

جامعة غرداية  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي  
الميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
الشعبة: علوم تجارية  
التخصص: تسويق الخدمات

مساهمة الأمن السيبراني للبيانات في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني

دراسة ميدانية لدى عينة عملاء بنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية

من إعداد الطالب: عبد القادر صواق

نوقشت و أجزت علنا بتاريخ: 2019/06/19

أمام اللجنة المكونة من السادة الآتية أسماؤهم:

رئيسا	جامعة غرداية	الأستاذ/ عادل شيني
مشرفا رئيسيا ومقررا	جامعة غرداية	الأستاذ/ سليمان دحو
مشرفا مساعدا	جامعة غرداية	الأستاذ/ بومدين بوداود
مناقشا	جامعة غرداية	الأستاذ/ أبو القاسم الشيخ صالح
مناقشا	جامعة غرداية	الأستاذ/ عبد الحميد مراكشي

السنة الجامعية : 2018-2019

# إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم:

✽ "رَبِّ أَوْزِعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ" ✽

(النمل:19)

أهدي ثمرة جهدي:

إلى والداي وإخوتي...

إلى أبنائي وزوجتي...

إلى كل أساتذتي بقسم العلوم التجارية تخصص تسويق الخدمات بجامعة غرداية.

إلى أخي العزيز علي الذي جعله الله لي سببا في مواصلة طريق العلم / يوسف كلوة.

إلى زميلي الملازم الأول للشرطة / قنوني سمير الموظف بالمصلحة المركزية لمكافحة الجريمة المعلوماتية.

إلى السيد / فسيو الحاج المنسق الجهوي لبطاقات الدفع الإلكتروني بالوكالة الجهوية لبنك التنمية BDL غرداية .

إلى جميع أصدقائي بدائرة تيغنيف ولاية معسكر وولايتي وهران وغرداية...

إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إتمام هذا العمل المتواضع.

# شكر وتقدير

أشكر الله تعالى وأحمده حمدا كثيرا على تقديره وتوفيقه لإنجاز هذا العمل.

كما أتقدم بشكري الخاص إلى أستاذي الدكتور: دحو سليمان والدكتور بوداود بومدين على نصائحتها وتوجيهاتها القيمة .

كما لا يفوتني أن أتوجه بالشكر إلى أفراد العائلة الأمنية و كافة زملائي في الدراسة وكل من ساعدني في إنهاء هذا البحث ولو بكلمة تشجيع.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الأمن السيبراني، وتوضيح مساهمته في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية، من خلال معالجتنا للإشكالية التالية: " ما مدى تأثير الأمن السيبراني للبيانات في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية ؟ " ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة، تم توزيع إستبيان على عينة مكونة من (220) مفردة وأسترجع منها (214) إستبانة صالحة للتحليل بنسبة بلغت 97,27 % ، وتم إستخدام أسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM) Structure Equation Modeling لإختبار الأثر المباشر وغير المباشر لمغيرات الدراسة وإختبار صلاحية وصدق وثبات نموذج الدراسة بإستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الإجتماعية Spss23 ومكمله Amos 22.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها، وجود علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية للأمن السيبراني من حيث أبعاده (إحترام الخصوصية، التكنولوجيا المستخدمة، تتبع الأثر) في ثقة المستهلك الإلكتروني لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية عند مستوى دلالة 0,05 ، كما أثبتت الدراسة أن هناك علاقة تأثير مباشرة للثقة في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني عند مستوى دلالة 0,05 ، أيضا تم إثبات أن هناك علاقة تأثير مباشرة للأمن السيبراني من حيث أبعاده (إحترام الخصوصية، سرية البيانات، التكنولوجيا المستخدمة) في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني، بالإضافة إلى إثبات أن هناك علاقة تأثير غير مباشر للأمن السيبراني من حيث أبعاده (إحترام الخصوصية، التكنولوجيا المستخدمة، تتبع الأثر) في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال وجود الثقة كمتغير وسيط عند مستوى دلالة 0,05 ، وختاما تضمن البحث إقتراح نموذج معدل لمساهمة الأمن السيبراني في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة كمتغير وسيطي بعد رفض كل من (بعد سرية البيانات وبعد التوافر والديمومة) لضعف مستواهما ، بحسب رأي الطالب سبب ذلك يعود إلى حداثة مصطلح الأمن السيبراني من جهة ، وعدم الفهم الجيد لأسئلة الإستبانة المخصصة لهاذين البعدين من قبل المستجوبين من جهة أخرى.

**الكلمات المفتاحية:** الأمن السيبراني، رضا المستهلك الإلكتروني، الثقة، البيانات، بطاقات الدفع الإلكترونية.

This study objectives to know cyber security, And clarifying its contribution to achieving electronic consumer satisfaction by enhancing the confidence at the sample of users of electronic payment cards in Local Development Bank the BDL in the state of Ghardaia, And throughing to answer the problematic of the represented in: "How does cyber security affect data in achieving e-consumer satisfaction by enhancing confidence in the sample of users of electronic payment cards in Local Development Bank the BDL in the state of Ghardaia?" And for achieving the objectives of the study, a questionnaire was distributed on a sample of (220) single and retrieved (214) valid questionnaire for analysis by 97.27%, To test the direct and indirect impact of study variables and to Test validity, honesty and stability a study model using the statistical program for social sciences Spss 23 and and his assistant Amos 22.

The study reached some of results the most important is : The existence of a statistically significant direct impact of cyber security in terms of its dimensions (respect for privacy, technology used, impact tracking) in the electronic consumer confidence sample of the user sample at the Local Development Bank the BDL in the state of Ghardaia state at a level of significance 0.05, As the study also showed that there is a direct effect relationship of confidence in achieving consumer satisfaction at a level of significance 0.05, It has also been shown that there is a direct effect for cyber security in terms of its dimensions (respect for privacy, confidentiality of data, and technology used) to achieving electronic consumer satisfaction, In addition to proving that there is an indirect effect relationship of cyber security in terms of its dimensions (respect for privacy, technology used, impact tracking) to achieving electronic consumer by the existence of confidence as an intermediate variable at a level of significance 0.05, Finally, the study included the proposal of a modified model for the contribution of cyber security in achieving electronic consumer satisfaction by enhancing confidence as a variable and simple after the rejection both of (data confidentiality and availability and permanence) for their weak levels, According to the opinion student, this is due to the modernity of the term cyber security on the one hand, and the lack of good understanding of the questionnaire questions assigned to these dimensions by the respondents on the other hand.

**key words:**

Cyber security, Electronic consumer satisfaction, Confidence, A data, Electronic payment cards.

# قائمة المحتويات

# قائمة المحتويات

## قائمة المحتويات

### قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	الشكر
III	الملخص
V	الفهرس
VII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
XI	قائمة الملاحق
XI	قائمة المختصرات و الرموز
أ-ح	مقدمة
07	الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للأمن السيبراني، الثقة، ورضا المستهلك الإلكتروني
07	تمهيد
08	المبحث الأول: الأدبيات النظرية
08	المطلب الأول: ماهية الأمن السيبراني
08	الفرع الأول: تعريف الأمن السيبراني للبيانات وأهدافه
10	الفرع الثاني: أبعاد ومستويات الأمن السيبراني
13	الفرع الثالث: محاور إستراتيجية الأمن السيبراني ووسائل حماية البيانات
18	الفرع الرابع: تحديات الأمن السيبراني
18	المطلب الثاني: ثقة المستهلك الإلكتروني
18	الفرع الأول: ماهية الثقة
19	الفرع الثاني: أهمية الثقة
20	الفرع الثالث: أبعاد الثقة
21	الفرع الرابع: العوامل المفسرة للثقة في البحوث التسويقية
21	المطلب الثالث: رضا المستهلك الإلكتروني
21	الفرع الأول: تعريف رضا المستهلك الإلكتروني وأهميته

## قائمة المحتويات

23	الفرع الثاني: مستويات وخصائص الرضا
25	الفرع الثالث: السلوكيات الناجمة عن الرضا أو عدم الرضا
25	الفرع الرابع: أساليب ونموذج قياس الرضا
32	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية
32	المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية
32	الفرع الأول: دراسة د. طويطي مصطفى، د. بوداود بومدين (2018)
32	الفرع الثاني: دراسة العتيبي عبد الرحمن بن بجاد شارع (2017)
33	الفرع الثالث: دراسة يوسف بوغرة (2017)
34	الفرع الرابع: دراسة د. بن مويزة أحمد (2016)
34	المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
34	الفرع الأول: دراسة William Crumpler (2018)
35	الفرع الثاني: دراسة Wambugu Lydia (2015)
35	الفرع الثالث: دراسة Jeffrey Esinash (2015)
36	الفرع الرابع: دراسة Robert Knake (2010)
36	المطلب الثالث: مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة والقيمة المضافة للبحث
40	خلاصة الفصل الأول
41	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لدى عينة عملاء بنك التنمية المحلية BDL بمدينة غرداية
41	تمهيد
42	المبحث الأول: منهجية البحث وأساليب جمع ومعالجة البيانات
42	المطلب الأول: الإجراءات المنتهجة للدراسة الميدانية
42	الفرع الأول: المنهج المعتمد ومجتمع وعينة الدراسة
52	الفرع الثاني: الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
52	المطلب الثاني: تصميم وإختبار أدوات الدراسة
53	الفرع الأول: تصميم وتحليل صدق وثبات أداة الدراسة والإختبارات الأولية لها
71	الفرع الثاني: نموذج القياس والنموذج النظري (العام) للدراسة
74	المبحث الثاني: تحليل نتائج وإختبار فرضيات الدراسة الميدانية
74	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة

## قائمة الجداول

74	الفرع الأول: عرض وتحليل نتائج الخصائص العامة المرتبطة بالإستبيان الموجه للمستهلكين
80	الفرع الثاني: عرض وتحليل نتائج أبعاد الدراسة
89	المطلب الثاني: إختبار الفرضيات وتحليل مسارات العلاقات للنموذج العام للدراسة
89	الفرع الأول: إختبار وتحليل مسار الفرضيات
102	الفرع الثاني: تعديلات النموذج النهائي المقترح للدراسة والعلاقات المقترحة
103	خلاصة الفصل الثاني
104	خاتمة عامة
108	قائمة المراجع
114	قائمة الملاحق

## قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	" الثقة " من منظور بعض باحثي التسويق.	19
02	" الرضا " وفق وجهة نظر بعض باحثي التسويق.	22
03	أهم أوجه التشابه والإختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة	37
04	بعض مهام وأهداف بنك التنمية المحلية BDL	43
05	نتائج توزيع وإسترجاع الإستبانة	51
06	ترميز فقرات أو مؤشرات أبعاد الأمن السيبراني	53
07	ترميز فقرات أو مؤشرات المتغير الوسيط: " الثقة "	54
08	ترميز فقرات أو مؤشرات رضا المستهلك الإلكتروني	55
09	مقياس ليكارت Lekart الخماسي	55
10	إختبار ألفا كرومباخ الكلي للفقرات	57
11	معاملات ألفا كرومباخ التفصيلية لأبعاد ومحاور الدراسة	57
12	مؤشرات جودة المطابقة	58
13	مؤشرات المطابقة لنموذج الأمن السيبراني	60
14	مؤشرات المطابقة لنموذج أبعاد الأمن السيبراني	60

## قائمة الجداول

61	مؤشرات المطابقة لمتغير أبعاد الأمن السيبراني	15
62	تقديرات نموذج أبعاد الأمن السيبراني	16
63	التباين المشترك والتباين المستخلص لمفهوم الأمن السيبراني	17
64	إختبار الثبات والصدق بين عوامل الأمن السيبراني	18
65	مؤشرات المطابقة لنموذج قياس الثقة	19
66	مؤشرات المطابقة لنموذج قياس الثقة (بعد التعديل)	20
67	مؤشرات المطابقة لنموذج قياس الثقة (بعد التعديل)	21
68	مؤشرات المطابقة لنموذج قياس رضا المستهلك الإلكتروني	22
70	مؤشرات المطابقة لنموذج قياس رضا المستهلك الإلكتروني (بعد التعديل)	23
70	مؤشرات المطابقة لنموذج قياس الثقة (بعد التعديل)	24
73	مؤشرات المطابقة لنموذج القياس للدراسة	25
76	تقسيمات عينة البحث حسب الجنس	26
77	تقسيمات عينة البحث حسب السن	27
78	تقسيمات عينة البحث حسب المستوى التعليمي	28
79	تقسيمات عينة البحث حسب الوظيفة	29
79	تقسيمات عينة البحث حسب الدخل	30
80	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور الأمن السيبراني	31
84	ترتيب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الأمن السيبراني	32
85	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور الثقة	33
87	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات رضا المستهلكين الإلكترونيين	34
90	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد إحترام الخصوصية و ثقة المستهلك الإلكتروني	35
91	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد سرية البيانات وثقة المستهلك الإلكتروني	36
92	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة وثقة المستهلك الإلكتروني	37
92	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التوافر والديمومة وثقة المستهلك الإلكتروني	38
93	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد تتبع الأثر وثقة المستهلك الإلكتروني	39
94	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد الثقة ورضا المستهلك الإلكتروني	40
95	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد إحترام الخصوصية و رضا المستهلك الإلكتروني	41
96	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد سرية البيانات ورضا المستهلك الإلكتروني	42

## قائمة الأشكال

96	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني	43
97	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني	44
98	نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني	45
100	نتائج تحليل المسار للعلاقة غير المباشرة بين إحترام الخصوصية ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط	46
100	نتائج تحليل المسار للعلاقة غير المباشرة بين سرية البيانات بوجود الثقة كمتغير وسيط	47
101	نتائج تحليل المسار للعلاقة غير المباشرة بين التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط	48
101	نتائج تحليل المسار للعلاقة غير المباشرة بين التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط	49
102	نتائج تحليل المسار للعلاقة غير المباشرة بين تبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط	50

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
06	أموذج الدراسة	01
12	مستويات الأمن السيبراني	02
24	خصائص الرضا	03
27	قياس الرضا	04
31	النموذج الأمريكي لقياس الرضا (ACIS)	05
45	البطاقة البنكية CIB	06
45	بطاقة فيزا الكلاسيكية و بطاقة فيزا الذهبية	07
46	بطاقة الماستر كارد	08
46	بطاقة كوربوراييت	09
47	يوضح أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني لدى بنك BDL	10
49	التشفير	11

## قائمة الأشكال

50	التوقيع الرقمي	12
50	عمل جدار النار	13
54	نموذج التحليل العملي التوكيدي لمتغيرات الأمن السيبراني	14
54	نموذج التحليل العملي التوكيدي لمتغير الثقة	15
55	نموذج التحليل العملي التوكيدي للمتغير التابع "رضا المستهلك الإلكتروني"	16
56	النموذج القياسي للنموذج العام للدراسة	17
59	التحليل العملي التوكيدي لمتغير الأمن السيبراني	18
64	التحليل العملي التوكيدي لنموذج قياس "الثقة"	19
66	التحليل العملي التوكيدي لنموذج قياس الثقة (بعد التعديل)	20
68	التحليل العملي التوكيدي لنموذج قياس "رضا المستهلك الإلكتروني"	21
69	التحليل العملي التوكيدي لنموذج قياس رضا المستهلك الإلكتروني (بعد التعديل)	22
72	الشكل البياني نموذج القياس	23
72	الشكل البياني المعتمد لنموذج القياس	24
74	النموذج النظري (العام) المقترح للدراسة	25
76	تمثيل بياني لتقسيمات عينة البحث حسب الجنس	26
77	تمثيل بياني لتقسيمات عينة البحث حسب السن	27
78	تمثيل بياني لتقسيمات عينة البحث حسب المستوى التعليمي	28
79	تمثيل بياني لتقسيمات عينة البحث حسب المهنة	29
80	تمثيل بياني لتقسيمات عينة البحث حسب الدخل	30
85	التمثيل البياني للمتوسطات الحسابية لأبعاد الأمن السيبراني	31
86	التمثيل البياني للمتوسط الحسابي للمتغير الوسيط "الثقة"	32
88	التمثيل البياني للمتوسط الحسابي للمتغير التابع رضا المستهلك الإلكتروني	33
89	فرضيات الدراسة وفق النموذج العام النهائي للدراسة	34
99	النموذج النظري المعدل لقياس العلاقات غير المباشرة	35
103	النموذج النهائي المعدل للدراسة	36

## قائمة الملاحق- قائمة المختصرات

### قائمة الملاحق

الرقم	عنوان الملحق
01	الإستبيان
02	قائمة الأساتذة المحكمين للإستبيان
03	الهيكل التنظيمي الجديد لبنك التنمية المحلية BDL
04	الموزع الآلي للأوراق DAB و الشباك الآلي للبنك GAB
05	نهائي الدفع الإلكتروني TPE
06	صورة لبنك التنمية المحلية BDL الأم

### قائمة المختصرات

الإختصار	الدلالة باللغة الأجنبية	الدلالة باللغة العربية
ITU	Union Internationale des Télécominications	الإتحاد الدولي للإتصالات
USA	United States of America	الولايات المتحدة الأمريكية
BDL	Banque de Développement Local	بنك التنمية المحلية
CIB	Carte Inter Bancaire	البطاقات الداخلية البنكية
DAB	Distributeur Automatique de Billet	الموزع الآلي للأوراق
GAB	Guichet Automatique de Bancaire	الشباك الآلي البنكي
TPE	Terminal de Paimement Electronique	نهائي الدفع الإلكتروني
RTGS	Real Time Gross Settlement system	نظام التسوية الإجمالية الفورية
DAB	Distributeurs Automatique de Billets	الموزعات الآلية للأوراق النقدية
SATIM	Société Algérienne dAutomatisations des Transaction	الشركة الجزائرية لأتمة المعاملات بين البنوك
ATM	Automated Teller Machines	آلات الصرف الذاتي
ISO	International Organization for Standardization	المنظمة الدولية للمعايير
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences	الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية

مقدمة عامة

## توطئة :

يُعتبر الأمن الركيزة الأساسية للمجتمع، بحيث لا يمكن تصور نمو أي نشاط بعيدا عن تحقيقه، سواء أكان ذلك على المستوى التقني، أم على المستوى القانوني، وقد تحول الأمن مع بروز مجتمع المعلومات والفضاء السيبراني إلى واحد من قطاع الخدمات التي تشكل قيمة مضافة ودعامة أساسية لأنشطة الحكومات والمؤسسات والأفراد على السواء، كما هو الحال مع التطبيقات الخاصة بالحكومة الإلكترونية، والصحة الإلكترونية، التعليم الإلكتروني، والتجارة الإلكترونية، وغيرها.

