



## The Open European Journal of Social Science and Education (OEJSSE)

(E-ISSN: 3062-3456)

المجلة الأوروبية المفتوحة للعلوم الاجتماعية والتربوية

Journal homepage: <https://easdjournals.com/index.php/oejsse/index>



### أثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك: دراسة تحليلية على زبائن مصرف الوحدة الرئيسي فرع سرت

أ. إمام عبد السلام حامد القزون<sup>1\*</sup>، أ. فتحي مفتاح عبدالمجيد علي<sup>2</sup>

<sup>2,1</sup> قسم العلوم الإدارية والمالية، المعهد العالي للعلوم والتقنية اهرأوة، اهرأوة، ليبيا

\* Corresponding author E-mail: [amhmda606@gmail.com](mailto:amhmda606@gmail.com)

Article history	Received	Accepted	Publishing
	10 April 2024	08 May 2024	17 May 2024

#### المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد مدى اعتماد المستهلك على البطاقات المصرفية في معاملاته اليومية ومعرفة تأثير استخدام البطاقات المصرفية على قرارات الشراء وسلوك الانفاق لدى المستهلك، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال استخدام الاختبارات الإحصائية اللازمة من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS) لعينة من زبائن مصرف الوحدة الرئيسي سرت حيث بلغت (50) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى إن من آثار استخدام البطاقات المصرفية على سلوك زبائن المصرف والمستهلكين بشكل عام تقدم خدمات عديدة حيث تسهل البطاقة المصرفية عملية الدفع عبر المحلات والمتاجر في المعاملات اليومية كما أنها تمكن تأدية العديد من المعاملات المالية الغير محدود وتعتبر ذات تكلفة أقل، وإن من أهم استخدامات البطاقات المصرفية تعزز من تحقيق أهم طلبات ورغبات المستهلك من خلال فتح مجالات السداد والدفع والسحب في جميع الأوقات الناتجة عن وجود رسوم وعمولات تعتبر بسيطة أو رمزية مما يزيد من استخدامها وبدورها زادت من توفر السيولة النقدية وذلك نتيجة على الاعتماد على التحويلات الرقمية عند الدفع، ونتيجة لوجود تسهيلات عند دفع زادت من توسع استخدامها من قبل المحلات التجارية وتوزيع نقاط الدفع وبدورها ساهمت في تقليل من الوقت في إجراءات الدفع وتحويل الأموال وزاد من استخدامها، كما إن من استخدامات البطاقات ساهمت في تغيير نمط الانفاق لدى زبائن المصارف من التعامل النقدي إلى التعامل الإلكتروني لدى زبائن المصرف.

الكلمات المفتاحية: البطاقات المصرفية، سلوك المستهلك، مصرف الوحدة

## The Impact of Using Bank Cards on Consumer Behavior: An Analytical Study on the Customers of Wahda Bank Main Branch in Sirte

Mohamed Abdulsalam Hamed Al-Qazoun<sup>1\*</sup>, Fathi Muftah Abdulmajid Ali<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Department of Administrative and Financial Sciences, Alahrarwa Higher Institute of Science and Technology, Alahrarwa, Libya

#### Abstract

This study aimed to determine the extent to which consumers rely on bank cards in their daily transactions and to understand the impact of using bank cards on purchasing decisions and consumer spending behavior. The study employed a descriptive-analytical method using the necessary statistical tests through the statistical program (SPSS). A sample of customers from the main branch of the AL-Wahda Bank in Sirte reached (50) individual, The study concluded that the effects of using bank cards on the behavior of bank customers and consumers in general provide numerous services. The bank card facilitates the payment process at shops and stores in daily transactions, and it enables the execution of many unlimited financial transactions at a lower cost. One of the most important uses of bank cards is that they enhance the fulfillment of the most important consumer demands and desires by opening up payment, withdrawal, and transfer options at all times, resulting from the presence of fees and commissions that are considered simple or nominal. This increases their usage and, in turn, increases the availability of cash liquidity due to reliance on digital transfers when making payments, as a result of the facilities available for payments, their use by commercial establishments has increased, and the distribution of payment points has contributed to reducing the time required for payment and money transfer procedures, thereby increasing the number of users. Additionally, the use of cards has contributed to changing the spending pattern of bank customers from cash transactions to electronic transactions.

## 1- الإطار العام للدراسة :

### 1-1 المقدمة :

شهدت العقود الأخيرة تطورات متسارعة في نظام الدفع الإلكتروني ، حيث أصبحت البطاقات المصرفية من أبرز الخدمات المستخدمة في العمليات اليومية المالية ، لما تقدمه من سهولة إتمام المعاملات المالية ، وقد أدى ذلك إلى انتقال ملحوظ في سلوك المستهلكين ، من حيث الانتقال بعمليات الدفع النقدية إلى العمليات الإلكترونية المتمثلة في بطاقات الدفع الإلكتروني . وبالرغم من التحديات التي تواجه القطاع المصرفي شهدت السنوات الأخيرة تزايد في استخدام العمليات الإلكترونية المتمثلة في البطاقات المصرفية نتيجة لشح السيولة في القطاع المصرفي ، ولهذا اتجه العملاء إلى استخدام البطاقات المصرفية بدلاً عن التعاملات النقدية . وبهذا الاستخدام أدت إلى تحديث البنية التحتية للمدفوعات الإلكترونية . وبهذا الانتقال من الخدمات النقدية إلى الخدمات الإلكترونية أدت إلى تطوير سياسات المصارف التجارية وتحديث البنية التحتية لها .

### 2.1 مشكلة الدراسة :

تعرض القطاع المصرفي الليبي في الآونة الأخيرة لانتقادات كثيرة ، ويرجع ذلك إلى تدني مستوى التعاملات النقدية ، وعلى ضوء ذلك فإن مشكلة الدراسة تحاول بشكل محدد الإجابة على السؤال الرئيسي التالي :

• إلى أي مدى يؤثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك .  
وبناءً على التساؤل الرئيسي يتفرع منه التساؤلات التالية :

1. هل يعتمد المستهلك بشكل كبير على البطاقات المصرفية في معاملاته اليومية ؟
2. هل يؤدي استخدام البطاقات المصرفية إلى تغيير في أنماط الانفاق لدى المستهلكين ؟

### 3.1 الفرضيات :

بالاعتماد على مشكلة الدراسة وأسئلتها تم صياغة الفرضية التالية :

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإستخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك .

1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية باعتماد المستهلك بشكل كبير على البطاقات المصرفية في معاملاته اليومية في مصرف الوحدة الرئيسي سرت.
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بإستخدام البطاقات المصرفية إلى تغيير في أنماط الانفاق لدى المستهلك في مصرف الوحدة الرئيسي سرت.

### 4.1 أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :

تحديد مدى اعتماد المستهلك على البطاقات المصرفية في معاملاته اليومية .

