رأس المال الفكري كمدخل معاصر لتطوير الصيرفة الإلكترونية "دراسة ميدانية لبعض وكالات المصارف العمومية بمدينة المدية "

أ.د. خليل عبد القادر * أ. مولاي مصطفى سارة **

الملخص:

تهدفُ هذه الدراسة إلى التّعرف على مدى مساهمة **رأس المال الفكري** في تطوير **الصيرفة الإلكترونية** بالمصارف الجزائرية، ومن أجل الوصول إلى هذا الهدف تم استخدام **استبانة** وُجِهت لعينة عشوائية من عُمال وإطارات بعض وكالات المصارف العمومية العاملة **بمدينة المدية** (البنك الخارجي الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، والصندوق الوطني للتوفير والادخار)، حيث بلغت العينة 50 فرداً، وتمَّ اعتماد مقياس ليكارت الخماسي، كما اعتمد على التحليل باستعمال **برنامج Spss** لقياس آراء العاملين. وأظهرت **نتائج** الدراسة أنَّ هناك علاقة طردية بين رأس المال الفكري والصيرفة الإلكترونية، إلاَّ أنَّ الاهتمام برأس المال الفكري بأبعاده الخمسة (الاستقطاب، الصناعة، التنشيط، المحافظة، الاهتمام بالعملاء) في المصارف محل الدراسة لا يحظى بالاهتمام المناسب والكافي الذي من شأنه أن يطوِّر الصيرفة الإلكترونية، ليتم فيما بعد تقديم بعض **المقترحات** إلى إدارة المصارف التي يمكن من خلالها تطوير الصيرفة الإلكترونية.

الكلمات الدالة: رأس المال الفكري، الصيرفة الإلكترونية، المصارف العمومية العاملة بمدينة المدية.

Intellectual Capital as a Contemporary Approach to Develop the Electronic Banking"case study of some public agencies banks in the city of Medea"

Abstract:

Cette étude vise à déterminer l'ampleur de la contribution du capital intellectuel au développement des banques électroniques Algérie et de la banque, et afin d'atteindre cet objectif était d'utiliser un questionnaire a

* أستاذ التعليم العالي – جامعة يحي فارس - المدية.
** طالبة دكتوراه - جامعة يحي فارس- المدية.

constitué un échantillon aléatoire de travailleurs et pneus de certaines agences des banques publiques opérant dans Médée (Banque extérieure d'Algérie, prêt du peuple algérien, le Fonds l'épargne et l'épargne nationale), où l'échantillon est élevé à 50 travailleurs, a été adoptée pour l'échelle Eckart, invoquaient également l'analyse en utilisant le programme Spss pour mesurer les points de vue des travailleurs, et les résultats de l'étude ont montré qu'il existe une corrélation positive entre le capital intellectuel et la banque électronique, mais fonds d'intérêt cinq intellectuelles dimensions (polarisation, l'industrie, l'activation, maintenir, service à la clientèle) dans les banques à l'étude ne reçoivent pas l'attention appropriée et adéquate, qui développerait la monétique, pour être par la suite des recommandations pour gérer les banques à travers lesquelles le développement de la banque électronique.

Mots clés :capital intellectuel, monétique, les banques publiques opérant dans Médée.

مقدمة:

فرضت التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الصناعة المصرفية، تحديث الخدمات المصرفية وتكثيف الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية، والتي تُعتبر من أهم الحقول التي نالت أهمية كبيرة في الآونة الأخيرة، هذه الأهمية أملتها الظروف الاقتصادية المعاشة والمنافسة الحادة التي يشهدها عالم الأعمال في وقتنا الحالي، والذي يُعرف بأنه عصر المعلومات، عصر اقتحمت فيه تكنولوجيا المعلومات كافة الأنشطة البشرية بدون استثناء، لذا فإنَّ التحكم في التكنولوجيا وحسن استغلالها أصبح ضرورياً ومؤشراً هاماً لمدى فعالية المصارف.

وحتَّى يستطيع النظام المصرفي الجزائري تنفيذ استراتيجية الصيرفة الإلكترونية بكل كفاءة وفعّالية، لابد من وجود رأس مال فكري يمتلك المعرفة والمهارات والقدرات التي تناسب طبيعة هذه الصيرفة، باعتباره الثروة الفاعلة في تحقيق التفوق والتميز لما له من قدرة على التطوير والإبداع والابتكار. وبناء عليه، فإنَّ جوهر إشكالية البحث يتمثل في محاولة الإجابة على التساؤل الرئيسي: ما مدى مساهمة رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية بوكالات المصارف العمومية العاملة بمدينة المدية؟

تستند الدراسة على افتراض أساسي وهو: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد

رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية من منظور العاملين، كما أنه يختلف تقييم عُمال وكالات المصارف العمومية العاملة بمدينة المدية، حول تأثير رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية حسب كل متغير من المتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الخبرة).

كما تهدف هذه الدراسة إلى تقصي توافر رأس المال الفكري بوكالات المصارف العمومية العاملة بمدينة المدية، ومعرفة درجة استقطابه وصناعته وتنشيطه والمحافظة عليه والاهتمام بالعملاء، وعلاقة ذلك بتنمية وتطوير الصيرفة الإلكترونية في هذه الوكالات، وفي سبيل تحقق هذا الهدف المنشود، نستخدم المنهج الوصفي والتحليلي، ومنهج دراسة الحالة، وركزت هذه الدراسة على بعض المصارف العمومية العاملة بمدينة المدية، واستهدفت العاملين بهذه المصارف؛ وأما هيكل البحث فيشتمل على ثلاث محاور هي:

- **المحور الأول :** لمحة حول رأس المال الفكري ؛
- **المحور الثاني:** الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية؛
- **المحور الثالث:** دراسة ميدانية بالوكالات العاملة بمدينة المدية.

المحور الأول: لمحة حول رأس المال الفكري

يُنظر لرأس المال الفكري على أنَّه استراتيجية النجاح في المستقبل والوسيلة التي من خلالها يمكن المؤسسة من التّميز وخلق القيمة، ونتناول في هذا المحور تعريف رأس المال الفكري ومكوناته وكذا أساليب تنميته والمحافظة عليه.

