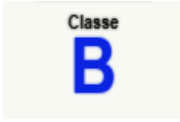




الصيرفة الرقمية كتوجه حديث للبنوك الجزائرية- دراسة إحصائية

دريد حنان
غريب الطاوس

المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي



ديسمبر 2022 المجلد 10 – العدد. 01
الصفحات من 598 إلى 615

E-ISSN 2676-2218
P-ISSN 2352-9660

المقال متوفر على الرابط التالي:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/583>

للاستشهاد بهذا المقال

دريد ح.، غريب ط.، (2022)، " الصيرفة الرقمية كتوجه حديث للبنوك الجزائرية- دراسة إحصائية "،
المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، المجلد 10. العدد 01، ص. 615-598.

الصيرفة الرقمية كتوجه حديث للبنوك الجزائرية دراسة إحصائية

Digital banking as a modern trend for Algerian bank – Statistical study

الطاوس غريب

جامعة العربي التبسي، (الجزائر)

taoues.ghrieb@univ-tebessa.dz

حنان دريد (1)

جامعة العربي التبسي، (الجزائر)

hanane.drid@univ-tebessa.dz

تاريخ القبول: 2022/06/04

تاريخ الارسال: 2021/10/29

الملخص: هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مدى تبني البنوك الجزائرية للصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء من خلال التركيز على أهم أدواتها. وقد توصلت إلى أن البنوك الجزائرية تتبنى إلى حد مقبول الصيرفة الرقمية وهذا يدل على مبادرتها في التحول للصيرفة الرقمية، إلا أنه توجد فجوة في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية في الجزائر، خاصة بين المدن والأرياف، بالرغم من أن الصيرفة الرقمية تتجاوز الوقت والمكان، وهذا ما لم تحققه البنوك الجزائرية لحد الآن.

الكلمات الدالة: بنوك رقمية، أدوات صيرفة رقمية، خدمات مصرفية رقمية، بنوك جزائرية.

تصنيف جال: L86، G20، L96، O32

Abstract: This study aimed to show the extent to which Algerian banks have adopted digital banking from the point of view of customers, by focusing on its most important tools. this study found that Algerian banks adopt digital banking from the point of view of their customers, and this indicates their initiative in shift to digital banking; However, there is a gap in the use of digital banking services in Algeria, especially between cities and rural areas, although digital banking transcends time and place, and this is not Algerian banks have achieved it so far.

Key words: Digital bank; Digital banking tools; Digital banking; Algerian Bank

JEL classification : O32; L96; G20; L86

المقدمة:

أصبح التحول الرقمي من الضروريات بالنسبة لكافة المؤسسات المالية التي تسعى إلى التطور وتحسين خدماتها وتسهيل وصول المستفيدين لها، من خلال استخدام الوسائل والأدوات الرقمية التي حققت انتشارا سريعا، حيث تعمل هذه الأخيرة على تحسين جودة الخدمات المصرفية، وتبسيط إجراءات الحصول عليها متجاوزة بذلك الوقت والمكان وحتى السعر، كما تعمل على خلق فرص لتقديم خدمات مصرفية مبتكرة وإبداعية، أين تتحدى هذه التقنية الإجراءات المصرفية الحالية من خلال تغيير الأعمال التقليدية وتغيير توقعات العملاء من الخدمات المصرفية التقليدية وجودتها. لذلك، يجب على البنوك الانتقال إلى الصيرفة الرقمية للحفاظ على حصتها في السوق من المعاملات المالية، والأخذ بتجارب العديد من البنوك الرقمية التي أخذت مكانتها في القطاع المصرفي بجذب مختلف شرائح المجتمع.

في ظل هذه التطورات ومع ظهور البنوك الرقمية وانتشارها على المستوى العالمي، أصبح لزاما على البنوك الجزائرية مواكبتها، فبدأت البنوك الجزائرية بتبني خطط إستراتيجية للتحول إلى الصيرفة الرقمية المبنية على ركائز قوية، وبذل جهود مضاعفة لتلبية احتياجات العملاء بالكفاءة والفاعلية المطلوبة وتحقيق التحول الرقمي المنشود. وذلك في محاولة منها بتقديم خدمات مصرفية مالية عبر مختلف الوسائط والأدوات الرقمية.

لذا يمكن صياغة الإشكالية في التساؤل الآتي: ما مدى تبني البنوك الجزائرية للصيرفة الرقمية من وجهة نظر عينة من العملاء؟

وللإجابة على إشكالية الدراسة يمكن صياغة الفرضيات الآتية:

- الفرضية الرئيسية الأولى: تتبنى البنوك الجزائرية أدوات الصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء.

وتندرج ضمنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- الفرضية الفرعية الأولى: تتبنى البنوك الجزائرية الصراف الآلي كأحد أدوات الصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء.

- الفرضية الفرعية الثانية: تتبنى البنوك الجزائرية نقاط البيع الالكترونية كأحد أدوات الصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء.

- الفرضية الفرعية الثالثة: تتبنى البنوك الجزائرية الصيرفة المنزلية والهواتف المحمولة كأحد أدوات الصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء.