معرفة تأثير استخدام البطاقات المصرفية على قرارات الشراء وسلوك الانفاق لدى المستهلك .

### 5.1 أهمية الدراسة :

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من دور البطاقات المصرفية في تسهيل المعاملات المالية وتأثيرها المحتمل على سلوك المستهلك ومن الناحية العملية تساعد النتائج في فهم مدى اعتماد الأفراد على هذه الوسيلة وتأثيرها على قرارات الانفاق مما يفيد المصارف في تحسين خدمات الدفع الإلكتروني كما تساهم في توعية المستهلكين بأهمية البطاقات المصرفية وتعزيز جهود التحول نحو الاقتصاد الرقمي في البلاد .

### 6.1 منهجية الدراسة :

استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من أجل تحقيق أهداف الدراسة ، ولتحليل متغيرات الدراسة استخدام الباحثان الاختبارات الإحصائية اللازمة من خلال البرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات واختبار الفروض ، بالإضافة إلى الإطلاع على المراجع والمصادر العلمية ذات العلاقة المباشرة بالدراسة.

### 7.1 متغيرات الدراسة :

تمثلت متغيرات الدراسة فيما يلي :

- 1/ المتغير المستقل : البطاقات المصرفية .
- 2/ المتغير التابع : سلوك المستهلك .

### 8.1 حدود الدراسة :

- الحدود المكانية : أجريت هذه الدراسة على عملاء مصرف الوحدة الرئيسي سرت .
- الحدود الزمنية : أجريت هذه الدراسة خلال العام 2025 م .

## 2- الدراسات السابقة :

هناك مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة ، وتم عرضها للتعرف على ما توصلت إليه هذه الدراسة من ناحية ، وبيان ما يمكن أن تضيفه الدراسة الحالية من ناحية أخرى ، ويمكن طرحها على النحو التالي :

دراسة ( الباوندي وآخرون ، 2021 ) ، بعنوان " دور استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في الحد من تفاقم أزمة السيولة بالمصارف التجارية الليبية " دراسة تحليلية على مصرف الجمهورية فرع العلووس والقبوللي خلال العام 2017م.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف بدور استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في الحد من تفاقم أزمة السيولة في المصارف التجارية الليبية، حيث لوحظ بسبب تدرى الأوضاع الاقتصادية والسياسية خلال فترة الأزمة والأحداث التي تمر بها البلاد، أقدم الكثير من العملاء على سحب أموالهم من المنظومة المصرفية إما لتداولها في السوق، أو تخزينها خارج الجهاز المصرفي، مما أفضى إلى أزمة سيولة حادة بأغلب المصارف لذلك تعد البطاقات الإلكترونية أداة من الأدوات التي تساعد الكثير من المواطنين على تلبية احتياجاتهم المعيشية. وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واعتمدت على برنامج الإحصائي (SSPS) في عملية التحليل للوصول إلى النتائج والتوصيات ومدى تقبل العملاء لاستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني بكل سهولة ويسر وكذلك مدى الثقة التي يمنحها التجار في نتائج العمليات الإلكترونية للحصول على قيمة مبيعاتها اليومية، وطرق الرقابة المصرفية على بطاقات الدفع الإلكتروني، حيث أوصت الدراسة على أنه يجب على إدارة المصارف التجارية التعاون مع المحلات التجارية والتجار في تسهيل الخدمات المصرفية لزيادة مدى الثقة والتعامل بالبطاقة المصرفية، كما حثتهم على ضرورة الاهتمام الجاد بالتطورات الحديثة في النشاط المصرفي والخدمات المصرفية الإلكترونية للقيام بدورها الفعال لتخفيف معاناة المواطنين من النقص الحاد في السيولة .

دراسة ( الدوفاتي، الرفاعي ، 2021 ) ، بعنوان " معوقات استخدام البطاقات المصرفية في حل أزمة السيولة في ليبيا دراسة تطبيقية بمدينة الخمس " .

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على معوقات استخدام البطاقات المصرفية في حل أزمة السيولة في ليبيا واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وتم استخدام أسلوب المقابلة الشخص مع أصحاب نقاط البيع ورؤساء أقسام البطاقات المصرفية التجارية في مدينة الخمس والبالغ عددهم ستة أشخاص، حيث توصلت الدراسة إلى عدة نتائج، لعل من أهمها هناك معوقات إدارية تحد من استخدام البطاقات المصرفية في حل أزمة السيولة في ليبيا وهي (مركز إصدار البطاقات المصرفية، ونقص عدد الموظفين بأقسام البطاقات والخدمات الإلكترونية في المصارف ، بالإضافة إلى معوقات فنية وهي (ضعف شبكات الاتصال الخاصة بالمنظومات المصرفية ، والانقطاع المتكرر للتيار الكهربائي)، علما بان الدراسة قد أوصت بإعطاء الصلاحيات لفروع المصارف بإصدار البطاقات المصرفية لعملائها، وزيادة عدد الموظفين بأقسام البطاقات والخدمات الإلكترونية و ربط المنظومات المصرفية بشبكة المعلومات الدولية.

دراسة ( بخيت ، 2018 ) بعنوان " أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية " دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الليبية" خلال الفترة من 2008 – 2016.

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية ممثلة في تقديم وتكلفة وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية والربحية ممثلة في معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية، وقد اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاستقرائي، بالاعتماد على طرح استبانة الآراء وتحليل القوائم المالية باستخدام الأساليب الإحصائية فقد تم الاعتماد على البيانات الفعلية للقوائم المالية للمصارف التجارية في ليبيا خلال الفترة من 2008 الى 2016، حيث توصلت نتائج البحث إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقديم وتكلفة وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية ربحية المصارف التجارية ممثلة في معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية .

دراسة ( الباهي، 2016 ) بعنوان " أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن " ، حيث هدفت إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت السرية الأمان على رضا الزبائن في البنك الإسلامي الأردني وفروعه في مدينة عمان، واعتمد الباحث على استخدام المنهج الوصفي التحليلي بينت نتائج هذه الدراسة أن مستوى تأثير أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية محل الدراسة (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان)، كانت مرتفعة مما يتطلب من البنك ضرورة المحافظة على مستوياتها مرتفعة ومراقبتها من حين إلى آخر .

دراسة ( Abdul Kareem A et all 2023 ) ، بعنوان " The impact of electronic banking services on customer satisfaction: the case of "iraqi banks" حيث تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء، وقد اعتمدت الدراسة على أساس مسح يغطي ( 165 ) بنكاً عراقياً للعملاء تم استخدام مقياس ليكرث الخماسي لاستمارة استبيان وزعت لجمع البيانات وتحليلها، وأظهرت نتائج تحليل البيانات وجود علاقة معنوية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا العملاء مقاسا بكافة المؤشرات (الملموسة، الموثوقية، الاستجابة، السلام التعاطف مما يؤثر على جودة هذه الخدمات، وأن هناك تأثيراً معنوياً إيجابياً للخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء.

