



دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية دراسة عينة من مالكي البطاقة الذهبية

The role of electronic payment methods (Edahabia card) in improving the quality of digital financial services Study of a sample of Edahabia card owners

طلحة محمد

جامعة المدية (الجزائر)

talha.universite@gmail.com

زيان عبد الحليم

جامعة الجلفة (الجزائر)

hwlemzn@gmail.com

بن زيد سليم*

جامعة الجلفة (الجزائر)

salim.benzid@univ-djelfa.dz

ملخص	معلومات المقال
تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية والعلاقة بينها. وذلك بناءً على استبيان تم توزيعه على عينة مكونة من (31) مفردة. وخلصت الدراسة إلى نتائج أهمها: وجود علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المالية الرقمية، ووجود تأثير ذو دلالة إحصائية لوسائل الدفع الإلكتروني على تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية، وانعدام الأثر لبعد الموقع الإلكتروني. كما دعت الدراسة من خلال التوصيات إلى تحسين وتطوير المواقع الإلكترونية مع مراعاة البساطة والوضوح، وبما يتماشى مع مختلف أصناف المجتمع، إضافة إلى تطوير أنظمة الحماية، والتعاقد مع مختلف الخدمات المقدمة التي يحتاجها العملاء لدمجها ضمن الخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية.	تاريخ الارسال: 2025/01/12 تاريخ القبول: 2025/02/12 الكلمات المفتاحية: ✓ وسائل الدفع الإلكتروني ✓ البطاقة الذهبية ✓ الجودة
Abstract :	Article info
This study aims to identify the impact of electronic payment methods on the quality of digital financial services and their relationship. This will be based on a survey distributed to a sample of (31) individuals. The study concluded by a set of results that included relationship between electronic payment methods and improving the quality of digital financial services, and that there is a statistically significant effect of electronic payment methods on the quality of digital financial services. It also concluded that there is no effect on the electronic website. In addition, the study, through the recommendations, calls for the improvement and development of electronic websites in accordance with the different types of society, while taking into account simplicity and clarity, adding to the development of protection systems, and contracting with various services that customers need to integrate into the services provided by the financial institution.	Received 12/01/2025 Accepted 12/02/2025. Keywords: ✓ Electronic payment methods ✓ Edahabia card ✓ Quality

لقد أحدثت وسائل الدفع الإلكترونية ثورة في طريقة التعامل مع مختلف الخدمات المالية. فهي توفر السرعة والجهد والأمان والراحة التي عجزت أساليب الدفع التقليدية أن تحققها. خاصة في العصر الحالي ومع استمرار التقدم التكنولوجي، والابتكارات المتزايدة في عالم الدفع الإلكتروني. حيث ومع ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبح استخدام نظام الدفع الإلكتروني يتزايد يوما بعد يوم. حيث نجد هناك تغير ملحوظ في ميول واضح للمتعامل الجزائري نحو مختلف الخدمات المالية الرقمية أو الإلكترونية من تحويلات مالية تسديد مختلف الفواتير، التجارة الإلكترونية... وغيرها من الخدمات المالية المعاصرة والمتاحة مع وسيلة الدفع، إن نظام الدفع الإلكتروني، هو حل أو بنية تحتية رقمية تمكن العملاء من إجراء المدفوعات وإجراء تحويلات إلكترونية عبر الإنترنت للأموال دون الحاجة إلى النقود أو الشيكات المادية وما يرافقها من تكاليف.

ولوسائل الدفع الإلكترونية أثر كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. حيث تسهل طرق الدفع الإلكترونية على العملاء تحويل الأموال أو دفع الفواتير أو إجراء عمليات الشراء، وهي أكثر ملاءمة وسرعة من طرق الدفع الورقية التقليدية. وهذا يوفر تجربة أفضل للعملاء ويحسن السمعة العامة للبنك. وتسمح طرق الدفع الإلكترونية أيضًا بتتبع المدفوعات في الوقت الفعلي، مما يسهل على العملاء مراقبة حساباتهم وضمان التعامل مع المعاملات بشكل أكثر دقة. يمكن للبنوك أيضًا استخدام طرق الدفع الإلكترونية لاستهداف عملاء محددين بصفقات وعروض ترويجية محددة.

كما أن النظام تزامن مع ظهور خدمات مالية جديدة ومتطلبات معيشية مرتبطة بعصر التكنولوجيا الحديثة، خاصة مع وفرة الانترنت وبشكل واسع وبأقل تكلفة مقارنة بما سبق، فالتعامل الجزائري زادت متطلباته وانشغالاته أكثر من أي وقت مضى، خاصة الموظفين، حيث نجد أن أغلب الخدمات المالية التي يحتاجها الفرد قد توفرت ضمن خدمات الدفع الإلكتروني، وهل هذا الأخير له اثر على الخدمات المتاحة من حيث التحسين والجودة، هذا ما ستعرفه من خلال هذه الدراسة، وعليه فجملة المعطيات السابقة تستدعي وتدفعنا لطرح التساؤل الرئيسي التالي:

✓ الإشكالية:

هل يوجد دور لوسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية؟

ومن خلال هذه الإشكالية نطرح التساؤلات الفرعية التالية:

هل توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ بين وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية)

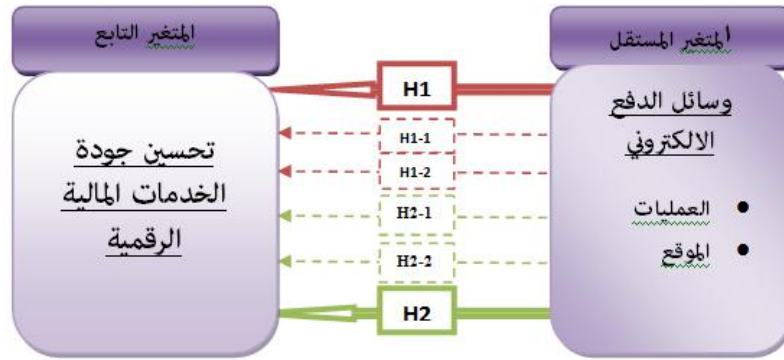
و تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية؟

هل توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ لوسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في

تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية؟

ولمعالجة إشكالية البحث وللإجابة على هذا التساؤلات ارتأينا صياغة الفرضيات الموالية بالاعتماد على نموذج الدراسة الموالي:

الشكل رقم (1) نموذج متغيرات الدراسة



من إعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات السابقة

✓ الفرضيات:

H1: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ بين وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) وتحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

وتتفرع عنها الفرضيتين الفرعيتين التاليتين:

H1-1 الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ بين العمليات وتحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

H1-2 الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ بين الموقع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

H2: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ لوسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

وتتفرع عنها الفرضيتين الفرعيتين التاليتين:

H2-1 الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ لبعد العمليات في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

H2-2 الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ لبعد الموقع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

H3: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05) \leq a$ في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، الوضعية المهنية، الدخل الشهري، سنوات امتلاك البطاقة، وعدد مرات استخدام البطاقة شهريا).

وتتفرع منها ستة فرضيات فرعية التالية:

H3-1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(0.05) \leq a$ في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغير الجنس

- ✍ **H3-2:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \leq a$) في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزّي لمُتغير الفئة العمرية.
- ✍ **H3-3:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \leq a$) في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزّي لمُتغير الوضعية المهنية.
- ✍ **H3-4:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \leq a$) في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزّي لمُتغير الدخل الشهري.
- ✍ **H3-5:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \leq a$) في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزّي لمُتغير سنوات امتلاك البطاقة.
- ✍ **H3-6:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \leq a$) في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزّي لمُتغير عدد مرات استخدام البطاقة شهريا.

✓ أهمية أهداف الدراسة:

✓ الأهمية:

- ✓ ترجع أهمية هذه الدراسة إلى أهمية الخدمات المالية في عصر الخدمات المالية الالكترونية.
- ✓ أهمية وسائل الدفع الالكتروني في مختلف الخدمات المالية المتاحة.
- ✓ فهم طبيعة ودور وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية.
- ✓ أهمية العمليات والإجراءات والموقع الالكتروني في إتمام الخدمات المالية المختلفة.
- ✓ كما جاءت هذه الدراسة لتبين مدى ميول عينة الدراسة لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني.
- ✓ كما يتوقع أن تقدم هذه الدراسة منفعة لمختلف مؤسسات الخدمات المالية خاصة مؤسسة البريد.

✓ الأهداف:

سنحاول من خلال هذه الدراسة التعرف على الخدمات المالية الرقمية ووسائل الدفع الإلكتروني هذا من جهة، ومن جهة أخرى معرفة مدى تأثير وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين الخدمات المالية الرقمية والعلاقة بينهما، ومحاولة إثبات صحة فرضيات الدراسة من عدمها، قصد المساهمة في تقديم مقترحات وحلول كفيلة لتطوير هذه الخدمات، والاهتمام بها خاصة مع عصر تكنولوجيا المعلومات والخدمات المالية الرقمية، والانتشار الواسع للتجارة الإلكترونية المرتبطة بالدفع الإلكتروني.