فتحوّل المجتمعات إلى مجتمعات معلوماتية، هو التحول الذي يحدث بفضل إدماج تكنولوجيات جديدة في كل مجال من مجالات النشاط، وفي كل نوع من أنواع البنية التحتية ليزيد من اعتماد الأفراد، والمنظمات، والبلدان على نظم المعلومات والشبكات، وهذا مصدر رئيسي من مصادر المخاطر تجب معاملته كخطر أمني.

إلا أن الوجود المتعددة للأمن السيبراني وإستخداماتها المتعددة، لا تقف عند الحد من مظاهر الإساءة إلى خصوصية الأفراد والمؤسسات فقط، بل تتعداها إلى أمن وسلامة الدول والحكومات، فتزيد مهمة القائمين على الموضوع تعقيدا وصعوبة، وتستدعي مقارنة شاملة ومتكاملة لجميع التحديات التي يطرحها الفضاء السيبراني، بحيث تأتي الردود والحلول المقترحة ناجعة وفاعلة.

مما يستدعي التفكير مليا في تصميم وإنشاء وإدارة البنيات الأساسية للإتصالات والخدمات والأنشطة التي توفرها مع مراعاة الجانب الأمني، ذلك لأن الأمن هو الركن الركين لأي نشاط، وينبغي النظر إليه كخدمة تمكن من خلق خدمات أخرى وتولد القيمة مثل (الحكومة الإلكترونية، التجارة الإلكترونية، التعليم الإلكتروني... الخ)، فليس الأمر مقصورا على التكنولوجيا وحدها، ومع ذلك فإن أدوات الإتصال الأساسية المتوافرة حتى الآن لا تظفر بالموارد الضرورية والكافية لتوفير أو لضمان القدر الأدنى لها من الأمن.

إن نظم تكنولوجيا المعلومات المترابطة شبكيا هي موارد يمكن الوصول إليها عن بعد، ومن ثم فهي أهداف يُحتمل أن تتعرض للهجوم السيبراني، كما أن النظم معرضة لخطر زائد هو الإختراق، حيث تتزايد فرص شن الهجمات عليها وإقتراف الجرائم، وعلى الرغم من أن النظم هي التي تكون هدفا للهجوم فإن الغنيمة التي يسعى المهاجمون للفوز بها هي المعلومات والبيانات التي تجري معالجتها سواء الخاصة بالأفراد أو المؤسسات أو الدول، ويمكن لهذه الهجمات أن تنال من القدرة على المعالجة والتخزين وتقاسم الرصيد المعلوماتي، بل ويمكن أن تُنزل الضرر بالسلع غير الملموسة والرمزية وعمليات الإنتاج وعمليات صنع القرار لدى المنظمة.

وهكذا يمكن للتعامل مع مشاكل الأمن السيبراني المعقدة والمتعددة الأوجه أن يكون صعبا نسبيا، كما يمكن لمضاعفاتها المحتملة وتأثيراتها على تشغيل المنظمات والبلدان أن تكون مدمرة، وقد تتوقف العوامل المهمة للغاية لإنجاح الإقتصادات على قدرة توفير الأمن للمعلومات والبيانات وعمليات ولتنظيم وللبنية التحتية وقدرة بناء الثقة في الفضاء السايبري. فتزايد الاعتماد على التكنولوجيات الرقمية وتزايد التهديدات والمخاطر تجعل من الضروري بالنسبة للأفراد



والمنظمات والبلدان إتخاذ خطوات وإتباع تدابير وإقتناء أدوات لتحسين طريقة إدارة المخاطر التكنولوجية والسيبرانية، كما أن التحديات التي تنطوي على السيطرة على المخاطر التكنولوجية هي تحديات نابعة من طبيعة القرن الحادي والعشرون، وهي تستلزم إتباع نهج عالمي شامل إزاء الأمن بما فيها الدول النامية.

الجزائر من بين الدول التي ليست بمنأى عن التهديدات التي أفرزتها الثورة التكنولوجية الحديثة مما جعلها من بين أولوياتها في حماية أمن مجتمعتها ومؤسساتها، خاصة تلك المؤسسات التي باشرت مجال الرقمنة والتعاملات الإلكترونية، وهو ما يدفعنا للبحث عن مدى توفر الأمن السيبراني في المؤسسات المصرفية الجزائرية التي تُعتبر حديثة في مجال الرقمنة وإستعمال بطاقات الدفع الإلكتروني، خاصة وأن الخدمات الإلكترونية التي تقدمها تتوقف أساسا على مدى أمنها بالدرجة الأولى ومن ثم تحقيق أقصى إشباع ممكن للمستفيد منها وأعلى مستوى من الرضا لديه، لذلك أصبح لزاما عليها طرح خدماتها الإلكترونية بصفة تتماشى ومتطلبات ورغبات المستهلكين، والتي من خلالها تستطيع التأثير فيهم وإستهداف أكبر عدد ممكن وتحقيق رضاهم.

وإنطلاقا من هذا الطرح وفي إطار هاته الدراسة، يُطرح الإشكال المعاري التالي:

"ما مدى تأثير الأمن السيبراني للبيانات في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة لدى

عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية الرئيسية، أسئلة فرعية تتمثل في الآتي:

1- هل هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية للأمن السيبراني في ثقة المستهلك الإلكتروني لدى عينة

مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية؟

2- هل هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية للثقة في رضا المستهلك الإلكتروني لدى عينة مستخدمي

بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية؟

3- هل هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية للأمن السيبراني في رضا المستهلك الإلكتروني لدى عينة

مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية؟

4- هل هناك علاقة تأثير غير مباشرة ذات دلالة إحصائية للأمن السيبراني في رضا المستهلك الإلكتروني من خلال

تعزيز الثقة لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية؟

## فرضيات البحث:

للإجابة على التساؤلات المطروحة سابقا فإننا نستعين بفرضيات الدراسة التالية:

**H1:** هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 للأمن السيبراني في ثقة المستهلك الإلكتروني.

**H2:** هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 للثقة في رضا المستهلك الإلكتروني.



**H3:** هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 للأمن السيبراني في رضا المستهلك الإلكتروني.

**H4:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 للأمن السيبراني في رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة.

### مبررات اختيار البحث:

#### • مبررات ذاتية:

- الرغبة الشخصية للطالب لمثل هاته المواضيع، مع إنتمائه للمؤسسة الأمنية.

#### • مبررات موضوعية:

- تماشي الموضوع مع طبيعة التخصص (تسويق الخدمات)، فتوفير الأمن السيبراني للخدمات الإلكترونية على مستوى البنوك يعتبر الركن الركين لأي نشاط إلكتروني ومن بين الخدمات الأساسية التي من خلالها تمكن من خلق خدمات أخرى وتولد القيمة، بالإضافة إلى أن الخدمة المصرفية سوف تتمتع بجميع خصائص جودتها.
- مدى أهمية رضا المستهلك الإلكتروني في التعاملات الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات التجارية عامة والمصرفية خاصة.
- التهديدات السيبرانية التي تواجهها عدة دول ومؤسساتها خاصة الإقتصادية منها.
- تم إختيار الدراسة الميدانية في البنك نظرا لكونه من أهم المؤسسات المالية التي دخلت عالم الرقمنة والتعاملات الإلكترونية المحلية أو الدولية عن طريق استخدام بطاقات الدفع والسحب والتحويل الإلكترونية، وبالضبط إختيار بنك BDL، أولا: كونه بنك جهوي وثانيا لإحتوائه على خلية الإعلام الآلي التي تفيدها بالمعلومات حول الحماية التقنية للبطاقات الإلكترونية.

### أهداف البحث:

- تهدف الدراسة من خلال الإجابة عن تساؤلات مشكلة الدراسة إلى ما يلي:
- معرفة طبيعة العلاقة المباشرة وغير المباشرة بين الأمن السيبراني للبيانات وتأثيرها على تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL في ظل وجود الثقة كمتغير وسيطي.
- بناء نموذج نظري للعلاقات السببية بين متغيرات الأمن السيبراني ورضا المستهلك الإلكتروني وتعزيز الثقة.
- إختيار العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة لفهم وتحليل مسارات العلاقات المتداخلة والمتكاملة المباشرة وغير المباشرة.
- قياس مستويات أبعاد الأمن السيبراني ورضا المستهلك الإلكتروني.
- تزويد متخذي القرار في المنظومة المصرفية بأهمية وفعالية اعتماد الأمن السيبراني بأبعاده (إحترام الخصوصية، السرية، التوافر والديمومة، التكنولوجيا المستخدمة، تتبع الأثر) وتعزيز الثقة بما يحقق رضا المستهلكين الإلكترونيين.



## أهمية البحث:

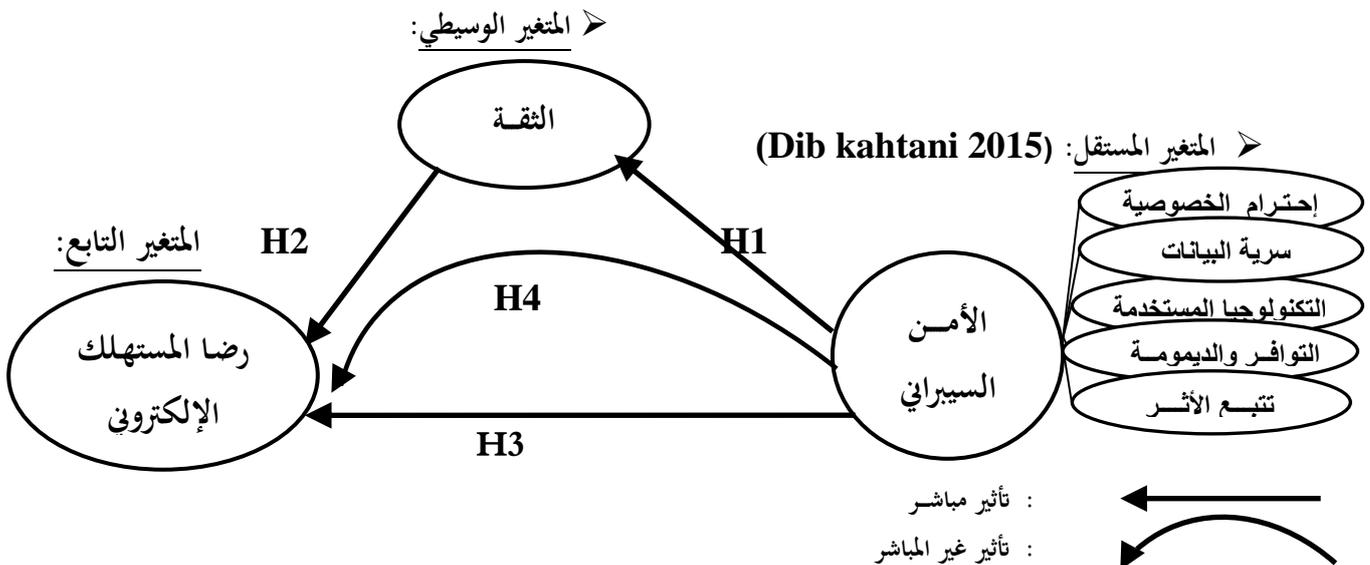
- يستند الموضوع أهميته من كون أن الحكومات والمؤسسات بمختلف أنواعها وأحجامها هي تتجه نحو الإعتماد على التعاملات الإلكترونية، مما يجعلها عرضة لمخاطر عدة محلية أو حتى عابرة للحدود (تهديدات سيبرانية)، وهاته المخاطر هي تهدد إستمرارية المؤسسات وأدائها. حيث يكتسي الموضوع أهمية بالغة نظرا لما يلي:
- أهمية قطاع البنوك في الوقت الراهن، حيث تمثل البنوك المحرك الأول لعمليات تمويل التنمية وما ينبغي النهوض بهذا القطاع وبالتالي فإن دراسة الأمن السيبراني للبنوك له أهمية كبيرة.
  - عدم وجود دراسات ميدانية كافية إهتمت بالأمن السيبراني في البنوك التجارية الجزائرية وقياس مدى مساهمته في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة.
  - جاءت هذه الدراسة بمثابة دعوة إلى التطوير والإستمرارية والتفاعلية مع المستجدات وعدم الإنتظار للتعرف على نتائج الآخرين لتقليدها، وإنما السعي للريادة والتعرف على كل ما هو جديد، لتحقيق الأسبقية والبقاء والإستمرارية.

## متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: الأمن السيبراني والمكون مما يلي:
  - 1- إحترام الخصوصية، 2- سرية البيانات، 3- التكنولوجيا المستخدمة، 4- التوافر والديمومة، 5- تتبع الأثر.
- المتغير الوسيط: الثقة.
- المتغير التابع: رضا المستهلك الإلكتروني.

أ نموذج الدراسة: يتضمن النموذج أو المخطط الإفتراضي الموضح في الشكل التالي:

الشكل رقم: (1): أ نموذج الدراسة الإفتراضي.



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على بعض الدراسات السابقة.

منهج البحث والأدوات المستخدمة:

لدراسة موضوع البحث، تم الإعتماد على المناهج المتعددة في البحوث الإقتصادية بصفة عامة، فبالنسبة للجانب النظري إرتأينا أن يتم تجميع أجزاء البحث لتكوين القاعدة النظرية المستقاة من مختلف المراجع، ويعتبر الأسلوب الوصفي الذي يعتمد على التحليل مناسباً لتقرير الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع، وهذا يتناسب مع طبيعة الموضوع، أما في الجانب التطبيقي فإعتمدنا على أسلوب النمذجة بالمعادلات الهيكلية (SEM) (Structural Equations Modeling) الذي يعد من بين أفضل الطرق الحديثة التي تستخدم لإختبار نماذج متعددة المتغيرات خاصة في ظل وجود المتغير الوسيط، مما يستدعي دراسة العلاقات بين المتغيرات جميعاً من خلال إستخدام البرنامج الإحصائي AMOS.V.22 الخاص بقياس التأثير غير المباشر بين المتغير المستقل الأيمن السيراني على المتغير التابع رضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط.

أما فيما يخص أدوات البحث والدراسة فقد إعتمدنا في الجانب النظري من هذا البحث على المسح المكتبي لمجموعة المراجع المتنوعة ما بين الكتب والرسائل والمجلات والمقالات بالإضافة إلى الملتقيات والمؤتمرات، أما عن أدوات الدراسة الميدانية فتمت بإعتماد أداة جمع البيانات من خلال الإستبيان.

حدود البحث:

- **حدود مكانية:** إنحصرت الدراسة الميدانية في بنك التنمية المحلية BDL لوكالة ولاية غرداية، وذلك من خلال أخذ عينة من عملائه تتمثل في مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بمختلف أنواعها.
- **حدود بشرية:** تم إختبار عينة عشوائية ميسرة مكونة من 214 مستخدم بطاقات الدفع الإلكترونية بنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية.
- **حدود الزمانية:** بالنسبة للجانب النظري تم جميع المعلومات من مختلف المصادر الثانوية وذلك بداية من جانفي 2019 إلى غاية أفريل 2019، أما الجانب التطبيقي فكان خلال الفترة الممتدة من 2019/05/05 إلى 2019/05/19 مقسمة بين توزيع وجمع الإستبيانات وتحليلها.

صعوبات الدراسة:

- لا تكاد تخلو أي دراسة أكاديمية من صعوبات، حيث واجهتنا الصعوبات التالية:
- قلة الدراسات السابقة التي تربط بين متغيري الدراسة والمتمثلة في الأمن السيراني للبيانات ورضا المستهلك الإلكتروني، وعادة ما يكون ربط موضوع الأمن السيراني بالجانب التقني البحث أو الجانب القانوني.
- إلتزام موظفي البنك بمبدأ السرية نظراً لنوعية المعلومات التي يبحث عنها الطالب خاصة تلك التي تتعلق بالبرمجيات والشبكات والنظم ومجموع البنى التحتية للتقنيات الإلكترونية التي تكون الأمن السيراني للبنك.