- الفرضية الرئيسية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) ($\alpha <$) بين وجهات نظر الباحثين في مدى تبني البنوك الجزائرية لأدوات الصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء تعزى إلى المتغيرات المستقلة التالية: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، المنطقة.

ويمكن النظر إلى أهمية هذه الدراسة من خلال أهمية المتغيرات التي تحاول استكشافها، حيث تتيح الصيرفة الرقمية إمكانية الاستفادة من الخدمات المصرفية دون الحاجة للتنقل إلى الفروع، كما تعتبر آلية للوصول إلى أكبر شريحة من المجتمع وتحقيق الشمول المالي. لذا نسعى في هذه الدراسة معرفة مدى تبني البنوك الجزائرية للصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء.

وتهدف الدراسة محاولة معرفة واقع تبني البنوك الجزائرية للصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء. وتوضيح مدى تأثير المنطقة التي يقطنها العملاء على مدى اعتمادهم لأدوات الصيرفة الرقمية التي تبنتها البنوك الجزائرية.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كونه الأنسب لإيجاد بيانات مفصلة عن متغيرات الدراسة، وذلك بالاعتماد على المصادر الثانوية للبيانات والمتمثلة في الدوريات والمقالات والتقارير ومواقع الانترنت المختلفة، ووصفها وتقييم واقع تبني البنوك الجزائرية لأدوات الصيرفة الرقمية، ومعالجة البيانات الأولية التي جمعت من استمارات الاستبيان الموزعة على عينة من عملاء بعض البنوك الجزائرية، تم الاعتماد على حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية وتحليلها للحصول على نتائج أكثر دقة.

1. الإطار النظري للدراسة

أدى التطور التكنولوجي الهائل، وتسارع نقل المعلومات وظهور العديد من الخدمات المتكبرة نتيجة انتشار التكنولوجيا الرقمية، إلى إعادة تنظيم وإدارة عمليات القطاعات المالية، مما ساهم في ظهور البنوك الرقمية.

1.1. تعريف البنوك الرقمية

يعرف البنك الرقمي بأنه: بنك دون فروع يقدم جميع الخدمات المصرفية الفورية عبر قنوات رقمية، بحيث تميز البنوك الرقمية نفسها عن البنوك التقليدية من خلال ممارسات التكنولوجيا المالية الحديثة، مثل العمليات عبر الإنترنت فقط، والتي تتجنب تكاليف وتعقيدات الخدمات المصرفية التقليدية. (بنك رقمي، 21 جويلية 2021) كما

يعرف بأنه: بنك يقدم خدماته البنكية المتنوعة لعملائه عبر الشبكة البيئية الإنترنت، دون الحاجة في الانتظام في طوابير طويلة داخل المقرات أو الأفرع المختلفة للبنوك الواقعية، وهو بنك يتيح للعملاء كافة الخدمات التي تقدمها البنوك بشكلها الكلاسيكي التقليدي، ولكن بشكل أسرع يوفر الجهد والوقت ويوفر العديد من الفرص الجيدة والخيارات الكثيرة والمزايا الفريدة والمتنوعة للعملاء، ففي إمكان العميل البدء في التصفح والمشاركة والحصول على الخدمة في أي وقت، ومن أي مكان يكون فيه بشرط توافر الإنترنت مع وجود هاتف جيد، وبإمكانه كذلك الانتهاء في أي وقت يحدده. (ما هو البنك الرقمي ومزايا البنك الرقمي عن البنك الحقيقي، 24 جوان 2021)

وهي أيضا: مجموعة من المبادرات التي تستخدم التكنولوجيا على نطاق واسع (على سبيل المثال عبر تطبيقات الهواتف الذكية أو الأنظمة الأساسية القائمة على الإنترنت) لتقديم خدمات مصرفية للأفراد، بما في ذلك الحسابات الجارية وحسابات الودائع وبطاقات الائتمان والاستشارات المالية والقروض. وتتخذ الكيانات أشكالا مختلفة اعتمادا على المنتجات المعروضة وقوانين المعمول بها. (Stephen & Sebastian, 2020, p. 30)

2.1. أنواع البنوك الرقمية

يتشابه مفهوم البنوك الرقمية في جميع مناطق العالم، ولكن هناك اختلافات معينة من حيث التسمية والعمليات المحددة. وفيما يلي شرح لأهم أنواع البنوك الرقمية: (النقي و اللبابيدي، 6 جوان 2021)

1.2.1. البنوك المنافسة

تعرف البنوك المنافسة بأنها شركات التكنولوجيا المالية التي لديها تراخيص مصرفية خاصة بها مما يعني أنها تستطيع تقديم الخدمات المصرفية التقليدية بطريقة مرنة. وتتمتع بوجود مادي، على الرغم من أنها عادة يكون مقرها أو مركزها صغير جدا، وتشير التقديرات إلى أن هناك 100 بنك منافس يعمل على مستوى العالم اليوم.

2.2.1. البنوك الجديدة

البنوك الجديدة هي بالأصل لا تحمل ترخيصا مصرفيا ولكنها تعتمد بدلا من ذلك على بنك شريك، ما يعني بأن هذه البنوك غير قادرة على تقديم بعض الخدمات المصرفية ولكنها تشارك مع المؤسسات المالية لتقديم خدمات مرخصة من البنوك. ومن مميزات أنها بالأساس هي بنوك رقمية بالكامل ليس لها وجود مادي. ويقدر أن هناك 39 مليون مستخدم لهذه الفئة اعتبارا من نهاية سنة 2019.