دراسة ( Ainaddis et al ، 2023 ) بعنوان " Examining the effect of electronic banking service quality on customer satisfaction and loyalty: an implication for technological innovation " تهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية (e-Banking) على رضا العملاء في الصناعة المصرفية الناشئة في إثيوبيا ، تم الحصول على البيانات باستخدام استبيان منظم مغلق من إجمالي 385 مشاركا تم اختيارهم باستخدام تقنية أخذ العينات الملائمة ، تم استخدام التكرارات والتوزيعات المنوية وأنماط المجموعة والانحرافات المعيارية وارتباطات مربع كاي والانحدار اللوجستي متعدد الحدود لتحليل البيانات الكمية ، وأكدت النتائج وجود تأثير معنوي لمتغيرات الاستجابة والموثوقية والأمن والخصوصية والسرعة والراحة على رضا العملاء. وبالمثل، فإن رضا العملاء عن جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية له تأثير كبير على ولاء العملاء ومن ناحية أخرى، فإن توفر النظام وسهولة الاستخدام ورسوم الخدمة ليس لها أي تأثير ذو دلالة إحصائية على رضا العملاء وبالتالي، وبناءً على نتائج هذه الدراسة، يوصى الباحث بأن تركز

البنوك على العوامل المتعلقة بالاستجابة والموثوقية وتوافر النظام والسرعة لتحقيق أقصى قدر من رضا العملاء ولأنهم وذلك باعتماد الخدمة المصرفية الإلكترونية التي تقدم ضماناً ذا مغزى يعالج المشكلات على الفور، ويقدم الخدمات بدقة وهي متاحة دائماً وسريعة وتمكن العملاء من الحصول على رضا أفضل وبالتالي إنشاء عملاء ملتزمين ومخلصين.

#### • المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة :

تعتبر هذه الدراسة مميزة في التعرف على سلوك المستهلك بالانتقال من التعامل النقدي إلى التعامل الإلكتروني ، حيث أجريت هذه الدراسة على عينة من زبائن مصرف الوحدة في ليبيا ، وهو ما يميز هذه الدراسة .

### 3- الإطار النظري :

#### 1.3 البطاقات المصرفية :

##### 1.1.3 مفهوم البطاقات المصرفية :

قبل أن نبدأ في تعريف البطاقات المصرفية يجب أن نشير إلى ملاحظة مهمة ذكرها عبد الوهاب أبو سليمان في كتابه عن بطاقات الائتمان حيث قال بطاقات الائتمان عنوان غير صحيح لأنه جرت عادة الاقتصاديين والمصرفيين تقديم هذا النوع عن البطاقات بعنوان (البطاقات الائتمانية) سواء في البحوث العلمية ، والإعلانات المصرفية ، وهي في نظر هؤلاء ترجمة إلى كلمة (Gedit Credit) في اللغة الإنجليزية ، وعند الرجوع إلى معنى هذه الكلمة (Credit) في المعجم الإنجليزي لها عدة معاني :

تطلق غالباً على شرف الشخص واعتزازه ، وانتمائه ، والاعتراف بكفائته وسمعته الطيبة ، والمبدأ والثقة ورصيده في البنك ، وقدرته على الحصول حاجياته قبل دفع الثمن بناء على الثقة بوفائه بالدفع ، أما كلمة (Card) فمعناها المعروف هو تلك الرقعة أو القطعة الصغيرة من البلاستيك يصدرها المصرف أو غيره لحاملها وعليها بعض البيانات الخاصة بالمصرف والزيون . (عبد الوهاب ، 1419 هـ ، ص 23 . 24)

#### • تعريفها :

- عرفت بأنها عملية تحويل الأموال على أساس ثمن سلعة أو خدمة بطريقة إلكترونية أو ورقية مهما كانت الرقيزة أو الإجراء المستعمل (مفتاح وآخرون ، 2007 ، ص 9)
- وعرفت أيضاً على أنها إمكانية تبادل المنتجات والخدمات بأبسط طريقة ممكنة ، مع توفير عناصر الأمان وفق لكمية المعنى ومتطلبات الامتثال للمواعيد النهائية . (محمد ، 2003 ، ص 55)
- كما عرفت بأنها بطاقة معدنية أو بلاستيكية مغنطة ، عليها اسم حاملها ، وتاريخ إصدارها ، وتاريخ نهاية صلاحيتها ورقم سري لا يعرفه إلا حاملها .

وقد انتهى مجمع الفقه بقراره رقم (7/1/65) في 7 - 12 / 11 / 1412 هجري ، إلى تعريفها بما يأتي " بطاقة الائتمان هي مستند يعطيه مصدره ، لشخص طبيعي أو اعتباري ، بناءً على عقد بينهما يمكنه من شراء السلع أو الخدمات ممن يعتمد المستند دون دفع الثمن حالاً ، لتضمنه التزاماً المصدر بالدفع ، ومن أنواع هذا المستند ما يمكن من سحب نقود من المصارف " . (بكر ، 2020 ، ص 4)

عن طريق التعريفات السابقة يعرف الباحثان وسائل الدفع الإلكتروني على أنها : تلك الوسائل التي تسمح للمستهلك بتحويل الأموال وفق تقنية إلكترونية مما يساعد عملية التبادل بطريقة آمنة وسريعة وبأقل تكاليف ممكنة .

#### 2.1.3 أطراف البطاقة البنكية :

- عملية الدفع الإلكتروني أربعة أطراف : المتعامل (الدافع أو المشتري) المصرف الذي يقوم بإصدار وسيلة الدفع ، المصرف الذي يتحصل على المبلغ لحساب المستفيد من البائع ، شبكة البطاقات وعليه نستنتج أن التعامل بالبطاقات البنكية يتطلب وجود الأطراف الأساسية التالية :
- أ. الطرف الأول : المخول له قانوناً بإصدار البطاقة لحاملها ، إذ يقوم نيابة عنه بتسديد قيمة المشتريات للتاجر .
  - ب. الطرف الثاني : حامل البطاقة ، هو الذي صدرت البطاقة من أجله أي باسمه أو خول له باستعمالها.
  - ج. الطرف الثالث : وهو التاجر ، يقوم بإبرام عقد مع مصدر البطاقة يتضمن تقديم السلع والخدمات المتوافرة لديه لحاملي بطاقة البنك المتفق معه .
  - د. المفوض في استخدام البطاقة : هو الشخص الذي يقوم باستخدام البطاقة سواء كان حاملها أو غيرها . (توايمية ، 2022 ، ص 14-15)

#### 3.1.3 أنواع البطاقات المصرفية :

- هناك عدة أشكال للبطاقات المصرفية ومن أهمها والمتوفرة حالياً في ليبيا ما يلي : (شاهين وآخرون ، 2013 ، ص 44)
1. بطاقات الخصم المباشر : وهي بطاقات إلكترونية تمكن العملاء من السحب من الصراف الآلي ، والشراء عن طريق أجهزة نقاط البيع وذلك بالخصم المباشر من الحساب الجاري للعميل .
  2. بطاقات الدفع المسبق : وهي بطاقات إلكترونية يتم شحنها بمبلغ محدد يستطيع العميل عن طريقها السحب من الصراف الآلي والشراء عن طريق أجهزة نقاط البيع في ظل المبلغ المحدد مسبقاً .