تعريف رأس المال الفكري: هناك عدة تعاريف لرأس المال الفكري نذكر منها:

تعريف "Drucker": يرى أنّ "رأس المال الفكري يتمثل في نُخبة الكفاءات ذات القدرات المعرفية والتنظيمية، والتي يمكنهم من إنتاج الأفكار الجديدة أو تطوير الأفكار القديمة، بما يمكن المؤسسة من توسيع حصتها السوقية وتعظيم نقاط قوتها، وتجعلها في موقع يمكنها من اقتناص الفرص المناسبة، ولا يتركز رأس المال غير المادي في مستوى تنظيمي معين دون غيره، كما لا يشترط توافر شهادات أكاديمية لمن يتصف به"1؛

تعريف "Ulrich" : يرى أنَّ رأس المال الفكري هو "مجموعة المهارات المتوفرة في المؤسسة التي تتمتع بمعرفة تجعلها قادرة على جعل المؤسسة عالمية من خلال الاستجابة

1Drucker.P ,A propos du management, Village mondial, Paris, France, 2000 ,p 36.

لمتطلبات الزبائن والفرص التي تُتيحها التكنولوجيا"1؛

تعريف "منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية- OCDE" : ترى بأنه "القيمة الاقتصادية لفئتين من الأصول غير الملموسة هي رأس المال التنظيمي (الهيكلي) ورأس المال البشري"2.

وفي ضوء ما سبق من التعاريف، يمكن أن نعرّف رأس المال الفكري بأنه: "ما يمتلكه مجموعة من العاملين في المؤسسة من قدرات معرفية متميزة، تعمل المؤسسة على توظيفها من خلال ما لديها من سياسات وبرامج وأنظمة، لوضع تلك المعرفة والأفكار الجديدة قيد التنفيذ، لتقديم خدمات ومنتجات متميزة للزبائن".

مكونات رأس المال الفكري: يتكون رأس المال الفكري من العناصر التالية:

رأس المال البشري: يضم الكفاءات والمهارات والمعارف والخبرات التي يمتلكها الموظفين وأصحاب القرار في المؤسسة، أي يشير إلى الموارد البشرية للشركة بما فيها المعرفة التي يمكن تحويلها إلى قيمة3؛

رأس مال العملاء: يشتمل على ما يحققه من قيمة للمؤسسة والتي يكون مصدرها نوعية الخدمات أو المنتجات التي تقدمها المؤسسة، أو تولد من قناعة العملاء وولائهم4؛

رأس المال الهيكلي: يحتوي على رأس المال التنظيمي، والذي يتضمن ثقافة المؤسسة ونظم المعلومات، وتكنولوجيا الاتصالات، كما يحتوي على رأس مال الابتكار والذي يتضمن براءات الاختراع وحقوق والنشر5.

1Ulrich .D,ANew Manadte For Human Resources, Harvard Business Review, January-February,1998,p02.

2الهلالي الشربيني الهلالي، إدارة رأس المال الفكري وقياسه وتنميته كجزء من إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد 22، جامعة المنصورة، مصر، جانفي2011، ص 21.

3محمود علي الروسان، محمود محمد العجلوني، أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد 02، جامعة دمشق، سورية، 2010، ص 10.

4 رشا الغول، المحاسبة عن رأس المال الفكري، مكتبة الوفاء القانونية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2014، ص 87.

5 هاني محمد السعيد، رأس المال الفكري انطلاقة إدارية معاصرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2008، ص 30.

آليات بناء رأس المال الفكري: هناك آليات لبناء رأس المال الفكري تتمثل في:

استقطاب رأس المال الفكري: هو النشاط الذي بموجبه يمكن تحديد مصادر لاستقطاب الأفراد المؤهلين، بهدف جذبها واختيار المرشحين الملائمين للوظائف الشاغرة في المؤسسة، ومن بين الاستراتيجيات الملائمة لآلية الاستقطاب نجد: شراء العقول من سوق العمل، شجرة الكفايات ومراجعة منظمة المعرفة والتعلم1؛

صناعة رأس المال الفكري: تُمثل صناعة رأس المال الفكري أمراً في غاية الأهمية، لأنه يمثّل مصدراً للميزة التنافسية، ويتطلب استخدام طرق فاعلة للربط بين أدوات العمل الجديدة، والأنظمة المبتكرة، والتصاميم التنظيمية الملائمة، وهذه بعض الاستراتيجيات الخاصة بصناعة رأس المال الفكري: تحديد خريطة المعرفة، بناء الأنسجة الفكرية، القيادة الذكية2؛

تنشيط رأس المال الفكري: إذا كانت المؤسسة تهتم بالكفاءات والخبرات من العاملين لديها، يتوجب عليها العناية بهذه الكفاءات والمواهب، بمعنى أن تعمل بمبدأ التنشيط المكثف للتشبع بالمعرفة، وذلك من خلال شحن القدرات الذهنية لهم بتوفير بيئة مناسبة للمشاركة في توليد الأفكار، كاستخدام العصف الذهني وأساليب الفكر الجماعي3؛

المحافظة على رأس المال الفكري: هناك نشاطات يمكن الاهتمام بها من قِبل المؤسسة، لزيادة كفاءة وفعالية العنصر البشري كالتدريب، التعويضات والحوافز المادية والمعنوية، تقليل فرص الاغتراب التنظيمي.....4؛

الاهتمام بالعملاء: يمثل العملاء محور اهتمام المؤسسات مهما كانت طبيعتها، لذا عليها تفهّم احتياجاتهم وتلبية رغباتهم وتوقعاتهم، حتى تكسب رضاهم5.

---

1 عامر بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك-دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2012/2011، ص111.

2 سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية، عمّان، الأردن، 2009، ص 268.

3 سليمان حسين البشتاوي، إسماعيل أحمد حسين، أثر رأس المال الفكري في تحسين ربحية شركات الصناعات الدوائية الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد10، العدد 02، الأردن، 2014، ص 238.

4 عادل حرحوش المفرجي، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2003، ص 146.

5 عبد الستار حسن يوسف، دراسة وتقييم رأس المال الفكري في شركات الأعمال، مجلة الاقتصاد

المحور الثاني: الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية

يَتوجب على المصارف أن تُطوِّر من أدائها تماشياً مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بما يتجسد هذا التطور في الصيرفة الإلكترونية، وهذا ما سنتطرق إليه ضمن هذا المحور من تعريف ومزايا وأدوات الصيرفة الإلكترونية.

تعريف الصيرفة الإلكترونية: تتعدد تعاريف للصيرفة الإلكترونية سنسرد أهمها:

تعرّف على أنها: "إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة، وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مُضطرا للتنقل إلى المصرف إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من مصرفه من أي مكان وفي أي زمان"1.

أيضا "هي كُل العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية مثل: الهاتف أو الحاسوب والصراف الآلي والانترنت.....وغيرها، وذلك من قِبل المصارف أو المؤسسات المالية"2.