3.1. الخدمات التي تقدمها البنوك الرقمية

تقدم البنوك الرقمية العديد من الخدمات المصرفية الرقمية، والتي سيتم شرحها فيما يلي: (أسامة و متولي، ديسمبر 2020، الصفحات 10-11)

يمكن تعريف الخدمات المصرفية الرقمية بأنها: أحد المنتجات التي تقدمها البنوك وتشتمل على أصول كحقوق سحب الكترونية، عمولات رقمية، وعمولات مشفرة أو خدمات مالية رقمية كخدمات الاستثمار الاللكترونية، خدمات الاقتراض الاللكترونية، خدمات تلقي، دفع، تحويل الأموال الاللكترونية تشعب حاجة أو رغبة أو أكثر للعملاء المستهدفين تتعلق بجوانب استثمارية أو ائتمانية أو خدمات وساطة مالية اعتمادا على التكنولوجيا المالية عبر مجموعة من الوسائل الرقمية اعتمادا على النظم الاللكترونية للمصادقة والتوثيق للتعاملات البنكية وأوامر التحويل وأوامر الدفع التي تحقق متطلبات الرقابة التكنولوجية والتي تم وضعها من قبل الجهات الرقابية والتنظيمية ذات العلاقة.

مما سبق يتضح أن البنوك الرقمية تقدم أنماط مختلفة من الخدمات الرقمية، ومن أهمها الآتي:

- الخدمات المصرفية الرقمية غير الموجهة للعملاء، وهي تلك الخدمات الرقمية التي قدمها البنك للعاملين به داخليا أو يتم استخدامها بين البنوك ومنها: نظام التسوية الدورية متعددة الأطراف، نظام مدفوعات الإنترنت لغرفة المقاصة، نظام التسوية اللحظية التحويلات المحلية شبكة السويفت، غرفة مقاصة الشيكات وقيد الأوراق المالية الحكومية ومقاصة شيكات التحويل الحكومي، بالإضافة إلى تسوية عمليات آلات الصراف الآلي وهو ما يعرف بـ CCH، غرفة المقاصة الآلية (نظام يقوم بإتمام تسوية المعاملات بين البنوك المشتركة، والذي يعرف باسم MCS D، الاستعلام الائتماني لعملاء البنوك وهو ما يعرف بنظام i-score) (يحتوي على معلومات إحصائية عن التزامات العميل الائتمانية)، ونظم التصديق (أساليب وإجراءات مستخدمة لتدقيق الهوية والصلاحية للعملاء).

- الخدمات المصرفية الرقمية الموجهة للعملاء، ومنها: المنتجات التي تقدم خدمات المدفوعات سواء الإرسال، الاستقبال من خلال بطاقات الائتمان، بطاقات الخصم، البطاقات المدفوعة مقدما، أو الأجهزة الذكية كجهاز التكوين، أو وحدات طرفية كآلات الصراف الآلي ATM، أو نقاط البيع POS. بالإضافة إلى النقود الاللكترونية.

4.1. أدوات البنوك الرقمية

تتعد أدوات الصيرفة الرقمية ومن أهمها الآتي:

1.4.1. ماكينة الصراف الآلي

هي تلك الأجهزة التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل، وتكون بشبكة حاسب البنك، ويقوم العميل باستخدام البطاقات البلاستيكية أو البطاقات الذكية للحصول على خدمات متنوعة كالسحب النقدي، الإيداع النقدي وغيرها. (بربار و لراي، 2021، الصفحات 130-131). وهي عبارة عن ماكينة مصرفية أوتوماتيكية (ABM)، تتيح للعملاء إكمال المعاملات الأساسية دون أي مساعدة من ممثلي البنوك، وهناك نوعان من ماكينات الصرف الآلي (ATMs)، العنصر الأساسي يسمح للعميل بسحب النقود فقط والحصول على تقرير رصيد الحساب، والآخر هو آلة أكثر تعقيدا تلك التي تقبل الإيداع، ويوفر تسهيلات الدفع ببطاقة الائتمان ومعلومات حساب التقارير. (حسان، 27 ديسمبر 2019)

2.4.1. نقاط البيع الالكترونية

هي وسيلة إلكترونية بها قيمة نقدية مخزنة بطريقة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، مقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، يتم وضعها في متناول المستخدمين كبديل عن العملات النقدية والورقية وذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة، ومن هذه الوسائل البطاقات الائتمانية بمختلف أنواعها، والتي تحتاج إلى آلة خاصة TPE حتى يمكن تشغيلها. (عبابسة، ديسمبر 2016، صفحة 347). وتعتبر هذه الآلة من أهم أدوات الصيرفة الرقمية حيث أنها عبارة عن آلة صغيرة متصلة إلكترونيا بحواسيب البنك توجد لدى المؤسسات التجارية أو الخدمية تتيح للعميل عن طريق بطاقات ذكية مستخرجة من أحد البنوك دفع الفواتير وتسديد مستحقات المشتريات.