تقسيمات الدراسة: تم تقسيم الدراسة حسب طريقة إمراد (IMRAD)، إلى فصلين هي كالآتي:

### الفصل الأول: يتضمن الأدبيات النظرية والتطبيقية، ويضم مبحثين:

المبحث الأول: يتعلق بالأدبيات النظرية المرتبطة بمتغيرات الدراسة مباشرة، حيث يحتوي على ثلاثة مطالب موزعة كما يلي: المطلب الأول: يتحدث عن ماهية الأمن السيبراني بالتطرق إلى تعريف الأمن السيبراني للبيانات وأهدافه ثم تبيان أبعاد ومستويات الأمن السيبراني وكذا محاور إستراتيجية الأمن السيبراني ووسائل حماية البيانات ثم توضيح تحديات الأمن السيبراني، أما المطلب الثاني: يتضمن ثقة المستهلك الإلكتروني، من خلال التطرق إلى ماهية الثقة، أهمية الثقة، أبعاد الثقة وكذا العوامل المفسرة للثقة في البحوث التسويقية، أما بالنسبة للمطلب الثالث: فهو يحتوي على رضا المستهلك الإلكتروني الذي بدوره عرج عن تعريف رضا المستهلك الإلكتروني، مستويات وخصائص الرضا، السلوكيات الناجمة عن الرضا أو عدم الرضا، وأخيرا أساليب ونموذج قياس الرضا.

المبحث الثاني: خصص للأدبيات التطبيقية من خلال تناول الدراسات والأبحاث السابقة باللغة العربية والأجنبية المرتبطة بموضوع البحث، تم تقسيمه إلى ثلاثة مطالب موزعة كما يلي: المطلب الأول: يتحدث عن الدراسات السابقة باللغة العربية، المطلب الثاني: يتضمن الدراسات السابقة باللغة الأجنبية، وفق ما أتيح للباحث من إمكانيات الحصول عليها، أما المطلب الثالث: فهو يحتوي على مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة والقيمة المضافة للبحث.

### الفصل الثاني: خصص للدراسة الميدانية، وتم تقسيمه إلى مبحثين:

المبحث الأول: يتعلق منهجية البحث وأساليب جمع ومعالجة البيانات: حيث يحتوي على مطلبين موزعة كما يلي: المطلب الأول: يتحدث عن الإجراءات المنتهجة للدراسة الميدانية من خلال التطرق إلى المنهج المعتمد ومجتمع وعينة الدراسة، ثم تبيان الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة، أما المطلب الثاني: فهو يتضمن تصميم وإختبار أدوات الدراسة هو الآخر أيضا يتطرق إلى تصميم وتحليل صدق وثبات أداة الدراسة والإختبارات الأولية لها، ثم توضيح نموذج القياس والنموذج النظري (العام) للدراسة.

المبحث الثاني: يتعلق بتحليل نتائج وإختبار فرضيات الدراسة الميدانية، حيث يحتوي على مطلبين موزعة كما يلي: المطلب الأول: يتحدث عن عرض وتحليل نتائج الدراسة من خلال التطرق إلى عرض وتحليل نتائج الخصائص العامة المرتبطة بالإستبيان الموجه للمستهلكين، ثم عرض وتحليل نتائج أبعاد الدراسة، أما المطلب الثاني: يتضمن إختبار الفرضيات وتحليل مسارات العلاقات للنموذج العام للدراسة المقترح من الطالب من خلال إختبار وتحليل مسار الفرضيات ثم التطرق إلى تعديلات النموذج النهائي المقترح للدراسة وكذا العلاقات ومدى تحقيقها للإجابة على إشكالية الدراسة.

وتمت خاتمة البحث بإستنتاج مجموعة من الإستنتاجات اعتمادا على الدراسة الميدانية، ليتم إقتراح بعض الإقتراحات أو التوصيات بما يتناسب وأهداف الدراسة وفتح أسئلة معرفية قد تدخل في آفاق إهتمامات الباحثين مستقبلا.



# الفصل الأول

### تمهيد:

أصبحت قضية الأمن السيبراني من التحديات الكبرى على الصعيدين الإقليمي والعالمي، لا سيما في ظل تنامي التهديدات الأمنية الإلكترونية سواء من جهة إرتفاع عدد الهجمات أو الأضرار الناجمة عنها. حيث قد شهدت عدة بلدان في الآونة الأخيرة إختراقات أمنية مقلقة إستهدفت مؤسسات وشركات وحتى الأشخاص، أدت إلى سرقة بيانات حساسة وأسرار دول أو حجب الخدمات الإلكترونية الحيوية أو السطو الإلكتروني على البنوك أو تشويه مواقع الويب أو شَنّ الهجمات الإلكترونية على البنية التحتية ووسائل الإعلام. والأخطر من ذلك سرقة المعلومات المصرفية.

ومن أجل مواجهة هذا الخطر الحادق أُجريت عدة ندوات ودورات ومؤتمرات في مجال الأمن السيبراني بإثراء هذا الميدان بالتعاون مع العديد من المؤسسات والباحثين لتحقيق الأهداف المرجوة والمتمثلة في ضمان الأمن المعلوماتي وتوافر وإستمرار عمل نظم المعلومات وسلامة الشبكات، بالإضافة إلى تعزيز حماية وسرية وخصوصية البيانات الشخصية خاصة تلك التي تتعلق بالمستهلك الإلكتروني في المجال الإقتصادي، الأمر الضروري الذي يفرض إيجاد الآليات والتدابير التي تحقق ثقة المستهلك ورضاه في مجال المعاملات الإلكترونية من خلال التجارة والتسويق والتسوق في الفضاء السيبراني.

من خلال هذا الطرح، إرتأينا أن تحتوي الأدبيات النظرية من الفصل الأول لبحثنا هذا على ثلاثة مباحث هي كالاتي:

المبحث الأول: ماهية الأمن السيبراني، المبحث الثاني: ثقة المستهلك الإلكتروني، المبحث الثالث: رضا المستهلك الإلكتروني، أما بالنسبة للأدبيات التطبيقية فتطرقنا إلى: المبحث الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية، المبحث الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية، المبحث الثالث: مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة والقيمة المضافة للبحث.

## الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للأمن السيبراني، الثقة، ورضا المستهلك الإلكتروني

سنتناول في هذا الفصل مختلف الأدبيات النظرية والتطبيقية التي لها صلة بموضوع الدراسة.

### المبحث الأول: الأدبيات النظرية

يعتبر الأمن السيبراني من بين العوامل الرئيسية لنجاح المؤسسات ولذلك تعطيها المؤسسات الخدمية والسلعية إهتماما كبيرا بهدف أمان منتجاتها وخدماتها المقدمة، ومنه فهي تسعى إلى الحرص على سلامة مختلف المعاملات الإلكترونية في الفضاء السيبراني\*، وهذا لمواجهة التحديات والتطورات في مجال الأنترنت والإلكترونيات سعيا منها إلى تلبية حاجات ورغبات زبائنهم من خلال كسب ثقتهم ومن ثم كسب رضاهم وولائهم.

### المطلب الأول: ماهية الأمن السيبراني (Cyber Security)

#### الفرع الأول: تعريف الأمن السيبراني للبيانات وأهدافه:

#### أولا: تعريف الأمن السيبراني (Cyber Security):

يعتبر مصطلح الأمن السيبراني Cyber Security واحدا من المصطلحات التي تعرف تعددا في التعريفات المقدمة له، فمصطلح سيار Cyber هو لفظ يوناني الأصل، مشتق من كلمة Kybernetes ؛ بمعناها القيادة أو التحكم، مصدرها Cybernetics يعني: "علم الإتصالات وأنظمة التحكم الآلي في كل من الآلات والأشياء الحية"، حيث قدمت وزارة الدفاع للولايات المتحدة الأمريكية تعريفا لمصطلح الأمن السيبراني، أين إعتبرته: "جميع الإجراءات التنظيمية اللازمة لضمان حماية المعلومات بجميع أشكالها (الإلكترونية والمادية) من مختلف الجرائم، الهجمات، التخريب، والتجسس، والحوادث"<sup>1</sup>.

في حين إعتبر الإعلان الأوروبي الأمن السيبراني بأنه: "قدرة النظام المعلوماتي على مقاومة محاولات الاختراق أو الحوادث غير المتوقعة، التي تستهدف البيانات"<sup>2</sup>.

يمكن تعريف الأمن السيبراني بأنه: "أمن الشبكات والأنظمة المعلوماتية والبيانات والمعلومات والأجهزة المتصلة بالإنترنت وعليه فهو المجال الذي يتعلق بإجراءات ومقاييس ومعايير الحماية المفروض إتخاذها، أو الإلتزام بها لمواجهة التهديدات ومنع التعديلات، للحد من آثارها في أقصى وأسوأ الأحوال. ويرتبط هذا الأمن إرتباطا وثيقا بأمن المعلومات

(\* الفضاء السيبراني: هو الفضاء الذي أوجدته تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في مقدمها الإنترنت، ويرتبط إرتباطا وثيقا بالعالم المادي عبر البنى التحتية المختلفة

للإتصالات كالحواسيب و الهواتف ونظم الكمبيوتر والأنظمة المعلوماتية، ولا يقتصر على الأنترنت فقط وانما شبكات عالمية وخاصة أخرى مثل: swift-gsm-acars .

1 -Daniel Ventre, **Cyberattaque et cyberd fense**, La Voisier, Paris, 2011, P103.

2-Douwe Korff, **CYBER SECURITY DEFINITIONS** – a selection, in:<https://www.sbs.ox.ac.uk/cybersecurity-capacity/system/files/CPDP%202015%20-%20KORFF%20Handout.pdf>, 2015, P1.

والبيانات. فالوصول إلى هذه الأخيرة أو بثها، الإطلاع عليها والمتاجرة بها، أو تشويها وإستغلالها، هو ما يقف غالب الأحيان وراء عمليات الإعتداء على الشبكات، وعلى الأنترنت.<sup>1</sup>

بينما عرّف المشرع الجزائري الأمن السيبراني على أنه: "مجموع الأدوات والسياسات ومفاهيم الأمن والآليات الأمنية والمبادئ التوجيهية وطرق تسيير المخاطر والأعمال والتكوين والممارسات الجيدة والضمانات والتكنولوجيات التي يمكن إستخدامها في حماية الإتصالات الإلكترونية ضد أي حدث من شأنه المساس بتوفر وسلامة وسريّة البيانات المخزنة أو المعالجة أو المرسلّة".<sup>2</sup>

### ثانيا: مفهوم البيانات الشخصية:

\*البيانات (Data): هي: "جميع المصطلحات، والرموز، والأرقام، والصور، والحروف، والإشارات، والكلمات، أو خليط منها جميعا أو بعض منها التي لا علاقة بين بعضها البعض، ولم تخضع بعد للتفسير أو التجهيز للإستخدام، ليس لها دلالات أو معنى محدد، والتي تدخل إلى النظام المعلوماتي بشكل معين، لتحويلها إلى معلومة، فهي المادة الأساسية للمعلومات".<sup>3</sup>

فهي: "حقائق أولية Raw Facts وعناصر أو مادة خام Raw، وتعني معطيات لم تُعالج يدويا أو حاسوبيا لإستنباط معانيها وإستجلاء سياقها العام أو مضمونها أو محتواها".<sup>4</sup>

\*البيانات الشخصية: هي: "البيانات العائدة إلى شخص معين، والتي يمكن أن تساعد على تحديد هويته، والتعرف إليه، كالإسم الشخصي، وعنوان السكن، ورقم الهاتف، والبريد الإلكتروني، ورقم السيارة، وغيرها".<sup>5</sup>

### ثالثا: أهداف الأمن السيبراني:

- تأمين الفضاء الإلكتروني بما فيه الخدمات الرقمية.
- الحفاظ على سرية المعلومات وقصر النفاذ على الجهات المصرح لها فقط.
- الحفاظ على سلامة البيانات والبرامج وعدم فساد حالتها.

1- د. منى الأشقر جبور، الأمن السيبراني تحديات ومستلزمات المواجهة، دراسات وأبحاث المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية (الأمن المعلوماتي والأمن القانوني)، بيروت، لبنان، 2017، ص 26.

2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم: 18-04، المتعلق بالقواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الالكترونية، المؤرخ في: 24 شعبان 1439 الموافق لـ 10 ماي 2018، المادة 10، الجريدة الرسمية، الباب الأول، القسم الثاني، العدد 27، الصادر بتاريخ: 13 ماي 2018، ص 7.

3- د. طارق إبراهيم الدسوقي عطية، الأمن المعلوماتي، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية مصر، 2009، ص 38.

4- د. سعد غالب ياسين، نظم إدارة قواعد البيانات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2010، ص 21.

5- د. منى الأشقر جبور، نفس المرجع السابق، ص 189.

- الحفاظ على توافر تقديم الخدمات بشكل مستمر وبدون إنقطاع أو تدهور.
- إحترام الخصوصية الرقمية للمستخدمين والمتعاملين الإلكترونيين.
- ضمان الصدق في التصرفات الإلكترونية والإستدلال على الفاعل من خلال تتبع الأثر.
- الوصول إلى الوضع الأمثل لأداء نظام المعلومات جنبا إلى جنب مع مستوى أداء الأمن المطلوب
- تطوير السياسات والإجراءات الأمنية اللازمة للمنظمات والدول ونمو إقتصادها.
- خلق الثقة في التطبيقات والخدمات المقدمة خاصة في المعاملات التجارية والمالية إلكترونيا.
- المساعدة على حماية أصول وموارد المنظمات من النواحي التنظيمية، والبشرية، والمالية، والتقنية، والمعلوماتية حيث تتمكن من أداء مهامها بصفة جيدة.
- تعزيز القدرات التكنولوجية حمايةً للمصالح الحيوية للدولة وأمنها الوطني والبنى التحتية الحساسة والقطاعات ذات الأولوية والخدمات الرقمية.
- إتخاذ جميع التدابير اللازمة لحماية المواطنين والمستهلكين على حد سواء من المخاطر المحتملة في مجالات إستخدام الإنترنت المختلفة.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: أبعاد ومستويات الأمن السيبراني:

#### أولا: أبعاد الأمن السيبراني:

يمكننا تعريف أبعاد الأمن السيبراني للبيانات بأنها مجموعة العناصر الواجب توافرها لحماية هاته البيانات، بحيث يُغطي كل عنصر من هذه العناصر جانبا من جوانب الحماية المطلوبة فتتكامل هذه العناصر حتى توفر الحماية وفي حال فقد أي منها سيكون هناك خلل أمني، وللمحافظة على أمن البيانات في التطبيق أو النظام يجب أن تتوفر خمسة عناصر هي:

#### **1- إحترام الخصوصية (Privacy):**

تعبّر عن حق المستهلك الإلكتروني في عدم نشر أو بثّ بياناته الشخصية التي تتعلق بتعاملاته أو بحياته الخاصة، ويتم ذلك بداية من طلبه كلمة السر خاصة به عند تسجيل حساب على الموقع الرئيسي الخاص بالبنوك التجارية والمعاملات الخاصة ببطاقات الدفع الإلكترونية. وهناك عدة حلول تكنولوجية يُجرى إستخدامها لتحقيق عملية خصوصية البيانات والمعلومات الشخصية للمستهلك.

من المفروض أن سياسة الخصوصية هي تبني وتعزيز ثقة الزبون في المتجر الإلكتروني، ومستوى هذه الثقة يؤثر في حجم ونوعية البيانات التي يحصل عليها المتجر الإلكتروني، والمستهلك لا يقدم بياناته ومعلوماته إلى المتاجر الإلكترونية

1- الإتحاد الدولي للإتصالات (ITU)، دليل الأمن السبراني للبلدان النامية، طبع في جنيف سويسرا 2009، ص 101.  
على الموقع: <https://itu.int/ITU-D/cybe/publication/2007/cgdc> - Website: <https://itu.int/ITU-D/cybe/publication/2007/cgdc> - تم الإطلاع على صفحة الويب بتاريخ: 2019/02/02.

إلا من أجل الحصول على قيمة، حيث أن المتجر الإلكتروني يسعى إلى الحصول على البيانات والمعلومات الدقيقة ذات المصدقية، ولا يتحقق هذا إلا بتحقيق ثقة الزبون في المتجر الإلكتروني.

### 2- سرية البيانات (Confidentiality):

إن سرية البيانات الشخصية والسرية الرقمية هي من حقوق الإنسان الأساسية، فهي تعني الحفاظ على سرية البيانات وتدفق المعلومات والمعاملات والخدمات أو الإجراءات التي تجري في الفضاء السيبراني ومنع الوصول إلى البيانات إلا من الأشخاص المصرح لهم فقط.

وتعني أيضا الحفاظ على المعلومات والبيانات من أن يُطلع عليها، حيث يمكن تنفيذ السرية عن طريق مراقبة النفاذ والتشفير. حيث أن التشفير يساعد على حماية البيانات أثناء تخزينها أو معالجتها أو عند نقلها عبر وسائل الإتصال.<sup>1</sup>

### 3- التكنولوجيا المستخدمة (Technology Used):

يعني الخدمة التي من خلالها يمكن الحفاظ على المعلومات والبيانات من التعديل أو الحذف أو الإضافة أو إعادة التركيب أو التوجيه طالما أنها إلكترونية، وهذا بفضل دقة الأنظمة المعالجة لها وسلامتها من التلاعب أو التغيير ويتطلب ذلك أن تعمل الأجهزة والبرامج وأنظمة الشبكات بإنسجام تام للمحافظة على المعلومات والبيانات ومعالجتها ونقلها ومراقبتها، وهذا الأمر من المفروض أن يولد الثقة لدى المتعامل. وللحيلولة دون التلاعب، يلزم وجود طريقة للتصديق على أنها لم تتعرض للتعديل أثناء الحزن أو النقل.

