الإلكترونية والتوسع في نشر وسائل تقديم الخدمات الإلكترونية، كآلات السحب والإيداع الآلي ( ATM ) وآلات نقاط البيع ( P.O.S ) بما يهيئ لبيئة مناسبة للعمل الإلكتروني.

## المصادر والمراجع:

- الباوندي، عمران وجمعة، منيره، دور استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في الحد من تفاقم أزمة السيولة بالمصارف التجارية الليبية: دراسة تحليلية على مصرف الجمهورية فرعي العلوص والقره بولي، خلال العام 2017، المجلة العلمية لكلية الاقتصاد والتجارة القره بولي، جامعة المرقب، المجلد: 2، العدد: 3، أبريل - 2021م.
- الصقع، حمزة، العوامل المحددة لانتشار بطاقات الدفع الإلكترونية: دراسة ميدانية على فروع مصرف الوحدة العاملة في مدن ( زليتن، مصراته، طرابلس، والزاوية)، رسالة ماجستير غير منشوره، الأكاديمية الليبية، مدرسة العلوم الإدارية والمالية، قسم التمويل والمصارف، 2021م.
- الفراح، عبدالرزاق، الصعوبات والتحديات التي تواجه عمل البطاقة الائتمانية بالسوق الليبي: دراسة ميدانية بالتطبيق على فروع المصارف التجارية الليبية العاملة بمدينة الزاوية، المجلة الجامعة، كلية الاقتصاد العجيلات، جامعة الزاوية، المجلد: 5، العدد: 21، أغسطس، 2019م.
- بلحاج، نورالهدى و بن سماعيل، حياة، الصيرفة الإلكترونية - واقع تطبيق متطلباتها الأساسية في البنوك الجزائرية: دراسة عينة من البنوك العمومية والخاصة في الجزائر، المركز الجامعي علي كافي بتندوف، مجلة مجاميع المعرفة، المجلد: 7، العدد: 1، أبريل، 2021م.
- بولحبيب، عمر و قاسيمي، آسيا، واقع الاستثمار في الصيرفة الإلكترونية ببنك التنمية المحلية لولاية سطيف وأثرها على رضا العملاء، المركز الجامعي علي كافي بتندوف، مجلة مجاميع المعرفة، المجلد: 8، العدد: 1، يونيو، 2022م.
- بوجاي، حيات و غنيه، تهناني، اتجاهات تطوير الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة اقتصاد المال والأعمال جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، المجلد: 8، العدد: 1، مارس، 2023م.
- دراز، إيمان، الوعي باستخدام وسائل الدفع عبر بطاقات الائتمان في ضوء مستحدثات الصيرفة الإلكترونية وعلاقتها بالقدرة على التحكم في السلوك الشرائي لدى المرأة العامل، مجلة التربية النوعية، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، مصر، عدد: 65، يناير، 2022م.
- مسعود، أحمد سعد، الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية: الواقع وامكانيات التوسع في ظل أزمة كورونا، مجلة المعرفة، كلية التجارة - ترهونة، جامعة الزيتونة، العدد: 15، مارس، 2022م.
- لراي، سفيان وآخرون، محددات ولاء الزبائن لخدمات الصيرفة الإلكترونية: دراسة مفاهيمية بمدخل التفاعل الاجتماعي، مجلة دراسات اقتصادية، مركز البصرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية، مجلد: 21، العدد: 1، 2021م.

- فنص، سهيره، العوامل المؤثرة على العملاء المتوقعين للخدمات الإلكترونية بالمصارف في ليبيا، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية الاقتصاد بالعجيلات، جامعة الزاوية، 2015م.
- رزيقه، مخوخ، أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، جامعة محمد بوضياف المسله، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مجلد: 7، العدد: 2، ديسمبر، 2022م.
- رحيل، محمد، العوامل المؤثرة في الخدمات المصرفية الإلكترونية من وجهة نظر عملاء المصارف التجارية: حالة القطاع المصرفي الليبي، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، مجلة البحوث الأكاديمية العلوم الإنسانية، جامعة مصراته، العدد: 27، 2023م.
- هادف، حيزية، الصيرفة الإلكترونية كمدخل فعال لتطوير تكنولوجيا المعلومات وإنعاش إستراتيجية الخدمات، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد: 8، العدد: 3، ديسمبر، 2021م.
- الموقع الإلكتروني لبلدية زليتن على الشبكة العنكبوتية، Zliten.gov.ly ، تاريخ الزيارة، شهر ديسمبر، 2024م.

---

---

## Factors Affecting the Spread of Electronic Banking Cards from the Perspective of Bank Employees

Salem. M. Karim<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Finance and Banking Department, Faculty of Economics and Commerce, Alasmarya Islamic University, Libya

### Abstract

The study addressed the most important factors influencing the prevalence of electronic banking card use among bank customers in Libya, Among the most important results reached through a simple linear regression test to measure the relationship between a group of independent variables customers banking awareness, confidentiality and security communications infrastructure, the spread of point .of. sale ( P.O.S) devices and the prevalence of bank card use. The relationship is significant at the level of (0.001) between the studied variables. The results of simple linear regression analysis also showed that the independent variables, banking awareness, had the greatest degree of influence explaining a high percentage of the change in the dependent variable of the study which is the prevalence of bank cards, at rate of 47.2% when measuring the relationship directly, and the remaining percentage for other variables not included in the test followed by the availability of points of sale, confidentiality and security at rates of 22% and 16% respectively.

**Keywords:** Banking Services, Bank Card Popularity, Electronic Payment Methods.