✓ **محاور الدراسة:** لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على الأسئلة المطروحة واختبار فرضيات الدراسة سنحاول تقسيم هذه

الدراسة إلى محورين:

✓ **المحور الأول:** يشمل الجانب النظري للدراسة (مفاهيم حول متغيرات الدراسة)

✓ **المحور الثاني:** يشمل الجانب التطبيقي للدراسة (دراسة حالة).

المحور الأول: الإطار النظري للدراسة

أولاً: وسائل الدفع الإلكتروني

إن نظام الدفع الإلكتروني هو جسر تكنولوجي يعمل على تمكين المعاملات المالية الإلكترونية بين الأفراد والشركات، فبدلاً من اللجوء إلى النقود أو كتابة الشيكات، يمكن للأفراد والمنظمات تحويل الأموال إلكترونياً بسهولة وببضع نقرات فقط، حيث دعمت التطورات الأخيرة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وخاصة التقدم في الإنترنت والاتصالات القائمة على الهاتف المحمول، إلى توسع القطاع المالي وتنوع الخدمات وتوافر الخدمات المالية الجديدة، وقد سهلت التطورات في التكنولوجيا المالية على المتعاملين التعرف على المنتجات والخدمات المالية الجديدة.

1. تعريف وسائل الدفع الإلكتروني:

تعرف على أنها الأنظمة التي تمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الإلكترونية من مختلف التبادلات المالية الإلكترونية، بدلا من استخدام التعاملات التقليدية (النقود المعدنية والورقية أو الشيكات الورقية). (الطائي م.، 2010). وتعرف بأنها وسيلة للدفع عبر الشبكة الإلكترونية مثل الإنترنت والتطبيقات. ومختلف المعاملات المالية التي تتم دون استخدام المستندات الورقية مثل الشيكات، (Reddi & Kanderi, 2024) وتعرف بأنها مختلف الوسائل الإلكترونية التي يستخدمها العميل من أجل تلبية حاجاتها المالية والشرائية عبر الشبكة الإلكترونية أو تطبيق إلكتروني تابع للمؤسسة المالية.

2. خصائص وسائل الدفع الإلكتروني:

تعتبر هذه الخصائص من الركائز التي تؤدي إلى استقرار النظام المصرفي والمالي على استقرار نظام الدفع، وما ينجر عنه من استقرار في النظام الاقتصادي عموماً، وتتمثل هذه الخصائص في:

1.1. البساطة والوضوح: حيث لا بد أن تكون القواعد والإجراءات المعمول بها واضحة وغير معقدة وسهلة الفهم والتطبيق لجميع المتعاملين على مختلف مستوياتهم ولغاتهم

2.2. المرونة: وهي قدرة النظام على التكيف والاستجابة مع المواقف المتجددة، سواء كانت راجعة إلى تطور سلوك مؤسسات أو الأفراد) ومجال وسائل الدفع وقنوات الاتصال أو القوانين والتنظيمات.

3.2. السرعة: يتم إجراء الدفع في وقت قياسي على الأقل نفس يوم الاستحقاق فالدائن يرغب في الوصول إلى حقه في وقت قياسي، والمتعامل يرغب في إتمام عملياته المالية في أسرع وقت ممكن.

4.2. الأمان: في الوقت الذي أصبحت في القرصنة نشاط مربح، أصبح من الضروري أن تكون وسائل الدفع والطرق المستعملة تتمتع بالأمان؛ فكلما ساد الأمان في طرق ووسائل المعتمدة في الدفع زادت الثقة بين المتعاملين. (زواش، 2010).

3. أنواع وسائل الدفع الإلكتروني:

سننظر في دراستنا هذه إلى نوع واحد من وسائل الدفع الإلكتروني، وهي البطاقة الإلكترونية أو البنكية كون هذه الدراسة تطرقت إلى وسيلة واحدة وهي البطاقة الإلكترونية.

1.3. البطاقات البنكية (الإلكترونية): هي بطاقة مصرفية أو بطاقة دفع بلاستيكية يمكن استخدامها بدلاً من النقد أثناء دفع ثمن البضائع والخدمات، حيث يتم خصم الأموال مباشرة من حساب مستخدم البطاقة، ويتم إصدار هذه البطاقة من قبل البنك، تمكن صاحبها من دفع ثمن السلع والخدمات (Zala, 2018)، وتعرف على أنها بطاقة بلاستيكية مغناطيسية ذات أبعاد

قياسية معينة، مدون عليها بيانات مرئية وغير مرئية، تصدرها المؤسسات المالية لعملائها من أجل التعامل بها بدلا من حمل النقود (فؤاد، 2008)، وتعرف كذلك بأنها بطاقة ممغنطة تستخدم في مختلف المعاملات المالية تمكن صاحب البطاقة من الحصول على النقود والسلع والخدمات المختلفة من (تحويلات مالية، تسديد فواتير، شراء) (أميرة، 2018). كما تعرف بأنها البطاقة التي يمكن للمرء استخدامها كوسيلة مريحة كآلية للدفع، حيث يتم إصدارها بشكل عام من قبل المؤسسات المالية ذات صلة بماكينات الصراف الآلي (جهاز الصراف الآلي)، وتعد هذه البطاقة أفضل طريقة لحمل النقود أو الشيكات. كما تكون مرتبط بالحساب البنكي للفرد، مما يسمح بسحب وتحويل الأموال من أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع دون الكتابة شيك. كما يقوم حامل البطاقة بالدفع المباشر من خلال البنك لمختلف المشتريات. حيث يقوم العملاء بالإيداع مقدماً في بطاقة الخصم إلى المؤسسة المالية والسحب عند الشراء. (Reddi & Kanderi, 2024)

ثانيا: جودة الخدمات المالية الرقمية

1. تعريف الخدمات المالية الرقمية:

قبل التطرق لتعريف الخدمات المالية الرقمية سنلقى نظرة على مفهوم جودة الخدمة، حيث تعرف الجودة على أنها خاصية أو مجموعة تشكيلة من الخصائص التي تميز شيء عن آخر، أي منتج عن آخر، أي المنتجات التي تختلف عن تلك التي ينتجها المنافسون. (الحداد، 2009). كما تعرف بأنها تزويد الزبائن بالمنتجات والخدمات التي تفوق توقعاتهم واحتياجاتهم (محمود و الشيخ، 2010). وعرفت الجمعية الأمريكية على أنها "الهيئة والخصائص الكلية للمنتج التي تظهر وتعكس قدرة هذا المنتج على إشباع حاجات صريحة أو علنية وأخرى ضمنية للمستهلكين". (مجيد و الزبادات، 2007). أما الخدمة فتعرف بأنها نطاق واسع لتشمل الخدمات المصرفية وإدارة المخاطر وأسواق رأس المال والصناديق المشتركة والتأمين ورأس المال الاستثماري والتمويل الاستهلاكي والتكنولوجيات المستخدمة لإنتاج وتوزيع وتنظيم هذه الخدمات. (Haluk, Springer Nature, 2024)، الخدمات المالية الرقمية هو مصطلح شامل يخص جميع الخدمات المالية الرقمية التي تعتمد على التقنيات الرقمية، وعادةً ما تشمل الخدمات المالية الرقمية خدمات مثل المراسل التجاري، والخدمات المصرفية الإلكترونية، والمال الإلكتروني، والتحويل الإلكتروني للأموال، والدفع الإلكتروني، والخدمات المالية عبر الهاتف المحمول، والدفع عبر الهاتف المحمول، والمحفظة الإلكترونية. وتعرف بأنها مجموعة من الإجراءات التي يقوم بها العميل والتي من خلالها يقوم بإكمال المعاملات المصرفية إلكترونياً دون الحاجة إلى زيارة المصرف (صواق و اخرون، 2023). وتعرف بأنها تلك خدمات مالية التي تعتمد على التقنيات الرقمية لتقديمها واستخدامها، من قبل المتعاملين. (Pazarbasioglu, 2020)، وتعرف الخدمات الرقمية على أنها تلك الخدمات التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أي تعتمد على التقنيات الرقمية لتقديمها واستخدامها من قبل المستهلكين. (Himanshu & Antonio, 2023).

2. خصائص الخدمات المالية الرقمية:

- تتمتع الخدمات المالية الرقمية (DFS)، التي تتيحها التكنولوجيا المالية، بالقدرة على خفض التكاليف، وزيادة السرعة، والأمن والشفافية والسماح بمزيد من الخدمات المالية المخصصة
- يمكن للخدمات المالية الرقمية أيضاً أن تساعد الشركات على معالجة مشكلات السيولة، والتي تعتبر بالغة الأهمية بسبب تقلبات العرض والطلب.
- الصدمات المالية نتيجة للأزمة الحالية تمكن الخدمات المالية الرقمية الشركات من التفاعل مع مقدمي الخدمات المالية، حتى في الأوقات التي لا تكون فيها الزيارات الفعلية ممكنة والسحب من خطوط الائتمان الحالية بدونها.