#### 4.1.3 محتويات البطاقة المصرفية : (محمد ، 2003 ، ص 41)

تشمل البطاقة المصرفية على بيانات الزبون وهي :

- 1- اسم حاملها .
- 2- رقم السري .
- 3- تاريخ إصدارها ومدة صلاحيتها .
- 4- رقم سحب الزبون .
- 5- المصرف الذي أصدرها

### 5.1.3 خصائص البطاقة المصرفية : (السائس ، 2020 ، ص 37)

البطاقة المصرفية مجموعة من الخصائص التي تتميز بها عن باقي أدوات الدفع التقليدية الأخرى وهي :

- 1- هي عبارة عن كمبيوتر مستقل للتعامل لأنها تحتوي على سجل جمع المعلومات الشخصية المتمثلة في الاسم والعنوان ، اسم المصرف ، أسلوب المصرف ، المبلغ المتصرف ، تاريخ حياة العميل المصرفية .
- 2- البطاقة المصرفية يمكنها أن تخزن نقد إلكتروني يغني حاملها عن الذهاب إلى البنك وعبارة أخرى فهي تعبر عن قيمة نقدية مخزونة مدفوعة تماماً .
- 3- تعتبر أفضل حماية ضد عمليات التزوير وسوء الاستعمال فالمعلومات التي توجد عليها مشفرة ، بحيث يمكن لأجهزة قراءة البطاقات التأكد من أن هذه البطاقة أصلية من خلال التوقيع الرقمي المشفر المحزن في معالج البطاقة .
- 4- نسبة الخطأ للشريط المغناطيسي منخفضة لهذه البطاقات عند تمريرها على القارئ إذ تصل إلى ألف خطأ لكل معاملة ، مقابل 280 خطأ لكل مليون معاملة بالنسبة للبطاقات الأخرى .

### 2.3 سلوك المستهلك :

#### 1.2.3 سلوك المستهلك :

هناك عدة تعريفات لسلوك المستهلك منها : " أنه عبارة عن الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الأفراد في التخطيط لشراء منتج أو خدمة ما ، ويمثل تعبيراً عن السلوك الإنساني فيما يختص بعملية الشراء وإشباع الحاجات وأن السلوك هو نشاط خارجي يمثل استجابة لمحفزات بيئة خارجية وعوامل نفسية " (لحلو وأخرون ، 2016 ، ص 19 .

كما ويعرف أيضاً بأنه " الأعمال والأنشطة التي يقوم بها الأفراد أثناء عمليات الاختيار والشراء للسلع والخدمات التي تلبى وتشبع حاجاتهم ورغباتهم الاستهلاكية " ، كما يعرف بأنه " الأفعال والتصرفات الناتجة عن الشخص اتجاه ما هو معروف عليه من السلع والخدمات والهادفة إلى سد حاجاته ورغباته وإشباعها وذلك عند تعرضه لمنبه خارجي أو داخلي ". (محمد وأخرون ، 2013 ، ص 24)

#### 2.2.3 العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك :

تتأثر القرارات الشرائية لأي فرد بالكثير من العوامل ونلاحظ وجود عدة تصنيفات لهذه العوامل ، ومن أكثر التصنيفات شيوعاً نجد أن :

- العوامل الثقافية : وتتضمن كل من الثقافة ، الثقافات الفرعية ، الطبقات الاجتماعية .
- العوامل الاجتماعية : وتتضمن جماعات المستهلكين ، الأسرة ، المكانة ، والأدوار الاجتماعية .
- العوامل الشخصية : وتتضمن الخصائص الشخصية كالعمر ، والمهنة ، الوضع الاقتصادي ، نمط الحياة .
- العوامل النفسية : مثل الدوافع ، والإدراك ، والتعلم ، والاتجاهات .

#### 3.2.3 أهداف دراسة سلوك المستهلك :

- لدراسة سلوك المستهلك أهداف يستفاد منها كل من الباحث ، رجل التسويق ، المستهلك والمتمثلة فيما يلي : (بن عيسى ، 2003 ، ص 70)
1. تمكن المستهلك من فهم ما يتخذه يومياً من قرارات شرائية ، وتساعد على معرفة الإجابة على التساؤلات المعتادة التالية :
    - ماذا يشتري ؟ أي التعرف على الأنواع المختلفة من السلع والخدمات موضوع الشراء التي تشبع حاجاته ورغباته .
    - لماذا يشتري ؟ أي التعرف على الأهداف التي من أجلها يقدم على الشراء ، أو المؤشرات التي حثته على شراء السلع والخدمات كيف يشتري ؟ أي التعرف على العمليات والأنشطة التي تنطوي عليها عملية الشراء .
  2. تمكن الباحث من فهم العوامل أو المؤشرات الشخصية أو البيئة التي تؤثر على تصرفات المستهلكين ، حيث يتحدد سلوك المستهلك الذي هو جزء من السلوك الإنساني بصفة عامة نتيجة تفاعل هذين العاملين .
  3. تمكن دراسة سلوك المستهلك رجل التسويق من معرفة سلوك المشتريين الحاليين والمحتملين ، والبحث عن الكيفية التي تسمح له بالتأقلم معهم أو التأثير عليهم وحتمهم على التصرف بطريقة تتماشى وأهداف المؤسسة .

#### 4- الدراسة الميدانية :

إن الغرض من هذا البحث هو تحديد ( أثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك ) ، ويهدف إلى معالجة موضوع البحث من الناحية العلمية من خلال استخدام أسلوب الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات ويعتمد تصميمها على الإطار النظري ، وتم الاعتماد على

المنهج الوصفي التحليلي باستخدام البرنامج (SPSS) لاختبار الفرضيات ولتحقيق أهداف البحث ، تم استخدام أكثر من مدخل حيث تم توظيف المنهج الاستقرائي لأغراض استقراء الظواهر المختلفة ذات الصلة بأهداف البحث ، حيث أن الباحثان يقومان بدراسة وتفحص الجزئيات للوصول إلى الكليات ، فالاستقراء يمهد لتكوين الفروض التي تمثل اقتراح الحلول الممكنة لمشكلة الدراسة ، ومن ثم الوصول إلى النتائج والتوصيات وذلك من خلال إجراءات البحث العلمية و التحليل الإحصائي للبيانات واختبار الفرضيات .