بالإضافة إلى سلامة ومثانة البنية التحتية من خلال وجود المعدات التكنولوجية والأجهزة الفنية التي توفر الحماية التقنية ضد الأعطال والقصور في الموارد الأصلية وغالبا ما تعمل هذه المكونات بشكل آلي دون التدخل البشري.

### 4- التوافر والديمومة (Availability):

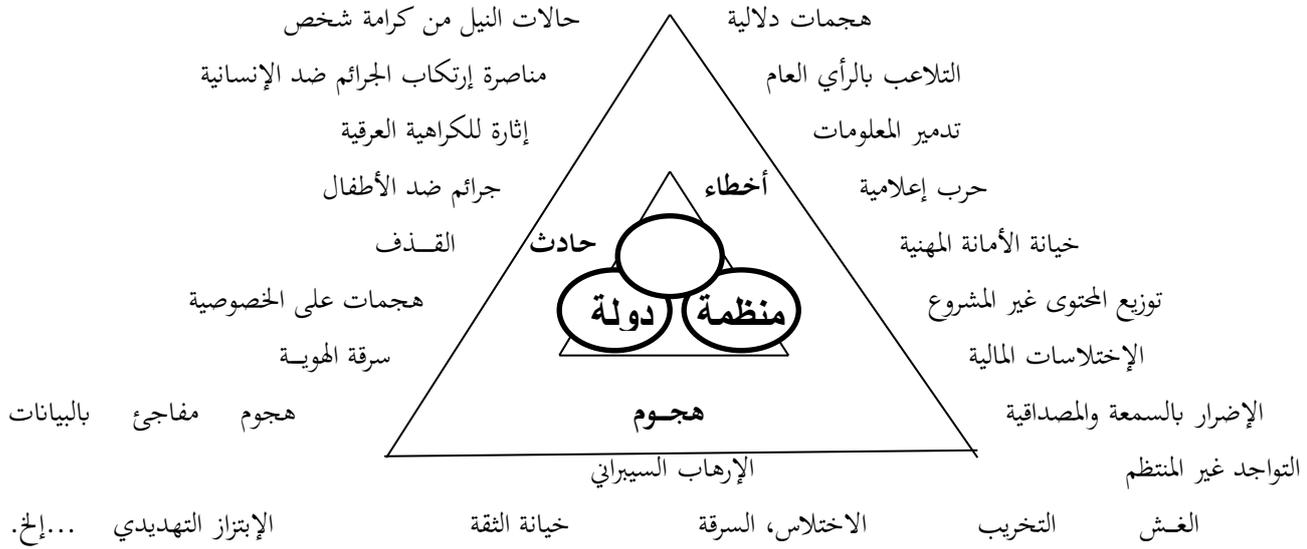
خدمة التوافر هي الخدمة التي تحمي النظام ليبقى متاحا دائما وهي موجهة خصيصا إلى أي خلل أو هجوم يمكن أن يؤدي إلى عدم التوافر، ومن الأمثلة على ذلك هجوم الفيروسات وهجمات حجب الخدمة أو منعها (Denial of Service-DoS) ويتطلب هذا في غالب الأحيان الحماية المادية التقنية، والهدف العام من عنصر التوافر والديمومة هو أن تكون الشبكة والأجهزة والأنظمة والبرامج والخدمات متاحة في جميع الأوقات التي يحتاج إليها المستخدم لتأمين توافر الخدمات والنظم والبيانات، يجب تحديد الأحجام المناسبة لنظم البنية التحتية، وتوفير الإدارة التشغيلية للموارد والخدمات. بمعنى بقاء البيانات متوفرة للمستخدم وإمكانية الوصول إليها في أي وقت وعدم تعطل ذلك نتيجة لخلل في أنظمة إدارة قواعد البيانات أو وسائل الإتصال.

1- د. ذيب بن عايض القحطاني، أمن المعلومات، دار قابس للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2015، ص 91.

5- تتبع الأثر\* (Traceability):

هي الخدمة التي من خلالها تضمن عدم إنكار أي شخص قام بتصرف ما متصل بالبيانات أو مواقعها على سبيل المثال: إذا منحت جهة معينة صلاحية لجهة أخرى لشراء منتج معين ثم أنكرت بعد ذلك أنها منحت هذه الصلاحية فإن خدمة عدم الإنكار ستكشف ذلك، بمعنى توفر قدرة إثبات وقوع العملية التفاعلية. وكذلك قدرة الاستدلال على الفاعل وإمكانية الإقتفاء والقابلية للمراجعة لتحديد المسؤولية، كما يفترض مسبقا وجود آليات للتحقق من العمليات والإجراءات الإلكترونية في أوقات وتواريخ معينة عن طريق إلحاق بصمة التاريخ والوقت ويسمى هذا بقابلية التدقيق لدى النظام.<sup>1</sup>

ثانيا: مستويات الأمن السيبراني:



شكل رقم : (02): مستويات الأمن السيبراني.

المصدر: الإتحاد الدولي للاتصالات (ITU)، نفس المرجع السابق، ص 8.

يوضح الشكل رقم: (02) أن للأمن السيبراني ثلاثة مستويات بداية من أمن الفرد إلى أمن المنظمة وصولاً إلى أمن الدولة حيث هناك تهديدات ومخاطر متزايدة تخلفها إستخدامات التكنولوجيا الحديثة خاصة تلك المرتبطة بإستعمال الإنترنت كما هي واضحة في الشكل، فموضوعنا اليوم يتحدث عن الأمن السيبراني للبيانات المتعلقة بالمستهلك الإلكتروني (الفرد) يعني المستوى الأول في المثلث، وما يحيط به من مخاطر وتهديدات (تدمير المعلومات والبيانات،

(\* نقول الأثر: لأن البيانات المعالجة إلكترونياً تخزن على هيئة نبضات كهربائية في دوائر إلكترونية مجمعة، أو تخزن على أشرطة أو أسطوانات مغطاة، فيقوم الجاني بنسخها على دعائم أخرى دون أن يترك ذلك أثراً. إلا إذا تم إتخاذ إجراءات دفاعية صارمة على الإستنساخ.

1- المرجع نفسه، ص 22.

التخريب، سرقة أو إنتحال الهوية، السرقة، الاختلاس المالي، الغش، توزيع المحتوى غير المشروع، خيانة الثقة... الخ) وبهذا قد بات لزاما إعتقاد سياسة أمنية تضع مسألة توفير الأمن السيبراني على رأس الأولويات والإستراتيجيات.

### الفرع الثالث: محاور إستراتيجية الأمن السيبراني ووسائل حماية البيانات:

#### أولاً: محاور إستراتيجية الأمن السيبراني:

##### 1- الجانب القانوني والتنظيمي:

يتعلق بتعزيز وتحيين بصفة مستمرة الأطر القانونية التي تضمن التطور المتعلق بإستعمال تكنولوجيا الإعلام والإتصال وتأمين منظومات الإعلام بالإضافة إلى ضمان الفعالية والتناسق للأعمال الإلكترونية من خلال تأطير مجموعة من الآليات الوظيفية والتنظيمية من خلال:

- أطر قانونية مناسبة لردع الجريمة السيبرانية.
- إدارة فعالة لمواجهة المخاطر التقنية والسيبرانية.
- سياسات لخلق الثقة في الفضاء السيبراني.

##### 2- جانب الموارد البشرية:

يتجلى نجاح مجال الأمن السيبراني بجاهزية وتكوين المورد البشري وكفائته العالية في الأجهزة والبرمجيات ونظم المعلومات والتقنيات وهندسة البنى التحتية والشبكات وتحكمه في الإنترنت ومواجهة الثغرات والتحديات.

- وجود سلطات قضائية وشرطية متمرسة بالتكنولوجيات الجديدة والقادرة على التعاون مع نظيراتها في الخارج.
- تحفيز ثقافة وطنية للأمن السيبراني.

##### 3- الجانب التقني:

يتعلق بمدى كفاءة الأجهزة والوسائل المستعملة، مع ضمان اليقظة عن الكشف والرد عن الهجمات السيبرانية من خلال:

- وجود بنى أساسية للبيانات والمعلومات الدقيقة والأمنة (مضمونة ومتوفرة ومستمرة).
- أدوات وتقنيات لتحقيق الأمان مثل (التشفير، التصديق، جدار النار...) والثقة في التطبيقات والخدمات المقدمة (المعاملات التجارية والمالية، الصحة الإلكترونية، الحكومة الإلكترونية... الخ وفي التدابير الموضوعية لحماية الحقوق لا سيما فيما يتعلق بسرية البيانات الشخصية.<sup>1</sup>

1- بوكشة محمد، إستراتيجية الجزائرية للأمن والدفاع في الفضاء السيبراني، مجلة الدراسات الإفريقية وحوض النيل، العدد 3، المجلد الأول، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، سبتمبر 2018، ص 115.

### ثانياً: وسائل حماية البيانات الشخصية من مخاطر الفضاء السيبراني:

لتحقيق الأمن السيبراني وحماية البيانات الشخصية، لابد من توفر وسائل تقنية وقانونية:

#### I) الوسائل التقنية:

من أبسط أنواع وسائل الحماية المستخدمة كلمات السر والبطاقات الذكية والوسائل البيولوجية كإستخدام البصمة ورفرفة العين، وإستخدام المفاتيح المشفرة مثل الأقفال الإلكترونية ووضع برامج مضادة للفيروسات ووضع أنظمة تكشف الإختراقات وتعالجها، وعمل نسخ إحتياطية للبيانات بعد الإنتهاء من كل عمل، وإستخدام أنظمة قوية لتشفير البيانات ونشر الوعي بين المستخدمين لشبكة الإنترنت، فقد تكون كل هذه وسائل من أجل ضمان عدم وصول أي شخص إلى البيانات والمعلومات، فوسائل الحماية هذه وفرت الكثير من الأمن للمؤسسات والشركات التي تعتمد على الإنترنت وعلى الأجهزة والأنظمة الإلكترونية مثل البنوك والجامعات والمؤسسات الأمنية.

#### أ- التشفير (Encryption):

ما يسمى بـ: (Codage) هو العملية التي من خلالها يتم تحويل المعلومات والبيانات المقروءة إلى إشارات غير مفهومة (Inintelligibles)<sup>1</sup> بإستخدام برنامج خاص قبل نقلها عبر الشبكة، على أن يتم فك رموزها ببرنامج مماثل عند إستقبالها من جانب المرسل إليه، فالتشفير هو وسيلة لحماية أمن المعلومات والبيانات ضد أعمال القرصنة وبث الفيروسات والإعتداء.

لذلك إتفقت شركتا ماستر كارد وفيزا كارد على تقنيات فنية مشتركة (التشفير) لحماية التسويق الذي يتم عبر شبكة الإنترنت بإستعمال بطاقات الإئتمان الممغنطة Credit Cards.

#### ب- التصديق (التوقيع) الرقمي (Digital Authentication):

يُعد وحدة أساسية لتحقيق أمن المعلومات والبيانات، فهو عبارة عن ملف رقمي صغير مكون من بعض الحروف والأرقام والرموز الإلكترونية تصدر عن إحدى الجهات المتخصصة والمعترف بها حكومياً ودولياً ويطلق عليها الشهادة الرقمية (Digital Certificate) وتخزن فيها جيمع بيانات الشخص وتاريخ ورقم الشهادة ومصدرها، وعادة ما يسلم مع هذه الشهادة مفتاحان أحدهما عام والآخر خاص، أما المفتاح العام هو الذي ينشر في الدليل لكل الناس والمفتاح الخاص هو توقيع الشخص الإلكتروني.

- هي ليست كما يعتقد البعض بأنها ما هي إلا توقيع باليد ولكنها مصورة رقمياً، ولو كانت كذلك لأصبح بإمكان أي شخص أن يصور أي توقيع ويدعي بأنه صاحب التوقيع.

- هي شهادة رقمية تصدر عن أحد الهيئات المستقلة تميز كل مستخدم.

1-Goliard F, Télécommunication et réglementation française du cryptage, DChron, 1998, p 120.

- يمكن إستخدامها في إرسال أي وثيقة أو عقد أو تعهد أو إقرار، وتعتبر قانونية.
- الوثائق والعقود التجارية المذيلة بالتوقيع الإلكتروني لا تحتاج إلى المصادقة من كاتب عدل أو أي جهة أخرى، لأنها صادرة أساسا من جهة معترف بها.

### ج- البصمة الرقمية (Hash Value):

جاءت لتحل مشكلة التعامل مع المعلومات والبيانات طويلة الرسالة، فالبصمة الرقمية هي: "سلسلة قصيرة وثابتة الطول من البتات (Byte) \* تشكل بصمة فريدة لكل رسالة" ومعنى ذلك حين الإتصال بالإنترنت فالبصمة الرقمية تترك علامة لا يمكن محوها من الفضاء الإلكتروني.

### د- جدار النار (Faire Wall):

هو نظام أو مجموعة من الأنظمة التي تعمل على تقوية السيطرة إلى الوصول عند إستخدامها كجدار ما بين إثنين من شبكات العمل، وغالبا ما يستخدم لعمل حدود ما بين الأنترنت الداخلي الخاص بالشركة مع الإنترنت.<sup>1</sup>

### ذ- البرامج المضادة للإعتداءات الإلكترونية (Programs):

تعرف أيضا بإسم الكيان البرمجي وهي عبارة عن مجموعة أو سلسلة من التعليمات والأوامر تتحكم وتشرف على منظومة الحواسيب والشبكات، وهو إجراء حمائي منها ما هو على مستوى الفرد ومنها ما هو على مستوى المؤسسات المالية ومنها ما هو على مستوى الدولة،<sup>2</sup> حيث في موضوعها هذا سنتناول ما هو:

**على مستوى المؤسسات المالية:** مثلا قامت العديد من البنوك بتطبيق برنامج الشبكة العصبية أو Neero Net، وهو أحد برامج الكمبيوتر الذي يمكنه مراقبة كافة العمليات التي تتم بإستخدام البطاقات الخاصة بالبنك سواء كانت مغطنة أو ذكية، وإكتشاف العمليات المشبوهة إلكترونيا. بالإضافة إلى العديد من البرامج الفعالة الخاصة بالحواسيب والشبكات مثل: Macafee، PcCline، Norton antivirus، برنامج Down 2000 Lock، برنامج Alert 99 Internet، برنامج الجدار الناري Fire Wall، برنامج SSL المسمى بـ Netscape... إلخ<sup>3</sup>

إلا أن وسائل الحماية الفنية التقنية لا تكفي وحدها لحماية المعلومات والبيانات، الأمر الذي يدعونا إلى بحث إمكانية إضفاء هذه الحماية عن طريق القانون والقضاء، وهذا ما سنتطرق إليه أيضا:

(\*) البتات (Byte): هي وحدة معلومات رقمية في الحاسوب وفي الإتصالات، تتكون في العادة من 8 بت وهو إما الصفر أو الواحد في الحاسوب.

1- د. ذيب بن عايض القحطاني، نفس المرجع السابق، ص 108.

2- د. طارق إبراهيم الدسوقي عطية، الأمن المعلوماتي، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2015، ص 581.

3- د. علاء عبد الرزاق محمد السالمي، شبكات الإدارة الإلكترونية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص 289.

### II) الوسائل القانونية:

إن النصوص القانونية المبتغاة لحماية المعلومات والبيانات هي السبيل جد مهم لمعالجة القصور التشريعي الواضح حالياً، والقاصر عن المواجهة الفعالة الرادعة أمام النشاط الإجرامي المنتهك لنظم أمن المعلومات والبيانات، حيث أخص المشرع الجزائري تنظيم الجرائم السيبرانية بقوانين عامة وخاصة، فتمثلت القوانين "العامة" فيما يلي:

#### II-1/ الوسائل القانونية العامة:

#### II-1-1/ الوسائل القانونية المحلية:

أ- الدستور الجزائري: كفل دستور 1996 وكذا التعديل الطارئ عليه سنة 2016، حماية الحقوق الأساسية والحريات الفردية وذلك عن طريق أهم المبادئ الدستورية في مواده:

المادة 38: الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن مضمونة.

المادة 44: حرية الإبتكار الفكري والفني والعلمي مضمونة للمواطن. حقوق المؤلف يحميها القانون.

ب- القانون الجنائي: حصر الإجرام السيبراني بتحديد كل الأفعال غير المشروعة التي تعد من قبيل الجريمة السبرانية، تنطبق على تلك التصرفات التي توصف على أنها جرائم مرتكبة عن طريق تكنولوجيا المعلومات.

ج- قانون العقوبات: لقد إستدرك المشرع الجزائري في السنوات الأخيرة الفراغ القانوني في مجال الجريمة الإلكترونية نسيباً، حيث تمخض عنه إصدار القانون: 04-15 المتضمن تعديل قانون العقوبات وذلك بتخصيص الفصل السابع مكرر للمساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات.<sup>1</sup> ليصدر في 2009 القانون رقم 04-09 المتضمن القواعد الخاصة للحماية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها.<sup>3</sup> بالإضافة إلى ذلك تدعمت الإجراءات القانونية بآلية تقنية جديدة تتمثل في صدور قانون: 03-16 المؤرخ في: 19/06/2016 المتضمن البصمات الجنائية في الإجراءات الجزائية لتحديد هوية الأشخاص وتعزيز الجهات القضائية بأربعة محاكم خاصة (الجزائر، وهران، قسنطينة، ورقلة) لتسهيل التحريات<sup>2</sup>

د- قانون الإجراءات: الإجراءات التي يجب إتخاذها على الصعيد الوطني، والتي تخدم التحريات الجنائية التي ترتكب عن طريق المنظومة المعلوماتية، وجمع الأدلة ذات الطابع الإلكتروني. فهناك صعوبات عدة في مجال مكافحة الإجرام السيبراني مثلاً: تحديد هوية مرتكب الجريمة، وكذا: ضياع البيانات الإلكترونية التي يمكن نقلها أو تعديلها أو محوها في ثواني معدودة، فمثلاً يستطيع الشخص الذي يتحكم في البيانات أن يستخدم المنظومة المعلوماتية بمحوها مدمراً بذلك جميع الأدلة التي يقوم عليها التحقيق الجنائي، لذا تعتبر في أغلب الأحيان السرعة والسرية من المكونات الأساسية لنجاح التحريات.