- التأخير أو الاضطرابات. يمكن تطبيق المدفوعات الرقمية، بمجرد الموافقة عليها، بسرعة على حسابات الشركات. كما أدخلت الخدمات المالية الرقمية أشكالاً من التمويل البديل الذي يمكن أن يعوض عن نقص السيولة في التمويل التقليدي القنوات المالية. (Pazarbasioglu, 2020).

ثالثاً: الدراسات السابقة

سوف نستعرض في هذه الفقرة جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة إلى أبرز ملامحها مع تقديم تعقيبات عليها تتضمن جوانب الاتفاق، وأخيراً جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية، كما سنقدم عرضاً لهذه الدراسات حسب فترتها الزمنية، وحسب كونها دراسات عربية أو أجنبية.

1. **دراسة بورايو هاجر أميرة (2018)**، مقال منشور في مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة 2 – العدد 81، عنوانها واقع استخدام البطاقات البنكية في الجزائر – دراسة مقارنة لعينة من البنوك العمومية الجزائرية- تهدف هذه الدراسة إلى محاولة التعرف على البطاقات البنكية باعتبارها من أهم وسائل وتقنيات العصر الحديث، من أجل إثبات دور هذه البطاقات البنكية في التعاملات التجارية قمنا بدراسة مقارنة بين مجموعة من البنوك الجزائرية، وخلصت إلى نتائج أهمها: سعي المحيط البنكي لتطوير أنظمة المدفوعات النقدية الالكترونية؛ وإنشاء شركة المعاملات البنكية والنقدية من أجل تطوير وتحديث البطاقات البنكية؛ -استخدام لا زال محدود ولم يواكب التطورات التكنولوجية؛ -اختلاف نسب استعمال البطاقات البنكية من بنك لآخر حسب نسبة التعاملات المالية الالكترونية.
2. **دراسة نبيل أيت شعلال (2019)** مقال منشور في مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية مجلد (02) العدد (02)، عنوانها البطاقات البنكية وعوائق استخدامها في الجزائر تعتبر المعاملات الإلكترونية الأسلوب الحديث في الإدارة عبر مختلف دول العالم ومنها الجزائر، حيث تم اعتماد الرقمنة عبر العديد من القطاعات ومن بينها قطاع البنوك الذي أصبحت وسائل الدفع فيه تأخذ شكلاً متطوراً يتجسد من خلال عديد الصور التي من بينها البطاقات الإلكترونية، إلا أن الاعتماد على هذه البطاقات رغم أهميته فإنه يواجه في الواقع العديد من العوائق عند استخدامه والتي تنقص من الاستفادة منه كأسلوب حديث في الدفع.
3. **دراسة كل من سايحي الخامسة وطويل حدة (2019)**، مقال منشور في مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية مجلد 13 العدد 02، عنوانها أثر أثر وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة تبسة، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر عملاء بنك الجزائر الخارجي -وكالة تبسة- من خلال استخدام استبيان وجه لعينة مكونة من (30) مفردة، وقد تم التوصل إلى عدد من النتائج أهمها: وجود أثر لوسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية وهذا حسب مختلف أبعاد الجودة، وفي ضوء هذه النتائج صيغت مجموعة من التوصيات أهمها: ضرورة تعزيز وسائل الدفع الالكتروني من خلال الاهتمام بتطويرها وتطبيقها بشكل فعال بما يتماشى مع التطورات الحاصلة.
4. **دراسة بوعتلي محمد (2022)** مقال مجلة المجلة الجزائرية للدراسات الاقتصادية والإدارية المجلد (02) العدد (01)، منشور في مجلة عنوانها تقييم واقع البطاقات البنكية و تطورها في البنوك التجارية:دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي. تهدف هذه الدراسة إلى تقييم واقع البطاقات البنكية و تطورها في البنوك التجارية عامة وفي بنك الجزائر الخارجي على وجه الخصوص، حيث بينت نتائج الدراسة أن بنك الجزائر الخارجي يلتزم بتحسين الخدمات البنكية التي يقدمها إلى عملائه، ويظهر هذا الالتزام من خلال قيامه بتوفير باقة متنوعة من البطاقات البنكية مع العديد من المزايا التنافسية، حيث يقوم البنك بتوفير ثلاثة أنواع من البطاقات البنكية، بطاقة بنكية ذات استعمال محلي والمتمثلة في بطاقة بين البنكية (CIB) ، و بطاقتين بنكيتين ذات استعمال دولي و المتمثلة في بطاقة ماستركارد (Mastercard) و بطاقة أمريكان إكسبريس (AMEX) ، مما سمح للبنك بمواكبة التحديات البنكية وبكسب رضا عملائه.

5. دراسة (Dr. Priyanka Zala) (2018) مقال منشور في مجلة (Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR), Volume 5, Issue 9). تحت عنوان تفضيلات المستهلك لنظام الدفع الإلكتروني، تقوم الدراسة الحالية بتحليل تفضيلات المستهلك لنظام الدفع الإلكتروني. ويركز على تحليل تأثير العوامل الديموغرافية المختلفة مثل العمر والجنس والتعليم والمهنة والشهيرة الدخل. كما يسلط الضوء على طرق تفضيل الخدمة المصرفية باستخدام نظام الدفع الرقمي واستخدام خدمة الدفع الإلكتروني واستخدام تطبيقات الدفع. ويلاحظ من الدراسة أن هناك تغير ملحوظ في تفضيل المستهلك لدفع ثمن البضائع وخدمات، وأن بطاقة الخصم والشبكة المصرفية وبطاقة الائتمان هي الأكثر تفضيلاً وبشكل متكرر من قبل المشاركين في حين أن (36.4) %IMPS (Immediate Payment Service) و(35.9) %RTGS (Real Time Gross Settlement) NEFT, (The National Electronic Fund Transfer) هي الأقل تفضيلاً. ونتيجة اختبار (chisquare) تثبت بوضوح أن عوامل الأغلبية قيد الدراسة مستقلة عن عامل واحد فقط وهو استخدامه، كما تتأثر بطاقة الخصم بمتغير العمر.
6. دراسة كل من (Srinivasa Rao Burri Et al) (2023) مداخلة بعنوان تحويل عمليات الدفع: مناقشة تحسين التوجيه المدعوم بالذكاء الاصطناعي، المؤتمر الدولي الثاني للتكنولوجيات والأنظمة الذكية للجيل القادم من الحوسبة (ICSTSN) 2023، المنعقد في 21 و 22 ابريل 2023، بمدينة Villupuram ، بالهند، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دور الأنظمة المالية في الإدارة الفعالة للشركات، مع التركيز بشكل خاص على البوابات كمكونات أساسية لهذه الأنظمة. ودور العوامل (السعر، والإجراءات، وتقييمات المخاطر، وما إلى ذلك) التي تؤثر على ربط هويات التاجر عبر عدة قنوات في نظام الدفع الرقمي. حيث أظهرت نتائجها إلى أن استخدام البرامج والأجهزة التي تدعم الذكاء الاصطناعي يمكن أن يقلل من تكاليف المعاملات ويزيد من ثقة المستهلك في قرارات الشراء، ويمكن لهذا البحث من خلال التوصيات أن يحسن بعض الأنظمة المالية للشركات والمستهلكين من خلال تحديد التطبيقات الأكثر فعالية للذكاء الاصطناعي في هذا القطاع.
7. دراسة كل من (Dr M. Reddi Naik , Dr Kanderi Sridevi) (2024)، مقال منشور في مجلة (International Education & Research Journal [IERJ] , Volume : 10 , Issue , 7) ، عنوانها قضايا وتحديات أنظمة الدفع الإلكتروني، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على قضايا وتحديات أنظمة الدفع الإلكتروني وعرضها بعض الحلول لتحسين جودة نظام الدفع الإلكتروني، وتحديد وشرح المشكلات والتحديات التي تواجه نظام الدفع الإلكتروني ودراسة المشكلات التي تواجه المستهلكين أثناء عمليات الدفع الإلكتروني (المدفوعات الإلكترونية بطاقة، الخصم وبطاقة الائتمان والبطاقة الذكية والمحفظة الإلكترونية والنقد الإلكتروني والشيكات الإلكترونية وما إلى ذلك). حصلت الأنظمة على مستويات قبول مختلفة في جميع أنحاء العالم؛ كما يتم اعتماد بعض طرق الدفع الإلكتروني بشكل كبير، بينما البعض الآخر منخفض نسبياً.
8. دراسة كل من (Mohammad Rakibul Islam_Bhuiyan_Most.) (2024) مقال منشور في مجلة (Journal of Science and Technology Policy Management) تهدف هذه الدراسة إلى تبرير كيفية تحويل المدفوعات الرقمية للاقتصاد البنغلاديشي إلى مجتمع غير نقدي في البلدان النامية. نتج عن هذه الدراسة أن سهولة الاستخدام وPI والفائدة المتصورة لها تأثير إيجابي على مواقف الأفراد تجاه اعتماد طرق الدفع الرقمية (DPMs). كما أشارت الدراسة إلى أن PS لم يؤثر سلباً على اعتماد نظام الدفع الرقمي. إلى جانب ذلك، فإن اعتماد الدفع الرقمي سيساعد على تحويل المجتمع إلى مجتمع غير نقدي في المستقبل.

