الخدمات المصرفية الالكترونية ومحددات استخدامها من وجهة نظر زبائن المصرف (دراسة استطلاعية لعينة من اراء زبائن مصرفي الرشيد والرافدين)

Electronic banking services and the determinants of their use from the viewpoint of the bank's customers (An exploratory study of a sample of the opinions of customers of Al-Rasheed and Al-Rafidain Banks)

م.م حسن هادي كهو راضي
جامعة الفرات الاوسط التقنية/المعهد التقني كربلاء
hassanhad87i@gmail.com
Hasan Hadi Khawo Radi / 07816112307
Al-Furat Al-Awsat Technical University / Karbala Technical Institute

المستخلص

هدف البحث الى معرفة محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية في العراق، وتأثير الخصائص الديمغرافية المتمثلة بـ (النوعية الاجتماعية، العمر، التحصيل الدراسي، الراتب الشهري، مدة التعامل مع المصرف) على استخدامها، ودارسة اهم المحددات التي تؤثر على استخدام زبائن المصرف لها، اذ يختبر البحث المحددات المقترحة لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية وهي (الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان)، وبالرغم من أن الدراسات السابقة أكدت أهمية هذه الخدمات لكل من المصارف وزبائنها، إلا أن مستوى اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية في العراق لا يزال منخفضًا، مع ان المصارف تستخدم الوسائل التكنولوجية في اداء خدماتها للزبائن وهو مايعرف بالخدمات المصرفية الالكترونية. واقتصر البحث على زبائن مصرفي (الرافدين والرشيد)، واستخدمت الاستبانة والمقابلات الشخصية لجمع البيانات الاولية من زبائن المصارف عينة البحث والبالغ عددهم (307)، وحللت واختبرت فرضياته ببرنامج (SPSS)، وتوصل الى مجموعة من النتائج اهمها:عدم وجود تأثير ذات دلالة معنوية للمتغيرات الديمغرافية المتمثلة بـ "النوعية الاجتماعية، العمر، التحصيل الدراسي" على جميع محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، ووجود تأثير ذات دلالة معنوية وإحصائية للمتغيرات الديمغرافية المتمثلة بـ "الدخل الشهري، مدة التعامل مع المصرف" على جميع محددات المستخدمة بالبحث. فيما اوصى البحث المصارف بضرورة قيامها بتعزيز الترويج للخدمات المصرفية الالكترونية، عن طريق تنفيذ برامج توعوية لزبائنها الحاليين والمحتملين، واقامة دورات تدريبية لهم وتوفير البنى التحتية لانجاح الخدمات المصرفية الالكترونية وكذلك سن الحكومة تشريعات اضافية لحماية المعاملات المصرفية الالكترونية.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية الالكترونية، محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

Abstract

The aim of the research is to know the determinants of the use of electronic banking services in Iraq, and the impact of the demographic characteristics of (gender, age, education, monthly salary, duration of dealing with the bank) on their use, and to study the most important determinants that affect the use of bank customers with them, as it tests The research proposed determinants of the use of electronic banking services, which are (cost, interest, ease of use, privacy and safety), Although previous studies confirmed the importance of these services for both banks and their customers, the level of adoption of electronic banking services in Iraq is still low, although banks use technological means to perform their services to customers, which is known as electronic banking services. The research was limited to bank customers (Al-Rafidain and Al-Rasheed), and the questionnaire and personal interviews were used to collect primary data from the customers of the research sample, which numbered (307), and analyzed and tested its hypotheses using the (SPSS) program. And it reached a set of results, the most important of which are: the absence of a significant effect of the demographic variables represented by "gender, age, education" on all determinants of the use of electronic banking services used in the research, and the presence of a significant and statistical effect of the demographic variables represented by "monthly income, The duration of dealing with the bank" on all

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

parameters used in the research. While the research recommended that banks should promote the promotion of electronic banking services, by implementing awareness programs for their current and potential customers, holding training courses for them and providing the infrastructure for the success of electronic banking services, as well as enacting additional legislation to protect electronic banking transactions.
Key words: electronic banking services, determinants of using electronic banking services

المقدمة

يعتمد نجاح أي مصرف في البيئة الحالية على قدرته على تقديم منتجات وخدمات مبتكرة تسعى إلى تلبية الاحتياجات المتطورة لزبائنه واستكشاف طرق أخرى للحفاظ على ميزة تنافسية تميزهُ بوضوح عن منافسيه، ولتحقيق ذلك استفادت المصارف من التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات التي أحدثها تقارب الإنترنت والتكنولوجية اللاسلكية والأجهزة المحمولة لتوفير قنوات توصيل لزبائنها من خلال النظام المصرفي الإلكتروني وتقديم خدماتها من خلاله وهو مايعرف بالخدمات المصرفية الالكترونية.

فالخدمات المصرفية الإلكترونية هي مصطلح واسع يستخدم لوصف المنتجات والخدمات المصرفية المتنوعة التي تتطلب استخدام التكنولوجية الرقمية والإنترنت والهاتف المحمول. وتشير إلى مجموعة متنوعة من الخدمات المختلفة التي تتراوح بين ماكينات الصراف الآلي (ATM) ، والخدمات المصرفية عبر الهاتف ، وباستخدام الكمبيوتر الشخصي ، والقائمة على التلفزيون ، والخدمات المصرفية عبر الإنترنت. تنتشر هذه التقنيات بشكل متزايد في القطاع المصرفي وتستخدم لتقديم خدمات أفضل وبصورة ملاءئمة لزبائنها مع توفر الوقت والكلفة. وسعت المصارف العراقية الى استخدام هذا التكنولوجيا بتقديم خدماتها بشكل الكتروني ومحاولة التمييز في ظل المنافسة القائمة، عن طريق موائمة خدماتها الى احتياجات زبائنها، من خلال تغير اعمال المصارف التقليدية، بهدف تقليل التكاليف التشغيلية والمتمثلة بانشاء فروع جديدة و تقليل اعدد موظفيها.

وأصبحت الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والهاتف المحمول رائدة تستخدمها المصارف لخدمة زبائنها بما يتماشى مع تفضيلاتهم والعوائد الأعلى وحصة السوق بما يمكنها من تحقيق عوائد على استثماراتها مع تزويدها بميزة تنافسية ، ومع ذلك ، لا يزال الاعتماد السريع للخدمات المصرفية الإلكترونية موضع تساؤل. اذ تؤكد الدراسات المتوفرة في العراق بان المصارف تواجه تحديات كبيرة لتقبل الزبائن للخدمات المصرفية الالكترونية، ومن هذا جاء البحث لدراسة اهم التحديات التي تواجه المصارف في تقديم خدماتها الالكترونية وقسم الى ثلاث مباحث، تضمن المبحث الاول منهجية البحث العلمي واهتم المبحث الثاني بالجانب النظري للبحث فيما خصص المبحث الثالث الى الجانب العملي وختم البحث باهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصل اليها.

المبحث الاول / منهجية البحث

1- مشكلة البحث

تمثلت مشكلة البحث بتحديد العوامل المؤثرة باستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في العراق، باعتبار ان استخدامها يدل على تطور القطاع المصرفي، ومدى مواكبته للتطورات للارتقاء بخدماته، ولأن زيادة استخدام هذه الخدمات يعزز نجاحها ويؤثر بشكل ايجابي على اداء المصارف في كافة البلدان، فان استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية في العراق مازالة ضعيفا ودون المستوى المطلوب من قبل المصارف . اذ حاول البحث معرفة مدى تأثير العوامل الديموغرافية على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية في العراق.

2- اهمية البحث

تبرز اهمية البحث من اهمية قطاع المصارف في أي دولة وما يساهم فيه بتقديم خدمات مختلفة تساعد في تحقيق التنمية الاقتصادية، فاللبحث اهمية علمية وعملية .اذ تتمثل اهمية البحث العلمية في تحديد اهم محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية من وجهة نظر زبائن المصرف، في حين تمثلت اهمية البحث العملية في بيان مدى تأثير الخصائص الديمغرافية على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية من وجهة نظر زبائن المصرف.

3- هدف البحث

الهدف من البحث الى التعرف على المحددات التي تؤثر على اعتماد واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية مع التركيز بشكل خاص على الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والهاتف المحمول. ولتحقيق هذا الهدف ، تم تحديد الأهداف التالية: تحديد الخصائص الديموغرافية للمستجيبين. لتحديد الاتجاهات في اعتماد واستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الإنترنت والهاتف المحمول. للتأكد من تصورات الزبائن للخدمات المصرفية عبرهما، من حيث (الكلفة، والفائدة، وسهولة الاستخدام، الخصوصية والامان)، ومدى وعيهم بالخدمات المصرفي الالكترونية.

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

4- فرضيات البحث

إنطلاقا من مشكلة البحث ووصولا لتحقيق اهدافه بني البحث على فرضية رئيسة:

(لا توجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة عند مستوى الدلالة (0.05) بين محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية في العراق والمتغيرات الديمغرافية وهي (النوع الاجتماعي ، العمر ، التحصيل الدراسي ، الراتب الشهري ، مدة التعامل مع المصرف). ويتفرع منها الفرضيات الاتية:

1- لا توجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للنوعية الاجتماعية على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان).
2- لا توجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للعمر على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان).
3- لا توجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للتحصيل الدراسي على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان).
4- لا توجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للراتب الشهري على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان).

5- لا توجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة لمدة التعامل مع المصرف على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان).

5- مجتمع وعينة البحث

يتكون مجتمع البحث من زبائن مصرفي (الرافدين والرشيد) في العراق، المستخدمين للخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهواتف المحمولة والإنترنت وبطاقات الصراف الالي. اذ تم اختيار هذه المصارف لأنها تقدم خدمات مصرفية الكترونية عبر الهاتف المحمول والإنترنت وبطاقات الصراف الالي بانواعها.