ونخلص إلى أنَّ الصيرفة الإلكترونية هي: "جميع العمليات المصرفية التي تتم بطرق إلكترونية، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، سواء تعلق الأمر بالسَّحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف، وفي ظِّل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مُضطراً للتنقل إلى المصرف، إذ يمكنه القِيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله أو في مكتبه، وهو ما يعني تجاوز بُعدي المكان والزمان".

مزايا الصيرفة الإلكترونية: تتميز الصيرفة الإلكترونية بتقديم خدمات متميزة عن خدمات الصيرفة التقليدية، تلبية لاحتياجات العميل وهو ما يحقق مزايا عديدة من أهمها: إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من المتعاملين، تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة، تخفيض التكاليف، زيادة الكفاءة للمصارف، توفير خدمات البطاقة، تحقيق الميزة التنافسية...3.

والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، 2005، ص07.

1 وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2012، ص 55.

2أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2006، ص 92.

3أمينة بركان، الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي" حالة الجزائر"، أطروحة

أدوات الصيرفة الإلكترونية: تَستخدم المصارف الإلكترونية عدداً كبيراً من الأدوات التي تُمكنها من تأدية هذه الخدمة بشكل يتناسب مع متطلبات العملاء، ونوجز هذه الأدوات فيما يل:

جهاز الصراف الآلي: هي أجهزة اتّصال مُحوسبة تمكن عملاء المؤسسات المالية من الوصول للخدمات المقدمة من قبل تلك المؤسسات، بحيث يتم التعرف على العميل بمجرد إدخال البطاقة البلاستيكية ذات الشريط الممغنط1؛

نقاط البيع الإلكترونية: هي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو ذكية في ذلك 2؛

الصيرفة المنزلية: هو الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أول العمل أو أي مكان، والذي يتصل بحاسب المصرف، ليتمكن العملاء من خلال رقم سري إتمام عملياته المصرفية الموجودة3؛

الصيرفة المحمولة: هي تلك الخدمات المصرفية التي تُتاح من خلال الهاتف المحمول المعتمد للخدمة، حيث يستخدم العميل رقماً سرياً يتيح له الدخول إلى حسابه، والحصول على العديد من الخدمات المصرفية4؛

الصيرفة عبر الهاتف: يُعدُّ الهاتف المصرفي من قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية، الذي يستطيع المصرف من خلاله الرد على استفسارات العملاء وتقديم خدمات أخرى مثل: تسديد فاتورة أو إجراء عملية الدفع، تحويل مبالغ نقدية لجهات معلومة، طلب خدمات كدفتر الشيكات...الخ5.

دكتوراه، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2014/2013، ص 351.

1منير الحكيم، الصيرفة الإلكترونية: مفاهيم أساسية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، العدد 04، عمان، الأردن، 2012، ص 13.

2 ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية " لأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع"، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، 2008، ص 31.

3Luc Bern et Rollande, Principes de Technique Bancaire, édition Doned, 24eme édition, Paris, France, 2006, p 189.

4منير الحكيم، مرجع سابق، ص 13.

5بشراير عمران، تهتان مراد، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف- دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البليدة، مجلة معارف، قسم العلوم الاقتصادية، العدد 20، البويرة، الجزائر، 2016، ص 172.

المحور الثالث: دراسة ميدانية بالوكالات محل الدراسة العاملة بمدينة المدية

تَهدف الدراسة الميدانية إلى توضيح أنماط الاهتمام برأس المال الفكري بأبعاده الخمسة المتمثلة في (الاستقطاب، الصناعة، التنشيط، المحافظة على رأس المال الفكري، والاهتمام بالعملاء) بالوكالات محل الدراسة، وكذلك الطرق المتبعة والاستراتيجية المستهدفة لتطوير الصيرفة الإلكترونية.

أولاً-منهجية الدراسة الميدانية: نستعرض مجتمع وعينة الدراسة، أداة الدراسة، الأساليب الإحصائية المستعملة، ثبات وصدق الدراسة، وذلك كما يلي:

مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في العاملين ببعض وكالات المصارف العمومية بمدينة المدية (البنك الخارجي الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، والصندوق الوطني للتوفير والاحتياط)، وبلغ حجم المجتمع الاحصائي 70 عامل وعاملة، وتم توزيع 55 استمارة استبانة صُمِّمت لأغراض هذه الدراسة على عينة من العاملين بالوكالات المعنية (المدراء والإطارات الأكثر دراية برأس المال الفكري)، تم اختيارهم بطريقة عشوائية، استرجع منها 50 استبانة صالحة للتحليل بنسبة 91%، وتعد نسبة استجابة جيدة لأغراض البحث.

أداة الدراسة: وجد أن الأداة الأكثر ملاءمة لتحقيق أهداف الدراسة هي الاستبانة، وتضمّنت ما يلي:

الجزء الأول: يحتوي على 04 فقرات تهدف إلى معرفة بعض المعلومات الشخصية للعمال وهي: (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، وسنوات الخبرة)؛ أما الجزء الثاني فالهدف منه إبراز مدى مساهمة رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية، وتضم مجموعة من الأسئلة تتعلق بأبعاد المتغير المستقل (رأس المال الفكري) هي: الاستقطاب، الصناعة، التنشيط، المحافظة على رأس المال الفكري، والاهتمام بالعملاء، كما تضمنت عدد من الأسئلة التي تغطي المتغير التابع (الصيرفة الإلكترونية). وتمَّ اعتماد مقياس ليكارت (Likert Scale) المتدرج ذي النقاط الخمس لقياس العبارات، حيث يقابل كل عبارة قائمة تحمل الاختيارات التالية: (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة)، والمتناسبة مع الأوزان (1،2،3،4،5) على التوالي.

الأساليب الإحصائية المستعملة: تمّ استخدام بعض الأدوات الإحصائية المناسبة لدراستنا، أهمها: معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة، معامل ارتباط سبيرمان

لقياس صدق الفقرات، اختبار كولوجروف- سمرنوف لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي، قياس المتوسطات الحسابية لكل عبارة في الاستبيان، قياس الانحراف المعياري، اختبارT للعينة الوا حدة، تحليل التباين الأ حادي، وكذا نموذج الانحدار المتعدد.

ثبات الاستبانة: يُعبّر الثبات عن مدى تشابه إجابات أفراد العينة، ولقياس مدى ثبات الاستبانة، يتم حساب معامل "ألفا كرونباخ-Alpha Cronbach"، والجدول رقم (1) يوضح معاملات ثبات الاستبانة.