#### 1.4 إجراءات البحث

تضمنت إجراءات البحث العلمية كيفية تصميم اداة البحث وتحديد مجتمع و العينات المختارة منه و أسلوب التحليل الاحصائي المستخدم في تحليل البيانات المتحصل عليها واختبار الفرضيات .

#### 2.4 اداة جمع البيانات

لتحقيق اهداف الدراسة تم استخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات من مجتمع البحث وعينتها وتعتبر استمارة الاستبيان وسيلة مهمة للحصول على المعلومات من عدد كبير من الأفراد يفوق الحجم الذي تغطيه ادوات جمع البيانات الاخرى ، كالمقابلة والملاحظة ، وأيضاً بما تتميز به هذه الأداة من توفير للوقت و الجهد .

#### 3.4 منهجية البحث

بناء على تساؤلات البحث وأهدافه، فإن المنهج المتبع في تصميم هذا البحث هو المنهج الوصفي التحليلي، ولذلك فإن البحث تضمن تقديم إطار نظري لكافة المفاهيم المرتبطة بأهمية استخدام البطاقات ، وأما جانبه التحليلي فقد اعتمد على تصميم استمارة استبيان ، وبناء على ما سبق فإن المصادر الثانوية للبحث تمثلت في استخدام الكتب والمراجع ذات الصلة بموضوع البحث من أجل إلقاء الضوء على أدبيات البحث من مفاهيم ودراسات سابقة، أما المصادر الأولية للبحث فقد تمثلت في استخدام استبيان مخصص لجمع البيانات الأولية من أجل اختبار فرضيات البحث بهدف ربط الإطار النظري بالواقع العملي والوصول إلى إجابات لأسئلة البحث.

#### 4.4 الأساليب الإحصائية

- 1- الانحراف المعياري و المتوسط الحسابي .
- 2 - معامل الصدق و الثبات الفاكرونباخ .
- 3 - اختبار T test .

#### نماذج استبيان وكانت نتائج التوزيع كآلاتي :-

جدول (1) يوضح توزيع الاستبيان.

استثمارات المرسله	استثمارات المستلمة	استثمارات لم ترجع	نسبة الردود
50	50	0	%100

يوضح هذا الجدول عدد استمارة الاستبيان التي تم توزيعه على عينة الدراسة و التي تتكون من زبائن مصرف الوحدة الرئيسي ببلدية سرت وعدد الاستثمارات التي تم استلامها وكذلك عدد الاستثمارات التي كانت صالحة لتحليل .

#### 5.4 مصادر جمع البيانات

- من أجل جمع البيانات الأولية اللازمة لأغراض البحث ثم الاعتماد على مصدرين هما:
- المصادر الأولية: ومن خلالها تم الحصول على كافة البيانات الأولية التي يحتاجها الباحثان لأغراض التحليل واختبار الفرضيات، وفي هذا البحث تم تصميم استمارة استبيان لهذا الغرض.
  - المصادر الثانوية: وقد استخدمت من قبل الباحثان من أجل الحصول على البيانات اللازمة لتغطية الإطار النظري للبحث وهذه المصادر تشمل الكتب والدراسات السابقة المتوفرة عن موضوع البحث.

#### 6.4 أداة جمع البيانات (الاستبيان)

من أجل تحقيق أهداف البحث تم تصميم استمارة استبيان تغطي كل جوانب المشكلة ومتغيراتها، وقد احتوي استمارة الاستبيان على رسالة في مقدمتها الغرض من التعريف بموضوع البحث كما تضمنت تأكيدات للمشاركين في الاستبيان على سرية المعلومات وعدم تسريبها إلى طرف ثالث، واشتملت الاستبانة على أكثر من جزء وهما:

- الجزء الأول: وهو يتعلق بخصائص عينة البحث "المعلومات الشخصية للمشاركين" وقد تألف هذا الجزء على عدد 6 أسئلة لكل منها عدد من الاجابات الاختيارية.
- أما الجزء الثاني : فقد تم تقسيمه محورين حسب متغيرات الدراسة واشتمل كل محور على عدد 6 أسئلة.
- ولغرض قياس واختبار متغيرات البحث تم اللجوء إلى استخدام مقياس ليكرث الخماسي في قياس هذه الفقرات على النحو التالي:

## جدول رقم (2) درجات بدائل الإجابة على فقرات الاستبيان.

الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5
مدى المتوسط المرجح	1.80-1	2.60-1.80	3.40-2.60	4.20-3.40	5-4.20
مدى الوزن النسبي	%(35.9-20)	%(51.9-36)	%(68.9-52)	%(84.9-69)	%(100-85)

حيث كان الوسط الحسابي الفرضي (لأداة القياس) هو (3) ، ويتم استخراجها عن طريق المعادلة الرياضية التالية  $3=5/(5+4+3+2+1)$

### - صدق ثبات الاستبيان

أما من أجل اختبار دقة وثبات القياس ومدى الاعتمادية، فقد تم اختبار ثبات الاستبيان عن طريق اخضاع فقراته لاختبار قوة الثبات "معامل ألفا كرونباخ" ، حيث أن قاعدة القرار لهذا الاختبار أنه كلما اقتربت نتيجة الاختبار أو قيمة معامل ألفا كرونباخ من الواحد صحيح كلما دل ذلك على قوة ثبات أداة الدراسة. يتضح من الجدول التالي أن أداة البحث " الاستبيان " تتسم بالثبات، حيث أن قيمة الاختبار لكل فقرات الاستبيان تجاوز ، وهو أعلى من الحد الأدنى المقبول للاختبار وهذا يعني أنه لو تم إعادة توزيع الاستبيان مرة أخرى على نفس عينة البحث فسوف نحصل على نفس النتائج وب نفس المعدل المحسوب.

### جدول رقم (3) نتائج معامل ألفا كرونباخ لقياس درجة الثبات والاعتمادية Reliability statistics.

ر . م	محاور الاستبيان	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ
1	البطاقات المصرفية	6	.513
2	سلوك المستهلك	6	.721

### تحليل الجزء الأول : معلومات خاصة عن المشاركين

تناول هذا الجزء الأول من الاستمارة بعض الأسئلة التي توضح خصائص المشاركين في البحث

### جدول (4) يوضح جنس عينة البحث

معلومات الشخصية	البيان	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	27	%54.0
	انثى	23	%46.0
الإجمالي		50	%100.0

يوضح الجدول توزيع عينة الدراسة البالغ عددها حوالي (50) عينة والتي تتعلق أثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك حيث كانت الإجابة من حيث الجنس كالآتي حيث أن الذكور حوالي (%54) والإناث حوالي (%46) .