3.4.1. الصيرفة المنزلية

الخدمات المصرفية من المنزل هي إجراء المعاملات المصرفية من المنزل وليس في مواقع الفروع. وتشمل الخدمات المصرفية المنزلية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، والخدمات المصرفية عبر الإنترنت، والخدمات المصرفية عن طريق البريد. ومن أهم مميزات هذه الأداة إتاحة الحصول على الخدمة في أي وقت يرغب به العميل من منزله. (Home Banking, 17 August 2021)

4.4.1. الصيرفة المحمولة

تعتبر شبيهة إلى حد كبير بالصيرفة المنزلية ولكنها تعطى مرونة أكبر في التعامل حيث أنها مرتبطة بالهاتف الجوال والذي يمكن للعميل حمله في أي مكان وفي أي زمان ويتيح له إتمام العمليات المصرفية بكل سهولة ويسر، وتشمل هذه الخدمات الاستعلام عن الأرصدة والإطلاع على عروض البنوك وأسعار العملات وغيرها من الخدمات الاستعلامية كما تشمل الخدمات المالية كتحويل النقود من حساب إلى آخر وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات وغلقها... الخ. كما تسمح بتوظيف البطاقات الذكية، إذ تعد الوسيلة الرئيسية لتخزين تطبيقات البنوك الخلوية بأنواعها، حيث أتاحت هذه البطاقة قدرة تخزين وإدارة التواريخ الرقمية ومختلف وسائل التعرف والتثبيت والموثوقية المرتبطة بالأعمال المصرفية. (عبد الرحيم، جانفي 2010، صفحة 190)

5.4.1. خدمة الرسائل البنكية

الخدمات المصرفية عبر الرسائل القصيرة هي تقنية عبر الهاتف المحمول تتيح طلب واستقبال المعلومات المصرفية من البنك الذي يتعامل معه العملاء على هواتفهم المحمول عبر خدمة الرسائل القصيرة (SMS)، حيث يمكن للأفراد أو الشركات إدارة حساباتهم المصرفية، والتحقق من أرصدة حساباتهم، وتنفيذ طلبات الشيكات، والتحويلات المالية، ودفع بعض الفواتير وإجراء المعاملات المصرفية الأخرى باستخدام هواتفهم المحمولة.

(Adagunodo, Awodele, & Ajayi, 2007, p. 1)

2. الإطار التطبيقي للدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في عملاء البنوك الجزائرية، ومن أجل معرفة مدى تبني البنوك الجزائرية للصيرفة الرقمية فقد تم استهداف عينة عشوائية من عملاء بعض البنوك الجزائرية. حيث تم تصميم استبيان باستخدام google drive ليسهل توزيعه إلكترونياً، وذلك بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي، الواتس آب، البريد الإلكتروني، الرسائل القصيرة sms. وبعد توزيع استمارة البحث إلكترونياً تم جمع 295 استمارة صالحة للتحليل.

بغية الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على الاستبيان الذي اشتمل على جزأين، خصص الأول لجمع معلومات عن الخصائص المميزة لأفراد عينة الدراسة، وضم الجزء الثاني متغير الدراسة وهو أدوات الصيرفة الرقمية

والمتمثلة في الصراف الآلي، نقاط البيع الالكترونية، الصيرفة المنزلية والهواتف المحمولة، محتوية إجمالاً ستة عشر عبارة. ووزعت البيانات وفق الآراء (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) طبقاً لمقياس ليكرات الخماسي على الأوزان (1،2،3،4،5) على التوالي، والتي من خلالها يتم تحديد قيمة الوسط المرجح ودرجة الموافقة المقابلة له، لتحديد اتجاهات إجابات أفراد الدراسة.

1.2. صدق أداة الدراسة وثباتها

لمعرفة ثبات الأداة كان لابد من إجراء اختبار الثبات على الاستبيان، وذلك بإيجاد معاملات الثبات ألفا كرونباخ لفقرات الاستبيان. أما صدق الاتساق الداخلي فيقصد به مدى اتساق كل عبارة من العبارات المتعلقة بموضوع الدراسة مع الدرجة الكلية للمحور ككل، والذي يحسب من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات المتمثل في معامل ألفا كرونباخ لكل محور.

واتضح من خلال النتائج أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للدرجة الكلية كانت 84.1% وهي أكبر من أدنى قيمة مقبولة لمعامل الثبات 6.0، مما يؤكد ثبات الاستبيان وصلاحيته للتحليل والوثوق في النتائج التي سيتم التوصل إليها. كما يتضح أن درجة الاتساق بين عبارات كل جزء من الأجزاء عالية، ما يدل على أن المحاور صادقة لما وضعت لقياسه وذلك بنسبة 91.7%.