رابعاً: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

1. مجال ونوع الدراسة:

تميزت هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات بأنها دراسة تسويقية تعالج مشكلة بحثية وهي جودة الخدمات المالية الرقمية، كظاهرة لاقت رواجاً كبيراً واهتماماً واضحاً في سوق الخدمات المالية، هذا من جهة، ومن جهة أخرى ربطها بمتغير واحد وهو نوع من أنواع وسائل الدفع الإلكتروني وهو البطاقة البريدية (البطاقة الذهبية).

2. أوجه التشابه والاختلاف

1.2. أوجه التشابه: من خلال استعراض الدراسات السابقة نجد أن أغلبها تتفق مع الدراسة الحالية في تموقع متغيرات الدراسة (المتغير المستقل والتابع)، ودراسة واحدة تتفق مع الدراسات السابقة في موضوعها الرئيسي وفي تموقع المتغيرين معاً كدراسة (سايجي الخامسة وطويل حدة (2019))، كما أن أغلبها تشابهت مع هذه الدراسة في أدوات جمع البيانات الأولية وهو الاستبيان، وتشابهت مع بقية الدراسات في متغير المستقل وهو وسائل الدفع الإلكتروني.

2.2. أوجه الاختلاف: من خلال استعراض الدراسات السابقة، نجد أنه هناك القليل من الدراسات السابقة المشار إليها هنا تختلف عن الدراسة الحالية في تموقع المتغير المستقل والمتغير التابع، وكذا منهجية الدراسة ونوع الدراسة وأهدافها، كما نجد أن أغلب الدراسات كانت دراسة نظرية تستعرض وتناقش الدراسات السابقة. كدراسة بورايو هاجر أميرة (2018)، ودراسة نبيل أيت شعلال (2019)، دراسة بوعتلي محمد (2022)، كما أن باقي الدراسات اختلفت على دراستنا في المتغير التابع.

3. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

على الرغم من أن الدراسات السابقة لم تسلط الضوء على تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمات المالية الرقمية، إلا أن هذا لم يعننا من الاستفادة منها، حيث إفادتنا كثير في عدة أمور أهمها:

- ✓ جمع المعلومات عن موضوع الدراسة.
- ✓ تدعيم الإطار النظري بنتائج الدراسات والأبحاث السابقة لكلا المتغيرين معاً.
- ✓ بناء مشكلة البحث من خلال اطلاع الباحث على العديد من الدراسات المشابهة للدراسات السابقة بشكل ملائم.
- ✓ الاسترشاد بالمنهجية المتبعة في الدراسات السابقة في تحديد المنهج المستخدم.
- ✓ كما استفادت منها في إثراء الإطار النظري، وتفسير النتائج التي توصلنا إليها؛ إضافة إلى تحديد مشكلة ومتغيرات الدراسة المستقلة والتابعة، وإعداد الاستبيان، وصياغة أسئلته وتحديد إبعاده.

المحور الثاني: يشمل الجانب التطبيق للدراسة

تمهيد

تخصيص هذا المحور للدراسة الميدانية والتي تعد من الخطوات الضرورية والأساسية لتحقيق أهداف الدراسة، وعلى هذا الأساس سنسعى إلى توضيح إجراء الدراسة الميدانية من منهج الدراسة، ومجتمع الدراسة وعينته الملائمة له، وأدوات الدراسة وصدقها، وكذا تحديد

الأساليب الإحصائية التي من خلالها سنعالج البيانات، كما سنحاول عرض نتائج الدراسة ومناقشتها، من استظهار نتائج الإحصاء الوصفي لبيانات الدراسة، ومحاولة الكشف عن بعض خصائص ومميزات عينة الدراسة ومناقشتها، كما سنتناول في هذا المحور اختبار الفرضيات ومناقشة نتائجها وتحليلها.

أولاً: إجراءات الدراسة الميدانية.

1. منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في الوصول إلى أهدافها من خلال جمع وتحليل وتفسير دقيق لأثر وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية، والعلاقة بينهما، حيث اعتمدنا على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية، وتحليل هذه البيانات بواسطة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS 22.

2. مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في طلبة الجامعة من الطور الأول إلى الطور الثالث، حيث اعتمدنا على طريقة العينة العشوائية البسيطة في اختيار العينة والمتمثلة في طلبة كلية علوم التسيير بجامعة يحي فارس بالمدينة تخصص إدارة مالية ومحاسبة، حيث تم توزيع 60 استمارة استبيان على عينة الدراسة، وتم استرجاع 45 استبيان، تم استبعاد 14 استبيان غير صالح للمعالجة الإحصائية، وبقي 31 استبيان صالح للمعالجة.

ثانياً: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

1. ثبات أداة الدراسة:

تم الاعتماد على اختبار معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)

الجدول رقم (1) نتائج معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)

المحاور	الأبعاد	عدد العبارات	معامل ثبات ألفا كرونباخ
المحور الثاني	العمليات	11	0,741
	الموقع الالكتروني		
المحور الثالث	جودة الخدمات المالية الرقمية	4	0.864
معامل الثبات للعبارات ككل			0.844

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

تبعاً للنتائج المسجلة في الجدول رقم (1) نجد أن معامل ألفا كرونباخ لعبارات الاستبيان مجامعة قد بلغ (0.844)، وهذا مؤشر ممتاز، ودليل على ثبات قوي للأداة.

1. صدق الاتساق الداخلي:

ويقصد بصدق الاتساق الداخلي وضوح الاستبيان ومفرداته وفقرات الاستبيان ومفهومه لأفراد عينة الدراسة ومدى صدق العبارات إلى المتغير الذي تنمي إليه، ومدى اتساقها للبعد الذي تنمي إليه، والمحور الذي تنتمي إليه، أي أن العبارة تقيس ما وضعت لقياسه ولا تقيس شيء آخر، ولتأكد من ذلك سنقوم بحساب معامل الارتباط "بيرسون".

الجدول رقم (02) الاتساق الداخلي لأداة الدراسة

Sig	Sig	Sig	Sig	علاقة الاتساق	
			0,000	المحور الثاني: وسائل الدفع الالكتروني	الاستبيان
			0,000	المحور الثالث: جودة الخدمات المالية الرقمية	
		0,000	المحور الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني	المحور الأول: العمليات	
		0,000	المحور الثاني: الموقع الالكتروني	المحور الثالث: جودة الخدمات المالية الرقمية	
	0,000	عبارة رقم 18	العبارات	المحور الثالث: جودة الخدمات المالية الرقمية	
	0,000	عبارة رقم 19			
	0,000	عبارة رقم 20			
	0,000	عبارة رقم 21			
	0,004	عبارة رقم 07	العبارات	المحور الأول: العمليات	
0,008	عبارة رقم 08				
0,000	عبارة رقم 09				
0,000	عبارة رقم 10				
0,023	عبارة رقم 11				
0,008	عبارة رقم 12				
0,015	عبارة رقم 13				
0,000	عبارة رقم 14	العبارات	المحور الثاني: الموقع الالكتروني		
0,000	عبارة رقم 15				
0,000	عبارة رقم 16				
0,000	عبارة رقم 17				
** لا ارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $0.01 \leq a$					
*الارتباط دال إحصائيا عند مستوى الدلالة $0.05 \leq a$					

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

من خلال نتائج الجدول رقم (02) نجد أن قيمة Sig كانت أقل من قيمة مستوى الدلالة، حيث وعليه يمكن القول بأنه يوجد اتساق ما بين العبارات وبعدها وما بين البعد ومحوره، وما بين المحاور والاستبيان،

ثالثاً: عرض نتائج الإحصاء الوصفي

سنحاول عرض ومناقشة نتائج الإحصاء الوصفي من تكرارات وحساب المقاييس المركزية من وسط والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وتنظيمها وتلخيصها بطريقة واضحة في جداول، كما نسعى أيضاً لمعرفة بعض خصائص وتوجهات العينة حول متغيرات الدراسة.

1. عرض نتائج البيانات الشخصية:

عرض نتائج الإحصاء الوصفي لعينة الدراسة، وذلك من خلال المعالجة الإحصائية للبيانات الشخصية من (جنس، وفئة عمرية، والمستوى التعليمي، والوضعية المهنية، أخيراً الدخل الشهري، سنوات امتلاك البطاقة الذهبية، عدد مرات استخدام البطاقة الذهبية).