1- بارة سمير، الدفاع الوطني والسياسات الوطنية للأمن السيبراني في الجزائر : الدور والتحديات، الملتقى الدولي حول سياسات الدفاع الوطني، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، الجزائر، 2017/01/31، ص 429، ص 431.

2- جمال بوزادية، الإستراتيجية الجزائرية في مواجهة الجرائم السيبرانية الآفاق والتحديات، مجلة العلوم القانونية والسياسية الجزائر، المجلد 10، العدد 01، أبريل 2019، ص 17.

3- عاقلية فضيلة، الجريمة الإلكترونية في القانون الجزائري والقانون المقارن، المؤتمر الدولي الرابع: الجريمة الإلكترونية، لبنان، 2017، ص 127.

## II-2/ القوانين الخاصة:

تمثل القوانين "الخاصة" التي أقرها المشرع الجزائري في مجال الجريمة السيبرانية:

### أ- قانون البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية:

حيث نصت عدة مواد منه فيما يخص المجال السيبراني، المادة: 87 نصت على سهولة إجراءات التحويلات المالية إلكترونيا والمادة 84 على استعمال حوالات الدفع الإلكترونية والمادة: 105 على إحترام المراسلات والمادة: 127 بجزاء كل من يفتح أو يخرب بريد إلكتروني.

ب- قانون التأمينات: نص هذا القانون على تنظيم الجريمة الإلكترونية من خلال مؤسسات وهيئات الضمان الإجتماعي وذلك في عدة نصوص تخص البطاقة الإلكترونية.

### ج- القانون الخاص بالوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها:

جاء هذا القانون منظما للجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وكل ما له علاقة بالمنظومة المعلوماتية.<sup>1</sup>

- في هذا الإطار أعلن وزير العدل السابق بالجزائر السيد/ طيب لوح في ندوة صحفية أن قطاعه يحضر لمشروع قانون متعلق بمحاربة الجريمة الإلكترونية، مؤكدا ضرورة "تكييف التشريع الجزائري مع التطورات التكنولوجية الجديدة".<sup>2</sup>

## II-1-2/ الوسائل القانونية الدولية:

الأمن السيبراني هو مسألة عابرة للحدود، كما أن تشريعات حماية البيانات الشخصية على المستوى الدولي لها إطار عالمي تحت غطاء الحريات الشخصية وشرعية حقوق الإنسان الصادرة عن الأمم المتحدة سنة 1948 التي أقرت في المادة 12: "حق الشخص بعدم التعرض الإعتباطي لخصوصيته وحقه في حفظ كرامته وحقوقه الفردية. ويندرج في هذا السياق الاهتمام في أنحاء العالم والتعاون الدولي القضائي على المستوى الإجرائي الجنائي وبين أجهزة الشرطة في الدول المختلفة عن طريق إنشاء مكاتب متخصصة مثل الإنتربول (Interpol)\* من أجل التنسيق بينها لضبط وتوقيف وتسليم المجرمين السيبرانيين الذين يتجاوزون حدود الدولة في جميع الجرائم وحتى تلك الإلكترونية التي تمس بالمعلومات والبيانات الشخصية، بالإضافة إلى المساعدة المتبادلة لأغراض التحقيق وجمع القرائن الإلكترونية للعمل الإجرامي، ولذلك أُبرمت العديد من الإتفاقيات الدولية في مجال التعاون الدولي من أجل مكافحة الإجرام السيبراني.<sup>3</sup>

(\* ) منظمة بوليسية دولية أنشأت سنة 1923 تحت إسم اللجنة الدولية للبوليس الجنائي وتضم 160 دولة كأعضاء فيها.

1- عاقل فاضلة ، نفس المرجع السابق ، ص ص (130-132).

2- الموقع الإلكتروني لوكالة الأنباء الجزائرية <http://www.aps.dz/ar>، الجرائم الإلكترونية، وزير العدل السابق بالجزائر السيد: طيب لوح، يوم: الأربعاء، 2018/03/28، 15:15، تم الإطلاع على صفحة الموقع بتاريخ: 2019/02/07.

3- مراد ماشوش، الجرائم الاقتصادية وسبيل مكافحتها -الجهود الدولية لمكافحة الإجرام السيبراني، دكتوراه في القانون العام الإقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة غرداية، الجزائر، سنة 2017/2016، ص 190.

### الفرع الرابع: تحديات الأمن السيبراني:

التحديات التي يطرحها الفضاء السيبراني، مصدرها العالم الحقيقي حيث الأشخاص والخدمات التي تستخدم الإنترنت، فالأمن السيبراني يمس أمن الثروة الرقمية والثقافية للأفراد والمنظمات والدول، بل إن التحديات التي ينطوي عليها ذلك معقدة ويحتاج التصدي لها ضرورة توافر الإرادة السياسية اللازمة لتصميم وتنفيذ إستراتيجية لتطوير بنى تحتية وخدمات رقمية بمعنى إستراتيجية أمن سيبراني متماسكة وفعالة وقابلة للتحقق منها ومن إدارتها. كما يجب أن تكون الإستراتيجية جزءاً من نهج متعدد التخصصات (تفاعل عدة قطاعات)، مع وجود حلول جاهزة على المستوى التقني والقانوني والإداري والتنظيمي، فأمن البنية الأساسية الرقمية له تحدي جدهام يتمثل في بناء ثقة المستخدم أو المتعامل أو المستهلك الإلكتروني وتوليد النمو الإقتصادي المرغوب فيه، والذي يفيد المجتمع كافة.

إن تملك زمام رصيد المعلومات الرقمية، وتوزيع السلع الغير الملموسة، وسد الثغرة الرقمية كلها مشاكل ذات طبيعة إقتصادية وإجتماعية تستلزم شيئاً أكثر من مجرد إتباع نهج وحيد البعد وتكنولوجي بحث تجاه الأمن السيبراني.<sup>1</sup>

### المطلب الثاني: ثقة المستهلك الإلكتروني

إن النمو السريع في استخدام التكنولوجيا الحديثة وشبكة الإنترنت يحمل العديد من الفرص والمزايا التنافسية لكافة منظمات الأعمال بصفة عامة وللبنوك بصفة خاصة، فالعمليات عبر الإنترنت والعلاقات المتبادلة بين الأطراف تتطلب وجود عامل الثقة، فما مفهوم هذا الأخير وما أبعاده؟

### الفرع الأول: ماهية الثقة (Confidence):

\* **المعنى اللغوي:** ورد مفهوم الثقة في المعاجم العربية تحت كلمة (وثق به، يثقُ بك ثقةً إذا إئتمنك).

\* **المعنى الإصطلاحي:** هي الشعور الإيجابي الذي يملكه الفرد تجاه الطرف الآخر من حيث ثقته بقيامه بالأعمال والأفعال المتفق عليها.

كما ركز بعض الباحثين في تفسير مفهوم الثقة على أنها درجة إيمان وتقبل الفرد للقرارات والسياسات التي تضعها إدارة المنظمة، والتي تقوم بتنفيذها وإدارتها بشكل عادل لجميع الأطراف.<sup>2</sup>

ولتوضيح أكثر لمفهوم "الثقة" تعرضنا لما تطرق إليه بعض باحثي التسويق، كما هو موضح في الجدول التالي رقم (02):

1- الإتحاد الدولي للاتصالات (ITU)، نفس المرجع السابق، ص 7.

2- Héla Chérif- Benmiled, **La confiance en Marketing**, Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne, 2012, p5 .

جدول رقم: (02): مفاهيم " الثقة " من منظور بعض باحثي التسويق.

مفهوم الثقة	إسم الباحث
تحدث الثقة عند إمتلاك طرف ما ثقة (Confidence) في أمانة وصدق شريك التبادل.	<b>Morgan and Hunt (1994)</b>
الثقة في التاجر على الإنترنت هي رغبة أحد الأطراف لجعل نفسه عرضة لأعمال الطرف الموثوق فيه وفقا للشعور بالأمان والضمان والموثوقية.	<b>Gefen (2000)</b>
الثقة هي التقييم الشخصي لأحد الأطراف بأن الطرف الآخر سيؤدي عملية معينة وفقا لتوقعه في بيئة تتسم بعدم التأكد.	<b>Ba and Pavlou (2002)</b>
الرغبة للإعتماد على أمانة وقدرة وخصائص الشخص الموثوق فيه وقراره حتى ولو كانت النتيجة غير معروفة حاليا.	<b>Salo and Karjaluoto(2007)</b>

- المصدر: سيد ماهر بدوي عبد الله، أثر ثقة العميل في المؤسسة المصرفية على قبوله التعامل المصرفي عبر الإنترنت، رسالة ماجستير إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة القاهرة، مصر، 2013، ص ص (57-58).

❖ نستنتج من خلال التعاريف السابقة أن: الثقة هي توقعات طرف معين أنه يمكن الإعتماد على طرف آخر في تحقيق نتائج مرغوبة .

### الفرع الثاني: أهمية الثقة:

- للثقة أهمية جد كبيرة في عمليات التبادل سواء بالنسبة للمؤسسة أو للعميل نستخلصها كما يلي:
- توفير الإرتياح في العمل والقرارات.
- تجعل علاقة التبادل مع الشريك طويلة ودائمة.
- الثقة مفتاح نجاح العلاقات التجارية لا سيما تلك التي تتميز بدرجة عالية من المخاطر حيث يمكن إعتبارها كشبكة أمان.
- الفائدة الرئيسية من الثقة هي رضا العميل ومن ثم ولاءه الذي يؤدي بدوره إلى علاقة بعيدة المدى.
- من غير الممكن تقييم الخدمة قبل الإستهلاك الفعلي وهذا ما يجعل الثقة عامل قرار ذو قيمة<sup>1</sup>.

### الفرع الثالث: أبعاد الثقة:

للثقة ثلاثة أبعاد وفقا لتصنيف (Sheppard and Sherman) سنة (1998) هي كالآتي:

- 1- **الموثوقية (Reliability):** تشير الموثوقية إلى إدراك صاحب الثقة أن الموثوق به سيلتزم بمجموعة من مبادئ أو قواعد التبادل المقبولة لدى صاحب الثقة خلال وبعد عملية التبادل، فالموثوقية المدركة تغرس الثقة في سلوك الموثوق به

1- Chris Halliburton, **The Role of Trust in Consumer Relationships**, ESCP Europe Business School,2010, p 2-4.

وتخفف تصورات الخطر.

في المجال الإلكتروني تشير قواعد الموثوقية إلى: أولاً إجراءات المعاملات الإلكترونية، ثانياً سياسات خدمة العملاء بعد الصفقة، ثالثاً استخدام الشركة للمعلومات والبيانات الخاصة بالمستخدم.

**2- الكفاءة (Competence):** هي مجموعة المهارات والقدرات والخصائص التي تمكن طرف ما أن يكون له تأثير داخل مجال معين، فمجال القدرة يكون محددًا لأن الموثوق به يمكن أن يكون لديه كفاءة بدرجة عالية في بعض المجالات الفنية، وتكفل أن يثق الشخص في المهام المرتبطة بهذه المجالات، وبالتالي فإن الثقة تكون محددة المجال Domain Specific. وقد اعتبر الباحثون متغير الكفاءة كعنصر ضروري للثقة.

وتشير الكفاءة لإدراك صاحب الثقة لقدرات ومعارف الموثوق فيه البارزة في السلوك المتوقع، هذه المدركات ربما تكون معتمدة على الخبرة السابقة أو الشهادات المؤسسية.

وفي المجال الإلكتروني إدراك كفاءة الشركة أو المؤسسة يعتمد على إعتقادين مرتبطين هما: أولاً ما إذا كانت الشركة أو المؤسسة كفاء (لديها خبرة ومهارة) بدرجة كافية لأداء السلوك المقصود وثانياً ما إذا كانت الشركة أو المؤسسة لديها فرص الحصول على المعارف اللازمة لأداء السلوك بشكل مناسب أو ملائم. وبالتالي الكفاءة تكون محددة المجال، فالموثوق بهم المهرة في مجال معين ينظر إليهم بأنهم لديهم كفاءة أو خبرة قليلة في المجالات الأخرى.

**3- النفع (Benevolence):** يُشير إلى أن الموثوق به يكون محسناً لصاحب الثقة حتى وبعد إنتهائه من تقديم الخدمة، فالنفع يُقدم إيمان وإيثار في العلاقة ويُقلل من عدم التأكد والميل للحذر من السلوك الإنتهازي المضاد، وفي المجال الإلكتروني قد يكون مكلف جداً تصميم الخدمات الخيرة أو النافعة، ففي مثل هذه الظروف يجب على المؤسسة الخيرة أن تعمل على: (1) إبداء التعاطف والقبالية نحو إهتمامات وحاجات المستخدمين، (2) عمل جهود بحسن نية لحل مشاكل المستخدم.

### الترابط بين الأبعاد الثلاثة للثقة:

إن الموثوقية، الكفاءة والنفع كلها عوامل هامة للثقة، وكل منها قد يختلف بشكل مستقل عن الآخر ولكن هذا لا يعني أنها عوامل ليست مرتبطة ببعضها، فهذه العوامل كمجموعة تبدو أنها تفسر جزءاً كبيراً من الجدارة بالثقة (Trustworthiness)، وإدراك صاحب الثقة أن الموثوق به تتوافر فيه هذه العوامل بدرجة عالية فيمكن القول بأن هذا الشخص جدير بالثقة تماماً.<sup>1</sup>

1- سيد ماهر بدوي عبد الله، نفس المرجع السابق، ص 79.

### الفرع الرابع: العوامل المفسرة للثقة في البحوث التسويقية:

إهتمت البحوث التسويقية كثيرا لعنصر الثقة كمتغير تسويقي مهم في بناء العلاقة بين المؤسسة والمستهلكين، حيث ظهرت تيارات فكرية تركز على المتغيرات المفسرة للثقة لما تكتسيه معرفة هذه العوامل من أهمية لدى المسوقين في سبيل كسب ثقة المستهلكين، تُظهر الدراسات أن هناك أربع أنواع للعوامل المفسرة للثقة وهي:

- 1- **العوامل المرتبطة بالمؤسسة:** هي السمعة الحسنة للمؤسسة، الحجم الكبير للمؤسسة، خبرة المؤسسة، الإستثمارات الخاصة بالمؤسسة، سلطة أو قوة المؤسسة، الرضا: نادرا الدراسات التي تناولت العلاقة بين الرضا والثقة، وقد اختلف الباحثون في كون الرضا هو مصدر للثقة أم أن الثقة هي مؤشر للرضا، وعلى العموم فقد أُعتبر الرضا مؤشر للثقة وهو شعور ينبثق من الإحساس بالراحة والأمان.
- 2- **العوامل المرتبطة بالبائع:** قدرات وإمكانيات البائع العالية، تماثل البائع والزبون من خلال العلاقة الشخصية، خصائص شخصية البائع، تصرفات البائع من خلال تبادل المعلومات.
- 3- **المتغيرات المرتبطة بالمستهلك:** التعود أو الإعتياد، الرضا: كلما زاد رضا المستهلك عن منتج ما زادت ثقته.
- 4- **العوامل المرتبطة بالمنتج:** الخبرات والتجارب السابقة مع المنتج/العلامة، الجودة أو صورة الجودة للعلامة.

### المطلب الثالث: مفهوم رضا المستهلك الإلكتروني

إن دراسة سلوك المستهلك للخدمة المقدمة يمثل المحور الأساسي في البحوث والدراسات التسويقية التي تقوم بها المؤسسة ذلك وأنه يعتبر نقطة الارتكاز التي تدور عليها أنشطة المؤسسة، كما أن رضا المستهلك يعد أكثر المعايير أهمية خاصة عندما يكون توجه المؤسسة نحو التطوير وهنا تحتاج المؤسسة إلى تحديد ما إذا كان المستهلكون راضون على الخدمة التي يتلقونها أم لا، فهي في بحث دائم عن الوسائل التي تمكنها من تحسين مستوى الرضا وكذا الإجابة عن حالات عدم الرضا لدى المستهلك ومعالجتها، حيث أصبح على المؤسسة أن لا تكتفي بتحقيق رضا المستهلك فقط بل عليها أن تقيسه للتعرف على درجته، ولأجل ذلك إعتمدت أساليب لقياس رضا المستهلك (البحوث الكمية والكيفية).

### الفرع الأول: تعريف رضا المستهلك الإلكتروني وأهميته:

#### أولا: تعريف المستهلك الإلكتروني:

هو: "كل من يحصل بواسطة التعاقد بالوسائل الإلكترونية على سلعة أو خدمة بمقابل أو بدون مقابل إشباعا لحاجته الشخصية أو حاجات الآخرين"<sup>1</sup>.

1- ثماني محمد عبد الرحمان فقيه، التسويق الإلكتروني وأثره على إتجاهات الأسرة الإستهلاكية في عصر المعلوماتية، رسالة ماجستير، قسم السكن وإدارة المنزل، كلية التربية للإقتصاد المنزلي، جامعة أم القوي السعودية، السعودية، 2013، ص 69.