2.2. عرض نتائج التحليل الإحصائي ومناقشتها

1.2.2. خصائص عينة الدراسة

يتضح من نتائج إجابات العينة أن نسبة الذكور قد بلغت 50.8% والإناث فقد بلغت 49.2%، أما العمر فقد بلغت نسبة الذين تقل أعمارهم عن 29 سنة 53.9%، وهي الفئة الأكثر استخداماً لما تقدمه التكنولوجيا اليوم خاصة الهاتف النقال، لتبلغ نسبة الذين تتراوح أعمارهم من 30 إلى 49 سنة 46.1%، أما فيما يخص المستوى التعليمي فقد عادت أعلى نسبة إلى الجامعيين بقيمة 67.1%، تليها نسبة 29.4% التي تعود إلى الأفراد الذين مستواهم التعليمي دكتوراه أو شهادات عليا، في حين عادت أقل نسبة إلى الأفراد الذين كان لديهم شهادات أخرى. في حين عادت أكبر نسبة إلى العملاء الذين تعاملون مع البنوك إلى الموظفين بنسبة 52.9%، تليها نسبة 34.6% والتي تعود إلى الطلبة الجامعيين، أما بالنسبة إلى فئة أعمال حرة وبطال أو عامل يومي فكانت النسب على التوالي 8.5% و 4.1%.

تبلغ نسبة الأفراد الذين يقطنون المدينة نسبة 66.8%، والذين يقطنون الريف فبلغت نسبتهم 33.2%.

2.2.2. التحليل الوصفي لمتغير الصيرفة الرقمية

- متغير الصراف الآلي: يتضح من نتائج إجابات عينة الدراسة أن المعدل العام لإجابات عينة الدراسة لبعده الصراف الآلي هو 3.606 وبانحراف معياري قدره 0.787 مما يدل على وجود تشتت ضعيف للقيم عن الوسط الحسابي. حيث يجمع أفراد عينة الدراسة أن البنوك التي يتعاملون معها توفر مجموعة من الخدمات من خلال الصراف الآلي وهي: إمكانية سحب الرواتب والمستحقات المالية باستخدام بسهولة، في ظل توفر السيولة بشكل مستمر، كما توفر إمكانية التعرف على أرصدة الحسابات وإجراء التحويلات المالية بينها، في حين يرى أفراد عينة الدراسة أن أجهزة الصراف الآلي للبنوك لا توفر إمكانية دفع الفواتير المختلفة.

- متغير نقاط البيع الإلكترونية: يتضح من نتائج إجابات عينة الدراسة أن المتوسط الحسابي لبعده نقاط البيع الإلكترونية هو 3.181 وبانحراف معياري قدره 0.953 مما يدل على وجود تشتت ضعيف للقيم عن وسطها الحسابي. حيث توضح إجابات أفراد عينة الدراسة أن البنوك توفر البطاقات الإلكترونية الذكية (بطاقة الدفع الإلكتروني) الخاصة بتسديد مستحقات المشتريات لعملائها الذي يستوجب توفير آلات إلكترونية (أجهزة الدفع الإلكتروني TPE) على مستوى المحلات التجارية لدفع فواتير المشتريات ولكن بدرجة متوسطة، ومع ذلك فإن البنوك تستجيب بسرعة عند حدوث انقطاع في الاتصال أثناء التسديد، كما أنها تعمل على تحديث هذه البطاقات الذكية بسهولة وبسرعة بعد توقفها عن العمل وانتهاء صلاحيتها. وتدعيما لتفعيل نقاط البيع الإلكترونية تحرص البنوك على توسيع إمكانية استخدام البطاقات الإلكترونية الذكية في مختلف نقاط البيع المتواجدة في عدد كبير من المحلات التجارية.

- متغير الصيرفة المنزلية والهواتف المحمولة: يتضح من نتائج إجابات عينة أن المعدل العام لإجابات عينة الدراسة لبعده الصيرفة المنزلية والهواتف المحمولة هو 3.493 وبانحراف معياري قدره 0.909 مما يدل على وجود تشتت ضعيف للقيم عن الوسط الحسابي. حيث يرى أفراد عينة الدراسة أن البنوك توفر مواقع الكترونية خاصة بها لكنها لا تستجيب لمتطلبات العملاء في إجراء مختلف العمليات المصرفية من المنزل كتحويل

الأموال وتسديد فواتير الشراء الإلكتروني، في حين أجمع أفراد عينة الدراسة على أن البنوك توفر بعض من خدمات الصيرفة المحمولة مثل: توفير تطبيقات إلكترونية يمكن تحميلها على الهاتف المحمول، لتسهيل القيام بالعمليات المصرفية على مدار الساعة، وتوفير إمكانية الاطلاع على مختلف العروض وأسعار الخدمات المقدمة، وإرسال الرسائل القصيرة للتنبية بأي تغيير يحدث في رصيد العميل. كل هذه الخدمات يستفيد منها العملاء في ظل ضمان البنوك لحماية وسرية وأمن العمليات المصرفية التي يتم إجراؤها. ولتحليل إجابات عينة الدراسة نحو متغير الصيرفة الرقمية سيتم عرض النتائج في الجدول الآتي:

الجدول 01: المؤشرات الإحصائية الخاصة بعبارة الصيرفة الرقمية في البنوك الجزائرية

الترتيب	درجة التحقق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
1	عالية	0.787	3.607	الصراف الآلي
3	متوسطة	0.953	3.181	نقاط البيع الإلكترونية
2	عالية	0.909	3.493	الصيرفة المنزلية والهواتف المحمولة
/	عالية	0.815	3.427	الصيرفة الرقمية

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss.