الجدول رقم (3) نتائج الإحصاء الوصفي للبيانات الشخصية

طبيعة المحور	رقم العبارة	العبارة	التكرارات	النسب المئوية	الرتبة
المحور الأول: البيانات الشخصية	1	الجنس	ذكر	48.38%	2
			أنثى	51.62%	1
	2	الفئة العمرية	من 21 سنة إلى 40	77.41%	1
			من 41 إلى 60	22.59%	2
	3	المهنة (المسمى الوظيفي)	بدون عمل	16.13%	3
			موظف	67.74%	1
			أعمال حرة	16.13%	2
	4	الدخل الشهري	بدون دخل	3.22%	
			أقل من 15000 دج	9.67%	3
			من 15001 دج إلى 50000 دج	61.29%	1
			من 50001 دج إلى 100000 دج	22.60%	2
			أكثر من 100000 دج	3.22%	4
	5	عدد سنوات امتلاك البطاقة الذهبية	أقل من سنة	9.68%	3
			من سنة إلى 5 سنوات	45.16%	1
			أكثر من 5 سنوات	45.16%	2
	6	عدد مرات استخدام البطاقة الذهبية شهريا	من مرة إلى 5 مرات	90.32%	1
			من 6 إلى 10 مرات	9.68%	2
			أكثر من 10 مرات	0%	3

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

من خلال نتائج الجدول رقم (3) نلاحظ وجود تفوق لصالح الإناث على الذكور بنسبة جد قليلة، كما نجد أن الفئة العمرية المسيطرة في هذه الدراسة هي فئة الشباب (من 21 سنة إلى 409 سنة)، ونجد أن فئة الموظفين احتلت المرتبة الأولى بـ 21 مفردة والباقي جاء بالتساوي بين الفئتين المتبقيتين، أما بالنسبة للدخل الشهري نجد أصحاب الدخل المنخفض احتل الصدارة بـ 19 مفردة فيما احتل أصحاب الدخل المتوسط بـ 7 مفردات، في حين كانت المرتبة الثالثة لأصحاب الدخل الضعيف، أما المرتبة الرابعة والأخيرة كانت لأصحاب الدخل المرتفع بمفردة واحدة، كما نجد أن أغلب أفراد عينة الدراسة يمتلكون البطاقة أكثر من سنة، في أن أغلب أفراد عينة الدراسة يستخدمون البطاقة الذهبية من مرة إلى 5 مرات شهريا.

2. عرض نتائج المحور الثاني:

الجدول رقم (4) نتائج الإحصاء الوصفي للمحور الثاني (وسائل الدفع الالكتروني)

البيان	البيان	البيان	البيان	البيان	البيان	البيان	البيان	
البيان	البيان	البيان	البيان	البيان	البيان	البيان	البيان	
1	عالية جدا	783,	4,29	الإجراءات والقواعد المعمول بها واضحة وغير معقدة	7	البعد الأول: العمليات	المحور الثاني: وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية)	
5	عالية	792,	4,19	تتم عمليات الدفع والتحويل بسهولة ومرونة	8			
1	عالية جدا	783,	4,29	تتم إجراءات الدفع الالكتروني في اقل زمن ممكن	9			
3	عالية جدا	1,025	4,42	تقلل عمليات الدفع الالكتروني من الجهد والتكلفة	10			
4	عالية جدا	920,	4,23	أفضل دائما التعاملات المصرفية الالكترونية على التقليدية	11			
2	عالية جدا	938,	4,29	استخدم الهاتف النقال بدل الحاسوب في العمليات المالية المختلفة	12			
6	متوسطة	1,068	2,84	العمليات (الدفع والتحويل،.....) متاحة في جميع الأوقات	13			
1	عالية	458,	4,07	البعد الأول: العمليات		الموقع الالكتروني		
4	عالية	1,028	3,55	تتميز مواقع المصرف بالشكل جذاب ومميز	14			
2	عالية	1,061	3,48	العمليات والخطوات المتبعة في الموقع واضحة ومميزة	15			
1	عالية	885,	3,87	للمصرف تطبيق الكتروني سهل الاستعمال	16			
3	عالية	1,180	3,48	يتمتع الموقع الالكتروني وبالسعة والمرونة	17			
2	عالية	720,	3,59	البعد الثاني: الموقع الالكتروني		المتغير المستقل: وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية)		
	عالية	541,	3,83	المتغير المستقل: وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية)				

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

من خلال نتائج الجدول رقم (4) نلاحظ أن عينة الدراسة موافقون على عبارات المتغير المستقل بدرجة موافقة عالية، حيث بلغ متوسط (3,83) وبانحراف معياري قدره (0,541) وهو اقرب للصفر مما يفسر بعدم وجود تشتت كبير في إجابات عينة الدراسة، كما نلاحظ بأن البعد الأول وهو العمليات احتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4,07)، أي أن عينة الدراسة موافقون بدرجة موافقة عالية على عبارات البعد مجتمعة وبانحراف معياري بلغ (0,458) وهو اقرب للصفر مما يدل على عدم وجود تشتت كبير في إجابات أفراد عينة الدراسة، حيث نجد عبارات هذا البعد متفاوتة من حيث درجة الموافقة، حيث نجد أن أغلب العبارات كانت درجة موافقتها من عالية إلى عالية جدا، إلا عبارة رقم 13 والتي تعبر عن مدى إتاحة العمليات المالية في جميع الأوقات حيث احتلت المركز الأخير بمتوسط حسابي متوسط بلغ (2,84) وبانحراف معياري بلغ (1,068) والذي يعبر بوجود تشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة. أما البعد الثاني وهو الموقع الإلكتروني فقد احتل المركز الثاني بمتوسط حسابي بلغ (3,83) بدرجة موافقة عالية وبانحراف معياري بلغ (0,720) وهو اقرب للواحد والذي يفسر بوجود تشتت واضح في إجابات أفراد عينة الدراسة، وبخصوص عبارات هذا البعد فقد وافقت عينة الدراسة على عبارته بدرجة موافقة عالية حيث تمحورت ما بين (3,48 و 3,87) وبانحراف معياري اقرب للواحد مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة.

3. عرض نتائج المحور الثالث:

الجدول رقم (5) نتائج الإحصاء الوصفي للمحور الثالث (جودة الخدمات المالية الرقمية)

الترتبة	درجة الموافقة	المعيار الأخفاف	المتوسط الحسابي	العبارة	رقم العبارة	طبيعة المحور	طبيعة المتغير
1	عالية	930,	3,74	تقدم وسائل الدفع الالكتروني خدمات ذات جودة عالية	18	جودة الخدمات المالية الرقمية المحور الثالث	المتغير التابع
3	منخفضة	1,207	2,55	اعتمد على خدمات الدفع الالكتروني في جميع تعاملاتي	19		
2	متوسطة	1,181	3,06	أشعر بالأمان عندما أتعامل بوسائل الدفع الالكتروني	20		
4	متوسطة	1,124	2,94	أثق بأن حسابي المصرفي في مأمن من العمليات القرصنة الالكترونية	21		
متوسطة		940,	3,07	المتغير التابع: جودة الخدمات المالية الرقمية			

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

من خلال نتائج الجدول رقم (5) نلاحظ أن عينة الدراسة موافقون على عبارات المتغير التابع بدرجة موافقة متوسطة، حيث بلغ متوسط (3,07) وبانحراف معياري قدره (0,940) وهو اقرب للواحد مما يفسر بوجود تشتت كبير في إجابات عينة الدراسة، كما نلاحظ بأن عبارات هذا المتغير متفاوتة من حيث درجة الموافقة، حيث نجد أن اغلب العبارات كانت درجة موافقتها من منخفضة إلى عالية، وتمحور المتوسط الحسابي لعبارته ما بين (2,55 إلى 3,74) وبانحراف معياري اقرب للواحد مما يدل على وجود تشتت في إجابات أفراد عينة الدراسة.

رابعاً: اختبار الفرضيات

قبل التحقق من الفرضيات لا بد من التحقق من اختبارين أساسيين وهما (اختبار التوزيع الطبيعي واختبار التجانس)، وذلك لمعرفة أي الطرق الإحصائية التي يجب إتباعها أو الاعتماد عليها في دراستنا.

1. اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات:

للتحكم على اعتدالية توزيع متغيرات الدراسة، أو التأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، سنستخدم على اختبار (Kolmogorov – Smirnov).

الجدول رقم (6) اختبار التوزيع الطبيعي (Tests of Normality)

Shapiro-Wilk			Kolmogorov-Smirnov ^a			الاختبارات
Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
,979	31	,770	,127	31	,200 [*]	جودة الخدمات المالية الرقمية
* . This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

فمن خلال نتائج هذا الجدول رقم (6) نجد أن قيمة Sig أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، أي أنها ذات دلالة إحصائية لمتغير الجودة بالنسبة لاختبار (Kolmogorov – Smirnov) والتي بلغت (0.200) أي أكبر من (0.05) وعليه نقول أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

2. اختبار التجانس:

للحكم على أن البيانات متجانسة أو التأكد بأن البيانات متجانسة سنعمد على اختبار (Homogeneity Of Test Variances)

الجدول رقم (7) اختبار التجانس (Test of Homogeneity of Variances)

df1	df2	Sig.	Levene Statistic
2	27	,212	1,645

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

من خلال نتائج الجدول رقم (7) نجد أن قيمة Sig، البالغة (0,212) هي أكبر من مستوى الدلالة المفترض (0.05) وهذا يدل على البيانات متجانسة وبالتالي فهناك تجانس في البيانات.