### جدول (5) يوضح اعمار عينة البحث

معلومات الشخصية	البيان	التكرار	النسبة المئوية
العمر	من 20 الي 30 سنة	11	%22.0
	من 30 الي 40 سنة	16	%32.0
	من 40 الي 60 سنة	21	%42.0
	اكثر من 60 سنة	2	%4.0
الإجمالي		50	%100.0

يوضح الجدول توزيع عينة الدراسة البالغ عددها حوالي (50) عينة والتي تتعلق أثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك حيث كانت الإجابة من حيث العمر كالآتي أقل من 20 سنة الي 30 سنة (%22) ومن 30 إلى أقل من 40 سنة (%32) من 40 إلى أقل من 60 سنة حوالي (%42) من 60 سنة فأكثر حوالي (%4) .

### جدول (6) يوضح الحالة الاجتماعية لعينة البحث

معلومات الشخصية	البيان	التكرار	النسبة المئوية
الحالة الاجتماعية	أعزب	21	%42.0
	متزوج	29	%58.0
الإجمالي		50	%100.0

يوضح الجدول توزيع عينة الدراسة البالغ عددها حوالي (50) عينة والتي تتعلق أثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك حيث كانت الإجابة من حيث الحالة الاجتماعية كالآتي أعزب حوالي (42%) متزوج حوالي (58%).

**جدول (7) يوضح جنس عينة البحث**

معلومات الشخصية	البيان	التكرار	النسبة المئوية
المستوى العلمي	ثانوي	9	18.0%
	جامعي	38	76.0%
	اعلى من ذلك	3	6.0%
الإجمالي		50	100.0%

يوضح الجدول توزيع عينة الدراسة البالغ عددها حوالي (50) عينة والتي تتعلق أثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك حيث كانت الإجابة من حيث المستوى العلمي كالآتي ثانوي (18%) جامعي (76%) اعلى من ذلك (6%).

**جدول (8) يوضح مهنة عينة البحث**

معلومات الشخصية	البيان	التكرار	النسبة المئوية
المهنة	موظف	43	86.0%
	اعمال حرة	7	14.0%
الإجمالي		50	100.0%

يوضح الجدول توزيع عينة الدراسة البالغ عددها حوالي (50) عينة والتي تتعلق أثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك حيث كانت الإجابة من حيث مهنة العاملين وزبائن بالمصارف التجارية كالآتي حوالي موظف (86%) اعمال حرة (14%).

**جدول (9) يوضح مستوى الدخل لعينة البحث.**

معلومات الشخصية	البيان	التكرار	النسبة المئوية
مستوى الدخل	900دينار	5	10.0%
	من 900 الي 1500 دينار	15	30.0%
	من 1500 الي 2500 دينار	24	48.0%
	من 2500 دينار فأكثر	6	12.0%
الإجمالي		50	100.0%

يوضح الجدول توزيع عينة الدراسة البالغ عددها حوالي (50) عينة والتي تتعلق أثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك حيث كانت الإجابة من حيث مستوى دخل عينة البحث كالآتي 900 دينار حوالي (10%) اما من 900 الي 1500 دينار حوالي (30%) اما من 1500 الي 2500 دينار حوالي (48%) من 2500 دينار فأكثر حوالي (12%).  
**اختبار التوزيع الطبيعي**

**جدول (10) إجابات عينة البحث من خلال متوسط والانحراف المعياري لفقرة هل يعتمد المستهلك بشكل كبير على البطاقات المصرفية في معاملاته اليومية**

الوزن النسبي	ترتيب الأهمية	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الفقرات
				%	ت	%	ت	%	ت	%	ت			
84.8	3	.517	4.24	0	0	0	0	4	2	68	34	28	14	X1
77.2	5	.756	3.86	2	1	2	1	18	9	64	32	14	7	X2
86.8	2	.557	4.34	0	0	0	0	4	2	58	29	38	19	X3
82.8	4	.729	4.14	0	0	4	2	8	4	58	29	30	15	X4
88.8	1	.501	4.44	0	0	0	0	0	0	56	28	44	22	X5

72.4	6	.780	3.62	0	0	12	6	20	10	62	31	6	3	X6
		0.3512	4.106	المتوسط – الإجمالي										

يلاحظ من الجدول (10) ان نسبة اتجاه اجابات افراد عينة البحث حول لفقرة هل يعتمد المستهلك بشكل كبير على البطاقات المصرفية في معاملاته اليومية – حسب نتائج للمتوسط الإجمالي (4.106) وان الانحراف المعياري (0.3512) حيث جاءت قيم المتوسطات الحسابية لتلك الفقرات تزيد عن المتوسط الفرضي لأداة القياس (3) والتي توضح لنا من خلال إجابات عينة البحث على الفقرات التالية .

ان نسبة إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (28%) موافق (68%) على الفقرة (X1) والتي تنص ان استخدام البطاقة المصرفية يساهم في تحقيق رغباتك و يلبى حاجاتك وبينما ما نسبته (4%) محايد اما الغير موافق (0%) و الغير موافق بشدة (0%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (4.24) و الانحراف المعياري (0.517) ، في حين كانت موافق بشدة (14%) موافق (64%) على الفقرة (X2) والتي تنص تعتبر قيمة عمولة خدمة البطاقة رمزية مما يحفزني على استخدامها وبينما ما نسبته (18%) محايد اما الغير موافق (2%) و الغير موافق بشدة (2%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (3.86) و الانحراف المعياري (0.756) ، اما إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (38%) موافق (58%) على الفقرة (X3) والتي تنص تمكني البطاقة المصرفية من تأدية المعاملات المالية بأقل وقت ممكن وبينما ما نسبته (4%) محايد اما الغير موافق (0%) و الغير موافق بشدة (0%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (4.34) و الانحراف المعياري (0.557) ، كما ان نسبة إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (30%) موافق (58%) على الفقرة (X4) والتي تنص ان تساهم خدمة الصراف الالي في توفير عملية السحب او الدفع في جميع الأوقات وبينما ما نسبته (8%) محايد اما الغير موافق (4%) و الغير موافق بشدة (0%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (4.14) و الانحراف المعياري (0.729) ، و ان نسبة إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (44%) موافق (56%) على الفقرة (X5) والتي تنص تسهل البطاقة المصرفية عملية الدفع عبر المحلات و المتاجر في المعاملات اليومية وبينما ما نسبته (0%) محايد اما الغير موافق (0%) و الغير موافق بشدة (0%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (4.44) و الانحراف المعياري (0.501) ، اما نسبة إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (6%) موافق (62%) على الفقرة (X6) والتي تنص ساهمت البطاقة المصرفية في توفير السيوالة النقدية على مدار الساعة وبينما ما نسبته (20%) محايد اما الغير موافق (12%) و الغير موافق بشدة (0%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (3.62) و الانحراف المعياري (0.780) .