6- مصادر جمع المعلومات

استعان البحث بالمصادر العربية والأجنبية المتعلقة بمتغراته، من كتب ورسائل وأطاريح، وكذلك شبكة الانترنت، لتعزيز الجانب النظري للبحث، أمَّا البيانات اللازمة للتحليل في الجانب العملي، فقد استخدم البحث استبيانًا الكترونيا تم تصميمه وفقًا لأهدافه. والاستبيان تكون من جزأين. اذ استخدم الجزء الأول لبيان المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة البحث والتي هي (النوعية الاجتماعية، العمر، التحصيل الدراسي، الراتب الشهري ، مدة التعامل مع المصرف). اما الجزء الثاني، فخصص فقراته بمحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية وهي (الكلفة، الفائدة، سهولة الاستخدام، الخصوصة والامان) بالاضافة الى المقابلات الشخصية لبعض افراد العينة.

المبحث الثاني / الاطار النظري للبحث

1- ماهية الخدمات المصرفية الالكترونية

ادت التطورات التكنولوجية وانتشار الانترنت في السنوات الاخيرة، الى احداث تغيرات كبيرة في القطاع المصرفي، اذ اعتبر الإنترنت الأساس في تقديم الاعمال في القطاع المصرفي (Nasri,2011, 148) ، كذلك فقد ادت التطورات السريعة لوسائل الاتصالات الى قيام المصارف بالبحث واستخدام طرق ووسائل تكنولوجية حديثة لتقديم خدماتها ، باعتبارها تساعد في تقليل التكاليف وتقوية العلاقة بين الزبائن ومزودي الخدمات وتشجع الزبائن على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المتوعة المقدمة في القطاع المصرفي (Maduku, 2012,176)، في الوقت ذاته اتسع مفهوم المصارف الإلكترونية وأصبح يمثل "التحولات الالكترونية، المصارف الناطق، خدمة الرسائل القصيرة "وكذلك افرزت التطورات التكنولوجية في القطاع المصرفي الى احداث خدمات مصرفية الكترونية جديدة وهي" تداول الاوراق المالية،البطاقات الائتمانية الإلكترونية، الصرافات الآلية" وغيرها من الخدمات المصرفية الإلكترونية الاخرى (ياسين والجميل،2014، 32) ، ويرجع نشأة المصارف الإلكترونية إلى الثمانيات مع ظهور النقود الإلكترونية، في حين ان استخدام البطاقات المصرفية حدث بداية القرن الماضي في فرنسا بشكل بطاقة كارتونية استخدمت في الهواتف العمومية، وبطاقات معدنية استخدمة في البريد في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد بدأت البطاقات بالانتشار بشكل كبير عندما أصدرت أمريكان اكسبريس اول بطاقة بلاستيكيةعام 1958، بعد ذلك قامت ثمانية مصارف سنة

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

1968باصدار بطاقة "Bank Americard" حيث تحولت لاحقا إلى شبكة ال فيزا Visa العالمية. (محمد، 2017: 177). في حين ظهر أول مصرف تبنى تقديم خدماته بشكل الكتروني في الولايات المتحدة في منتصف التسعينات، اذ كان التميز بين شكلين من المصارف التي تقدم الخدمات الإلكترونية وهي المصارف الافتراضية (مصرف الإنترنت)، والمصارف الأرضية وهي المصارف التي تقدم الخدمات التقليدية(احمد، 2011: 96)، اذ بدأت المصارف باعطاء زبائنها حق وصولهم لحساباتهم عن طريق الإنترنت، والتمتع بمختلف الخدمات المصرفية، بشكل آمن وباستخدام أنظمة الأمان التي يوفرها المصرف، وينفذ عملياته المصرفية بنفسه في بيئة الإنترنت الآمنة التي تم أنشائها بينه وبين المصرف، واصبحت المصارف تقدم امتيازات لزبائنها، اذ اصبح لكل زبون جهاز كمبيوتر واتصال بالإنترنت ويقوم بتنفذ جميع العمليات له 7 أيام في الأسبوع و 24 ساعة في اليوم (Kose,2009,78).

اما في الاسواق العربية فقد ادخلت البطاقات سنة "1981" عن طريق المصرف العربي الافريقي في مصر، بعدها توسعت الى اغلب الدول العربية من بينها العراق، ففي سنة "1989" تأسست الشركة العراقية لخدمات الدفع الالكترونية، وقدمت خدمات باجراء المقاصة بين التجار والمصارف العراقية، واستمرت هذه الشركة في تقديم خدماتها لغاية سنة "1998" وبه تأسست "شركة العراق لخدمة الفيزا" لخدمة المصارف العراقية في نطاق التعامل في مجال البطاقات الالكترونية (حلبوص، 2014: 120).

ويشير مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية إلى الخدمات المصرفية عبر موقع الويب التي تقدمها المصارف، ويعود ظهورها إلى أوائل الثمانينيات عندما ظهرت النقود الإلكترونية. اذ كان استخدامها في بداية القرن الماضي في فرنسا في شكل بطاقات تستخدم في الهواتف العامة والبطاقات البريدية المستخدمة في البريد في الولايات المتحدة. وبدأت البطاقات في الانتشار بشكل كبير عندما أصدرت أمريكان إكسبريس أول بطاقة بلاستيكية في عام 1958 ، تلتها ثمانية مصارف في عام 1968 بإصدار بطاقة تسمى بنك أميريكارد والتي أصبحت فيما بعد "Visa International" (Featherman et al,2010،219) . وتم تقديم أول مصرف يقدم خدمات مصرفية إلكترونية في الولايات المتحدة في منتصف التسعينيات ومنه بدأت المصارف في منح زبائنها إمكانية الوصول إلى حساباتهم عبر الإنترنت من خلال استخدام أنظمة مختلفة. لذلك يكون الزبون قادرًا على الوصول إلى حساباته بطريقة آمنة باستخدام أنظمة الأمان المتاحة وأداء العمليات بنفسه في بيئة إنترنت آمنة (Nasri 2011 ,149,). والخدمات المصرفية الإلكترونية هي مصطلح يتم تفسيره على أنه تمتع الزبون بالخدمات المصرفية إلكترونيًا دون أن يكون له مظهر مادي لفرع المصرف. ويطلق عليها أيضًا بالخدمات المصرفية عبر الإنترنت ، والخدمات المصرفية المنزلية ، والخدمات المصرفية الافتراضية، والخدمات المصرفية الإلكترونية عن بُعد ، والخدمات المصرفية للكمبيوتر الشخصي (بلحسن ولطرش،2020: 187). ويمكن لكل زبون لديه جهاز كمبيوتر او هاتف ذكي واتصال بالإنترنت أداء جميع الخدمات المصرفية الإلكترونية لمدة 7 أيام في الأسبوع و 24 ساعة في اليوم. وتقدم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت العديد من الخدمات المالية مثل "عرض أرصدة وتفاصيل الحسابات والحصول على كشف حساب عبر الإنترنت وتحويل الأموال داخل حسابات الزبائن والدفع لبطاقات الائتمان وعرض أحدث أسعار صرف العملات الأجنبية" اذ يجب تشجيع المصارف على توفير شبكة مرنة وامنة وأنظمة اتصالات تعمل على تحسين جودة الخدمات التي يستخدمها الزبائن. (Mansi & Amany, 2015, 1-7).

واستخدمت المصارف القنوات الإلكترونية للقيام بعمليات مصرفية مع زبائنها لتلقي التعليمات وتسليم منتجاتها وخدماتها لهم. على الرغم من أن نطاق الخدمات التي تقدمها المصارف عبر القناة الإلكترونية يختلف اختلافًا كبيرًا في المحتوى ، إلا أن هذا النوع من الخدمات المصرفية يشار إليه عمومًا بالخدمات المصرفية الإلكترونية (شاكر والانباري،2020، 193). وعرفت ببساطة على أنها عملية تنشئ فيها المصارف منصة لزبائنها للوصول بشكل عام إلى المعلومات وإجراء المعاملات التجارية إلكترونيًا من خلال جهاز إلكتروني متصل بالانترنت دون أن يكونون موجودين بالضرورة في المصرف (Annin et al , 2013, 155). وتعرف على انها عدة أنواع من الخدمات التي يمكن لزبائن المصرف من خلالها طلب المعلومات وتنفيذ معظم الخدمات المصرفية للأفراد عبر الكمبيوتر أو التلفزيون أو الهاتف المحمول (الرواش واخرون، 2020: 371)، وقد عرفتها (لجنة بازل) بانها تقديم المنتجات والخدمات المصرفية صغيرة القيمة من خلال القنوات الإلكترونية بالإضافة إلى الدفع الإلكتروني ذو القيمة الكبيرة والخدمات المصرفية بالجملة الأخرى التي يتم تسليمها إلكترونيًا ويمكن أن تشمل هذه المنتجات والخدمات (تلقي الودائع ، الإقراض ، إدارة الحسابات ، دفع الفواتير الإلكترونية ، توفير منتجات وخدمات أخرى مثل النقود الإلكترونية) (Basel Committee on Banking Supervision ,2003).

2 – فوائد الخدمات المصرفية الالكترونية

في ظل الخدمات المصرفية الالكترونية، تميزت المصارف بتقديم خدماتها بشكل مميز عن خدماتها التقليدية، لتلبية حاجات ورغبات زبائنها وتحقيق الفوائد لهم ولها، عن طريق مايلي:

أ- **سهولة الوصول :** بامكان المصارف وهي تقدم خدماتها المصرفية الالكترونية من الوصول الى كافة زبائنها او الى اكبر عدد ممكن، دون ان تتقيد بالمكان المحدد او الزمان المعين ، وتمكنهم من طلب أي خدمة مصرفية الكترونية باي وقت وعلى طول ايام الاسبوع، وبالتالي يتمتعون بالراحة والسرعة في الحصول عليها (Calasir,2008 ،166).