3. اختبار الفرضيات:

ستحقق من صحة فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية، وذلك بالاعتماد على الأساليب الإحصائية اللازمة، وبما أن فرضيات الدراسة هي فرضيات البديلة، فإنه ثباتها أو قبولها يتطلب قيمة مستوى الدلالة المحسوبة $a \leq (0.05)$.

1.3. الفرضية الرئيسية الأولى:

H1: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $a \leq (0.05)$ بين وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) وتحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

قبل البدا في اختبار الفرضية الرئيسية الأولى سنقوم باختبار الفرضيات الفرعية (H1-1) (H1-2) كلا على حدا، ثم نختبر الفرضية الرئيسية الأولى، ولدراسة علاقة الارتباط بين المتغيرين وطبيعتها سنقوم بإجراء تحليل الارتباط بيرسون (Corrélation de Pearson) الذي نقيس به العلاقة بين المتغير المستقل والتابع وطبيعة هذه العلاقة.

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى والفرضيات الفرعية لها:

الجدول رقم (8) يوضح قيم معاملات الارتباط بيرسون (Corrélation de Pearson) لأبعاد وسائل الدفع الإلكتروني

وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية)	أبعاد وسائل الدفع الإلكتروني		الارتباط	
	بعد الموقع الإلكتروني	بعد العمليات	Corrélation de Pearson	جودة الخدمات
,608**	,524**	,610**		المالية
طردي قوي	طردي متوسط	طردي متوسط	نوع العلاقة	الرقمية
0,000	0,000	0,000	مستوى المعنوية Sig	
31	31	31	حجم العينة	
	2	1	الرتبة	

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات Spss

نستخلص من نتائج الجدول رقم (8) أنه يوجد ارتباط إيجابي طردي متوسط ومهم من الناحية الإحصائية بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المالية الرقمية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط $R=0.608$ Corrélation de Pearson، وهذه القيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة $(0.05) \leq a$ ، وعليه نقبل بالفرضية الرئيسية الأولى بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ بين وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) وتحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

كما نلاحظ من نتائج الجدول رقم (8) أن قيمة علاقة الارتباط لأبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع أتت متفاوتة، وبالنظر إلى ترتيب الإبعاد نجد: بعد العمليات احتل الترتيب الأول بقيمة معامل ارتباط بلغ $(0,610)$ ، وهو ارتباط طردي متوسط، وذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ ، وهذا يدل على أن العلاقة بينهما علاقة متوسطة، ويعني مدى ثبات متغير واحد سيتغير بسبب التغير في الآخر. وطردي هي أن كل زيادة في قيمة بعد المتغير المستقل ستؤدي إلى زيادة في قيمة المتغير التابع في نفس الاتجاه، وعليه نقبل الفرضية الفرعية الأولى: **H1-1**، توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ بين العمليات وتحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

بعد الموقع الإلكتروني احتل الترتيب الثاني بقيمة معامل ارتباط بلغ $(0,520)$ ، وهو ارتباط طردي متوسط، وذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ ، وهذا يدل على أن العلاقة بينهما علاقة متوسطة، ويعني مدى ثبات متغير واحد سيتغير بسبب التغير في الآخر. وطردي هي أن كل زيادة في قيمة بعد المتغير المستقل ستؤدي إلى زيادة في قيمة المتغير التابع في نفس الاتجاه. وعليه نقبل الفرضية الفرعية الأولى: **H1-2**، توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ بين الموقع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

2.3. الفرضية الرئيسية الثانية:

قبل البدا في اختبار الفرضية الرئيسية الثانية سنقوم باختبار الفرضيات الفرعية (**H2-1**) (**H2-2**) كلا على حدا، ثم نختبر الفرضية الرئيسية الثانية: **H2**، توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $(0.05) \leq a$ لوسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

كون هذه الفرضية تبحث في أثر جميع أبعاد المتغير المستقل مجتمعة على المتغير التابع سنقوم بإجراء اختبار الانحدار المتعدد (**Multiple linear regression**) الذي نقيس به درجة الأثر لعدة متغيرات، حيث سنقيس أثر كل بعد من أبعاد المتغير المستقل والذي يتضمن الأبعاد الفرعية والمتمثل في: (العمليات، الموقع الإلكتروني)، على جودة الخدمات المالية الرقمية، وتأثيرها الإجمالي، بعدها سنقوم بإنشاء نموذج الانحدار المتعدد (**Multiple linear regression**) للأبعاد المستقلة، وجودة الخدمات المالية الرقمية كمتغير تابع.

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية والفرضيات الفرعية لها:

الجدول رقم (9) يوضح قيم اختبار الانحدار المتعدد (Multiple linear regression) لأبعاد وسائل الدفع الإلكتروني وجودة

الخدمات المالية الإلكتروني

المرتبة حسب قيمة β	معدل تضخم التباين	T		قيمة β Bita	F		معامل الارتباط بيرسون	R ² معامل التحديد المصحح	المتغير المستقل وأبعاده	المتغير التابع
		مستوى معنوية T	قيمة T		مستوى المعنوية F	قيمة F				
				-1,836	,001 ^b	9,204	,354	,630 ^a	وسائل الدفع الإلكتروني	جودة الخدمات المالية الرقمية
1	1,803	,024	2,378	,960	البعد الأول: العمليات				أبعاد المتغير المستقل	
2	1,803	,293	1,073	,276	البعد الثاني: الموقع الإلكتروني					

a. Dependent Variable: المتغير التابع
b. Predictors: (Constant), بعد العمليات، بعد الموقع الإلكتروني
دالة إحصائية عند مستوى المعنوية (الدلالة) $a \leq 0.05$

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال الجدول أعلاه نستنتج ما يلي:

- يوجد ارتباط طردي متوسط ومهم من الناحية الإحصائية بين المتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكتروني) والمتغير التابع (جودة الخدمات المالية الرقمية)، والذي يحدده معامل الارتباط بيرسون (R) البالغ (0,630).
- تشير نتائج الجدول كذلك أن أبعاد المتغير المستقل تفسر وتشرح المتغير التابع جودة الخدمات المالية الرقمية بنسبة (35.4%) من التباين الحاصل والذي يشير إليه معامل التحديد المصحح R^2 ، وبالتالي نستطيع القول بأن هذه النسبة مقبولة، أما النسبة الباقية والمتمثلة في (64.6)% تفسرها عوامل أخرى.
- وتظهر النتائج أن قيمة (F) البالغة (9,204) ودالاتها البالغة (0.000) أصغر من مستوى المعنوية 0.05 أي ذات دلالة إحصائية؛ وهذا يدل على أن الانحدار معنوي، ويوحي بوجود أثر ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل على المتغير التابع، وبالتالي يمكن القول بأن مجمل أبعاد المتغير المستقل تلعب دوراً هاماً وذو معنوية إحصائية.
- وتشير قيمة الثابت β (Constant) وقيمتها (-1.668) والتي أتت سالبة، في حين نجد أن معامل الانحدار للبعد الأول والذي بلغ (0.960) بقيمة موجبة، وهذا يدل على أن هناك علاقة طردية موجبة ما بين العمليات وجودة خدمات المالية، وهذا معناه أنه كلما تغير متغير العمليات تتغير جودة الخدمات في نفس الاتجاه، أي كلما تغير بعد العمليات بدرجة واحدة يؤدي إلى تغير جودة الخدمات المالية بقيمة (0,960)، سواء بالزيادة أو بالنقصان، أما معامل الانحدار للبعد الثاني الموقع فقد بلغت (0,276)، بقيمة دلالة أكبر من (0.05) أي ليس لها أثر في معادلة الانحدار لأن قيمة الدلالة كانت أكبر من (0.05).
- كما يؤكد معامل تضخم التباين (VIF) عدم وجود التعددية الخطية، وتداخل بينها حيث تراوحت قيمته ما بين (1.215 و 2,651) وهي قيم مقبولة. (Shrestha, 2020).

إذا نستنتج مما سبق بأنه يوجد تأثير هام لوسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمات المالية الرقمية، وعليه نقبل الفرضية البديلة الرئيسية الثانية " H02: بوجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) $a \leq$ لوسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمات المالية الرقمية.

ومن خلال نتائج الجدول رقم (9) نجد أن قيمة معامل الانحدار لبعدها العمليات بلغ (0,960) ذو دلالة إحصائية أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يدل على وجود أثر معنوي ولا يساوي الصفر، وعليه نقبل بالفرضية البديلة الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية الثانية H2-1 التي نص بوجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة أقل من (0.05) $a \leq$ لبعدها العمليات على جودة الخدمات المالية الرقمية.