جدول رقم (1): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

الاستبانة	عدد الفقرات الكلية	قيمة ألفا كرونباخ
محاور الاستبانة	32	0.879

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

يتضح من الجدول أعلاه، أنَّ معدل الثبات العام للاستبانة قد بلغت 87.90 %، مما يعني أنَّ استبانة البحث تتمتع بدرجة ودلالة ثبات جيدة، بحيث تزيد هذه النسبة عن النسبة المقبولة إحصائيا والبالغة 60%، مما يؤكد وجود علاقة ترابط واتصال بين عبارات الاستبانة، ويمكن الاعتماد على نتائج الاستبانة في التفسير.

صدق الاستبانة: قصد التأكد أنّ الاستبانة صالحة للقياس لأجل هذه الدراسة، قمنا بإجراء نوعين من الاختبارات هما: الصدق الظاهري و صدق الاتساق الداخلي.وبخصوص الأول، تمّ عرض الاستبانة على مجموعة محكمين و هم أساتذة متخصصين في إعداد الاستبانات وأيضا خبراء في الموضوع المدروس، وهم من أعضاء الهيئة التدريسية للكلية، وبعد الأخذ برأيهم، اعتبرنا ذلك مؤشرا على صدق الأداة. وبخصوص الاتساق الداخلي، قمنا باستخدام معامل الارتباط سبيرمان، وهو موضح في الجدول الموالي رقم (2) كما يلي:

جدول رقم (2): معاملات ارتباط سبيرمان لمحاور الاستبانة بالدرجة الكلية للاستبانة

المحور	محتوى المحور	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الأول	استقطاب راس المال الفكري	0.789	0.000
	صناعة راس المال الفكري	0.630	0.000
	تنشيط راس المال الفكري	0.810	0.000
	المحافظة على راس المال الفكري	0.627	0.000

	الاهتمام بالعملاء	0.571	0.000
الثاني	الصيرفة الإلكترونية	0.656	0.000

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

يُبين الجدول أعلاه معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الاستبانة والمعدل الكلي موجبة وقوية ودالة عند مستوى دلالة0.05، حيث أنَّ مستوى الدلالة لكل بعد من أبعاد المحور الأول أقل من 0.05، وكذا مستوى الدلالة للمحور الثاني أقل من 0.05، وبذلك تعتبر محاور الاستبانة صادقة لما وضعت لقياسه

ثانياً-الدراسة الوصفية: تناول وصف عينة الدراسة، وعرض آراء العينة بخصوص متغيرات الدراسة.

وصف عينة الدراسة: تضمنت الاستبانة جزءا خاصا بالمعلومات الشخصية للتعرف على خصائص عينة الدراسة من خلال: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، وكانت النتائج كما يلي:

أغلب الفئة المستجوبة هم ذكور وذلك ما توضحه النسبة البالغة 56%، في حين بلغت نسبة الإناث 44%، وهذا يدّل على أنَّ أغلب عمال المصارف محل الدراسة ذكور، ويفسّر ذلك بأن الذكور أكثر رغبة في العمل بالمصارف مقارنة مع الإناث؛

أظهرت النتائج أنَّ معظم أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 31 و39 سنة وعددهم 17 عامل، وبين 40 و49 سنة بنفس النسبة 34%، ثم تليها الشريحة العمرية الأقل من 30 سنة بنسبة 18%، أما باقي مفردات العينة فتتمركز في الفئة الرابعة والتي تزيد أعمارهم عن 50 سنة، ويفسر التمركز العمري الواقع بين 31 و39 عاما لعناية المصارف قيد الدراسة بالحالة الشبابية وتوجهها نحو فئة الشباب في عملية الاستقطاب والتعيين، وكذا المحافظة على العمال الذين يتمركز عمرهم بين 40 و49 سنة؛

كما تشير النتائج أنَّ الغالبية العظمى من العينة من المستوى الجامعي بنسبة 66%، هذه النتيجة تعكس اهتمام المصارف بتوظيف أصحاب الشهادات والمتخرجين من الجامعة، ثم القليل من مستوى الدراسات العليا بنسبة 6% وهم أصحاب المناصب العليا، أما العمال ذو المستوى الثانوي فكانوا بنسبة 26%، بينما أقل من الثانوي فيكاد يكون معدوم بنسبة 2%؛

فيما يتعلق بمدة الخدمة الوظيفية، فقد تبين بأنَّ أعلى خدمة في القطاع المصرفي تمثلت بنسبة 34%، والمرتبطة بالفئة الحائزة على 16 سنة فما أكثر من الخبرة، وقد تعكس هذه النسبة اهتمام الإدارات المصرفية بالعاملين ودفعهم على البقاء والتطور وفتح مجال الإبداع وتشغيل الخبرات المتراكمة في تولي ناصب أعلى، مما يساهم في

الحفاظ على رأس المال الفكري، ثمّ تليها نسبة 28%للفئة التي تقل خبرتهم عن 5 سنوات، وبعدها الفئة التي تتراوح خبرتهم بين 6 و10 سنوات بنسبة 22%، و16% من عينة الدراسة تتراوح خبرتهم بين 11 و15 سنة.

عرض آراء العينة بخصوص متغيرات الدراسة: نستعرض فيما يلي إجابات الأفراد حول مدى مساهمة رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية حسب أبعادها الخمسة، من خلال حساب بعض مقاييس النزعة المركزية والجداول التالية تبين ذلك.

جدول رقم (3): إجابات العمال عن فقرات استقطاب رأس المال الفكري

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة *	الترتيب
01	يعمل المصرف على استقطاب العناصر البشرية الذين لديهم مهارات وخبرات كافية، في مجال التخطيط الاستراتيجي لشغل المواقع الإدارية الهامة؛	2.64	1.225	متوسطة	02
02	يعمل المصرف على استقطاب العناصر البشرية المتميزة، ذوي المهارات الفنية والتقنية والتي تتسم بالقدرة على ممارسة عمليات الصيرفة الإلكترونية؛	2.50	1.147	متوسطة	03
03	يمتلك المصرف نظام معلومات لموارد البشرية، يمتاز بالدقة والحداثة وسرعة التنفيذ يسهّل مهمة جذب واستقطاب رأس المال الفكري؛	2.40	1.030	ضعيفة	04
04	يتعامل المصرف مع العنصر البشري على انه استثمار (من حيث الكفاءة، الإبداع، القدرة العلمية والعملية...) أكثر من أنه مجرد تكاليف (أجور، مكافآت،.....).	2.80	1.107	متوسطة	01
	الوسط الحسابي العام	2.58	0.905	متوسطة	/

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

يتضح من الجدول رقم (3) أنّ عنصر الاستقطاب قد حقق وسطا حسابيا

* درجة الموافقة عالية إذا كان المتوسط الحسابي محصور بين (3.5-5)، ومتوسطة إذا كان المتوسط الحسابي محصور بين (2.5-3.5)، وضعيفة إذا كان المتوسط الحسابي محصور بين (1-2.5).