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

ب- تقديم خدمة مصرفية بشكل كامل: تشمل الخدمات الالكترونية المصرفية، كافة الخدمات التقليدية المصرفية التي كانت تقدمها المصارف لزبائنها، بالاضافة الى خدمات اخرى الكترونية اكثر تطورا، ومنها:

أ- نشر الاعلانات بصيغة الكترونية عن الخدمات التي يقدمها المصرف للزبائن.

ب- تزويد الزبائن بطرق للتاكد من ارصدة حساباتهم بالمصرف.

ت- تقديم خدمة دفع الكمبيالات المسحوب على زبائن المصرف بطريقة الكترونية.

ث- تقديم خدمة إدارة المحافظ المالية من (اسهم وسندات) لزبائن المصرف الكترونيا.

ح- تقديم خدمة تحويل الأموال من حساب لاخر بشكل الكتروني. (الصرن. 2007 :315).

ت- تخفيض التكلفة : من مميزات الخدمات المصرفية الالكترونية، ان تكلفة تقديمها تكون منخفضة بالمقارنة مع الخدمات التقليدية، خاصة تكاليف التشغيل، والمتمثلة بتقليل حجم الفروع والمكاتب بالإضافة إلى التكاليف الاستهلاكية. مما يعني ان تقليل كلفتها وتحسين جودتها من اهم عوامل التي تؤدي الى جذب الزبائن وزيادة قدرة المصرف على المنافسة (احمد، 2011: 98).

ث- السرعة في الانجاز: ادى انتشار الوسائل التكنولوجية الى احداث السرعة في انجاز الاعمال المستخدمة فيها ومنها الخدمات المصرفية الالكترونية، اصبح بامكان زبائن المصرف استخدام هذا الوسائل والاتصال بالمصرف ومن ثم طلب الخدمة او تنفيذها بوقت اقصر مما لو تواجد داخل فروع المصرف. (السيسي، 2010 : 166).

يمكن للزبون أن يعتقد أنه بامكانه إجراء جميع المعاملات المصرفية باستخدام الخدمات الإلكترونية بنقرة واحدة فقط. هذه الاستجابة السريعة تجعل الحياة أسهل وتوفر الوقت والتكلفة، اذ تعتبر عوامل مثل التكلفة والوقت والراحة والأمان وتلقي الخدمات المصرفية سريعا هي الفوائد الرئيسية لزبائن المصرف . من ناحية أخرى تعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية بمثابة سلاح إستراتيجي للمصارف لمساعدتهم على تحقيق ميزة تنافسية وزيادة حصتهم في السوق من خلال تحسين الخدمة المصرفية وخفض تكلفة الخدمة.(Laukkanen& Pasanen,2012 ،86).

ومع ذلك تعتبر مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية غير فعالة إذا كان الزبون قد أولى اهتمامًا أقل تجاه هذه الخدمة. وتجدر الإشارة أيضًا إلى أن العديد من الزبائن يفضلون الزيارة الفعلية لفرع المصرف لإجراء معاملاتهم المالية. تعود تفضيلات الزبون هذه إلى عدة أسباب اهمها: قد يكون لديهم عادة إجراء المعاملات المصرفية مع العمل والتسوق، ويمنح موظفوا الفرع والبيئة المادية شعورًا بالرضا. ولكن ، من الحقائق المستحقة أن تغيير تفضيلات الزبون حسب الوقت كطريقة أكثر ملاءمة وأمانًا للخدمات المصرفية التي تقدمها الخدمات المصرفية الإلكترونية. أيضًا ، قد تحل الأجيال الجديدة محل الطريقة المصرفية القديمة في اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية لأنها تعتبر أكثر دراية بالإنترنت. (4، Hosein,2010).

3- محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

ان طريقة عمل الخدمات المصرفية الإلكترونية هو لتغيير طرق الزبائن عند القيام باجراء معاملاتهم المصرفية ، والمتمثلة بعدم حاجتهم الى زيارة المصرف لاداء معاملاتهم، واصبح بامكانهم اداءها في أي مكان، شرط ان تكون اجهزتهم متصلة بالانترنت، اما من جانب المصارف فقد ادت هذا التطورات والابتكارات في طرق تقديم الخدمات المصرفية وظهور خدمات جديدة تؤدى بشكل الكتروني الى حاجتها لتقييم العوامل التي من الممكن ان تؤثر على قبول واستخدام هذه الخدمات، مما يساعدها على تطوير واستحداث الستراتيجيات المناسبة لزيادة استخدامها . (بلحسن و لطرش، 2020: 192) اذ ان هناك الكثير من العوامل التي تؤثر على الزبائن في تقبل واستخدام التكنولوجيا .ويمكن تقسيمها الى ثلاثة اصناف وهي:

أ- **عوامل متعلقة بالخصائص التكنولوجية** : ومنها، سهولة استخدام التكنولوجيا في تنفيذ المعاملات المصرفية وغيرها من المعاملات التي تؤدى بشكل الكتروني، والفائدة المتوقعة من استخدم التكنولوجيا في تنفيذ المعاملات.

ب- عوامل مرتبطة بالخصائص الفردية للزبائن : ومنها، الكفاءة الذاتية لهم ومدى قدرتهم على استخدام التكنولوجية في تنفيذ معملاتهم، ثقة الزبائن بالتكنولوجية ومدى شعورهم بالامان عند استخدامها.

ت- عوامل مؤثرة في تقبل التكنولوجيا : وهي عوامل ترتبط بالبيئة الخارجية او الاجتماعية، ومنها المعايير الشخصية للزبون ومعتقداته والظروف الخارجية المحيطة به (الرواش واخرون، 2020: 378).

ث- عوامل تتعلق بالكلفة والفائدة : وتتمثل بكلفة اجراء االمعاملات المصرفية الالكترونية، وتشمل عمولة الايداع والسحب والتحويل وغيرها من الخدمات المصرفية ومقارنتها مع عمولة الخدمات التقليدية، وكذلك الفائدة المرجوة من استخدام الخدمات الالكترونية والمتمثلة بتوفر الوقت والسرعة قياسا بالخدمات التقليدية (فهد، 2011: 38).

4- الخدمات المصرفية الالكترونية في العراق

قسمت الخدمات المصرفية الالكترونية والتي تؤدى عبر شبكة الانترنت الى ثلاثة اشكال وهي:

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

أ- خدمات معلوماتية : والمتمثلة بقيام المصارف بعرض خدماتها ومنتجاتها عبر موقعها الالكتروني على شبكة الانترنت، وتعد هذه الخدمات قليلة المخاطر ، لعدم وجود قنوات اتصال الكترونية عبر شبكة الانترنت، ولا تمكن الزبائن بالدخول الى الانظمة المعلوماتية الداخلية للمصارف، اذ تقوم المصارف بتقديم هذه الخدمات بشكل مباشر عبر الانترنت الى الزبائن، ومن امثلتها " عرض معلومات لبرامج المصرف والمنتجات والخدمات التي يقدمها او هو بصدد تقديمها للزبائن"، ويتم ذلك عن طريق استحداث موقع اعلاني خاص به، ويمكن للمصارف التعاون او الطلب من الشركات الخارجية او مزودي الخدمة الالكترونية في تنفيذها (عطية، 2014، 17).

ب- خدمة الاتصال: اذ تمنح هذا الخدمة نوعا من التبادل الاتصالي بين المصارف وزبائنها، ويكون ذلك من خلال استخدام البريد الالكتروني، وتعد هذه الخدمات اكثر مخاطرة من الخدمات المعلوماتية، بسبب استخدام الانترنت في تبادل الاتصالات، ومن امثلتها " ملئ الطلبات او النماذج لتلقي الخدمات او تعديل المعلومات الشخصية او معلومات حسابات الزبائن (ياسين و جميل ، 2014: 39) و (العضايلة واخرون، 2016: 534).

ت- خدمات تنفيذية: وتتمثل هذا الخدمات بقدرة الزبائن باستخدام التكنولوجيا والتعامل بالخدمات المصرفية الالكترونية عبر شبكة الانترنت، وتعتبر هذه الخدمات اعلى مخاطر قياسا بالخدمات الاخرى، اذ من خلالها يستطيع الزبائن الوصول الى حساباتهم وادارتها، والقيام بالتحويلات من حساب لاخر، سوء كان ذلك داخل المصرف او خارجه، والقيام باجراء المدفوعات المختلفة (صابر، 2009، 282)، فضلا عن استفساراتهم عن ارصدة حساباتهم، واسعار الفائدة ، واسعار العملات والاستشارات المالية (العضايلة واخرون، 2016: 534). **وبامكان الزبائن في العراق التمتع بالخدمات المصرفية الإلكترونية الاتية:**

أ- الهاتف المصرفي : من خلال هذا الخدمة يقوم المصرف بالاجابة على اسئلة الزبائن بدون الذهاب او الاتصال بالمصرف، اذ يمكنه ومن خلال الهاتف المصرفي موزود بخدمة الانترنت التعرف على رصيد حسابه والتحويل من حساب الى اخر.

ب- الصيرفة بواسطة الإنترنت :بواسطة هذا الخدمة يستطيع الزبائن القيام بكافة الاعمال المصرفية من مكان شرط توفر الانترنت.

ت- خدمة نقاط البيع : هذه الخدمة تتيح للزبائن دفع مشترياتهم من السلع والخدمات بواسطة البطاقات المصرفية بدون الحاجة الى حمل النقود.