المستهلك الإلكتروني هو: "الشخص الذي ينتقي ويشتري السلع والخدمات ومن ثم يستهلكها لإشباع حاجاته ورغباته عن طريق التعاقد بالوسائل الإلكترونية الحديثة".<sup>1</sup>

### ثانياً: تعريف الرضا (The satisfaction):

تسعى أي منظمة إنتاجية كانت أم خدمية إلى تحقيق رضا زبائنها، ذلك لأنها وجدت أصلاً من أجل تلبية حاجاتهم ورغباتهم من خلال تقديمها للمنتجات أو الخدمات، لذا تطرق أغلب الباحثين إلى هذا المفهوم كما يلي في الجدول الآتي:

جدول رقم: (02): مفاهيم " الرضا " وفق وجهة نظر بعض باحثي التسويق.

إسم الباحث	التعريف
Ahonen, 2000.	هو مقياس له مكانته في ثقافة المنظمة يمتد تأثيره ليشمل التحسينات المستمرة لكافة أنشطتها. <sup>2</sup>
Smart, 2001.	الرضا يمثل قدرة المنظمة على جذب الزبائن، فهو يمثل شعور المستهلك بالسرور والارتياح عند مقارنة أداء المنتج الفعلي الذي حصل عليه، مع توقعاته التي يحملها عن هذا المنتج من قبل، فإذا كان أداء المنتج أقل من التوقعات، فإن المستهلك يكون غير راضٍ، أما إذا كان أداء المنتج أعلى من التوقعات، فإن المستهلك يكون مسروراً وراضياً عن المنتج. <sup>3</sup>
kotler, Gary, 2005.	هو الشعور الإنساني بالسعادة أو خيبة الأمل المتولد من المقارنة بين أداء المنتجات أو الخدمات مقارنة مع توقعاته. <sup>4</sup>
Wilson et al, 2008.	هو تقييم الزبائن لمنتج أو خدمة من جهة ما إذا كان هذا المنتج يلي احتياجاتهم وتوقعاتهم ويشبعها. <sup>5</sup>

المصدر: ديماء رضوان شاهين، دور العلامة التجارية في تحقيق رضا المستهلكين، رسالة ماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية الإقتصاد الثانية جامعة تشرين، سوريا، 2013/2014، ص 57.

❖ نستنتج من خلال التعاريف السابقة أن: الرضا هو الحالة التي تتفوق فيها نتائج الخدمة المقدمة للمستهلك على توقعاته مما يؤدي ذلك إلى إعادة الطلب لنفس الخدمة.

1- خلود حسن الحارمي، علاقة السلوك الإستهلاكي للمراهقين ببعض التغيرات الأسرية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم السكن وإدارة المنزل، كلية التربية للإقتصاد المنزلي، جامعة أم القوي السعودية، السعودية، 2006، ص 29.

2- Ahonen, paula, **Customer Satisfaction Development**, Center National Land Suwey of Finland (Mm) Box, 2000,p84.

3- Smart, **Customer Satisfaction** : Prentice Hall, city University of New york, 2006, P1.

4- Kotler, P; Gary, A. **Marketing, An Introduction**, Prentice Hall,7th ed, New Jersey,Gray Armstrong, Carolina, 2005,p17

5 -Wilson A, Zeithaml V, Bitner M, Gremier D, **Services marketing** : integrating customer focus across the firm. First European Edition. Mc Graw Hill, UK., 2008.

كما عُرّف رضا العميل المصرفي على أنه: " قدرة المصرف على الإشباع المستمر لحاجات العميل و رغباته، وتحديد مدى قبوله للخدمات المصرفية، ووسائل تقديمها".<sup>1</sup>

### ثالثاً: أهمية رضا المستهلك:

يمكن تلخيص أهمية رضا المستهلك بالنقاط الآتية:

- 1- المستهلك الراضي عن خدمات المنظمة يشعر بالإستقرار النفسي من خلال تعامله مع هاته المنظمة وهذا مهم.
- 2- الرضا يوفر الحافز لدى المستهلك ليكون وفياً وأكثر ولاءً الذي يتعامل معه.
- 3- بمرور الوقت يصبح المستهلك الراضي وسيلة إعلانية للسلعة أو الخدمة ويساهم في تكوين قناعة ورضا لدى مستهلكين آخرين ومرتبين من خلال الإخبار والإعلام عن السلعة المميزة.
- 4- المستهلك الراضي عن الخدمة يكرر عملية الشراء، مما يعني تكرار تعاملاته، وبالتالي نشوء علاقة إتصال دائمة.
- 5- يحقق رضا المستهلك أهداف المنظمة، والتي تتمثل بالربحية من خلال الإحتفاظ بالعملاء، وزيادة المبيعات من خلال كسب عملاء جدد، وتخفيض التكاليف التسويقية من خلال الكلمة المنقولة إيجابياً عن المنظمة.
- 6- المستهلك الراضي سوف يتغاضى عن الأخطاء البسيطة، بل أنه سوف يساعد المنظمة في حل هاته المشكلات أو الأخطاء، ويقوم بإعلامها عن أي مشكلة أو خطأ محتمل الوقوع.<sup>2</sup>
- 7- الرضا هو مقياس جودة الخدمة المقدمة.

### الفرع الثاني: مستويات وخصائص الرضا:

#### أولاً: مستويات الرضا:

- من خلال ما تقدم، يتضح أن رضا المستهلك هو حالة من مستويات التوقعات والأداء المدرك وهناك ثلاث مستويات:
- \* أداء المنتج أكبر من التوقعات: فإنه سوف يشعر برضا عالي ← هنا المستهلك أقل ميلاً للتحويل إلى منافس آخر
  - \* أداء المنتج يساوي التوقعات: فإنه سوف يشعر برضا متوسط ← هنا المستهلك قابل للتحويل إلى منافس آخر في حال كانت خدماته أكثر جاذبية بالنسبة للعميل.
  - \* أداء المنتج أقل من التوقعات: فإنه سوف يشعر بعدم الرضا ← هنا المستهلك يمكن أن يقوم بالإستغناء عن الخدمة أو ترك إنطباع سلبي عن الخدمة في ذهنه.<sup>3</sup>

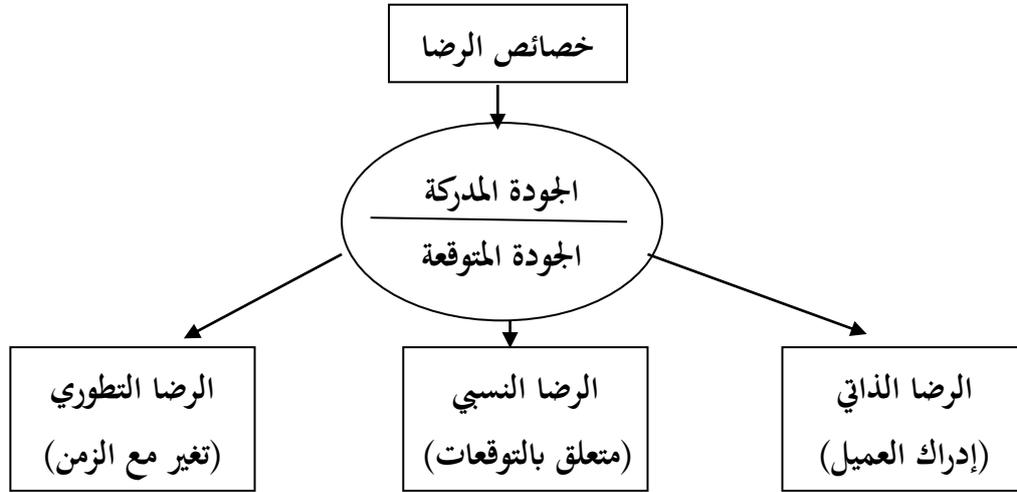
1- العدوان عبود صالح أحمد، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الأداء - دراسة على المصارف التجارية الأردنية، أطروحة دكتوراه، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن، 2015، ص 112.

2- محمد منصور أبو جليل وآخرون، سلوك المستهلك وإتخاذ القرارات الشرائية، دار الحامد، عمان، الأردن، 2013، ص 132.

3- سمير محمود العيسى، العلاقة بين عناصر التسويق الداخلي ورضا العملاء في المصارف الإسلامية، دراسة ميدانية على البنك العربي الإسلامي الدولي في مدينة الزرقاء - الأردن، رسالة ماجستير، تخصص التسويق، كلية الدراسات العليا جامعة الزرقاء الأردن، 2017/2018، ص 42.

ثانياً: خصائص الرضا:

الشكل رقم: (03): خصائص الرضا.



المصدر: بوسطة عائشة، "أثر التسويق بالعلاقات في تحقيق جودة خدمة العملاء"، رسالة ماجستير غير منشورة، علوم تجارية، جامعة الجزائر، 2010/2011، ص 97.

توضيح خصائص الرضا كالاتي:

**1- الرضا الذاتي:** يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين أساسيين هما: طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة، والإدراك الذاتي للخدمة المقدمة من جهة أخرى، حيث إنّ العميل يحكم على الخدمة من خلال توقعاته الشخصية، وليس على أساس جودة الخدمة؛ لذا فإن العميل لا يحكم على الخدمة بشكل واقعي وموضوعي، فالعميل الذي يحكم على الخدمة بأنها أفضل من المنافسين قد يراها عميل آخر أقل جودة، لذلك على المنظمة أن تقدم خدماتها بما يتوافق مع حاجات العملاء وتوقعاتهم، وبهذا تستطيع تحقيق رضا عملائها.

**2- الرضا النسبي:** لدى كل عميل تقدير نسبي خاص به، والعميل يقوم بالمقارنة من خلال نظرتة لمعايير السوق من حيث: طبيعة المنتجات المطروحة، وأسعارها، وخصائصها، ومنافعها؛ فعلى الرغم من أن الرضا ذاتي، إلا أنه يتغير وفقاً لظروف البيئة المحيطة، وفي حال تلقي عميلين للخدمة نفسها في البنك، يكون تقييمهما لها مختلفاً، وذلك كون توقعات كل منهما مختلفة عن الآخر حول الخدمة، وهذا الأمر يوضح أنه ليس من الضرورة أن تكون الخدمات الأفضل هي الأكثر بيعاً، بل إنّ المعيار هنا توافق الخدمة مع توقعات العميل، ومدى تلبيتها لإحتياجاته بالشكل الذي يرضيه.

**3- الرضا التطوري:** رضا العميل يتطور عبر الزمن من خلال مستوى التوقع من جهة ومستوى الإدراك من جهة أخرى، وذلك وفقاً للتطور الحاصل في رغباته وتغيُّرها، أو لوجود خدمات جديدة، أو بسبب المنافسة الشديدة بين المنظمات.<sup>1</sup>

1- خنفر مصطفى، دور العلامة التجارية في تحقيق ولاء المستهلك - دراسة حالة مؤسسة جازي الجزائرية ومؤسسة موبيليس السعودية، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2012.

### الفرع الثالث: السلوكيات الناجمة عن الرضا أو عدم الرضا:

#### أولاً: السلوك المشترك عن حدوث الرضا:

- 1- سلوك تكرار الشراء: بالرغم من أن البعض يُعرف سلوك الولاء بأنه تكرار للشراء ولكن في الحقيقة هناك فرق بينهما من حيث أن سلوك تكرار الشراء يكون بدون الإلتزام بشراء نفس الخدمة في كل مرحلة شراء، أما الولاء فهو الإلتزام بشراء نفس الخدمة في كل مرحلة شراء.
- 2- سلوك التحدث بكلام إيجابي: التحدث بكلام إيجابي أحد أهم سلوكيات ما بعد الشراء، فالرضا يُعد مقدمة هامة لسلوك التحدث الإيجابي عن الخدمة، وعليه يمكننا القول أن التحدث بكلام إيجابي يُمثل وسيلة إتصال مجانية ذات فعالية لما تتميز به من مصداقية لأنها ناتجة عن تجربة نتجت عنها صورة إيجابية تنتقل من الفم إلى الأذن مباشرة.
- 3- سلوك الولاء: يعد سلوك الولاء أحد السلوكيات المترتبة على الرضا وهو يتميز بأنه إلتزام عميق بتكرار الشراء وإعادة التعامل على الدوام من الخدمة المفضلة في المستقبل.

#### ثانياً: السلوك المترتب عن حدوث عدم الرضا:

- 1- سلوك الشكوى: يعد سلوك الشكوى رد فعل يحدث نتيجة عدم الرضا الذي يشعر به العميل عن الخدمة بسبب وجود أخطاء عن تقديم الخدمة مثل: التأخير في تسليم السلعة أو تقديم الخدمة لمن يطلبها العميل، عدم توفير ما يطلبه العميل في الوقت والمكان المتفق عليه.
- 2- غياب رد الفعل: هناك عملاء لا يجذبون فكرة تقديم الشكاوي أي لا يكون لهم سلوك رد الفعل، وهنا تكون المنظمة معرضة لخطر فقدان العميل.
- 3- التحول عن التعامل مع الآخرين: تحول العميل رد فعل سلوكي ناتج عن حدوث عدم الرضا عن الخدمة مما ينتج عنه حالات هروب العملاء، لذا يجب تشخيص الأسباب الحقيقية لذلك من أجل القضاء على هذا التحول<sup>1</sup>.

### الفرع الرابع: أساليب ونموذج قياس الرضا:

#### أولاً: أساليب قياس الرضا المستهلكين:

قياس رضا المستهلكين هو تلك الجهود المنهجية التي تقوم بها المنظمة للوقوف على مدى رضا مستهلكيها، عما تقدمه لهم من خدمات وبرامج بهدف إجراء التعديلات المؤسسية والبرامجية اللازمة بحيث تصبح أكثر إستجابة لإحتياجات وتطلعات أفراد المجتمع والقاعدة الشعبية التي تخدمها.

1- حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، أطروحة دكتوراه في البنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة أبو بكر بلقايد- تلمسان، الجزائر، 2014، ص 156.

كما أنه يمكن قياس رضا المستهلكين بعدة أساليب، وهي كالآتي:

- القياسات الدقيقة - القياسات الكيفية (النوعية) - القياسات الكمية

### 1) القياسات الدقيقة:

لا تتعلق هذه القياسات بتحليل سلوك الرضا أو عدم الرضا لدى المستهلك في حد ذاته، بل تتعلق بدراسة وتحليل العناصر المرتبطة بنشاط المؤسسة والتي تتأثر بنواتج حالات الرضا أو عدم رضا للمستهلكين لكن الأبحاث ركزت على ما هو أكثر أهمية في نشاط المؤسسة، والتي يرون أنها أكثر ارتباطاً وتأثيراً بمستويات الرضا أو عدم الرضا وهي كالآتي:

أ. **الحصة السوقية:** إن قياس الحصة السوقية يعتبر سهلاً وممكنًا، إذا كانت مجموعة العملاء أو تجزئة السوق محددة، فهناك من يقيس هذه الحصة بتحديد عدد العملاء، إلا أن نجاح هذه الحالة يكون في المدى القصير لما يكون هدف المنظمة نمو رقم أعمالها، المرودية، عوائد رأس المال المستخدم مقابل تقديم أسعار تنافسية أي أن عدد العملاء لا يُعبر حقيقة عن الحصة السوقية.

ب. **معدل الإحتفاظ بالعملاء (أقدمية العملاء):** يمكن قياس معدل الإحتفاظ بالعملاء من خلال معدلات نمو مقدار النشاط المنجز مع العملاء الحاليين، كما قد يكون هذا القياس بصفة نسبية أو مطلقة وهي تعبر عن العملاء الذين إحتفظت المنظمة بعلاقات دائمة معهم.

ت. **جلب عملاء جدد:** من أجل نمو مقدار النشاط تبذل المنظمة قصار جهدها لتوسيع قاعدتها من العملاء. إن التقدم في هذا المجال يقاس بصفة مطلقة أو نسبية كما قد يُعبر عنه بعدد العملاء الجدد أو بإجمالي رقم الأعمال المنجز من العملاء الجدد.

ث. **المرودية:** يمكن حساب المرودية من خلال قياس الربح الصافي الناتج عن كل عميل أو صنف من العملاء.

ج. **عدد المنتجات المستهلكة من قبل العميل:** إذا كان العميل يقتني أكثر من منتج للمنظمة في ظل سوق غير إحتكارية فهذا خير دليل على أنه راض عن المنظمة ومنتجاتها.

ح. **تطور عدد العملاء:** يمكن إعتبار عدد العملاء كأداة للتعبير عن رضاهم، فإن كان عدد عملاء المنظمة في تزايد هذا يعني أن المنتجات أو الخدمات تلي توقعات العملاء مما ينتج عنه الشعور بالرضا. وهذا الشعور يؤثر بالإيجاب على عدد العملاء المرتقبين من خلال الصورة الجيدة المنقولة لهم عن المنظمة ومنتجاتها وبهذا تسمح بجلب عملاء جدد مع الإحتفاظ بالحاليين.