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن المعدل العام لإجابات عينة الدراسة لمحور الصيرفة الرقمية هو 3.427 وبانحراف معياري قدره 0.815 مما يدل على وجود تشتت ضعيف للقيم عن الوسط الحسابي. كما بينت النتائج أن إجابات عينة الدراسة حول أدوات الصيرفة الرقمية التي تستخدمها البنوك الجزائرية تتجه نحو الصراف الآلي بدرجة عالية، باعتباره من أكثر الأدوات التي توفرها هذه البنوك لسهولة استخدامه وتقديمه للعديد من الخدمات المصرفية الرقمية، كما اتجهت إجابات أفراد عينة الدراسة نحو الصيرفة المنزلية والهواتف المحمولة بدرجة تحقق عالية أيضا، وهذا راجع لانتشار استخدام الهواتف الذكية على نطاق واسع، وسهولة تحميل مختلف التطبيقات الإلكترونية التي توفرها البنوك الجزائرية. في حين كانت تتجه هذه الإجابات نحو نقاط البيع الإلكترونية بدرجة متوسطة وهذا راجع لعدم تعميم استخدام البطاقات المصرفية الذكية وتوفير أجهزة الدفع الإلكتروني في مختلف المحلات التجارية وتمركزها إلا في المدن الكبرى فقط.

3.2. اختبار الفرضيات

1.3.2. اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى تم اعتماد اختبار t-test للعينة الواحدة، لكن أولاً لابد من اختبار الفرضيات الفرعية الآتية:

الجدول 02: نتائج اختبار t-test للعينة الواحدة لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

البيان	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرضية الفرعية الأولى	3.607	294	13.257	0.000	مقبولة

المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة بلغت 13.257 عند مستوى دلالة sig = 0.000، وهي أقل من مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)، وعليه تقبل الفرضية البديلة التي مفادها: "تتبنى البنوك الجزائرية الصراف الآلي كأحد أدوات الصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء"، ومن خلال المتوسط الحسابي يمكن القول أن مستوى تبني البنوك الجزائرية للصراف الآلي كأحد أدوات الصيرفة الرقمية مستواه مقبول وذلك حسب آراء أفراد عينة الدراسة، والذي بلغت قيمته 3.607 ليقع في مجال الموافقة بدرجة عالية.

الجدول 03: نتائج اختبار t-test للعينة الواحدة لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

البيان	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرضية الفرعية الثانية	3.181	294	3.262	0.001	مقبولة

المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة بلغت 3.262 عند مستوى دلالة sig = 0.001، وهي أقل من مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)، وعليه تقبل الفرضية البديلة التي مفادها: "تتبنى البنوك الجزائرية نقاط البيع الإلكترونية كأحد أدوات الصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء"، ومن خلال المتوسط الحسابي يمكن القول أن مستوى تبني البنوك الجزائرية للصراف الآلي كأحد أدوات الصيرفة الرقمية مستواه مقبول وذلك

حسب آراء أفراد عينة الدراسة، والذي بلغت قيمته 3.181 ليقع في مجال الموافقة بدرجة متوسط.

الجدول 04: نتائج اختبار t-test للعينة الواحدة لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

البيان	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرضية الفرعية الثالثة	3.493	294	2.316	0.000	مقبولة

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة بلغت 2.316 عند مستوى دلالة sig = 0.000، وهي أقل من مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)، وعليه تقبل الفرضية البديلة التي مفادها: " تتبنى البنوك الجزائرية الصيرفة المنزلية والهواتف المحمولة كأحد أدوات الصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء"، ومن خلال المتوسط الحسابي يمكن القول أن مستوى تبني البنوك الجزائرية للصراف الآلي كأحد أدوات الصيرفة الرقمية مستواه مقبول وذلك حسب آراء أفراد عينة الدراسة، والذي بلغت قيمته 3.493 ليقع في مجال الموافقة بدرجة عالية.

مما سبق يمكن اختبار الفرضية الرئيسية الأولى وذلك من خلال النتائج الموضحة في الجدول الآتي:

الجدول 05: نتائج اختبار t-test للعينة الواحدة لاختبار الفرضية الرئيسية الأولى

البيان	المتوسط الحسابي	درجة الحرية	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة sig	القرار
الفرضية الرئيسية الأولى	3.427	294	9.005	0.000	مقبولة

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة t المحسوبة بلغت 9.005 عند مستوى دلالة sig = 0.000، وهي أقل من مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)، وعليه تقبل الفرضية البديلة التي مفادها: " تتبنى البنوك الجزائرية الصيرفة أدوات الصيرفة الرقمية من وجهة نظر العملاء"، ومن خلال المتوسط الحسابي يمكن القول أن مستوى تبني البنوك الجزائرية أدوات الصيرفة الرقمية مستواه مقبول وذلك حسب آراء أفراد عينة الدراسة، والذي بلغت قيمته 3.427 ليقع في مجال الموافقة بدرجة عالية.