ث- الصراف الالي : تسمح هذه الخدمة للزبائن القيام بالسحب النقدي من حساباتهم وعلى مدار اليوم والسنة من ماكنات الصراف الالي المنتشرة في الاماكن المختلفة.

جـ - المقاصة الإلكترونية : بواسطتها يتم استلام وايداع الشيكات الواردة في حساب الزبون في نفس اليوم.

حـ - الشبكة المصرفية : من خلال التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات اصبح المصرف بجميع فروعه مصرف واحد والذي مكن الزبائن من ايداع وسحب من أي فرع دون الحاجة الى تواجده فيه.

حـ - صرف الرواتب والاجور عن طريق البطاقة الالكترونية المصرفية في الوقت يرغب فيه الزبون.

5- المصارف عينة البحث

أ- مصرف الرافدين

اسس مصرف الرافدين بقانون (33) للعام 1941 وبدأ العمل 19/ 5/ 1941، وهو اول مصرف وطني مارس الصيرفة التجارية بين العديد من المصارف الاجنبية في البلد، وبدأ بالتوسع التدريجي داخل البلد ثم مر بمراحل دمج متعددة بدأ عام 1964 شملت المصارف التجارية التي كانت تعمل في العراق، حيث تم في عام 1974 توحيدها مع مصرف الرافدين الذي أصبح المصرف التجاري الوحيد في العراق ، واستمر يعمل بمفرده في ميدان الصيرفة حتى عام 1988 الذي شهد تأسيس مصرف حكومي آخر هو مصرف الرشيد الذي ابتدأ عمله بفروع مصرف الرافدين التي انتقلت اعمالها اليه.

في عام 1998 تحول الى شركة عامة مملوكة للدولة بالكامل طبقاً لاحكام قانون الشركات العامة، لدعم الاقتصاد الوطني في مجال الصيرفة واستثمار الاموال وتقديم التمويل لمختلف القطاعات، اذ يقوم المصرف بقبول الودائع بأنواعها واستثمار الاموال والفوائض النقدية في مختلف أوجه الاستثمار. ويمثل النشاط الائتماني أهم العمليات الاستثمارية التي يقوم بها المصرف،اذ منح قروض متوسطة الاجل وطويلة الاجل للمواطنين والشركات، اضافة الى منح قروض للاطباء والصيادلة والمهندسين.اضافة الى منح التسهيلات في الحساب الجاري وخصم الاوراق التجارية وانواع الأئتمان النقدي الرئيسية الممنوحة لزبائن. ويقف المصرف في طليعة المؤسسات الحكومية في مجال استخدام المكننة الحديثة في العراق والمتمثلة بمشروع الحاسبة الالكترونية، حيث يتوفر لديه حالياً أنظمة فعالة وحديثة تغطي جميع انشطة المصرف ويتم تطوير النظم

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

باستمرار وتحديث المعلومات، بالاضافة الى تقديمه العديد من الخدمات الالكترونية في طليعتها "البطاقات الائتمانية وفتح الحسابات المصرفية الالكترونية"، عدد فروع المصرف حالياً (164) فرعاً داخل العراق أضافة الى (7) فروع في الخارج.

ب- مصرف الرشيد

تاسس مصرف الرشيد بقانون (52) لسنة 1988 وخضع لقانون الشركات العامة رقم (22) لسنة 1997وبتاريخ 12/4/ 2001 اصبح راس مال المصرف مليـاري دينار عراقي، يهدف المصرف، المساهمة في دعم الاقتصاد الوطني من خلال الوظائف التي يقوم بها وهي: "الصيرفة التجارية الشاملة، أستثمار الاموال في الداخل و الخارج، تمويل جميع القطاعات الاقتصادية وفق خطط التنمية، تقديم الخدمات المصرفية في مجال المعاملات الداخلية المتمثلة بالحسابات الجارية و التوفير و الودائع الثابتة و منح السلف و القروض المتنوعة (بالدينار و بالعملة الاجنبية) والتسهيلات الائتمانية للافراد و الشركات. كما يقدم المصرف خدماته في المعاملات الخارجية المختلفة في فتح الاعتمادات المستندية و تحصيل الحوالات و اصدار خطابات الضمان و اجراء التحويل الخارجي من و الى العراق. يمارس المصرف اعماله في اطار القوانين و التعليمات النافذة في العراق..للمصرف (138) فرعا، منها (61) فرعا في بغداد و (77) فرعا في بقية المحافظات، و للمصرف (13) فرعاً في محافظات اقليم كردستان العراق. للمصرف خطط سنوية يعمل على تنفيذها كما ان لديه خطة ستراتيجية من ابرزها زيادة فروعه، كما يقدم المصرف مجموعة من الخدمات الالكترونية منها توطين الرواتب واصدار بطاقات الماستر كادر بالتعاون مع شركة بوابة العراق المالية.

المبحث الثالث - الجانب العملي

اولا: اختبار صدق وثبات استبانة البحث

استخدمة اختبار الفاكرونباخ للتحقق من مقدار الاتساق الداخلي لأداة القياس، كواحد من المؤشرات على ثبوتها، ولقياس درجة الاعتمادية على بنود الاستبانة .وتعني ثبات النتائج التي تحصل عليها باستخدام أداة القياس المعتمدة بالبحث (الإستبانة) لمرات عدة ، مع عدم تعرض النتائج للتغير مع تغيرات ظروف قياسها. واظهرت النتائج في الجدول ادناه:

جدول (1) نتائج اختبار الفاكرونباخ لمتغيرات البحث

ت	متغيرات البحث	قيمة الفاكرونباخ
1	الخدمات المصرفية الالكترونية	0.71
2	الكلفة	0.65
3	الفائدة	0.69
4	سهولة الاستخدام	0.61
5	الخصوصية والامان	0.66
6	كل الاستبانة	0.87

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج (Excel) والبرنامج الاحصائي (SPSS).

من خلال جدول اعلاه، يتبين ان معاملات الثبات الاستبانة مرتفع وهو مايدل على تمتعها بصورة عامة بالثبات وقد بلغ (0.87) ، وهو ما يشير إلى إمكانية ثبات نتائجها حتى لو طبقة لاكثر من مرة

ثانيا: خصائص شخصية لافراد عينة البحث

توصل البحث لمجموعة من خصائص شخصية ووظيفية لافراد عينته، تمثلت بـ "النوع الاجتماعي، العمر، التحصيل الدراسي، الراتب الشهري، مدة التعامل مع المصرف"، واظهرت نتائج التحليل في الجدول رقم (1) ادناه:

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

جدول (2) وصف خصائص عينة البحث

ت	الخصائص الشخصية	التصنيف	عدد	نسبة مئوية	مجموع	نسبة مئوية للمجموع
1	النوع الاجتماعي	ذكر	216	% 70	307	%100
		انثى	91	% 30		
2	العمر	30 سنة واقل	73	% 24	307	%100
		من 30- 40 سنة	128	% 42		
		من 40 – 50 سنة	81	% 26		
		50 سنة واكثر	25	% 8		
3	التحصيل الدراسي	دبلوم فما دون	34	% 11	307	%100
		بكالوريوس	111	% 36.2		
		دبلوم عالي	16	% 5.2		
		ماجستير	96	% 31.3		
		دكتوراه	50	% 16.3		
5	الراتب الشهري	اقل من 500 الف دينار	23	% 7.5	307	%100
		من 500 – 1000000	127	% 41.4		
		من 1000000 – 1500000	72	% 23.5		
		من 1500000 - 2000000	59	% 19.2		
		2000000 فأكثر	26	% 8.4		
6	مدة التعامل مع المصرف	5 سنوات واقل	192	% 62.5	307	%100
		من 5 – 10 سنوات	88	% 28.7		
		10 سنوات واكثر	27	% 8.8		

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج (Excel) والبرنامج الاحصائي (SPSS).

يتضح من نتائج التحليل للخصائص الشخصية لافراد عينة البحث والتي ظهرت في الجدول (2)، فيما يخص النوع الاجتماعي، فان النسبة الاكبر كانت من الذكور اذ بلغت (70%) من افراد العينة، والمتبقي من الاناث وقد بلغت نسبتهن (30%). وتراوحت اعمار افراد العينة بين (30) سنة فاقل و (50) سنة فاكثر، حيث كانت نسبة افراد العينة ممن هم اعمارهم (30) سنة فاقل (24%) من افراد عينة البحث، ونسبة (42%) وهي الاكبر كانت اعمارهم بين (30) سنة الى (40) سنة، في حين كانت اعمار افراد العينة بين (40) سنة الى (50) سنة قد بلغت نسبتهم (26%) وهي في المرتبة الثانية، واخيرا بلغت نسبة افراد العينة ممن هم اعمارهم (50) سنة فاكثر (8%) وهي اقل من بين نسب اعمار افراد العينة، اما فيما يخص التحصيلات الدراسية لافراد عينة البحث فقد تنوعت، اذ بلغت نسبة (11%) منهم هم من حملة شهادة الدبلوم فما دون، ونسبة (36.2%) وهي الاكبر كانوا من حملت شهادة البكالوريوس، اما فيما يخص اقل نسبة في التحصيل الدراسي فكانت نسبتها (5.2%) وهم من حملت شهادة الدبلوم العالي، وفي المرتبة الثانية فكانت لحملت شهادة الماجستير اذا بلغت نسبتهم (31.3%) من افراد عينة البحث، واخيرا فقد بلغت نسبة حملت شهادة الدكتوراه من افراد عينة البحث (16.3%). واظهرت نتائج التحليل في الجدول (1) ان نسبة (7.5%) كانت مرتباتهم الشهرية (500) الف دينار فاقل وهي الاقل، و نسبة (41.4%) وهي الاكبر كانت رواتبهم الشهرية بين (500) الف دينار و(1000000) المليون دينار، وبلغت نسبة افراد العينة ممن هم رواتبهم بين (1000000) مليون دينار و (1500000) مليون وخمسمائة الف دينار (23.5%) وهم في المرتبة الثانية، في حين كانت نسبة افراد العينة رواتبهم بين (1500000) مليون وخمسمائة الف دينار و(2000000) مليوني دينار قد بلغت (19.2%) وهي في المرتبة الثالثة، واخيرا كانت نسبة افراد العينة ممن هم يتقاضون راتبا شهريا بمقدار (2000000) مليوني دينار فاكثر قد بلغت (8.4%). وبينت نتائج التحليل ان مانسبته (62.5%) من افراد العينة بلغت مدة تعاملهم مع المصارف عينة البحث هي (5) سنوات فأقل وهم النسبة الاكبر، ونسبة (28.7%) تراوحت مدة تعاملهم مع المصرف بين (5) سنوات و (10) سنوات وهي في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الاخير بلغت مدة تعاملهم مع المصارف العينة من (10) سنوات فاكثر ونسبتها (8.8%).