### 2) القياسات الكيفية:

كون القياسات الدقيقة لم تكن تتعلق بدراسة سلوك العميل في حد ذاته بل تقوم على تقديرات لمتغيرات لا تفسر حقيقة حالة الرضا أو عدم الرضا لدى العميل، ظهرت ضرورة التقرب من العميل وتحليل سلوكه بشكل مباشر لمعرفة حوافز ومعوقات الرضا لديه، وهذا من خلال:

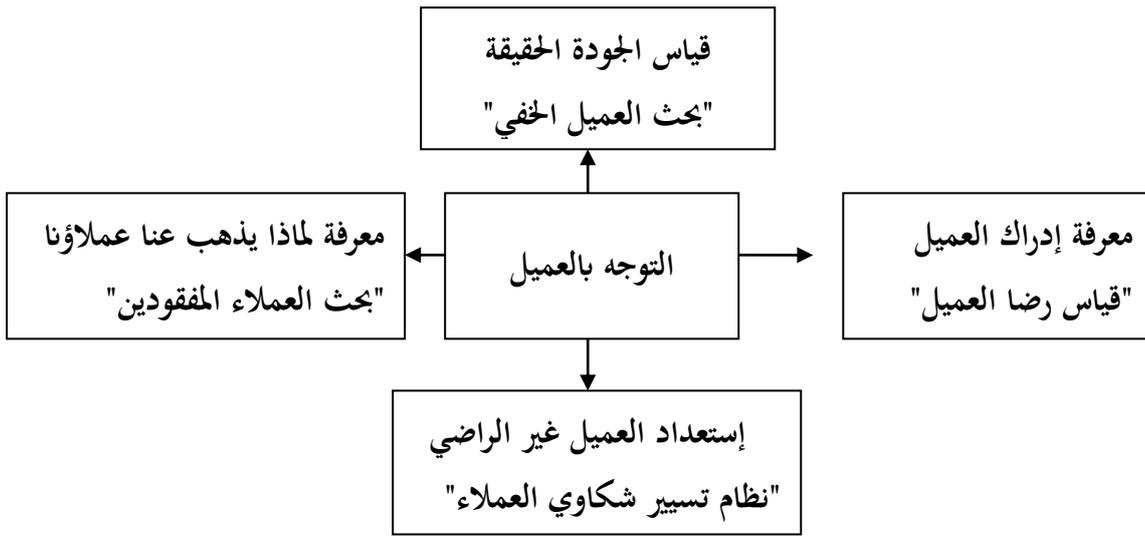
أ. **شكوى العميل:** هي من أهم العناصر التي تمكن من قياس رضا العميل، فالمنظمة تقوم بتحليل شكاوي العملاء للتعرف على مستوى الخدمة المقدمة، ويكشف هذا التحليل على المعايير التي يستخدمها العملاء لحكمهم عن جودة الخدمة والتي تساعد المنظمة في التغلب على المشاكل التي لا تعرفها وفي رسم السياسات في تحسين هذه الجودة.

ب. **بحوث العملاء المفقودين:** وهذا عن طريق الإتصال بالعملاء الذين تحولوا عن التعامل مع المنظمة وتحليل أسباب توقفهم ومحاولة إزالة هاته الأسباب ومحاول تقليل معدلات فقداهم، ويعتبر بحوث العملاء المفقودين من الدراسات التي قلما تطبق في الواقع.

ت. **بحوث العميل الخفي:** هي تقنية يستعان بها في مجال الخدمات والتوزيع لقياس رضا العميل، حيث يركز على الإتصال بأحد الأشخاص ليقوم بدور العميل ويطلب منه كتابة تقرير عن كل إنطباعاته السلبية والإيجابية، كما أنها تسمح بإختبار رد فعل الموظفين.

لا تعتمد المنظمة على بحوث العميل الخفي لقياس رضا العميل مباشرة، وإنما للكشف عما إذا كانت المنظمة تُوفر شروط وظروف تحقيق مستوى الرضا.

الشكل رقم: (04): قياس الرضا.



المصدر: عتيق خديجة، "أثر المزيج التسويقي المصرفي على رضا العملاء"، دراسة ميدانية للبنوك العمومية والأجنبية بتلمسان، رسالة ماجستير، تخصص تسويق دولي، تلمسان، الجزائر 2012، ص 146.

### 3) القياسات الكمية:

تسمح الدراسة الكمية بتوفير معلومات لكنها غير كافية للمنظمة فهي تسمح لها بفهم ظاهرة ما أو سلوك معين صدر عن العميل، كأسباب الرضا وأسباب عدم الرضا، هذه المعلومات تم جمعها في مقابلة عينة غير دقيقة وغير ممثلة للمجتمع، تمنح للمنظمة مجال للإستجابة، لكن بناء إستراتيجية موجهة وصحيحة يتطلب تصميم هذه المعطيات (السلوكيات، الإعتقادات... إلخ) حيث يمر البحث الكمي بالمرحلة التالية:

3-1/ تحديد أهداف الدراسة: تتمثل فيما يلي:

- قياس أهمية كل مزيج تسويقي في المنظمة.
- قياس مستوى الرضا المتعلق بعناصر المزيج التسويقي الأكثر أهمية.
- قياس الرضا الكلي للعينة عن أداء المنظمة.

3-2/ العينة وطريق اختيارها: لمعرفة رأي مجتمع الدراسة يجب إستجواب كل شخص، وهذا ما يعرف بالإحصاء الشامل، وإذا يتطلب وقت كبير وتكلفة أكبر، لذلك على المنظمة إعداد بحث عن طريق سبر الآراء بحيث تكون النتائج المتحصل عليها ممثلة للمجتمع وذلك من خلال العينة:

يجب أن يكون حجم العينة أكبر أو يساوي 30، وأن لا يكون في العينة إنحراف.

- يهدف القياس الكمي إلى بناء إستراتيجية من خلال إعطاء الصفة الكمية للظاهرة وتحديد التوجهات والسلوكيات.

3-3/ طرق الإستقصاء: قبل إعداد إستبيان الدراسة الكمية يجب تحديد الطرق التي سيتم بها إستقصاء عناصر العينة، فنوع الأسئلة التي سيتضمنها الإستبيان وطرق صياغتها وعددها يجب أن يتناسب مع طريق الإستقصاء ونميز بين ثلاث طرق أساسية للإستقصاء وهي:

أ. المقابلات الشخصية: تتميز عن الأنواع الأخرى بكونها تحقق ميزتين هما:

- قدرة المقابلة على فهم وتحليل سلوك الفرد المقابل بصورة كبيرة بسبب الإتصال المباشر.
- إستخدام كل من المقابل والمقابل لحواسه كاملة خلال عملية جمع البيانات الأمر الذي يوفر درجة أكبر من الشمول والإحاطة بكل جوانب الموضوع قيد الدراسة، بالرغم من هذا فهي مكلفة.

ب. الإستقصاء بالهاتف: يتميز بما يلي:

- عدم وجود المستجوب وجها لوجه يمنحه حرية أكبر في الإجابة والتعبير.
- إلغاء مشكل المسافات والبعد في الإتصال ببعض عناصر العينة.
- تتميز هذه الطريقة بالسرعة وتكلفة أقل مقارنة بالمقابلة، وكذا معدل الإجابات فيها مرتفع.
- إلا أن الإستقصاء بالهاتف يتميز ببعض العيوب منها:

- مدة الإستقصاء قصيرة ولا تسمح بطرح القدر الكافي من الأسئلة.
- يتعذر في بعض الحالات الحصول على أرقام المستجوبين ومنهم من لا يملك هاتف أصلا.
- يتطلب الإستقصاء بالهاتف أسئلة بسيطة وموجهة.

ت. الإستبيان الإداري (البريد المباشر): يتم إعداد قائمة بالأسئلة في شكل إستبيان يوجه للعميل ليقوم بملئه على إنفراد دون تدخل المستجوب، ليتم إرسال الإستبيان عن طريق البريد أو الإنترنت أو التسليم باليد، تتميز هذه الطريقة وهي الأكثر إستعمالا في مجالات المنتجات واسعة الإستهلاك بالنظر إلى حجم العينة الذي يكون كبيرا وبالتالي

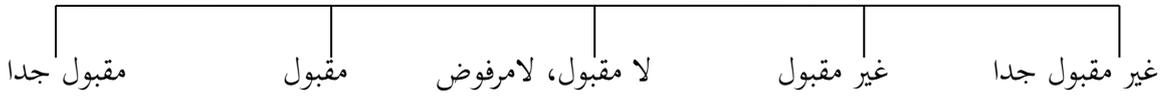
الطريقتين السابقتين تصبح مكلفة، وعيب هذه الطريقة يكمن في طول المدة التي تستغرقها إضافة إلى انخفاض معدل الإجابات.<sup>1</sup>

3-4/ إعداد الاستبيان: يتم صياغة قائمة الأسئلة التي يتضمنها الاستبيان، ويجب مراعات مبادئ الصياغة التالية:

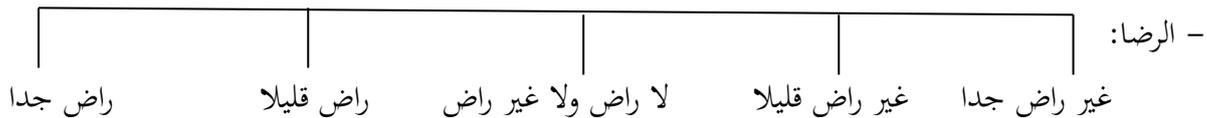
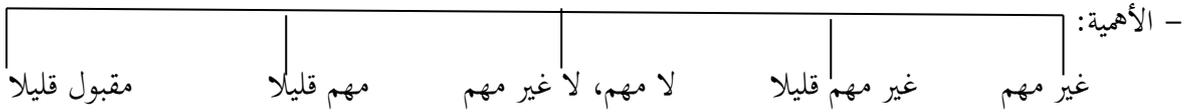
- يجب أن يكون السؤال مفهوم وخالي من التعقيد، مع قدرته على تحقيق الهدف منه.
  - تجنب التحيز في طرح الأسئلة، وتجنب توجيه المستجوب إلى إجابات معينة.
  - إمتلاك المستجوب للمعلومة اللازمة للإجابة.
- أ. أسئلة الاستبيان: للاستبيان نوعين من الأسئلة، الأسئلة المغلقة الدقيقة (تقدم مجالاً للاختيار بين عدة إجابات) والأسئلة المفتوحة (العكس) تتعلق عادة بالبحث عن إجابات كمية، وهي أسئلة سلوكية وأسئلة لقياس الإعتقادات والموافق.

ب. سلم القياس: هو عبارة عن أسئلة مغلقة بإجابات متدرجة وغير متدرجة وفق سلم معين يعتمد في قياس الإعتقادات والموافق يسهل تحليل ودراسة المعلومات التي تم جمعها ووضعها في قالب كمي، يتعلق السلم بقياس الأهمية وقياس الرضا وندرج فيما يلي القياسات:

ب-1/ سلم ليكارت **Lekert**: سلم متدرج يهدف إلى قياس درجة القبول أو عدم القبول بخمس درجات مُرتبة بشكل تصاعدي كالآتي:



ب-2/ سلم **Verbal**: يتشابه في أساسه مع سلم **Lekert**، بغرض بناء السلم نستعمل كلمات لتعيين درجة الإعتقاد المدروسة، ففي قياسات الرضا المفاهيم المدروسة هي الأهمية والرضا:



1- عبدات سليمة، تسويق الخدمات البنكية وأثره على رضا الزبون، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (وكالة 458 البويرة)، رسالة ماجستير، جامعة العقيد أكلي محمد أولحاج، البويرة، الجزائر، 2012/2011 ص 61.

ب-3/ السلم الرقمي للتنقيط **Numérique de notation**: يطلب إعطاء علامة من 10 للتعبير عن قوة إعتقاده فيما يخص الخاصية أو مستوى رضاه عن أداء المنظمة ويتضمن من خمس إلى عشر درجات.



بإسقاط سلم التنقيط على سلم القيم المعنوية نجد:

1 : غير راض جدا و 10: راض جدا

ب-4/ سلم **Ordinale**: يطلب من المجيب الترتيب على أساس تفضلي أو الأهمية لقوة إعتقاده فيما يخص العوامل المعطاة.

ب-5/ سلم **Simalto** (التوقيتي): يستعمل غالبا في المقابلات الفردية وليس في الاستبيان الإداري، يسمح بمقارنة أداء المؤسسة بالمنافسين.

إضافة إلى الأسئلة وسلم القياس، يتضمن الاستبيان مقدمة وخاتمة:

- مقدمة: تتضمن شرح أسباب الدراسة والهدف منها، وتستعمل أحيانا للقضاء على بعض التخوفات التي يمكن أن تمنع العميل من الإجابة، كالتعهد بالسرية والحفاظ على المعلومات الشخصية.
- خاتمة: تتضمن كلمة شكر للمجيب على تعاونه وتسجيل بعض الإنطباعات الخارجة عن موضوع الاستبيان.

3-5/ **تجميع البيانات**: بعد القيام بالمقابلات أو الإتصالات الهاتفية أو جمع الاستبيانات الموزعة، يكون المستجوب قد تحصل على كم معين من المعلومات الخام، والتي تحتاج إلى دراسة ومعالجة إحصائية لإستعمالها كمادة جاهزة لصناعة القرار.

3-6/ تحليل البيانات وعرضها: يتم تحليل البيانات إنطلاقا من طبيعة الإجابة، إن كانت كيفية فهي تحتاج إلى تحليل المضمون وفهم جيد للإجابة، أما إذا كانت الأجوبة الكمية فنعمد على الطرق الإحصائية بإستخدام برامج متطورة مثل: SPSS، EViews، AMOS... الخ.<sup>1</sup>

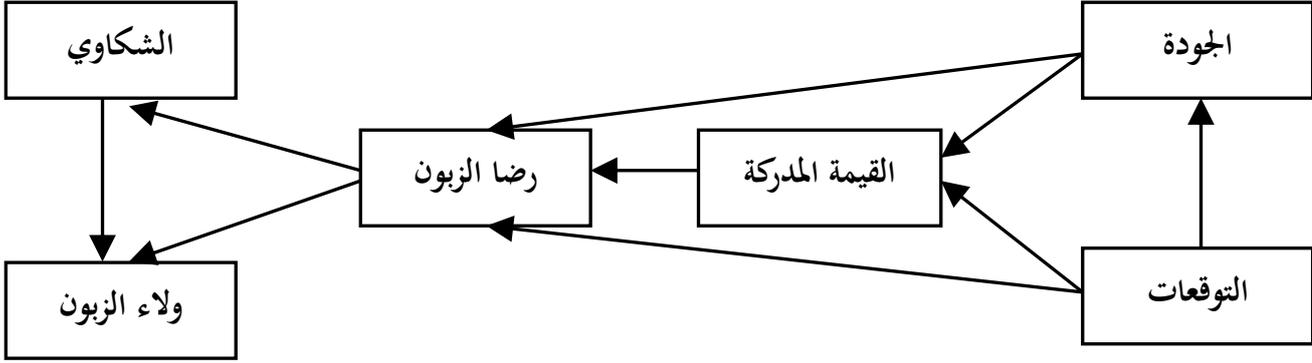
### ثانيا: نموذج قياس الرضا:

من النماذج المهمة في هذا الصدد النموذج الأمريكي لقياس رضا الزبون (ACIS) وقد تم تطوير هذا النموذج منتصف التسعينات من طرف الباحثين الأمريكيين في التسويق.

حسب هذا النموذج، أنه كلما كانت الجودة والتوقعات كبيرين: عندها تكون القيمة المدركة كبيرة تؤدي إلى رضا الزبائن، وفي الجانب الآخر كلما كان رضا الزبون كبيرا: عندها تنخفض شكاوي الزبائن، وهذا النموذج يشرح العلاقة بين شكاوي الزبائن ورضاهم، كما هو موضح في الشكل الموالي:

1- د. عتيق خديجة، واقع التسويق المصرفي في البنوك وأثرها على رضا العملاء، دار خالد اللحاني للنشر والتوزيع، مكة، السعودية، 2016، ص ص (197-202).

الشكل رقم: (05): النموذج الأمريكي لقياس الرضا (ACIS)



المصدر: بوزيان حسان، أثر جودة الخدمات على رضا الزبون، مجلة الرؤى الإقتصادية، قسنطينة، العدد 6 جوان 2014، ص 67.

من خلال الشكل رقم (05) : نلاحظ العناصر الثلاثة التي تسبق رضا الزبون وتتمثل في:

- 1- الجودة المدركة: هو المحدد الأول لرضا الزبون وتتمثل في التقييم السوقي المحدد (المقدم إليه الخدمة) لتجربة الإستهلاك الأخير، وتتوقع أن يكون لها تأثير مباشر وإيجابي على رضا الزبون.
- 2- القيمة المدركة: هي المحدد الثاني لرضا الزبون، وتتمثل في المستوى المدرك لجودة المنتج نسبة إلى السعر المدفوع.
- 3- توقعات الزبون: تكون التوقعات في مرحلة ما قبل التجربة الإستهلاكية والتي تتضمن بعض المعلومات المجربة مثل: (الإشهار، الكلمة المنطوقة)، وكذا التوقعات عن قدرة المؤسسة في تقديم جودة في المستقبل.<sup>1</sup>

1- المرجع نفسه، نفس الصفحة.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية

المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية (Literature review).

سنتناول في هذا المطلب بعض الدراسات باللغة العربية لها علاقة بموضوع الدراسة.