قدره 2.58 بانحراف معياري يقدر ب 0.905 وهو يقع ضمن الفئة المتوسطة، مما يعني أنَّ المصارف محل الدراسة لديها اهتمام بعملية استقطاب رأس المال الفكري ولكنه لم يصل إلى درجة الاهتمام الشديد، وأنَّ من أكثر العناصر التي توليها المصارف محل الدراسة اهتماما في الفقرات السابقة هو اعتبار العنصر البشري في المصرف استثمار أكثر من اعتباره تكاليف، لذا فإنَّ المصارف بحاجة إلى استقطاب رأس المال الفكري الذي يمكنه أن يضيف قيمة لها، ويحقق لها ميزة تنافسية في الوقت الذي طغت فيه تكنولوجيا الإعلام والاتصال على عمل المصارف، وذلك عن طريق استقطاب العناصر البشرية التي تمتاز بالقدرة على ممارسة عمليات الصيرفة الإلكترونية، والجدول الموالي يوضح إجابات الأفراد عن فقرات صناعة رأس المال الفكري.

جدول رقم (4): إجابات العمال عن فقرات صناعة رأس المال الفكري

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
05	يولي المصرف اهتماما كبيرا بالافكار والحلول التي يقترحها العاملون المتميزون لمعالجة مشكلات التطبيق السليم للصيرفة الإلكترونية؛	2.92	1.122	متوسطة	02
06	يمتلك المصرف شبكة تكنولوجيا معلومات الموارد البشرية تمكنها من تنفيذ خطط وبرامجها الخاصة بالموارد البشرية بكفاءة وفاعلية؛	2.74	0.986	متوسطة	03
07	يهتم المصرف بآراء العملاء ومقترحاتهم في تقديم خدمات جديدة في الصيرفة الإلكترونية، وإجراء تحسينات على الخدمات المقدمة إليهم؛	3.02	1.134	متوسطة	01
08	يساهم المصرف في خلق الأنسجة الفكرية في مجال الصيرفة الإلكترونية من خلال تعاون مجموعة من العاملين على التعلم المشترك ونشره بين مجموعة المحترفين؛	2.72	1.134	متوسطة	04
	الوسط الحسابي العام	2.85	0.837	متوسطة	/

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

يتّضح من الجدول السابق، أنَّ الوسط الحسابي العام لعنصر صناعة رأس المال الفكري قد أشار إلى 2.85 بانحراف معياري يقدر ب 0.837، ممّا يدلُّ إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء به هذا العنصر، وهذا يعني أنَّ

إجابات العمال تُشير إلى اهتمامها بشكل كبير بآراء العملاء ومقترحاتهم في تقديم خدمات جديدة في مجال الصيرفة الإلكترونية، وقد يرجع ذلك إلى دراية بأنّ العملاء يمثلون المحور الرئيسي في عمل المصارف، وكذلك تولي اهتماما لا بأس به بالأفكار المقترحة من العاملين المتميزين لمعالجة مشكلات التطبيق السليم للصيرفة الإلكترونية، الذي من شأنه سدّ العديد من الثغرات في عمل المصارف، لكون هؤلاء العمال على اتّصال مباشر بالواقع العملي، أمّا الجدول رقم (5) فقد يوضح إجابات العمال حول تنشيط رأس المال الفكري كما يلي:

جدول رقم (5): إجابات العمال عن فقرات تنشيط رأس المال الفكري

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
09	يشجع المصرف روح الإبداع والابتكار لدى العاملين بهدف تطبيق الصيرفة الإلكترونية؛	2.14	1.030	متوسطة	04
10	يشجع المصرف على إقامة حلقات نقاش وحوار بين العاملين لاستثمار طاقاتهم الفكرية في مجال الصيرفة الإلكترونية؛	2.48	1.092	متوسطة	03
11	يولي المصرف اهتماما خاصا بالعامل الذي يبتعد عن الرتابة والروتين في تنفيذ الأعمال؛	2	0.857	ضعيفة	05
12	يخصص المصرف نسبة من أرباحه للاستثمار في تنمية رأس المال الفكري، والاستمرار في تدريبه على المصرفية، وتشجيع الابتكار والإبداع لمواكبة التكنولوجيا المصرفية المتطورة؛	3	1.161	متوسطة	01
13	يستخدم المصرف طريقة عصف الافكار في مجال الصيرفة الإلكترونية (وهي عملية جماعية إبداعية أي توليد وإنتاج أفكار وآراء إبداعية من العمال والمجموعات لحل مشكلة معينة)؛	2.54	1.034	متوسطة	02
	الوسط الحسابي العام	2.43	0.675	متوسطة	/

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

يوضح الجدول رقم (5) أنّ متغير تنشيط رأس المال الفكري أخذت درجة ضعيفة من الرضا وهو ما دلّ عليه المتوسط الحسابي المرجح العام الذي بلغ 2.43 في

حين قُدّر الانحراف المعياري 0.675 وتعدُّ نتيجة غير مرضية في هذا العنصر، مما يتطلب المزيد من التطوير لأنَّ عدم الاهتمام الكافي به قد يثبط همة العاملين تجاه الإبداع والابتكار، وجاءت العبارة الرابعة في المرتبة الأولى، وهذا يدُل على أنَّ المصارف تحاول تنشيط رأس المال الفكري بتنميته وتدريبه على تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة وبالتالي الوصول إلى تطوير الصيرفة الإلكترونية، أمَّا بالنسبة لعنصر المحافظة على رأس المال الفكري فنجد إجابات العمال كما يلي:

جدول رقم (6): إجابات العمال عن فقرات المحافظة على رأس المال الفكري

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
14	يؤمن المصرف بأن البيئة الخارجية تفرز أنواعا مختلفة من التقادم، بسبب سرعة الابتكارات المتلاحقة في الصيرفة الإلكترونية؛	3.70	0.789	عالية	01
15	يراعي المصرف رغبة العامل وقدرته على الأداء عند توزيع المهام؛	3.02	1.1.34	متوسطة	03
16	يحافظ المصرف على المكانة الاجتماعية للعاملين من ذوي القدرات المتميزة أينما تكون مواقعهم الوظيفية؛	2.74	1.121	متوسطة	04
17	تسهل الإجراءات التنظيمية في المصرف على قيام العمال بأعمالهم، لخلق جو الإبداع والابتكار في مجال الصيرفة الإلكترونية؛	3.28	1.179	متوسطة	02
18	يبذل المصرف قصارى جهده للاحتفاظ بالعاملين ذوي المعرفة في مجال الصيرفة الإلكترونية؛	2.50	1.165	متوسطة	05
	الوسط الحسابي العام	3.04	0.625	متوسطة	/