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

ثالثا: تحليل متغيرات البحث بناءا على اجابات العينة

توضح الفقرة الثانية التحليل الاحصائي لاجابات عينة البحث عن المتغيرات وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة ،الفائدة، سهولة الاستخدام ، الخصوصة والامان) باستخدام مجموعة من المؤشرات الاحصائية الاولية وهي (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري) لجميع المتغيرات، وكما ياتي:

1- الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من قبل مصرفي "الرافدين والرشيد" عينة البحث

لتحليل اجابات العينة حول الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل مصرفي (الرافدين والرشيد) فقد استخدم البحث "المتوسط الحسابي والانحراف المعياري" وكما موضح في الجدول (3).

جدول (3) الخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف عينة البحث

ت	التفاصيل	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات	مستواها
1	الخدمة المصرفية الالكترونية تلبي احتياجاتي.	4.493	0.789	4	عالي
2	ارغب باداء معاملاتي المصرفية بشكل الكتروني بدلا من ذهابي الى المصرف لاداءها.	4.361	0.762	5	عالي
3	باستخدام الخدمة المصرفية الالكترونية زاد من كفاءة العمليات المصرفية.	4.722	0.811	2	عالي
4	اشجع دائما زملائي لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث.	4.224	0.736	6	عالي
5	ادى استخدامي للخدمات المصرفية الالكترونية الى انشاء علاقة مباشرة بيني وبين المصرف.	4.637	0.801	3	عالي
6	من مميزات الخدمة المصرفية الالكترونية هي السرعة في حصولي عليها.	4.891	0.897	1	عالي
7	بامكاني التمتع بالخدمة المصرفية الالكترونية من اي مكان ارغب فيه وخلال اي وقت.	4.121	0.708	7	عالي
	الوسط الحسابي والانحراف المعياري الكلي	4.493	0.786		عالي

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج (Excel) والبرنامج الاحصائي (SPSS).

يوضح جدول رقم (3) تحليلا لاجابات عينة البحث حول الفقرات التي تعبر عن الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث "الرافدين والرشيد"، فقد تباينت المتوسطات الحسابيه لاجاباتهم بين (4.891 – 4.121) وبلغ المتوسط العام (4.493)، مما يدل على المستوى العالي للخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة. ففي الترتيب الاول للفقرات فقد كان لفقرة **" من مميزات الخدمة المصرفية الالكترونية هي السرعة في حصولي عليها "** بمتوسط حسابي بلغ **(4.891)**، وهو اعلى من المتوسط الحسابي الكلي البالغ **(4.493)** وكان انحرافها المعياري بلغ **(0.897)**، اما الترتيب الاخير فقد حصلت عليه فقرة **" بامكاني التمتع بالخدمة المصرفية الالكترونية من اي مكان ارغب فيه وخلال اي وقت "** بمتوسط حسابي **(4.221)** والذي يعد الاقل من المتوسط الكلي، اما انحرافها المعياري فكان **(0.708)**، تبين هذه النتائج بان عينة البحث لديها قناعة عالية بالخدمة المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل مصرفي الرافدين والرشيد قياسا بالخدمات المقدمة من قبل المصارف الاخرى.

2- الكلفة

لتحليل اجابات العينة حول مدى ومقدرتهم على دفع تكاليف استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل مصرفي (الرافدين والرشيد) فقد تم استخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبيان ذلك، وكما مبين ادناه:

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

جدول (4) كلفة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف عينة البحث

ت	التفاصيل	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات	مستواها
1	لايتم محاسبتي أكثر على اجراء معاملاتي المصرفية الالكترونية	4.209	0.827	2	عالي
2	كلفة الاشتراك بشبكة الانترنت لاجراء المعاملات المصرفية الالكترونية تعد مقبولة.	4.132	0.782	4	عالي
3	الخدمات الإضافية التي يتم دفعها للمعاملات المصرفية عبر الإنترنت متوسطة الكلفة.	4.197	0.817	3	عالي
4	لاتشكل مصاريف المعاملات المصرفية الالكترونية التي اجريها بواسطة الإنترنت أعباء عليه.	4.023	0.702	5	عالي
5	التكلفة الإجمالية للقيام بالمعاملات المصرفية بواسطة الإنترنت أكثر من التي اجريها بواسطة قنوات اخرى.	4.287	0.837	1	عالي
الوسط الحسابي والانحراف المعياري الكلي		4.170	0.793		عالي

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج (Excel) والبرنامج الاحصائي (SPSS).

يوضح جدول رقم (4) تحليلا لاجابات عينة البحث حول الفقرات التي تعبر عن مدى رضاهم ومقدرتهم على تحمل تكلفة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث "الرافدين والرشيد"، فقد تباينت المتوسطات الحسابيه لاجاباتهم بين (4.287 – 4.023) وبلغ المتوسط الكلي (4.170)، مما يدل على المستوى العالي لرضاهم عن تكلفة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث، ففي الترتيب الاول للفقرات هي **" التكلفة الإجمالية للقيام بالمعاملات المصرفية بواسطة الإنترنت أكثر من التي اجريها بواسطة قنوات اخرى "** بمتوسط حسابي بلغ **(4.287)**، وهو اعلى من المتوسط الحسابي الكلي البالغ **(4.170)** وكان انحرافها المعياري بلغ **(0.837)**، اما الترتيب الاخير للفقرات فقد حصلت عليه فقرة **" تشكل مصاريف المعاملات المصرفية الالكترونية التي اجريها بواسطة الإنترنت أعباء عليه "** بمتوسط حسابي **(4.023)** والذي يعد الاقل من المتوسط الكلي، اما انحرافها المعياري فكان **(0.702)**، اذ تبين هذه النتائج بان عينة البحث لديها قناعة ومقدرة عالية على دفع كلفة استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل مصرفي الرافدين والرشيد.

3- الفائدة

لتحليل اجابات العينة حول فائدة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل مصرفي (الرافدين والرشيد) فقد تم استخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبيان ذلك، وكما مبين في الجدول (4) ادناه:

جدول (5) فائدة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف عينة البحث

ت	التفاصيل	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات	مستواها
1	الخدمات المصرفية الإلكترونية اعطتني منافع مختلفة .	4.733	0.737	4	عالي
2	ساعدتني الخدمات المصرفية الإلكترونية في اداء معاملاتي المصرفية بشكل اسرع.	4.992	0.879	1	عالي
3	افضل استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عن استخدام الخدمات التقليدية.	4.439	0.718	5	عالي
4	بشكل عام اجد ان استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت مفيدا.	4.762	0.802	3	عالي

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

5	استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت سيسهل عليّ القيام بمهامي.	4.891	0.877	2	عالي
الوسط الحسابي والانحراف المعياري الكلي		4.763	0.803		عالي

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج (Excel) والبرنامج الاحصائي (SPSS).

يوضح جدول رقم (5) تحليلا لاجابات عينة البحث حول الفقرات التي تعبر عن الفائد المدركة من استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث "الرافدين والرشيد"، فقد تباينت المتوسطات الحسابيه لاجاباتهم بين (4.992 – 4.439) وبلغ المتوسط الكلي (4.763)، مما يدل على المستوى العالي للفائدة المدركة للزبائن من استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث. ففي الترتيب الاول للفقرات هي **" ساعدتني الخدمات المصرفية الإلكترونية في اداء معاملاتي المصرفية بشكل اسرع."** بمتوسط حسابي بلغ **(4.992)**، وهو اعلى من المتوسط الحسابي الكلي البالغ **(4.763)** وكان انحرافها المعياري بلغ **(0.879)**، اما الترتيب الاخير للفقرات فقد حصلت عليه فقرة **" افضل استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عن استخدام الخدمات التقليدية "** بمتوسط حسابي **(4.439)** والذي يعد الاقل من المتوسط الكلي، اما انحرافها المعياري فكان **(0.718)**، اذ تبين هذه النتائج بان عينة البحث تمتعوا بفائدة عالية جراء استخدام الخدمة المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل مصرفي الرافدين والرشيد.