أما بالنسبة للبعد الثاني الموقع الإلكتروني فنجد أن قيمة معامل الانحدار لبعدها (0,276)، مع مستوى الدلالة أكبر من (0.05) إذن لا يوجد أثر لهذا البعد في معادلة الأثر الانحدار وعليه نرفض الفرضية البديلة H2-2 التي تنص بوجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) $a \leq$ لبعدها الموقع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية، ونقبل بالفرضية الصفرية H02-2 بعدم وجود علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) $a \leq$ لبعدها الموقع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

3.3. الفرضية الرئيسية الثالثة:

H3: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) $a \leq$ في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغيرات (الجنس، الفئة العمرية، الوضعية المهنية. الدخل الشهري، سنوات امتلاك البطاقة، وعدد مرات استخدام البطاقة شهريا).

ولتحديد فيما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية أقل أو يساوي (0.05) $a \leq$ في استجابات المبحوثين لمتغيرات (البيانات الشخصية)، سنقوم بإجراء بعض الاختبارات، فاختبار (Independent Samples Test)، لغرض التعرف إلى الفروق بين مجموعتين مستقلتين، واختبار (One Way ANOVA) لأكثر من مجموعتين.

اختبار الفرضية H3-1:

الجدول رقم (10) قيم اختبار (Independent Samples Test) لعينتين مستقلتين

t-test for Equality of Means			(Mean) المتوسط الحسابي	العينتين المستقلتين		المتغير التابع
المعنوية (Sig)	درجة الحرية (dt)	قيمة t				
,366	29	,919	3,2333	ذكر	الجنس	جودة الخدمات
			2,9219	أنثى		المالية الرقمية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال نتائج الجدول رقم (10) نلاحظ أن قيمة مستوى الدلالة (sig) كانت أكبر من (0.05)، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تباین استجابات المبحوثين تعزى لمتغيرات الجنس، وعليه نرفض الفرضية البديلة H3-1: بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) $a \leq$ في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغير الجنس، ونقبل بالفرضية الصفرية H03-1 بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند

مستوى الدلالة ($0.05 \leq a$) في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزّي لمُتغير الجنس.

اختار الفرضية الفرعية H3-2

ملاحظة: بالنظر إلى مجموعة الفئة العمرية نجد أنها أكبر من مجموعتين، وعليه لاختبار فروق هذا المتغير يجب استخدام اختبار (One Way ANOVA)، إلا أنه ومن خلال البيانات نجد أنه لا يوجد من عينة الدراسة من هم أكثر من 60 سنة، بالتالي المجموعة الثالثة لا يوجد لديها بيانات في برنامج SPSS وبالتالي فالبرنامج يعتبر بأن هذا المتغير يشمل مجموعتين فقط، وعليه لا تستطيع استخدام اختبار (One Way ANOVA)، مما يتحتم علينا استخدام اختبار (Independent Samples Test) لعينتين مستقلتين، ونفس الشيء بالنسبة للمتغير الخاص عدد مرات استخدام البطاقة شهريا، حيث نجد أن المجموعة الثالثة والتي تشمل الفئة التي تستخدم البطاقة أكثر من 10 مرات شهريا لم تشمل عينة الدراسة. مما يتحتم علينا استخدام اختبار (Independent Samples Test) لعينتين مستقلتين.

الجدول رقم (11) قيم اختبار (Independent Samples Test) لعينتين مستقلتين

t-test for Equality of Means			(Mean)	العينتين المستقلتين		المتغير التابع
المتوسطة الحسابي	قيمة t	درجة الحرية (dt)	المعنوية (Sig)			
3,2333	-2,775	29	,010	ما بين 21 و 40 سنة	الفئة	جودة الخدمات
				ما بين 41 و 60 سنة	العمرية	المالية الرقمية
2,9219						

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال نتائج الجدول رقم (11) نلاحظ أن قيمة مستوى الدلالة (sig) كانت أقل من (0.05)، وبالتالي توجد فروق ذات دلالة إحصائية أو تباين في استجابات المبحوثين تعزّي لمتغيرات الفئة العمرية، لصالح فئة (من 21 سنة إلى 40 سنة) أي فئة الشباب وعليه نقبل بالفرضية الفرعية البديلة H3-2: بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \leq a$) في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزّي لمُتغير الفئة العمرية.

اختار الفرضية الفرعية H3-3

الجدول رقم (12) قيم اختبار (One Way ANOVA) لأكثر من عينتين (الوضعية المهنية)

ANOVA		المجموعات (العينات) محل الاختبار		المتغير التابع
Sig.	F			
,283	1,323	بدون عمل	الوضعية المهنية	بين المجموعات Between Groups
		موظف		
		أعمال حرة		

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.

من خلال نتائج الجدول رقم (12) نلاحظ أن قيمة مستوى الدلالة (sig) كانت أكبر من (0.05)، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تباين استجابات الباحثين تعزى لمتغيرات (الوضعية المهنية)، وعليه نرفض الفرضية البديلة **H3-3**: بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) $a \leq$ في استجابات الباحثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغير الوضعية المهنية، ونقبل بالفرضية الصفرية **H03-3** بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) $a \leq$ في استجابات الباحثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغير الوضعية المهنية.

اختار الفرضية الفرعية **H3-4**:

الجدول رقم (13) قيم اختبار (One Way ANOVA) لأكثر من عینتين (الدخل الشهري)

ANOVA		المجموعات (العينات) محل الاختبار		المتغير التابع
Sig.	F			
1,834	,153	بدون دخل	الدخل الشهري	بين المجموعات Between Groups
		أقل من 15000 دج		
		من 15001 إلى 50000 دج		
		من 50001 إلى 100000 دج		
		أكثر من 100000 دج		

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.

من خلال نتائج الجدول رقم (13) نلاحظ أن قيمة مستوى الدلالة (sig) كانت أكبر من (0.05)، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تباين استجابات الباحثين تعزى لمتغيرات الدخل الشهري وعليه نرفض الفرضية البديلة **H3-4**: بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) $a \leq$ في استجابات الباحثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغير الدخل الشهري، ونقبل بالفرضية الصفرية **H03-4** بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) $a \leq$ في استجابات الباحثين حول دور وسائل الدفع الالكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغير الدخل الشهري.

اختار الفرضية الفرعية **H3-5**:

الجدول رقم (14) قيم اختبار (One Way ANOVA) لأكثر من عینتين (سنوات امتلاك البطاقة الذهبية)

ANOVA		المجموعات (العينات) محل الاختبار		المتغير التابع
Sig.	F			
1,665	,207	أقل من سنة	سنوات امتلاك البطاقة الذهبية	بين المجموعات Between Groups
		من سنة إلى 5 سنوات		
		أكثر من 5 سنوات		

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss.

من خلال نتائج الجدول رقم (14) نلاحظ أن قيمة مستوى الدلالة المعنوية (sig) كانت أكبر من (0.05)، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تباين استجابات المبحوثين تعزى لمتغيرات سنوات امتلاك البطاقة الذهبية وعليه نرفض الفرضية البديلة **H3-5**: بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) $a \leq$ في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغير سنوات امتلاك البطاقة الذهبية، ونقبل بالفرض الصفري **H03-5** بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) $a \leq$ في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغير سنوات امتلاك البطاقة الذهبية

اختار الفرضية الفرعية **H3-6**:

الجدول رقم (15) قيم اختبار (Independent Samples Test) لعينتين مستقلتين

t-test for Equality of Means			(Mean)	العينتين المستقلتين		المتغير التابع
(Sig)	الدرجة الحرة (df)	قيمة t				
.417	29	-,824	3,0268	من مرة إلى 5 مرات	عدد مرات استخدام البطاقة	جودة الخدمات المالية الرقمية
			3,5000	من 5 إلى 6 مرات	شهريا	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss

من خلال نتائج الجدول رقم (15) نلاحظ أن قيمة مستوى الدلالة المعنوية (sig) كانت أكبر من (0.05)، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تباين استجابات المبحوثين تعزى لمتغيرات عدد مرات استخدام البطاقة الذهبية شهريا وعليه نرفض الفرضية البديلة **H3-6**: بوجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) $a \leq$ في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغيرات عدد مرات استخدام البطاقة الذهبية شهريا، ونقبل بالفرضية الصفرية **H03-6** بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) $a \leq$ في استجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغيرات عدد مرات استخدام البطاقة الذهبية شهريا.

الخلاصة:

ونختم هذه الدراسة بالنتائج المستقاة منها، والتي تضمنت معرفة دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية والعلاقة بينهما، حيث أنه بعد إزالة النقود ومع ظهور تكنولوجيا المعلومات، أصبح نظام الدفع الإلكتروني يتزايد يوما بعد يوم، كما اتضح أن من خلال هذه الدراسة والدراسات السابقة أن استخدام مختلف الخدمات المالية الرقمية عبر الهاتف المحمول والخدمات المصرفية عبر الإنترنت أصبح أمر مهم مقارنة بما كان عليه في السابق أو بما يطلق عليه حاليا بالخدمات المالية التقليدية. كما أن البطاقة المصرفية (البطاقة الذهبية) والتي تعد من أهم خيارات الدفع الإلكتروني في العصر الحالي وهو ما تم التحقق منه في دراستنا، حيث أن البطاقة (البطاقة الذهبية) تعد من خيارات الدفع المفضلة لدى عينة الدراسة.