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

يتضح من الجدول السابق رقم (6)، أنَّ عنصر المحافظة على رأس المال الفكري قد حقق وسطاً حسابياً قدره 3.04، بانحراف معياري يقدر ب 0.625 ممَّا يشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء به هذا العنصر، هذا يدُل على أنّ المصارف محل الدراسة تؤمن بالتقادم الذي تُفرزه البيئة الخارجية بسبب سرعة الابتكارات المتلاحقة في الصيرفة الإلكترونية والتي احتلت المرتبة الأولى، لذا وجب

عليها الاحتفاظ بالعنصر البشري ذي المعرفة في مجال الصيرفة الإلكترونية ومُساعدته لخلق جو الإبداع والابتكار في هذا المجال، ولنجاح واستمرار عمل المصارف وجب عليها كسب رضا وثقة العملاء، وهذا ما يبينه الجدول رقم (7).

جدول رقم (7): إجابات العمال عن فقرات الاهتمام بالعملاء

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
19	يعمل المصرف على توثيق المعلومات الخاصة بالعملاء (الرغبات والاحتياجات)؛	3.18	1.082	متوسطة	04
20	يمتلك المصرف نظام معلومات الكتروني لتقليل الفجوة بين المصرف والعميل؛	3.25	0.931	متوسطة	03
21	يعمل المصرف على تحسين وتحديث المنتجات الإلكترونية المقدمة إلى العملاء لكسب ثقتهم ورضاهم؛	3.76	0.894	عالية	01
22	تهتم إدارة المصرف بتحقيق ولاء عملائها بناء على التكامل بين طريقة استقبال ومعاملة العملاء وبين تكنولوجيا المعلومات المعتمدة في تقديم الخدمات.	3.44	0.929	متوسطة	02
	الوسط الحسابي العام	3.47	0.685	متوسطة	/

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

يُبين الجدول أعلاه أنَّ إجابات أفراد عينة الدراسة تدُّل على أنَّ هناك درجة اهتمام كبيرة بالعملاء من قبل المصارف، وهذا ما دَّل عليه المتوسط الحسابي الذي بلغ 3.47 والانحراف المعياري قدر ب 0.685 ممَّا يُشير إلى عدم وجود تباين كبير في اتجاهات العمال حول ما جاء به هذا العنصر، وهذا يدُّل على أنَّ المصارف تحرص دائما على تحسين وتحديث منتجاتها الإلكترونية لكسب ثقة ورضا العميل، والجدول التالي يبين اتجاه العمال حور محور الصيرفة الإلكترونية كما يلي:

جدول رقم (8): إجابات العمال عن محور الصيرفة الإلكترونية

رقم الفقرة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	الترتيب
01	يمتلك المصرف موقعا معلوماتيا، يقدم فيه معلومات بخصوص الخدمات التي يقدمها (جانب إعلامي)؛	3.82	0.962	عالية	04
02	يمتلك المصرف موقعاً معلوماتياً، يسمح له	3.12	1.062	متوسطة	06

	بالاتصال مع زبائنه عبر البريد الإلكتروني، وذلك بتعبئة الطلبات تجاه المصرف؛				
03	يستطيع المصرف ان يجيب عن اسئلة الزبائن بخصوص حالة حساباتهم على مدار 24 ساعة، و من أي مكان، بالهاتف أو الحاسوب؛	2.72	1.114	متوسطة	07
04	أدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصرف إلى توفير الجهد والوقت، وتسهيل المعاملات؛	4.30	0.678	عالية	01
05	يقوم المصرف بتقديم خدمات مصرفية عبر الإنترنيت (طلبات قروض، تحويل أموال)؛	2.28	0.809	ضعيفة	08
06	إدخال الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصرف يُحسّن رضا العملاء؛	4.28	0.834	عالية	02
07	يمتلك المصرف قنوات توزيع إلكترونية ضمن شبكة توزيع خدماته المصرفية؛	3.56	0.884	عالية	05
08	يستطيع زبائن المصرف تسديد فواتيرهم عبر الهاتف أو أي وسيلة أخرى إلكترونية، دون المجيء للمصرف؛	2.20	1.050	ضعيفة	09
09	يقدم المصرف استشارات مالية لزبائنه عبر الخط؛	1.90	0.953	ضعيفة	10
10	تنفيذ استراتيجية الصيرفة الإلكترونية بكفاءة وفعّالية، أمر مرهون بتوفير كوادر بشرية عالية التأهيل معززة بتكنولوجيا مصرفية معاصرة.	4.10	1.085	عالية	03
	الوسط الحسابي العام	3.22	0.500	متوسطة	/

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21.

نُلاحظ من خلال الجدول رقم (8) أنَّ هذه العبارات أخذت درجة متوسطة من الموافقة وهو ما دَّل عليه المتوسط الحسابي الذي بلغ 3.22، في حين قُدِّر الانحراف المعياري ب 0.5، ممَّا يشير إلى عدم وجود تباين كبيرٍ في اتجاهات العمّال حول ما جاء به هذا المحور، هذا يدّل على أنَّ المصارف فعلاً تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتسهيل المعاملات وكسب ثقة ورضا العملاء لكن ليس بالقدر الكافي والمستوى الذي تأمل المصارف الوصول إليه، وذلك للمعيقات التي تحول دون تطور

الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، ومن أهمها توفير رأس مال فكري مُعزز بتكنولوجيا مصرفية معاصرة.

وبناء على النتائج المحصل عليها يتضح لنا ما يلي: أنَّ عمال المصارف يوافقون نسبيا وبدرجة متوسطة عن مدى مساهمة رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية، وهذا راجع إلى عدم اهتمام المصارف محل الدراسة برأس المال الفكري الاهتمام الكافي الذي جعله يرتقي إلى الدرجة العالية، ويعود ذلك إلى انَّ عمليات استقطاب وصناعة العناصر البشرية التي تتميز بالقدرة على ممارسة عمليات الصيرفة الإلكترونية إذا لم يتبعها تنشيط واهتمام والمحافظة على رأس المال الفكري، فإنَّ تلك العمليات لن تكون ذات جدوى في تطوير الصيرفة الإلكترونية.