4- سهولة الاستخدام

لتحليل اجابات العينة حول مدى سهولة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل مصرفي (الرافدين والرشيد) فقد تم استخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبيان ذلك، وكما مبين في الجدول ادناه:

جدول (6) سهولة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف عينة البحث

ت	التفاصيل	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات	مستواها
1	استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية سهلاً بالنسبة لي.	4.388	0.689	2	عالي
2	التطبيقات والاجهزة الخاصة باستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية واضحة ومن السهل علي استخدامها.	3.174	1.003	5	عالي
3	ان التفاعل مع الخدمات المصرفية عبر شبكة الإنترنت بالنسبة لي واضحًا ومفهومًا.	4.516	0.721	1	عالي
4	من السهولة ان اكون متمكن في استخدامي للخدمات المصرفية عبر شبكة الإنترنت.	4.245	0.579	3	عالي
5	بصورة عامة ، أجد استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية أمرًا سهلاً.	3.981	1.114	4	عالي
الوسط الحسابي والانحراف المعياري الكلي		4.061	0.821		عالي

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج (Excel) والبرنامج الاحصائي (SPSS).

يوضح جدول رقم (6) تحليلا لاجابات عينة البحث حول الفقرات المعبرة عن سهولة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث "الرافدين والرشيد"، فقد تباينت المتوسطات الحسابيه لاجاباتهم بين (4.516 – 3.174) وبلغ المتوسط الكلي (4.061)، مما يدل على ان مستوى سهولة الاستخدام عالية للخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث. ففي الترتيب الاول للفقرات هي **" ان التفاعل مع الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت بالنسبة لي واضحا ومفهوما"** بمتوسط حسابي بلغ **(4.516)**، وهو اعلى من المتوسط الحسابي الكلي البالغ **(4.061)** وكان انحرافها المعياري بلغ **(0.721)**، اما الترتيب الاخير للفقرات فقد حصلت عليه فقرة **" التطبيقات والاجهزة الخاصة باستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية واضحة ومن السهل علي استخدامها "** بمتوسط حسابي **(3.174)**

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

والذي يعد الاقل من المتوسط الكلي، اما انحرافها المعياري فكان (**1.003**)، اذ تبين هذه النتائج بان مستوى سهولة استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل مصرفي الرافدين والرشيد من وجهة نظر الزبائن عينة البحث مرتفعة .

5- الخصوصية والامان

لتحليل اجابات العينة حول الخصوصية والامان عند استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل مصرفي (الرافدين والرشيد) فقد تم استخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبيان ذلك، وكما مبين ادناه:

جدول (7) الخصوصية والامان لاستخدام الخدمات الالكترونية في المصارف عينة البحث

ت	التفاصيل	متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الفقرات	مستواها
1	اشعر بالامان عند تقديم معلوماتي الحساسة من خلال الخدمات المصرفية الالكترونية.	4.891	0.889	1	عالي
2	اشعر بالامان عند استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.	4.274	0.763	3	عالي
3	عند تقديم المعلومات الشخصية الحساسة عن نفسي عبر الخدمات المصرفية الالكترونية اشعر بالأمان التام.	4.716	0.831	2	عالي
4	بصورة عامة ان الخدمات المصرفية الالكترونية هي مكان آمن لنقل المعلومات الحساسة.	3.941	0.629	5	عالي
5	توفر المصارف نظام حماية عالي للحفاظ على معلوماتي الشخصية ومعاملاتي الالكترونية.	4.181	0.719	4	عالي
	الوسط الحسابي والانحراف المعياري الكلي	4.401	0.766		عالي

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج (Excel) والبرنامج الاحصائي (SPSS).

يوضح جدول رقم (7) تحليلا لاجابات عينة البحث حول الفقرات المعبرة عن الخصوصية والامان في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث "الرافدين والرشيد"، فقد تباينت المتوسطات الحسابيه لاجاباتهم بين (4.891 – 3.941) وبلغ المتوسط الكلي (4.401)، مما يدل على ان مستوى الامان والخصوصية لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث عاليا. ففي الترتيب الاول للفقرات هي " **اشعر بالامان عند تقديم معلوماتي الحساسة من خلال الخدمات المصرفية الالكترونية** " بمتوسط حسابي بلغ (**4.981**)، وهو اعلى من المتوسط الحسابي الكلي البالغ (**4.401**) وكان انحرافها المعياري بلغ (**0.889**)، اما الترتيب الاخير للفقرات فقد حصلت عليه فقرة " **بصورة عامة ان الخدمات المصرفية الالكترونية هي مكان آمن لنقل المعلومات الحساسة**" بمتوسط حسابي (**3.941**) والذي يعد الاقل من المتوسط الكلي، اما انحرافها المعياري فكان (**0.629**)، اذ تبين هذه النتائج بان مستوى الخصوصة والامان في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من مصرفي الرافدين والرشيد من وجهة نظر الزبائن عينة البحث مرتفعا.

رابعا : اختبار فرضيات البحث

1- التحليل الاحصائي للفرضية الفرعية الاولى

لغرض اختبار الفرضية الفرعية الاولى والتي تنص بعدم وجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للنوعية الاجتماعية على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

الاستخدام، الخصوصية والامان) فقد تم استخدام الارتباط المتعدد والانحدار المتعدد لمعرفة مدى وجود علاقة ارتباط واثر بين المتغيرات الديمغرافية المتمثل بالنوعية الاجتماعية ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، وكما مبين في الجدول ادناه:

جدول (8) الارتباط والانحدار المتعدد لعلاقة الارتباط والاثر للنوعية الاجتماعية ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

المتغير التابع	R	R^2	F المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة التأثير β		t المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
النوعية الاجتماعية	0.382	0.146	98.137	0.068	0.078	الخدمات المصرفية	1.959	0.087
					0.105	الكلفة	2.714	0.064
					0.077	الفائدة	2.640	0.129
					0.192	سهولة الاستخدام	1.280	0.670
					0.162	الخصوصية والامان	2.280	0.089

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS).

اظهرت نتائج التحليل الاحصائي لفرضية البحث الفرعية الاولى في الجدول (8) بوجود علاقة ارتباط واثر ضعيفة موجبة وغير دالة معنويا بين النوعية الاجتماعية ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، وقد تفاوتت، وبلغ معامل الارتباط "R" (0.382) بمستوى دلالة (0.068) وهو اعلى من مستوى الدلالة المعتمد بالبحث والبالغ (0.05) مما يعني وجود ارتباط موجب ضعيف وغير دال معنويا، وكان معامل التفسير "R^2" بلغ (0.146)، والذي يفسر درجة تأثير المتغير المستقل "النوعية الاجتماعية" بمحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدم بالبحث، اي بمعنى ان المتغير المستقل استطاع ان يفسر مانسبته (0.146) من التبايانات الكلية لمتغيرات التابعة وهي "الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة، سهولة الاستخدام، الخصوصة والامان" ، وان (0.854) من التابينات تعود لعوامل اخرى ، واظهرت قيمة تأثر محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالنوعية الاجتماعية بنتائج مختلفة بناءا على اجابات عينة البحث، اذ بلغ قيمة درجة تأثر"β" للخدمات المصرفية الالكترونية (0.078)، والكلفة (0.105)، والفائدة (0.077)، وسهولة الاستخدام (0.192)، والخصوصية والامان (0.162)، والذي يعني ان الزيادة بدرجة واحدة بالنوعية الاجتماعية ينعكس على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالمصارف عينة البحث (الرافدين، الرشيد)، بقيمة (0.078) لمحدد الخدمات المصرفية الالكترونية و(0.105) للكلفة و(0.077) للفائدة و(0.192) لسهولة الاستخدام، و(0.162) للخصوصة والامان، ويوكد عدم معنوية هذا الاثر، ان قيمة مستويات الدلالة اكبر من مستوى الدلالة المعتمد بالبحث والبالغ (0.5) وتعني وجود اثر موجب وغير دال احصائيا، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الاولى للبحث والتي تنص على (لا توجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للنوعية الاجتماعية على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي "الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان").

2- التحليل الاحصائي للفرضية الفرعية الثانية

لغرض اختبار الفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على "لا توجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للعمر على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان)" فقد تم استخدام الارتباط المتعدد والانحدار المتعدد لمعرفة مدى وجود علاقة ارتباط واثر بين المتغيرات الديمغرافية المتمثل بالعمل ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، وكما مبين في الجدول ادناه:

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

جدول (9) الارتباط والانحدار المتعدد لعلاقة الارتباط والاثر للعمر ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

المتغير التابع	R	R^2	F المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة التأثير β		t المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
العمر	0.489	0.239	32.137	0.090	0.096	الخدمات المصرفية	2.959	0.007
					0.210	الكلفة	7.714	0.094
					0.123	الفائدة	4.640	0.219
					0.281	سهولة الاستخدام	3.280	0.572
					0.361	الخصوصية والامان	8.280	0.189

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS).

اظهرت نتائج التحليل الاحصائي لفرضية البحث الفرعية الثانية في الجدول (9) بوجود علاقة ارتباط واثر ضعيفة موجبة وغير دالة معنويا بين العمر ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، وقد تفاوتت، وبلغ معامل الارتباط "R" (0.489) بمستوى دلالة (0.090) وهو اعلى من مستوى الدلالة المعتمد بالبحث والبالغ (0.05)، مما يعني وجود ارتباط موجب ضعيف وغير دال معنويا، وكان معامل التفسير "R^2" بلغ (0.239)، والذي يفسر درجة تأثير المتغير المستقل "العمر" بمحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدم بالبحث، اي بمعنى ان المتغير المستقل استطاع ان يفسر مانسبته (0.239) من التبايانات الكلية لمتغيرات التابعة وهي "الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة، سهولة الاستخدام، الخصوصة والامان" ، وان (0.761) من التابينات تعود لعوامل اخرى ، واظهرت قيمة تأثر محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالعمر بنتائج مختلفة بناءا على اجابات عينة البحث، اذ بلغ قيمة درجة تأثر "β" للخدمات المصرفية الالكترونية (0.096)، والكلفة (0.210)، والفائدة (0.123)، وسهولة الاستخدام (0.281)، والخصوصية والامان (0.361)، والذي يعني ان الزيادة بدرجة واحدة بالعمر ينعكس على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالمصارف عينة البحث (الرافدين، الرشيد)، بقيمة (0.096) لمحدد الخدمات المصرفية الالكترونية و(0.210) للكلفة و(0.123) للفائدة و(0.281) لسهولة الاستخدام، و(0.361) للخصوصة والامان، ويوكد عدم معنوية هذا الاثر، ان قيمة مستويات الدلالة اكبر من مستوى الدلالة المعتمد بالبحث والبالغ (0.5) وتعني وجود اثر موجب وغير دال احصائيا، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الثانية للبحث والتي تنص على (عدم وجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للعمر على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث).