**جدول (11) إجابات عينة البحث من خلال متوسط والانحراف المعياري لفقرة هل يؤدي استخدام البطاقات المصرفية الي تغير في أنماط الانفاق لدى المستهلكين.**

الوزن النسبي	ترتيب الأهمية	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الفقرات
				%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
75.2	6	1.021	3.76	8	4	4	2	6	3	68	34	14	7	X1
82.4	4	.773	4.12	0	0	8	4	0	0	64	32	28	14	X2
84	3	.756	4.20	2	1	2	1	2	1	62	31	32	16	X3
78	5	.735	3.90	0	0	2	1	26	13	52	26	20	10	X4
87.6	1	.490	4.38	0	0	0	0	0	0	62	31	38	19	X5
84.8	2	.716	4.24	0	0	2	1	10	5	50	25	38	19	X6
		0.494	4.10	المتوسط – الإجمالي										

يلاحظ من الجدول (11) ان نسبة اتجاه اجابات افراد عينة البحث حول لفقرة هل يؤدي استخدام البطاقات المصرفية الي تغير في أنماط الانفاق لدى المستهلكين – حسب نتائج للمتوسط الإجمالي (4.10) وان الانحراف المعياري (0.494) حيث جاءت قيم المتوسطات الحسابية لتلك الفقرات تزيد عن المتوسط الفرضي لأداة القياس (3) والتي توضح لنا من خلال إجابات عينة البحث على الفقرات التالية .

ان نسبة إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (14%) موافق (68%) على الفقرة (X1) والتي تنص ساهم استخدام البطاقة المصرفية في تحديد المصروفات اليومية وبينما ما نسبته (6%) محايد اما الغير موافق (4%) و الغير موافق بشدة (8%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (3.76) و الانحراف المعياري (1.021) ، و ان نسبة إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (28%) موافق (64%) على الفقرة (X2) والتي تنص توفر البطاقة المصرفية المعلومات الكافية عن جميع حركات السحب و الشراء وبينما ما نسبته (0%) محايد اما الغير موافق (8%) و الغير موافق بشدة (0%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (4.12) و الانحراف المعياري (0.773) ، كانت نسبة إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (32%) موافق (62%) على الفقرة (X3) والتي تنص ان تلبية حاجات ورغبات اسرتك يحفزك على استخدام

البطاقات المصرفية وبينما ما نسبته (2%) محايد اما الغير موافق (2%) و الغير موافق بشدة (2%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (4.20) و الانحراف المعياري (0.756) ، حيث نسبة إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (20%) موافق (52%) على الفقرة (X4) والتي تنص يوفر المصرف ضامانا لخدمة البطاقات المصرفية وبينما ما نسبته (26%) محايد اما الغير موافق (2%) و الغير موافق بشدة (0%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (3.90) و الانحراف المعياري (0.735) ، وبدوره كانت نسبة إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (38%) موافق (62%) على الفقرة (X5) والتي تنص ساهم استخدام البطاقات المصرفية في تسهيل عمليات الشراء كونها اصبحت متوفرة في اغلب المحلات التجارية وبينما ما نسبته (0%) محايد اما الغير موافق (0%) و الغير موافق بشدة (0%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (4.38) و الانحراف المعياري (0.490) ، و نسبة إجابة عينة البحث كانت موافق بشدة (38%) موافق (50%) على الفقرة (X6) والتي تنص ان البطاقات المصرفية اصبحت البديل عن استخدام النفود و الشيكات وبينما ما نسبته (10%) محايد اما الغير موافق (2%) و الغير موافق بشدة (0%) اما متوسط الإجابات فكان حوالي (4.24) و الانحراف المعياري (0.716) .

اختبار الفرضيات

اختبار الفرضية الاولى

الفرضية الصفرية  $H_0$ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية باعتماد المستهلك بشكل كبير على بطاقات المصرفية في معاملاته اليومية في مصرف الوحدة الرئيسي سرت.

الفرضية البديلة  $H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية باعتماد المستهلك بشكل كبير على بطاقات المصرفية في معاملاته اليومية في مصرف الوحدة الرئيسي سرت .

جدول (12) يوضح اختبار ( T ) اختبار الفرضية

One-Sample Test						
نتيجة الفرضية الصفرية	مستوى الدلالة Sig. (2-tailed)	T المحسوبة	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	T الجدولية
رفض	0.00	2.403	49	.3511	4.106	1.671

دال احصائيا عند مستوى الدالة  $0.05 \geq$

يبين الجدول السابق ان الوسط الحسابي المحسوب الاجمالي الفقرات التي تقيس أثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك - أثر ذو دلالة إحصائية باعتماد المستهلك بشكل كبير على بطاقات المصرفية في معاملاته اليومية في مصرف الوحدة الرئيسي سرت متوسط قد بلغ (4.106) وهو يزيد عن الوسط الحسابي الفرضي وهو (3) درجة الانحراف (0.3511)، وان T المحسوبة عند (2.403) وهي اكبر من قيمتها الجدولية (T الجدولية 1.671) كما يلاحظ ان مستوى الدالة الإحصائية قد بلغ (sig.0.000) يدل على انه توجد فروقات ذات دلالة احصائية بين المتوسط الإجمالي لإجمالي الفقرات وهو يقل عن مستوى الدالة الإحصائية المعتمدة بالبحث (0.05) وبالتالي فان الاختبار الاحصائي (t) يعد دال احصائيا . ونستخلص من ذلك ان نتيجة الاختبار الاحصائي تؤكد رفض الفرض العدمي ( $H_0$ ) وقبول الفرض البديل ( $H_1$ ) الذي يقول ان هناك أثر ذو دلالة إحصائية باعتماد المستهلك بشكل كبير على بطاقات المصرفية في معاملاته اليومية في مصرف الوحدة الرئيسي سرت.

اختبار الفرضية الثانية

الفرضية الصفرية  $H_0$ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية باستخدام البطاقات المصرفية الي تغير في أنماط الانفاق لدى المستهلك في مصرف الوحدة الرئيسي سرت .

الفرضية البديلة  $H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية باستخدام البطاقات المصرفية الي تغير في أنماط الانفاق لدى المستهلك في مصرف الوحدة الرئيسي سرت .