2.3.2. اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية سوف يتم اعتماد تحليل التباين أحادي الاتجاه One-Way ANOVA، ويمكن توضيح ذلك في الآتي:

الجدول 06: نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه للصرافة الرقمية تبعاً للجنس

المتغير المستقل	المتغير التابع	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
الجنس	الصرافة الرقمية	بين المجموعات	3.325	1	3.325	5.070	0.025
		داخل المجموعات	192.150	293	0.656		
		المجموع	195.475	294	/	/	/

المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة مقدرة بـ 5.070 عند درجات الحرية (293، 1) ومستوى دلالة $sig = 0.025$ ، وبما أنه أقل من مستوى المعنوية فهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لدى تبني البنوك الجزائرية لأدوات الصرافة الرقمية تعزى إلى الجنس.

الجدول 07: نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه للصرافة الرقمية تبعاً للعمر

المتغير المستقل	المتغير التابع	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
العمر	الصرافة الرقمية	بين المجموعات	9.714	1	9.714	15.321	0.000
		داخل المجموعات	185.761	293	0.634		
		المجموع	195.475	294	/	/	/

المصدر: من إعداد الباحثين وفقاً لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة مقدرة بـ 15.381 عند درجات الحرية (293، 1) ومستوى دلالة $sig = 0.000$ ، وبما أنه أقل من مستوى المعنوية فهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لدى تبني البنوك الجزائرية لأدوات الصرافة الرقمية تعزى إلى العمر.

فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لمدى تبني البنوك الجزائرية لأدوات الصيرفة الرقمية تعزى إلى العمر.

الجدول 08: نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه للصيرفة الرقمية تبعا للمستوى التعليمي

مستوى الدلالة sig	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير التابع	المتغير المستقل
0.063	2.784	1.829	2	3.658	بين المجموعات	الصيرفة الرقمية	المستوى التعليمي
		0.657	292	191.817	داخل المجموعات		
/	/	/	294	195.475	المجموع		

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة مقدرة بـ 2,784 عند درجات الحرية (292)، ومستوى دلالة $sig = 0.063$ ، وبما أنه أكبر من مستوى المعنوية فهذا يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لمدى تبني البنوك الجزائرية لأدوات الصيرفة الرقمية تعزى إلى المستوى التعليمي.

الجدول 09: نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه للصيرفة الرقمية تبعا المهنة

مستوى الدلالة sig	قيمة F المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	مصدر التباين	المتغير التابع	المتغير المستقل
0.000	7.091	4.439	3	13.316	بين المجموعات	الصيرفة الرقمية	المهنة
		0.626	291	182.159	داخل المجموعات		
/	/	/	294	195.475	المجموع		

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة مقدرة بـ 7.091 عند درجات الحرية (291)، ومستوى دلالة $sig = 0.000$ ، وبما أنه أقل من مستوى المعنوية فهذا يدل على وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لمدى تبني البنوك الجزائرية لأدوات الصيرفة الرقمية تعزى إلى المهنة.

الجدول 10: نتائج اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه للصيرفة الرقمية تبعا المنطقة

المتغير المستقل	المتغير التابع	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة sig
المنطقة	الصيرفة الرقمية	بين المجموعات	1.595	1	1.595	2.410	0.122
		داخل المجموعات	193.880	293	0.662		
		المجموع	195.475	294	/	/	

المصدر: من إعداد الباحثين وفقا لنتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss.

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة F المحسوبة مقدرة بـ 2.410 عند درجات الحرية (293)، ومستوى دلالة $sig = 0.122$ ، وبما أنه أكبر من مستوى المعنوية فهذا يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لمدى تبني البنوك الجزائرية لأدوات الصيرفة الرقمية تعزى إلى المنطقة.

الخاتمة:

إن مزايا التحول الرقمي تؤدي إلى سهولة وتيسير الخدمات المصرفية وسرعة الأداء من خلال القنوات الآلية أو ما يعرف بأدوات الصيرفة الرقمية التي يتم إنشاؤها بين البنك و عملائه، مما يحقق أهداف الشمول المالي لكافة شرائح العملاء، تحقيقاً لمبدأ تيسير التواصل مع المؤسسات المالية وتحقيق حماية العملاء. وعليه فإن التكنولوجيا المالية و التحول الرقمي يهددان باختفاء بعض الوظائف التقليدية في البنوك. لأجل ذلك تبذل البنوك الجزائرية جهودها لتبني الصيرفة الرقمية، فقد حققت تقدماً في تعزيز ابتكارات التكنولوجيا المالية وتطوير الخدمات المالية الرقمية، وهو ما توصلت إليه الورقة البحثية، ومن الاستنتاجات أيضاً الآتي:

- تبين نتائج الدراسة وجود فجوة في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية في الجزائر، حيث يستفيد العملاء القاطنين في المدن من الخدمات المصرفية الرقمية أكثر من الذين يقطنون في الأرياف، بالرغم من أن الصيرفة الرقمية تتجاوز الوقت والمكان، وهذا ما لم تحققه المصارف الجزائرية لحد الآن، وهذا راجع لعدم توفر البنى التحتية الخاصة

بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تعمل على تقريب العميل من البنوك، كالهواتف النقالة، تدفقات الانترنت العريض وغيرها في الأرياف.

- توفر البنوك الجزائرية من وجهة نظر العملاء مجموعة من الخدمات من خلال الصراف الآلي وهي: إمكانية سحب الرواتب والمستحقات المالية بسهولة، في ظل توفر السيولة بشكل مستمر، كما توفر إمكانية التعرف على أرصدة الحسابات وإجراء التحويلات المالية بينها.