3- التحليل الاحصائي للفرضية الفرعية الثالثة

لغرض اختبار الفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على "عدم وجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للتحصيل الدراسي لافراد عينة البحث على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان)" فقد تم استخدام الارتباط المتعدد والانحدار المتعدد لمعرفة مدى وجود علاقة ارتباط واثر بين المتغيرات الديمغرافية المتمثل بالتحصيل الدراسي ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، وكما مبين في (10):

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

جدول (10) الارتباط والانحدار المتعدد لعلاقة الارتباط والاثر للتحصيل الدراسي ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

المتغير التابع	R	R^2	F المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة التأثير β		t المحسوبة	مستوى Sig الدلالة
التحصيل الدراسي	0.412	0.170	91.837	0.781	0.399	الخدمات المصرفية	9.959	0.089
					0.416	الكلفة	8.714	0.071
					0.628	الفائدة	6.640	0.711
					0.582	سهولة الاستخدام	4.280	0.272
					0.466	الخصوصية والامان	7.280	0.589

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS).

اظهرت نتائج التحليل الاحصائي لفرضية البحث الفرعية الثالثة في الجدول (10) بوجود علاقة ارتباط واثر موجبة وغير دالة معنويا بين التحصيل الدراسي ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، وقد تفاوتت، وبلغ معامل الارتباط "R" (0.412) بمستوى دلالة (0.781) وهو اعلى من مستوى الدلالة المعتمد بالبحث والبالغ (0.05)، مما يعني وجود ارتباط موجب وغير دال معنويا، وكان معامل التفسير "R^2" بلغ (0.170)، والذي يفسر درجة تأثير المتغير المستقل "التحصيل الدراسي" بمحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدم بالبحث، اي بمعنى ان المتغير المستقل استطاع ان يفسر مانسبته (0.170) من التبايانات الكلية لمتغيرات التابعة وهي "الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة، سهولة الاستخدام، الخصوصة والامان" ، وان (0.83) من التابينات تعود لعوامل اخرى ، واظهرت قيمة تأثر محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالتحصيل الدراسي بنتائج مختلفة بناءا على اجابات عينة البحث، اذ بلغ قيمة درجة تأثر"β" للخدمات المصرفية الالكترونية (0.399)، والكلفة (0.416)، والفائدة (0.628)، وسهولة الاستخدام (0.582)، والخصوصية والامان (0.466)، والذي يعني ان الزيادة بدرجة واحدة بالتحصيل الدراسي ينعكس على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالمصارف عينة البحث (الرافدين، الرشيد)، بقيمة (0.399) لمحدد الخدمات المصرفية الالكترونية و(0.416) للكلفة و(0.628) للفائدة و(0.582) لسهولة الاستخدام، و(0.466) للخصوصة والامان، ويوكد عدم معنوية هذا الاثر، ان قيمة مستويات الدلالة اكبر من مستوى الدلالة المعتمد بالبحث والبالغ (0.5) وتعني وجود اثر موجب وغير دال احصائيا، وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الثالثة للبحث والتي تنص على (عدم وجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للتحصيل الدراسي على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث).

4- التحليل الاحصائي للفرضية الفرعية الرابعة

لغرض اختبار الفرضية الفرعية الرابعة والتي تنص على "لا توجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للراتب الشهري لافراد عينة البحث على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان)" فقد تم استخدام الارتباط المتعدد والانحدار المتعدد لمعرفة مدى وجود علاقة ارتباط واثر بين المتغيرات الديمغرافية المتمثل بالرتب الشهري ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، وكما مبين في الجدول ادناه:

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

جدول (11) الارتباط والانحدار المتعدد لعلاقة الارتباط والاثر للراتب الشهري ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

المتغير التابع	R	R^2	F المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة التأثير β		t المحسوبة	Sig مستوى الدلالة
الراتب الشهري	0.782	0.612	82.837	0.002	0.822	الخدمات المصرفية	9.959	0.003
					0.917	الكلفة	8.714	0.001
					0.829	الفائدة	6.640	0.002
					0.486	سهولة الاستخدام	4.280	0.003
					0.869	الخصوصية والامان	7.280	0.001

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS).

اظهرت نتائج التحليل الاحصائي لفرضية البحث الفرعية الرابعة في الجدول (11) بوجود علاقة ارتباط واثر موجبة قوية وذات دالة احصائية معنوية بين الراتب الشهري لافراد عينة البحث ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، وقد تفاوتت، وبلغ معامل الارتباط "R" (0.782) بمستوى دلالة (0.002) وهو اقل من مستوى الدلالة المعتمد بالبحث والبالغ (0.05)، مما يعني وجود علاقة ارتباط موجب وذات دلالة معنوية واحصائية، وكان معامل التفسير "R^2" بلغ (0.612)، والذي يفسر درجة تأثير المتغير المستقل "الراتب الشهري" بمحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدم بالبحث، اي بمعنى ان المتغير المستقل استطاع ان يفسر مانسبته (0.612) من التباينات الكلية لمتغيرات التابعة وهي "الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان" ، وان (0.388) من التابينات تعود لعوامل اخرى ، واظهرت قيمة تأثر محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالراتب الشهري بنتائج مختلفة بناءا على اجابات عينة البحث، اذ بلغ قيمة درجة تأثر "β" للخدمات المصرفية الالكترونية (0.822)، والكلفة (0.917)، والفائدة (0.829)، وسهولة الاستخدام (0.486)، والخصوصية والامان (0.869)، والذي يعني ان الزيادة بدرجة واحدة بالراتب الشهري ينعكس على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالمصارف عينة البحث (الرافدين، الرشيد)، بقيمة (0.822) لمحدد الخدمات المصرفية الالكترونية و(0.917) للكلفة و(0.829) للفائدة و(0.486) لسهولة الاستخدام، و(0.869) للخصوصة والامان، ويوكد معنوية هذا الاثر، ان قيمة مستويات الدلالة اقل من مستوى الدلالة المعتمد بالبحث والبالغ (0.5) وتعني وجود اثر موجب وذات دلالة معنوية واحصائية، وهذا يعني رفض الفرضية الفرعية الرابعة للبحث والتي تنص على (عدم وجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة للراتب الشهري على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث.

5- التحليل الاحصائي للفرضية الفرعية الخامسة

لغرض اختبار الفرضية الفرعية الخامسة والتي تنص على "لا توجود علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة لمدة تعامل افراد عينة البحث مع المصرف على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي (الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان)" استخدام الارتباط المتعدد والانحدار المتعدد لمعرفة وجود علاقة ارتباط واثر بين المتغيرات الديمغرافية المتمثل بمدة التعامل مع المصرف ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، وكما مبين في ادناه:

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

جدول (12) الارتباط والانحدار المتعدد لعلاقة الارتباط والاثر لمدة التعامل مع المصرف ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية

المتغير التابع	R	R^2	F المحسوبة	مستوى الدلالة	درجة التأثير β		t المحسوبة	مستوى Sig الدلالة
مدة التعامل مع المصرف	0.629	0.396	78.361	0.004	0.928	الخدمات المصرفية	7.851	0.005
					0.621	الكلفة	3.914	0.003
					0.981	الفائدة	9.740	0.004
					0.978	سهولة الاستخدام	8.283	0.002
					0.861	الخصوصية والامان	7.983	0.004

اعداد: الباحث بالاعتماد على التحليل الاحصائي لإجابات العينة باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS).

اظهرت نتائج التحليل الاحصائي لفرضية البحث الفرعية الخامسة في الجدول (12) بوجود علاقة ارتباط واثر موجبة قوية وذات دالة احصائية ومعنوية بين مدة التعامل مع المصرف لافراد عينة البحث ومحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، وقد تفاوتت، وبلغ معامل الارتباط "R" (0.629) بمستوى دلالة (0.004) وهو اقل من مستوى الدلالة المعتمد بالبحث والبالغ (0.05)، مما يعني وجود علاقة ارتباط موجب وذات دلالة معنوية واحصائية، وكان معامل التفسير "R^2" بلغ (0.396)، والذي يفسر درجة تأثير المتغير المستقل "مدة التعامل مع المصرف" بمحددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدم بالبحث، اي بمعنى ان المتغير المستقل استطاع ان يفسر مانسبته (0.396) من التباينات الكلية لمتغيرات التابعة وهي "الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان" ، وان (0.604) من التابينات تعود لعوامل اخرى ، واظهرت قيمة تأثر محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بمدة التعامل مع المصرف بنتائج مختلفة بناءا على اجابات عينة البحث، اذ بلغ قيمة درجة تأثر "β" للخدمات المصرفية الالكترونية (0.928)، والكلفة (0.621)، والفائدة (0.981)، وسهولة الاستخدام (0.978)، والخصوصية والامان (0.861)، والذي يعني ان الزيادة بدرجة واحدة بمدة التعامل مع المصرف ينعكس على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالمصارف عينة البحث (الرافدين، الرشيد)، بقيمة (0.928) لمحدد الخدمات المصرفية الالكترونية و(0.621) للكلفة و(0.981) للفائدة و(0.978) لسهولة الاستخدام، و(0.861) للخصوصة والامان، ويوكد معنوية هذا الاثر، ان قيمة مستويات الدلالة اقل من مستوى الدلالة المعتمد بالبحث والبالغ (0.5) وتعني وجود اثر موجب وذات دلالة معنوية واحصائية، وهذا يعني رفض الفرضية الفرعية الخامسة للبحث والتي تنص على (لا توجد علاقة ارتباط واثر ذات دلالة معنوية واحصائية موجبة لمدة التعامل مع المصرف على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث وهي "الخدمات المصرفية الالكترونية، الكلفة، الفائدة ، سهولة الاستخدام، الخصوصية والامان").