جدول ( 13 ) يوضح اختبار ( T ) اختبار الفرضية

One-Sample Test						
نتيجة الفرضية الصفرية	مستوى الدلالة Sig. (2-tailed)	T المحسوبة	درجة الحرية	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	T الجدولية
نرفض	0.000	2.678	49	.4937	4.100	1.676

دال احصائيا عند مستوى الدالة  $0.05 \geq$

يبين الجدول السابق ان الوسط الحسابي المحسوب الاجمالي الفقرات التي تقيس أثر استخدام البطاقات المصرفية على سلوك المستهلك - أثر ذو دلالة إحصائية باستخدام البطاقات المصرفية الي تغير في أنماط الانفاق لدى المستهلك في مصرف الوحدة الرئيسي سرت متوسط قد بلغ

(4.100) وهو يزيد عن الوسط الحسابي الفرضي وهو (3) درجة الانحراف (0.4937)، وان T المحسوبة عند (2.678) وهي اكبر من قيمتها الجدولة (T الجدولة 1.676) كما يلاحظ ان مستوى الدالة الإحصائية قد بلغ (sig.0.000) يدل على انه توجد فروقات ذات دلالة احصائية بين المتوسط الإجمالي لإجمالي الفقرات وهو يقل عن مستوى الدالة الإحصائية المعتمدة بالبحث (0.05) وبالتالي فان الاختبار الاحصائي (t) يعد دال احصائياً. ونستخلص من ذلك ان نتيجة الاختبار الاحصائي تؤكد رفض قبول الفرض العدمي (HO) وقبول الفرض البديل (H1) الذي يقول ان هناك أثر ذو دلالة إحصائية باستخدام البطاقات المصرفية الي تغير في أنماط الانفاق لدى المستهلك في مصرف الوحدة الرئيسي سرت .

### النتائج

- 1- إن من آثار استخدام البطاقات المصرفية على سلوك زبائن المصرف والمستهلكين بشكل عام تقدم خدمات عديدة حيث تسهل البطاقة المصرفية عملية الدفع عبر المحلات والمتاجر في المعاملات اليومية كما أنها تمكن تأدية العديد من المعاملات المالية الغير محدود وتعتبر ذات تكلفة أقل .
- 2- إن من أهم استخدامات البطاقات المصرفية تعزيز من تحقيق أهم طلبات ورغبات المستهلك من خلال فتح مجالات السداد والدفع والسحب في جميع الأوقات الناتجة عن وجود رسوم وعمولات تعتبر بسيطة او رمزية مما يزيد من استخدامها وبدورها زادت من توفر السيولة النقدية وذلك نتيجة على الاعتماد على التحويلات الرقمية عند الدفع .
- 3- نتيجة لوجود تسهيلات عند دفع زادة من توسع استخدامها من قبل المحلات التجارية وتوزيع نقاط الدفع وبدورها ساهمت في تقليل من الوقت في إجراءات الدفع وتحويل الأموال وزاد من مستخدميها .
- 4- إن من استخدامات البطاقات ساهمت في تغيير نمط الانفاق لدى زبائن المصارف من التعامل النقدي إلى التعامل الإلكتروني لدى زبائن المصرف .

### التوصيات :

- 1- زيادة توسيع المفهوم العام بأهمية البطاقات المصرفية والتوعية للزبائن المصرف والمستهلكين من حيث كيفية استخدامها وطرق حساب العمولات وكذلك نقاط استخدامها .
- 2- تحديد ما كينانات السحب التي من خلالها يمكن الحصول على الأموال النقدية ومدى إمكانية الاستغناء عن هذه الأموال نتيجة لوجود الدفع باستخدام البطاقات المصرفية .
- 3- زيادة تحفيز المستهلك بخفض العمولات ورسوم الاشتراك ورفع سقف نقاط السحب من ماكينات وكذلك إمكانية السحب في جميع الأوقات .
- 4- ضرورة وجود برامج حماية خاصة بالمستهلكين تمكنهم من إيقاف أو إلغاء البطاقة في حالة ضياع هذه البطاقة أو وقوعها في الأيدي الخطأ دون الرجوع إلى المصرف في حال الضياع.

### المراجع:

- 1- أبو سليمان، ع. و. (1998). *البطاقات البنكية* (الطبعة الأولى). دار القلم.
- 2- أبو زيد، ب. ع. (2020). *بطاقة الائتمان* (الطبعة الثانية). دار العاصمة.
- 3- الباوندي، ع، عبد السلام، ع، جمعة، ب، & سليمان، م. (2021). دور استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في الحد من تفاقم أزمة السيولة بالمصارف التجارية الليبية: دراسة تحليلية على مصرف الجمهورية فرع العلووس والقره بوللي خلال العام 2017م.
- 4- الباهي، ص. د. م. س. (2016). *أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 5- بخيت، م. ب. د. م. (2018). *أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الليبية خلال الفترة من 2008 - 2016*.
- 6- بن عيسى، ع. (2003). *سلوك المستهلك: عوامل التأثير البيئية* (الجزء الأول). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 7- توايمية، د. م. (2021-2022). *دور البطاقات البنكية في تعزيز التجارة الإلكترونية* (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة 8 مايو، الجزائر.
- 8- الدوفاني، ص. ف، & الرفاعي، م. ع. (2021). *معوقات استخدام البطاقات المصرفية في حل أزمة السيولة في ليبيا: دراسة تطبيقية بمدينة الخمس. كلية الاقتصاد والتجارة، جامعة المرقب، ليبيا*.
- 9- العصيمي، م. س. (2003). *البطاقات الدائنة تأخذها وأنواعها* (ص. 55). (الطبعة الأولى). عمان: دار صفاء للتوزيع والنشر.
- 10- المعني، ر، & عمار، ن. (2020). *سلوك المستهلك*. دمشق: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- 11- مفتاح، ص، & معارفي، ف. (2007). *نمو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية*. في أعمال المؤتمر العلمي الخامس، كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة فيلادلفيا، عمان، الأردن.

- 12- محمد، إ.، & إبراهيم، خ. (2013). *سلوك المستهلك واتخاذ القرارات الشرائية* (الطبعة الأولى). عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- 13- لحوح، ر.، & زين الدين، ر. (2016). *أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس*. جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية.
- 14- نعيم، م. ص. (2003). *المسؤولية الجزئية في الاستخدام غير المشروع لبطاقة الائتمان، توفير الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الشريعة والقانون*. جامعة الإمارات العربية المتحدة، كلية الشريعة والقانون.
- 15- السابيس، إ.، & نلي، ص. (2019-2020). *وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية* (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الحقوق والعلوم السامية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
- 16- شاهين، أ. أ. (2013). *مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية* (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية، غزة.

17. Ayinaddis, S. G., Taye, B. A., & Yirsaw, B. G. (2023). Examining the effect of electronic banking service quality on customer satisfaction and loyalty: An implication for technological innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12, 22. <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00287-y>
18. Kareem, A. A. A. A., Elkhaldi, A. H., & Arfawi, M. (2023). The impact of electronic banking services on customer satisfaction: The case of Iraqi banks. *International Journal of Professional Business Review*, 8(11), e03936. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8ill.3936>