كما يمكن لطرق الدفع الإلكترونية تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية بعدة طرق، بما في ذلك زيادة الأمان، حيث توفر طرق الدفع الإلكترونية ميزات أمان إضافية مثل التشفير والرميز المميز، مما يقلل من خطر الاحتيال وانتهاكات البيانات، وزيادة الراحة، حيث أنها تتيح طرق الدفع الرقمية للعملاء إجراء المعاملات بسرعة وسهولة من أي مكان يتوفر فيه اتصال بالإنترنت، مما يقلل من الحاجة إلى الفروع المادية وأجهزة الصراف الآلي، وخفض التكاليف، حيث يمكن لأنظمة الدفع الرقمية تقليل التكاليف المرتبطة بالمعاملات الورقية وتوفير فرص توفير التكاليف من خلال الأتمتة، وتحسين تجربة العملاء، التي تؤدي إلى توفير المزيد من خيارات الدفع إلى زيادة رضا العملاء والاحتفاظ بهم.

كما أن لطريقة الدفع دورًا حاسمًا في شبكة الأعمال الناجحة، حيث أنها تسهل السيولة في الاقتصاد وتحفز النمو الاقتصادي للبلاد. والذي يعتبر تبادل مالي رقمي متصل، أي يعمل بمساعدة الأجهزة والبرامج المتكاملة، كما أنه يسهل دفع سعر البضائع والخدمات عبر الإنترنت بغض النظر عن الوقت والمكان، ويهدف كذلك إلى زيادة الكفاءة والأمن والراحة وسهولة المعاملات الإلكترونية المختلفة، كما أن هذا الدفع الإلكتروني نتج عنه نقص واضح في التعاملات النقدية، كما أن للتطورات التكنولوجية الإضافية المتصلة بالخدمات المالية المعاصرة دورا بارز ومهم في نقص التعاملات النقدية.

أولاً: أهم النتائج

كما أفرد عينة الدراسة يوافقون بدرجة مرتفعة بأن وسائل الدفع الإلكتروني تفرض عليهم ميول اتجاه الخدمات المالية الرقمية. كما استخدم المشاركون في هذه الدراسة على اختلاف متغيراتهم الديمغرافية محل الدراسة نوع من أنواع الخدمات المالية الرقمية باستخدام البطاقة الذهبية.

كما نلاحظ بأن عينة الدراسة موافقون على جميع عبارات الاستبيان بدرجة موافقة من عالية إلى عالية جداً، إلا عبارات الخاصة بالأمان والثقة فإن درجات الموافقة عليها كانت متوسطة.

كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الدفع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد وسائل الدفع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

كما يوجد تأثير هام إحصائي لوسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

كما يوجد تأثير هام ذو دلالة إحصائية لبعدها العمليات على تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

كما لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبعدها الموقع الإلكتروني على تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية.

كما توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في إجابات المبحوثين حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في

تحسين جودة الخدمات المالية الرقمية تُعزى لمتغيرات الفئة العمرية، لصالح فئة (من 21 سنة إلى 40 سنة) أي فئة الشباب، في

حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) تُعزى لمتغيرات البيانات الشخصية الأخرى.

ومن خلال نتائج هذه الدراسة تمت صياغة التوصيات والاقتراحات التالية:

ثانياً: التوصيات

لقد قدمت هذه الدراسة والدراسات السابقة المشار إليها مساهمات مهمة في فهمنا للمتغيرات الدراسية، ومع ذلك، لا تزال هناك أشياء مهمة غير مستكشفة تحتاج إلى دراسة وبحث في القضايا والمجالات الخدمات المالية المختلفة ووسائل الدفع المتاحة حالياً، حيث ومن خلال ما تم جمعه من معلومات من مجتمع الدراسة حول وسائل الدفع الإلكتروني هناك تخوف كبير حول عدم حماية عمليات

الدفع الالكتروني وهذا ما تم ملاحظته في هذا الدراسة، فمع تزايد الاهتمام بهذه الخدمات، زادت المشاكل وعمليات القرصنة التي تحول دون استخدامها، لذا وجب حماية هذه الخدمات بشتى الوسائل المتاحة مع تشديد العقوبات. كما هو الحال في بعض الدول المتقدمة. كما هناك بعض التوصيات أخرى نختصرها في النقاط التالية:

- ☞ على القائمين بتقديم هذه الخدمات مسؤولية النهوض بها، وتقديمها بشكل المناسب.
- ☞ على المؤسسات المالية تحسين وتنظيم موقعها الالكتروني بما يتماشى مع جميع أصناف المجتمع، إضافة إلى التنسيق مع مختلف الخدمات التي يحتاجها المتعاملين لدمجها في خدماتها التي تدفع بواسطة الدفع الالكتروني على غرار ما هو متوفر.
- ☞ تخفيض الرسوم والعمولات على استخدام البطاقة لتكون نسبة الخصم قليلة.
- ☞ إن مشروع الخدمات المالية الرقمية يحتاج إلى دراسة سلوك عملائه وأخذ بعين الاعتبار عند تنظيم الخدمة وتطويرها إذا لزم الأمر، وعليه وجب تشجيع مختلف الدراسات الخاصة بالخدمات المالية الرقمية ووسائل الدفع الالكتروني.
- ☞ هناك ميل واضح من عينة الدراسة لهذه الوسائل، وعليه فمن الضروري تدخل الجهات المعنية لحماية هذه الخدمات من عملية القرصنة وما يحول دون النهوض بهذه الخدمات وتطوير أنظمة الحماية.

المراجع باللغة العربية:

- (1) الحداد، ع. إ. (2009). إدارة الجودة الشاملة. الأردن، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان.
- (2) الطائي، م. ع. (2010). التجارة الالكترونية. الأردن، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان.
- (3) الطائي، م. ع. (2008). التسويق والتجارة الالكترونية، مكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر.
- (4) خضير، م. أ. (2010). التجارة الالكترونية. الاردن، دار حامد للنشر والتوزيع عمان.
- (5) فؤاد الشعي. (2008). المقاصة في المعاملات المصرفية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.
- (6) مجيد & الزيدات. (2007). إدارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعليم، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
- (7) محمود، خ. ك. &، الشيخ، ر. م. (2010). إدارة الجودة في المنظمات المتميزة إدار صفاء للنشر والتوزيع، لأردن.
- (8) منير، أ. &، ممدوح، أ. (2004). البنوك الالكترونية. دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر
- (9) زواش، ز. (2010). دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية -دراسة حالة الجزائر. مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي الجزائر .
- (10) أميرة، ب. (2018)، واقع إستخدام البطاقات البنكية في الجزائر —دراسة مقارنة لعينة من البنوك العمومية الجزائرية .-مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة — العدد 2 ص ، 366-383.
- (11) بن عزة، م. &، زويهي، ج. (2011). عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتمادا لتجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية، الملتقى الدولي الرابع، المركز الجامعي خميس مليانة، عين الدفلى، الجزائر.

12) عبد القادر صواق، و اخرون. (2023). أثر جاهزية الأمن السيبراني على الخدمات المصرفية الالكترونية من خلال تقليل المخاطر المدركة دراسة حالة بنك Bdl بغرداية. مجلة أبحاث إقتصادية معاصرة، المجلد 9، العدد 1، 373 - 353 .

المراجع باللغة الأجنبية:

- 13) Himanshu, S., & Antonio, D. A. (2023). Digital financial services and human development: current landscape and research prospects. Information Technology for Development, Volume 29, 2023 - Issue 4 , 582-606 .
- 14) Reddi, N., & Kanderi, S. (2024). ISSUES AND CHALLENGES OF ELECTRONIC PAYMENT. International Education & Research Journal E- ISSN No : 2454-9916 | Volume : 10 | Issue : 7 . p , 145-146 .
- 15) Shrestha, N. (2020). Detecting Multicollinearity in Regression Analysis. American Journal of Applied Mathematics and Statistics, 2020, Vol. 8, No. 2 , 39-42.
- 16) Zala, P. (2018). Consumer Preferences for Electronic Payment System. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR) , 316.328 .
- 17) Haluk, U. (2024, 12). Springer Nature. Consulté le 12 23, 2024, sur Journal of Financial Services Research: <https://link.springer.com/journal/10693>
- 18) Pazarbasioglu, e. a. (2020, 04). Digital financial services, World Bank. Consulté le 12 23, 2024, sur Google Scholar: https://scholar.google.com/scholar_lookup?hl=en&publication_year=2020&author=C.+Pazarbasioglu&author=A.+G.+Mora&author=M.+Uttamchandani&author=H.+Natarajan&author=E.+Feyen&author=M.+Saal&title=Digital+financial+services.