الاستنتاجات والتوصيات

اولا: الاستنتاجات

1- من خلال المقابلات الشخصية لبعض افراد عينة البحث تبين بان لديهم رغبة باستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية، ويرون بان عدم تعريف المصرف بها ادى الى تخوف بعض الزبائن من استخدامها، تجنبا للمخاطرة التي من الممكن ان تحدث بدخول اشخاص غير مرخصين الى شبكة الانترنت، ويعني هذا ان على المصارف مسؤولية الكبيرة لعدم انتشار هذه الخدمات بالعراق.

2- بينت الدراسة الميدانية ان احد اسباب عدم رغبة البعض الاخرى من الزبائن بالتعامل بالخدمات المصرفية الالكترونية هي، عدم توافر الكفاءة الكافية لديهم وجهل بعضهم بالخدمات المصرفية الالكترونية.

3- اظهرت نتائج التحليل الاحصائي للبحث باستخدام الارتباط والانحدار المتعدد بواسطة البرنامج الاحصائي (SPSS) إلى عدم وجود فروقات ذات دلالة معنوية وإحصائية للمتغيرات الديمغرافية المتمثلة بـ "النوعية الاجتماعية، العمر، التحصيل الدراسي" على جميع محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، لان مستوى الدلالة لجميع المحددات كان اكبر من مستوى الدلالة المستخدم بالبحث والبالغ (0.05) وعليه تعتبر غير دالة معنوية.

4- كما اتضح من نتائج التحليل بوجود فروقات ذات دلالة معنوية وإحصائية للمتغيرات الديمغرافية المتمثلة بـ (الدخل الشهري، مدة التعامل مع المصرف على جميع محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية المستخدمة بالبحث، لان مستوى الدلالة لجميع المحددات كان اقل من مستوى الدلالة المستخدم بالبحث والبالغ (0.05) وعليه تعتبر دالة معنوية.

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

ثانيا: التوصيات

في ضوء النتائج التي توصل اليها البحث يوصي البحث بما يلي:

1- ضرورة قيام المصارف بتعزيز الترويج للخدمات المصرفية الالكترونية، عن طريق تنفيذ برامج توعوية لزبائنها الحاليين والمحتملين، يتضمن فوائد تبني الخدمات المصرفية الالكترونية وطرق استخدامها، واقامة دورات تدريبية لهم، مما يعزز استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبلهم.

2- يجب على المصرف القيام بتوفير برامج حماية معلومات الزبائن وتوفير الضوابط المناسبة للرقابة عليها، ، تجنبا للمخاطر التي قد تحدث بالدخول الى شبكة المعلومات من قبل اشخاص غير مرخص لهم ، والمراجعة المستمرة للسياسات والاجراءات المرتبطة بها.

3- يتطلب من المصارف زيادة عدد ماكينات الصراف الالي (ATM) ونقاط البيع (POS) وتوزيعها حسب كثافة زبائنها في المحافظات وداخل مراكز التسوق، مما يوفر اتاحتها للزبائن في اي وقت وفي اي مكان لتلقي الخدمات المصرفي الالكتروني، مما ينعكس على رغبتهم بقبول استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

4- انشاء نظام ادارة مشاكل الزبائن، والذي يخصص لحل المشاكل التي تواجه الزبائن عند استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

5- ان البنية التحتية الموجودة في العراق غير كافية لتلبية متطلبات تقنية الصيرفة الإلكترونية في اغلب أنحاء البلاد. لذلك ، فإن للحكومة دور رئيسي تلعبه في تعزيز البنية التحتية الأساسية المطلوبة لزيادة انتشار الخدمات المصرفية الإلكترونية. ويشمل ذلك "توفير إمدادات ثابتة من الكهرباء وأحدث تقنيات المعلومات والاتصالات". اضافة الى ذلك ، هناك حاجة لسن تشريعات اضافية لحماية المعاملات المصرفية الإلكترونية.

المصادر

اولا: المصادر العربية

1- أحمد، إخلاص سعد،(2011) "**البنوك الإلكترونية :الأعمال المصرفية الإلكترونية**" ، مقال منشور بمجلة المصارف، تصدر عن إتحاد المصارف السوداني، العدد38 ، السودان.

2- الرواش، حسن نجيب و التل، رعد مشعل محمد والعمر، صالح ابراهيم،(2020) "**محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية في الاردن من وجهة نظر العملا**"، دراسة منشورة في المجلة العالمية للاقتصاد والاعمال.

3- السيسي، صلاح الدين حسن،(2010) "**الحسابات والخدمات المصرفية الحديثة**"، دار الوسام للطباعة والنشر، بيروت، لبنان.

4- الصرن، رعد حسن،(2007) "**عولمة جودة الخدمات المصرفية**"، ط1، مؤسسة الورق، عمان، الاردن.

5- العضالية، رائد محمد والمبيضين، هشام عثمان والسميرات، محمد خليل،(2016) "**العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت من وجه نظر العملاء – دراسة ميدانية على اقليم الجنوب- الاردن**"، بحث منشور في المجلة الاردنية في ادارة الاعمال، المجلد12، العدد 3.

6- بلحسن، محمد و لطرش، هالة،(2020) " **العوامل المؤثرة على استخدام البنوك الالكترونية من طرف زبائن البنوك الجزائرية- دراسة تجريبية**"، دراسة منشورة في مجلة مجاميع المعرفة، المجلد 06، العدد 01.

7- حلبوص، امينة عبد الاله،**(2014)**"**الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية**"، بحث منشور في المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 43.

8- شاكر، رشا كيلان، والانباري، زيد رياض،(2020) "**النظام القانوني للخدمات المصرفية الالكترونية**"، بحث منشور في مجلة كلية التربية الاساسية، العدد 108، المجلد، 26.

9- صابر، محمد عبد العليم،(2009) "**التسويق والتجارة الالكترونية**"، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية.

10- عطية، احمد صبيح،(2014) "**الصيرفة الالكترونية بين جدلية الاستفادة من الثورة المعلوماتية واالخفاقات التطبيق**"، بحث منشور في المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 41.

11- فهد، نصر حمود مزنان،(2011) "**إمكانيات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في الميادين العربية**"، دراسة منشورة بمجلة كلية الإدارة والاقتصاد، العدد4.

12- محمد، جمال هداش،(2017) "**العمل المصرفي الالكتروني ودوره في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف- دراسة تطبيقية في عدد من المصارف الاهلية والحكومية**"، بحث منشور في مجلة جامعة كركوك للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد 7، العدد1.

13- ياس، اسماء خضير، و جميل، احمد صبحي،(2014) "**مظاهر استخدام الصيرفة الالكترونية في العراق – دراسة حالة على مجموعة من المصارف في بغداد**"، بحث منشور في المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 41.

ISSN:2618-0278 Vol. 3 No. 7 September 2021

ثالثا: المصادر الاجنبية

1- Annin, K., Adjepong, O. M., & Senya, S. S. (2013**), "Applying logistic regression to e-banking usage in Kumasi Metropolis**", Ghana. International Journal of Bank Marketing, 17, 72-83.

2- Basel Committee on Banking Supervision (2003). **"Risk management principles for electronic banking, Switzerland: Bank of International Settlements".** Retrieved from http://www.bis.org/publ/bcbs98.pdf.

3- Calasir, Fathi (2008), **''Internet banking via other banking channel".**young consumer view. International Journal of Information Management . Vol 28, No2,.

4- Featherman, M. S., Miyazaki, A. D., & Sprott, D. E. (2010). **"Reducing online privacy risk to facilitate e-service adoption: the influence of perceived ease of use and corporate credibility".** Journal of Services Marketing, 24(3), 219-229.

5- Hosein, N.Z. (2010). **"Internet banking: understanding consumer adoption rates among community banks",** viewed 20 September 2013. Available at :www.aabri.com/LV2010Manuscripts/LV10038.pdf.

6- Kose, A. (2009). **"Determination of reasons affecting the use of internet banking through logistic regression analysis"** Journal of Global Strategic Management,6, 1-10.

7- Laukkanen, T. and Pasanen, M. (2012). **"Mobile banking innovators and early adopters: how they differ from other online users",** Journal of Financial Services *Marketing*, 13 (2), pp. 86-94.

8- Mansi, I., & Amany, B. S. (2015). **"The impact of networking and communications resources to improve the quality of services provided to customers in the Jordanian Insurance Companies".** Journal Of Information Engenering And Application, 5(1),17.

9- Maduku, D.K. and Mpinganjira, M. (2012). **"Empirical investigation into customers' attitude towards usage of cellphone banking in Gauteng, South Africa",** Journal of Contemporary Management, 9, pp. 172-189.

10- Nasri, W. (2011). **"Factors influencing the adoption of Internet banking in Tunisia**", International Journal of Business and Management, 6, pp. 143-160.