- لا توفر البنوك الجزائرية من وجهة نظر العملاء إمكانية دفع الفواتير المختلفة عبر أجهزة الصراف الآلي.

- توضح نتائج الدراسة أن البنوك الجزائرية لا توفر البطاقات الإلكترونية الذكية (بطاقة الدفع الإلكتروني) ومختلف أجهزة الدفع الإلكتروني TPE إلا في بعض الولايات الكبرى وفي محلات تجارية محددة.

- توفر البنوك الجزائرية من وجهة نظر العملاء مواقع الكترونية خاصة بها لكنها لا تستجيب لمتطلباتهم في إجراء مختلف العمليات المصرفية من المنزل.

- توفر البنوك الجزائرية بعض من خدمات الصيرفة المحمولة في ظل ضمان الحماية والسرية وأمن العمليات المصرفية التي يتم إجراؤها من طرف العملاء.

- تعتبر ماكينات الصراف الآلي من أكثر أدوات الصيرفة الرقمية استخداما من قبل البنوك الجزائرية.

- تتبنى البنوك الجزائرية من وجهة نظر العملاء أدوات الصيرفة الرقمية المتمثلة في ماكينات الصراف الآلي، نقاط البيع الالكترونية والصيرفة المنزلية والمحمولة، وهذا يدل على مبادرتها في التحول للصيرفة الرقمية.

- يتضح من نتائج الدراسة وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لمدى تبني البنوك الجزائرية لأدوات الصيرفة الرقمية تعزى إلى الجنس، العمر، المهنة. بينما لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لمدى تبني البنوك الجزائرية لأدوات الصيرفة الرقمية تعزى إلى المستوى التعليمي والمنطقة.

مما سبق يمكن أن توصي الدراسة بالآتي:

- من أجل تبني البنوك الجزائرية للصيرفة الرقمية لابد من أن توفر الدولة البنى التحتية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال، والذي يستدعي إستراتيجية وطنية شاملة لذلك.

- على البنوك الجزائرية القيام بتفعيل خدمة دفع الفواتير والتحويلات المالية عبر أجهزة الصراف الآلي.

- العمل على توفير أجهزة الدفع الإلكتروني على مستوى مختلف نقاط البيع وتعميم استخدامها في كل الولايات بما فيها الأرياف، والذي يستوجب توفير البطاقات الإلكترونية الذكية بمختلف أنواعها لدفع مستحقات المشتريات.
- على البنوك الجزائرية القيام بتحسين وتحديث مواقعها الإلكترونية بما يستجيب لمتطلبات العملاء لتسهيل إجراء مختلف العمليات المصرفية.
- على الدولة الجزائرية تقليص الفجوة الرقمية بين مختلف شرائح العملاء (الجنسين، المنطقة...)، واعتماد حملات التوعية والتحسيس لزيادة توجه الأفراد نحو استخدام أدوات الصيرفة الرقمية.

المراجع:

المقالات:

- بربار، ن، ولرادي، س (2021). " أهمية المزايا والثقة الإلكترونية في تبني بطاقات الصراف الآلي لبريد الجزائر"، مجلة المدير، 8 (1).
 - عباسية، س (ديسمبر 2016)، " وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري: الواقع والمعوقات والآفاق المستقبلية"، مجلة العلوم الإنسانية، (6).
 - عبد الرحيم، و (جانفي 2010)، " تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها"، مجلة الاقتصاد الجديد، (2).
 - وجدي و. أ، ومتولي، م.م (ديسمبر 2020). " البنوك الرقمية: المنتجات ومتطلبات التحول وانعكاساتها على المركز التنافسي"، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، 8 (2).
 - Adagunodo, E. R., Awodele (2007). SMS Banking Services: A 21st " O, & Ajayi, O. B (2007). Century Innovation in Banking Technology, Informing Science and Information Technology, 4.
 - Banks, Digital Banking Initiatives "Stephen, L, & Sebastian, S (2020, January 1), , Journal of "and the Financial Safety Net: Theory and Analytical Framework Economic Science Research , 3 (1).
- مواقع الانترنت:
- النقي، ن، اللبابيدي، و (6 جوان 2021)، البيان الاقتصادي، تم الاسترداد من البنوك الرقمية خيار التحول الاستثنائي:

- <https://www.albayan.ae/economy/uae/2021-06-06-1.4179789>
- إسرائ، ح (27 ديسمبر 2019)، " أهم مميزات ومساوئ ماكينات الصراف الآلي"، تم الاسترداد من <https://www.almsal.com/post/766744>
- بنك رقمي، (21 جويلية 2021)، تم الاسترداد من ويكيبيديا الموسوعة الحرة: https://ar.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D9%86%D9%83_%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A
- . ما هو البنك الرقمي ومزايا البنك الرقمي عن البنك الحقيقي، (24 جوان 2021)، تم الاسترداد من: <https://mhtwyat.com/%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%83-%D8%A7%D9%84%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A/>
- Home Banking, (17 August 2021), Récupéré sur <https://www.investopedia.com/terms/h/home-banking.asp>