ثالثاً- اختبار فرضيات الدراسة الميدانية: بعد قيامنا بتحاليل البيانات المتعلقة بالاستبانة، نقوم بفحص العلاقة بين المتغيرات للوقوف على مدى قبول أو رفض فرضية الدراسة، ولكن تتمثل أولى الخطوات في عملية اختبار الفروض في معرفة ما إذا كانت إجابات أفراد العينة تتبع التوزيع الطبيعي أو لا.

1- اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف-سمرنوف للاعتدالية): سنعرض اختبار كولمجروف-سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا.

H0: لا تتبع البيانات التوزيع الطبيعي عند مستوى ثقة 95%؛

H1: تتبع البيانات التوزيع الطبيعي عند مستوى ثقة 95%.

وقاعدة أخذ القرار هي قبول العدم H0 إذا كان مستوى الدلالة أقل من 5%، وترفض فرضية العدم إذا كان مستوى الدلالة المحسوب أكبر من 5%وتقبل الفرضية البديلةH1، لذلك نعطي الجدول رقم (9).

جدول رقم (9): اختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov

محتوى المحور	عدد الفقرات	قيمة Z	قيمة مستوى الدلالة
راس المال الفكري	22	0.880	0.422
الصيرفة الإلكترونية	10	1.004	0.266

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

يُوضح الجدول أعلاه نتائج الاختبار، حيث أنَّ قيمة مستوى الدلالة لكل محور أكبر من 0.05، وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة التي تقول تتبع البيانات التوزيع الطبيعي عند مستوى ثقة 95%، لذلك يجب استخدام الاختبارات المعلمية.

2- اختبار الفرضية الأولى: تشير الفرضية الأولى إلى أنَّ:

H0: لا توجد صيرفة إلكترونية في المصارف حسب إجابات العمال؛

H1: توجد صيرفة إلكترونية في المصارف حسب إجابات العمال.

فإذا كان مستوى الدلالة أقل أو يساوي 0.05، فإننا نرفض فرضية العدم H0 ونقبل الفرضية البديلة H1، ومن أجل التأكد من صحة هذه الفرضية قمنا باستخدام t "ستيودنت"، وذلك لمعرفة مدى موافقة عمال المصارف على وجود الصيرفة الإلكترونية في المصارف العمومية بمدينة المدية، حيث توصلنا إلى النتائج الملخصة في الجدول التالي رقم (10).

جدول رقم (10): نتائج اختبار "one-simple T test" على الصيرفة الإلكترونية

محتوى المحور	الوسط الحسابي	قيمة t	درجات الحرية ddl	قيمة مستوى الدلالة
الصيرفة الإلكترونية	3.227	3.215	49	0.002

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

انطلاقا من الجدول أعلاه فقد بلغ المتوسط الحسابي للمحور 3.227 وقيمة t المحسوبة 3.215، ومستوى الدلالة 0.002، وبما انَّ مستوى الدلالة أقل من 0.05، فإننا نرفض فرضية العدمH0 ونقبل الفرضية البديلة H1، والتي تقول توجد صيرفة إلكترونية في المصارف حسب إجابات العمال، وعليه فإنَّ عمال المصارف يوافقون على وجود صيرفة إلكترونية في المصارف العمومية محل الدراسة.

نتيجة اختبار الفرضية الأولى: توجد صيرفة إلكترونية في قطاع المصارف حسب إجابات العمال عند مستوى دلالة 0.05

3- اختبار الفرضية الثانية: تشير الفرضية الثانية إلى:

H0: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية من منظور العاملين؛

H1: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية من منظور العاملين.

فإذا كان مستوى الدلالة أقل أو يساوي 0.05، فإننا نرفض فرضية العدم H0 ونقبل الفرضية البديلة H1، ومن أجل التأكد من صحة هذه الفرضية قمنا باستخدام

اختبار تحليل الانحدار المتعدد لانحدار الصيرفة الإلكترونية كمتغير تابع على كل من المتغيرات المستقلة (استقطاب رأس المال الفكري، صناعة رأس المال الفكري، تنشيط رأس المال الفكري، المحافظة على رأس المال الفكري والاهتمام بالعملاء) والنتائج مبينة في الجدول رقم (11).

جدول رقم (11): نتائج اختبار تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر أبعاد رأس المال الفكري في الصيرفة الإلكترونية

المحاور	Beta	t	مستوى الدلالة	معادلة R^2
الثابت	1.962	4.863	0.000	
استقطاب راس المال الفكري	0.261	2.615	0.012	
صناعة راس المال الفكري	0.100	1.010	0.018	
تنشيط راس المال الفكري	0.082	0.515	0.009	0.55
المحافظة على راس المال الفكري	0.239	1.878	0.007	
الاهتمام بالعملاء	0.100	0.973	0.006	
المؤشر الكلي	/	/	0.006	

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

تعكس معطيات الجدول رقم (11) أنَّ معادلة الانحدار المتعدد جيدة، وذلك لكون مستوى الدلالة المحسوبة 0.006 أقل من مستوى المعنوية المفترضة 0.05، كذلك بلغت قيمة معامل التفسير أو التحديد المعدل 55%، وهذا معناه أنَّ المتغيرات المستقلة (استقطاب رأس المال الفكري، صناعة رأس المال الفكري، تنشيط رأس المال الفكري، المحافظة على رأس المال الفكري والاهتمام بالعملاء) تفسر 55% من التغيرات التي تحدث في الصيرفة الإلكترونية، والباقي 45% يرجع إلى عوامل أخرى، وهذه النتيجة تبين أنَّ اتجاهات العمال المكونين لعينة الدراسة التي قمنا بتحليلها وتفسيرها سابقًا نحو العلاقة بين رأس المال الفكري والصيرفة الإلكترونية تؤكد وجودها، أي أنّه كُلما اهتمت المصارف باستقطاب ذوي الخبرات والمهارات في مجال تخصصهم وعملت على تطويره والمحافظة عليه أدى ذلك إلى تطوير الصيرفة الإلكترونية.

ويتضح من الجدول نفسه أنَّ علاقة كل متغير من المتغيرات التفسيرية لرأس المال الفكري هي علاقة معنوية مُوجبة مع الصيرفة الإلكترونية عند مستوى معنوية

0.05، إلاَّ أنَّ عملية استقطاب رأس المال الفكري كان لها تأثير على الصيرفة الإلكترونية أكبر من الأبعاد الأخرى لرأس المال الفكري، وقد يعزى ذلك إلى أنَّ عمليات استقطاب رأس المال الفكري إذا لم يتبعها اهتمام بأفكار العاملين ومقترحاتهم وإدخال تكنولوجيا متقدمة للعمل بالمصرف، والعصف الفكري والاهتمام بالمكانة الاجتماعية للعاملين.

نتيجة اختبار الفرضية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية، من منظور العاملين عند مستوى دلالة 0.05 حسب النموذج التالي :

الصيرفة الإلكترونية=1.962+0.261 استقطاب رأس المال الفكري+0.1 صناعة رأس المال الفكري+0.082 تنشيط رأس المال الفكري+0.239 المحافظة على رأس المال الفكري+0.1 الاهتمام بالعملاء

4- اختبار الفرضية الثالثة: تشير الفرضية إلى:

H0: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة α=0.05 في تقييم عمال وكالات المصارف محل الدراسة، حول مدى مساهمة رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية تعزى للمتغيرات الشخصية؛

H1: يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة α=0.05 في تقييم عمال وكالات المصارف محل الدراسة، حول مدى مساهمة رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية تعزى للمتغيرات الشخصية.

ومن أجل التأكد من صحة هذه الفرضية قمنا بإجراء اختبار One Sample-T-Test، وتحليل التباين الأحادي One WayAnova، فتوصلنا إلى النتائج الملخصة في الجداول رقم (12) و(13).

جدول رقم (12): نتائج اختبار t للفروق بين أفراد عينة الدراسة تعزى للجنس

الجنس	المتوسط الحسابي	قيمة t	درجات الحرية ddl	مستوى الدلالة
ذكر	2.843	0.490	48	0.860
أنثى	2.921			

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

جدول رقم (13): نتائج اختبار التباين الأحادي F حسب المتغيرات: العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة

المتغيرات	قيمة F	مستوى الدلالة
العمر	1.357	0.268
المستوى التعليمي	2.046	0.121
سنوات الخبرة	0.813	0.493

المصدر: تمّ إعداده اعتمادا على مخرجات spss.21

انطلاقا من نتائج الجدول رقم (12) نجد قيمة t المحسوبة 0.490 وقيمة مستوى الدلالة 0.860 وهي أكبر من 0.05، وعليه نقول لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 في تقييم عمال وكالات المصارف محل الدراسة، حول مدى مساهمة رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية تعزى للجنس؛ ويبين الجدول رقم (13) أنَّ قيمة مستوى الدلالة لكل متغير أكبر من 0.05، مما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم عمال وكالات المصارف محل الدراسة، حول مدى مساهمة رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية تعزى للمتغيرات التالية: العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، فتكون النتيجة كالآتي:

نتيجة اختبار الفرضية الثانية: لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم عمال وكالات المصارف محل الدراسة، حول مدى مساهمة رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية، تعزى للمتغيرات الشخصية عند مستوى دلالة 0.05

الخاتمة:

سَعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية بعينة الدراسة، وقد أفرزت الدراسة عدة نتائج أهمها: تحاول المصارف العمومية العاملة بالجزائر جاهدة لمواكبة التطورات الهائلة في مجال الصيرفة الإلكترونية، من خلال تقديم بعض الخدمات المصرفية المتطورة، إلا أنها مازالت بطيئة وغير متنوعة، ولم تصل لحد الآن إلى المستوى المطلوب لمنافسة المصارف الرائدة في هذا المجال، كما تبين أنَّ الاهتمام برأس المال الفكري بأبعاده الخمسة لا يحظى بالاهتمام المناسب، وكانت النتائج متباينة. ويمكن تقديم مجموعة من المقترحات أهمها: إعداد وتطوير الخطط الاستراتيجية للمصارف كي تستوعب مفاهيم وقِيم وأهداف رأس المال الفكري؛ ضرورة الاهتمام بصناعة رأس المال الفكري، من خلال فسح المجال أمام العاملين لإبداء آرائهم ومقترحاتهم حول تطوير العمل، مع تشجيع الحوار المباشر

بين إدارة المصرف والعاملِ لغرض إنضاج الأفكار المبدعة، و يتم ذلك من خلال اجتماعات ولقاءات وُدّية تُمكّن العاملين من إطلاق أفكارهم، وهذا سرٌّ نجاح الإدارة في استثمار والمحافظة علىَ رأسَ المال الفكري في المصرف؛

قائمة المراجع:

أولاً- باللغة العربية:

- أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2006.
- أمينة بركان، الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي"حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر03، الجزائر، 2014/2013.
- بشراير عمران، تهتان مراد، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف-دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البليدة، مجلة معارف، قسم العلوم الاقتصادية، العدد20 ، البويرة، الجزائر، 2016.
- رشا الغول، المحاسبة عن رأس المال الفكري، مكتبة الوفاء القانونية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2014.
- سعد علي العنزي، أحمد علي صالح، إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2009.
- سليمان حسين البشتاوي، إسماعيل أحمد حسين، أثر رأس المال الفكري في تحسين ربحية شركات الصناعات الدوائية الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد10، العدد02، الأردن، 2014.
- عادل حرحوش المفرجي، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري طرق قياسه وأساليب المحافظة عليه، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر،2003.
- عامر بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك-دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر،2012/2011.
- عبد الستار حسن يوسف، دراسة وتقييم رأس المال الفكري في شركات الأعمال، مجلة الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، 2005.
- محمود علي الروسان، محمود محمد العجلوني، أثر رأس المال الفكري في الإبداع في المصارف الأردنية، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد26، العدد02، جامعة دمشق، سورية، 2010.
- منير الحكيم، الصيرفة الإلكترونية: مفاهيم أساسية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، العدد 04، عمان، الأردن، 2012.

- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية "الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع"، دار وائل للنشر، 2008.
- هاني محمد السعيد، رأس المال الفكري انطلاقة إدارية معاصرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2008.
- الهلالي الشربيني الهلالي، إدارة رأس المال الفكري وقياسه وتنميته كجزء من إدارة المعرفة في مؤسسات التعليم العالي، مجلة بحوث التربية النوعية، العدد 22، جامعة المنصورة، مصر، جانفي2011.
- وسيم محمد الحداد، شقيرين وريموسى وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.

ثانيا- باللغة الأجنبية:

- Drucker.P ,A propos du management, Village mondial, Paris, France, 2000.
- Luc Bernet Rollande, Principes de Technique Bancaire, édition Doned, 24 eme édition, Paris, France, 2006.
- Ulrich .D,A New Manadte For Human Resources, Harvard Business Review, January-February,1998.