الفرع الأول: دراسة د. طويطي مصطفى، د. بوداود بومدين (2018)

بعنوان: "نمذجة العلاقة السببية بين جودة الخدمة المدركة وقيمة الزبون بما يعزز رضاه إتجاه المؤسسة"، هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثير المباشر لجودة الخدمة المدركة برضا الزبون وغير المباشر بواسطة إسهام قيمة الزبون في التأثير على الرضا، وذلك من خلال نمذجة العلاقة السببية بينهما، فكانت الدراسة الميدانية على عينة زبائن القرض الشعبي الجزائري CPA بولاية غرداية، حيث تم الإعتماد على عينة عشوائية من (247) من خلال توزيع الإستبانة عليها، كما إتبع الباحثين المنهج الوصفي بأسلوبه الكيفي لتوضيح المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة والأسلوب الكمي بنمذجة العلاقة السببية وفقا للبيانات المحل عليها من عينة الدراسة، بإستخدام البرنامج الإحصائي Smart PLS.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: وجود تأثير مباشر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المدركة: (الجوانب المادية الملموسة، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان والتعاطف) في تحقيق رضا الزبون عند مستوى دلالة 0,05، كما أن هناك تأثير مباشر لجودة الخدمة المدركة على قيمة الزبون، وأن هذا الأخير له تأثير مباشر في تحقيق رضا الزبون، كما تم التوصل إلى وجود تأثير غير مباشر لجودة الخدمة المدركة على تحقيق رضا الزبون بجودة قيمة الزبون كمتغير وسيط. خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات المهمة للقائمين على قطاع الخدمات المصرفية بالجزائر، تتمثل بضرورة إيلاء عناية خاصة بجودة خدماتها المدركة لتحقيق رضا زبائنها لاسيما أبعاد التعاطف والأمان مما يشعر الزبون بقيمة أكبر ويحقق ولاءه الدائم، الإهتمام بقيمة الزبون في ظل التطور الكبير الحاصل في المجال التسويقي المركز على القيم بإعتبارها عائدا إستثماريا طويل الأجل يحقق تنافسية عالية، ضرورة الإصلاحات العميقة للمنظومة المصرفية الجزائرية في مجال جودة الخدمات المصرفية المدركة بما يكسبها قوة تنافسية ويحسن من صورتها من خلال تفعيل القيمة المدركة للزبون.<sup>1</sup>

الفرع الثاني: دراسة العتيبي عبد الرحمن بن بجاد شارع (2017)

بعنوان: "دور الأمن السيبراني في تعزيز الأمن الإنساني"، هدفت الدراسة إلى قياس وتحليل مدى توفر الأمن السيبراني بشركة أرامكو السعودية فرع منطقة الرياض، من خلال جاهزية عمالها في هذا المجال، حيث أن عدد مجتمع الدراسة 820 عامل وتم تجميع البيانات من خلال توزيع إستبانة على عينة عشوائية بلغ حجمها 400 عامل بالحاسوب الآلي في مجال الأمن السيبراني بشركة أرامكو موزعين على 12 محطة، حيث إتبع الباحث المنهج الوصفي معتمدا على

1- د. طويطي مصطفى، د. بوداود بومدين مقال بعنوان: " نمذجة العلاقة السببية بين جودة الخدمة المدركة وقيمة الزبون بما يعزز رضاه إتجاه المؤسسة" - دراسة ميدانية على عينة زبائن القرض الشعبي الجزائري CPA بولاية غرداية، مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد 08، العدد 15 مكرر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير مستغاثم، الجزائر، ديسمبر 2018، ص 108-133.

التحليل وإختبار الإستبانة والمقابلة لجمع المعلومات اللازمة من الموظفين والقادة، مع تحليلها بإستخدام (SPSS). توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن الإجراءات الفنية أو التقنية لحماية الفضاء السيبراني للشركة متوفرة بدرجة كبيرة، حيث يتم قفل النظام آليا في حالة عدم إستخدامه لفترة زمنية محددة أو في حالة وجود الخطر، بالإضافة إلى إستخدام تقنيات تكنولوجية عالية كالمقاييس الحيوية (بصمة العين، الإصبع، الصوت) لمرور المصحح لهم، وأن سياسات الأمن السيبراني في الشركة متوفرة بدرجة كبيرة حيث تضمن الأنظمة آلية فعالة للإبلاغ عن أي محاولات للإختراق. خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، تتمثل بضرورة إتباع الوسائل العلمية والعملية لحفظ الأمن السيبراني للمؤسسات والشركات الحكومية والخاصة، وكذا ضرورة توحيد الجهود الإجتماعية والثقافية لبناء حصن منيع يحفظ الدولة وأمنها السياسي والإقتصادي والسيبراني، والعمل على المزيد من التعمق في دراسة مجال الأمن السيبراني والأمن الإنساني.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: دراسة يوسف بوغرة (2017)

بعنوان: " الأمن السيبراني الإستراتيجية الجزائرية للأمن والدفاع في الفضاء السايبري"، هدفت الدراسة إلى معرفة مدى فعالية الإصلاحات الجزائرية في تحقيق مستوى عالي من الأمن السيبراني في الفضاء السيبراني، حيث إتبع الباحث المنهج الوصفي من خلال عرض وتحليل نماذج من القوانين والمعاهدات الدولية بخصوص الجرائم السيبرانية، وكذا المنهج المسحي (التاريخي) بسرد بعض الوقائع والأحداث المتعلقة بموضوع البحث، والوقوف على المواثيق ذات العلاقة. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن متغير الأمن السيبراني هو بعد مفاهيمي يكتنفه الكثير من الجهود الأكاديمية لتحقيقه في العالم الافتراضي وذلك لما يواجهه من صعوبات وعوائق من بينها تباين الوسائل وتكنولوجيا الأنظمة المعلوماتية ووجود ثغرات سيبرانية (تقنية وقانونية)، وأن دولة الجزائر إستطاعت إلى حد ما وضع إصلاحات في مجال الأمن السيبراني تداركا للأخطاء والإنعكاسات المترتبة عن تفعيل الإدارة الإلكترونية وولوج العالم الافتراضي لكن ليس بصفة مطلقة نظرا للتعقيد الشائب في هذا الفضاء مع تعدد الفواعل.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات المهمة، تتمثل بضرورة تعزيز جيل من الموارد البشرية ذات كفاءة قصوى ومستوى عالي مع البقاء على إطلاع بالنماذج الحديثة لأنظمة المعلومات وتكنولوجيا الأمن السيبراني، كما أن تحقيق الأمن وإرساء الثقة في الفضاء السيبراني شرطا أساسيا لتسخير تقنيات المعلومات والإتصال في كافة مجالات التنمية (الإجتماعية، السياسية، الاقتصادية... الخ)، بالإضافة إلى أنه في عالم الأمن السيبراني لا يمكن الحديث عن ضمان تأمين مطلق للأنظمة لأن الأمر يتعلق بمسار للتطوير المستمر للأمن وبهذا كسب رهان الأمن السيبراني يستلزم تحديد مقاربة إستباقية وتفاعلية.<sup>2</sup>

1- العتيبي عبد الرحمن بن بجاد شارع، "دور الأمن السيبراني في تعزيز الأمن الإنساني" - دراسة ميدانية لمجموعة من المحطات التابعة لشركة أرامكو لتكرير النفط، السعودية، رسالة ماجستير، قسم الأمن الإنساني، كلية العلوم الاستراتيجية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، السعودية، 2017.

2- يوسف بوغرة، الأمن السيبراني الإستراتيجية الجزائرية للأمن والدفاع في الفضاء السيبراني، دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية مستغام، الجزائر 2017

الفرع الرابع: دراسة د. بن مويزة أحمد (2016)

بعنوان: "علاقة جودة الخدمة البنكية وجودة العلاقة (عميل-بنك) على رضا العملاء من خلال أبعاد الثقة والالتزام"، تهدف الدراسة إلى إظهار العلاقة بين جودة الخدمة البنكية وما تحتويه من أبعاد فنية ووظيفية وصورة ذهنية للبنك وجودة العلاقة وما تحتويه من أبعاد الثقة والالتزام وتأثيرهما على البعد الثالث ألا وهو رضا العملاء، وبالتحديد النظري للمفاهيم السابقة.

تقوم المنهجية المعتمدة من قبل الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، فكانت الدراسة الميدانية على عينة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية الأغواط، حيث تم الاعتماد على عينة عشوائية من (150) فرد من خلال توزيع الإستبانة عليها، وتم معالجة وتحليل البيانات وتنظيمها بإستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS).

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة وجودة العلاقة مع العملاء على رضا عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية لمنطقة ولاية الأغواط.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات المهمة، من بينها ضرورة الإهتمام بالتسويق البنكي وما يحمله من مضامين تنافسية لخدمة أهداف البنك، ضرورة الإهتمام ببناء والحفاظ على إستمرارية العلاقة الطويلة المدى مع العملاء لما له من أثر قوي ومباشر على رضا العملاء عن الخدمات البنكية المقدمة والذي يتحقق بما يلي: - بناء الثقة في العلاقة مع العملاء كونها تمثل المحرك الأول لبناء وإستمرار علاقاتهم مع البنك، فعدم تحقق ثقة العملاء ينعكس بالسلب على رضا العملاء ومنه تحولهم إلى المنافسين- التعهد بالالتزام بالعلاقة مع العملاء حيث يجب أن يتعهد البنك والعاملين به بالالتزام بعلاقاتهم مع العملاء، وذلك من خلال الحفاظ على إستمرار العلاقة مع العملاء على المدى البعيد والإستجابة السريعة لحاجاتهم ورغباتهم وتوفير المرونة الكافية للتعامل معهم مما يشعر العملاء بأهمية تلك العلاقة.<sup>1</sup>

المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

الفرع الأول: دراسة William Crumpler (2018)

بعنوان: "The cybersecurity workforce gap in the commercial companies" الأمن السيبراني وفجوة القوى العاملة في الشركات التجارية"، هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على التحدي الذي تواجهه الشركات التجارية في تجنيد القوى العاملة الماهرة في مجال الأمن السيبراني من أجل حماية أنظمتها ضد التهديدات الحديثة، فإتبع الباحث المنهج الوصفي مستخدما المقابلة لأرباب عمل 36 شركة تجارية في الولايات المتحدة الأمريكية.

1- د. بن مويزة أحمد، مقال بعنوان: "علاقة جودة الخدمة البنكية وجودة العلاقة (عميل-بنك) على رضا العملاء من خلال أبعاد الثقة والالتزام"، دراسة ميدانية على عينة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية الأغواط، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 16، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير جامعة سطيف1، الجزائر، 2016، ص 295-320.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن 82% من أرباب العمل يُبلِّغون عن نقص في مهارات الأمن السيبراني، و71% أن فجوة القوى العاملة تسبب أضرارا مباشرة لمنظمتهم.

خلصت الدراسة الى مجموعة من التوصيات، أهمها أن الحاجة الأكبر هي للمهنيين ذوي التدريب الفني العميق في مجال الأمن السيبراني القادرين على القيام بأدوار عالية القيمة كتصميم النظام الآمن وتطوير الأدوات وإختبار الإختراق، لذا على الشركات أن تبني علاقات مع مدربين ذو خبرة لتوصيل إحتياجات القوى العاملة وفجوات المهارات.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: دراسة Wambugu Lydiah (2015)

بعنوان:

**"Impact of Internal Marketing on Service Quality and Customers Satisfaction (A Case Study of Equity Bank, Kengeleni Branch)"**

"تأثير التسويق الداخلي على جودة الخدمة ورضا العملاء - دراسة حالة فرع بنك كينجيليني للأسهم كينيا)، هدفت الدراسة إلى معرفة أثر التسويق الداخلي على جودة الخدمة ورضا العملاء، حيث إتبع الباحث المنهج الوصفي، تكونت عينة الدراسة من الموظفين والعملاء في مصرف كينجيليني في كينيا مستخدما الإستبانة حيث وزع (25) إستبانة على موظفي المصرف و(40) إستبانة على عملاء المصرف، وتم تحليل البيانات بإستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS).

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: تقييم الموظفين لأبعاد التسويق الداخلي (التوظيف، التدريب، التحفيز، الاتصالات) إيجابيا، فضلا عن وجود أثر إيجابي كبير ذو دلالة إحصائية للأدلة المادية على رضا العملاء.

خلصت الدراسة الى مجموعة من التوصيات، أهمها ضرورة قيام إدارة المصرف بمعاملة الموظفين كعملاء، ضرورة تفعيل المشاركة بين الإدارات بهدف توليد علاقات وثيقة بين الموظفين، تدريب الموظفين لتطوير كفاءاتهم في الخطوط الأمامية.<sup>2</sup>

### الفرع الثالث: دراسة Jeffrey Esinash (2015)

بعنوان **"Factor affecting cybersecurity effectiveness in company Garmin"**

"العوامل المؤثرة في فعالية الأمن السيبراني في شركة (Garmin) الخاصة بالتكنولوجيات البحرية بأولاث كانساس بأمريكا". تهدف هذه الدراسة الى معالجة العوامل المؤثرة في الأمن السيبراني من خلال دراسة حالة الشركة بمحاولة قياس أثر السياسات الأمنية على الفاعلية الأمنية المتبعة من قبل الشركة، حيث إتبع الباحث المنهج الوصفي مستعملا الإستبيان تم توزيع 130 إستبيان على مجتمع الدراسة المستهدف المتمثل في جميع موظفي الشركة المستخدمين لأجهزة الحاسوب 2015.

1- William Crumpler, " The cybersecurity workforce gap in the commercial companies " , by the center for strategic and international studies, America, 2018.

2- Wambugu Lydiah, **Impact of Internal Marketing on Service Quality and Customers Satisfaction (A Case Study of Equity Bank, Kengeleni Branch)**", Research Journal of Finance and Accounting, vol :6, No :19, 2015.

وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها أن دعم الإدارة العليا للسياسات الأمنية للأمن السيبراني وتدريب المستخدمين وزيادة الوعي، يؤثران على فعالية الأمن السيبراني للشركة لكن بدرجات مختلفة، حيث يزداد تأثير العوامل الثلاثة بقوة مقارنة بعامل دعم الإدارة العليا.<sup>1</sup>

### الفرع الرابع: دراسة Robert Knake (2010)

بعنوان: "The impact of cyberspace threats on national security United States of America -Model-

الدراسة إلى توضيح العلاقة بين الأمن السيبراني والأمن القومي علاقة التأثير والتأثر مع إبراز إسهامات وجهود الدول وخاصة الولايات المتحدة الأمريكية في مواجهة التهديدات السيبرانية.

إتبع الباحث المنهج الوصفي من أجل تفسير ظاهرة التهديدات السيبرانية وتحديد خصائصها، وكذا وصف طبيعة العلاقة بين الأمن السيبراني في العالم بشكل عام والولايات المتحدة الأمريكية بشكل خاص، وصولاً إلى تحليل وتفسير.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: أن التهديدات السيبرانية لها طبعها التقني الخاص، إضافة إلى أنها تهديدات عابرة للحدود، تهدد سيادة الدول، وعليه فالمواجهة تكون على مستويين، الأول تقني والثاني قانوني بتعاون دولي. بالإضافة إلى أنه رغم قوة الولايات المتحدة الأمريكية سيبرانيا فهي تواجه تهديدات وصراع في الشبكات أي في الفضاء السيبراني خاصة من الصين وروسيا، بما قد يهدد أمنها القومي.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، أهمها أن إدراك أن الأمن السيبراني عنصر رئيس في الأمن القومي ككل، وله علاقة وطيدة مع قضايا التنمية السياسية والاجتماعية والإقتصادية، وضرورة إدماجه في العقيدة الأمنية للدولة، ووضع إستراتيجية سيبرانية واضحة، بالإضافة إلى ضرورة وضع وتحديث الاجهزة التقنية ومواكبة التكنولوجيا وكذا تحديث التشريعات القانونية التي تنظم وتؤطر الفضاء الإلكتروني، مع ضرورة التعاون الدولي بين جميع الفاعلين لترسيخ قواعد السلوك الجيد ونشر قيم وثقافة الفضاء السيبراني السلمي والأمن.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة والقيمة المضافة للبحث.

بغرض الكشف عن أهم أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع، قمت بإعداد جدول لتوضيح هذه المقارنة ثم بيان القيمة المضافة للبحث الحالي كما يلي:

أولاً: مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة

1- Jeffrey Esinash, "Factor affecting cybersecurity effectiveness in company Garmin", Thesis of Master of science in Cybersecurity Engineerig, Webster University, America, 2015.

2- Robert Knake, " The impact of cyberspace threats on national security United States of America -Model- ", University of California Santa barbara, America, 2010.

جدول رقم (03): أهم أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

دراسة	أوجه التشابه	أوجه الاختلاف
د. طويطي مصطفى و د. بوداود بومدين (2018)	- الدراسة في تخصص التسويق. - استخدام منهجية النمذجة الهيكلية. - تناولت الدراسة المتغير التابع: رضا العملاء. - اعتماد متغير وسيط. - إتباع المنهج الوصفي. - استخدام الاستبيان. - الدراسة تمت في بنك. - نفس بيئة الدراسة ولاية غرداية دولة الجزائر	- هدفت الدراسة إلى التعرف على التأثير المباشر لجودة الخدمة المدركة برضا الزبون وغير المباشر بواسطة إسهام قيمة الزبون في التأثير على الرضا . - المتغير المستقل: جودة الخدمة المتغير الوسيط: قيمة الزبون. - استخدام البرنامج الإحصائي (Smart PLS). - الفترة الزمنية : (2018)
العتيبي عبد الرحمن بن بجاد شارع (2017)	- تناولت الدراسة المتغير المستقل: الأمن السيبراني. - إتبع الباحث المنهج الوصفي.	- الدراسة في مجال العلوم الأمنية. - المتغير التابع للدراسة: الأمن الإنساني. - هدفت الدراسة إلى قياس وتحليل مدى توفر الأمن السيبراني بشركة أرامكو السعودية. - استخدم الباحث البرنامج الإحصائي (spss) فقط. - استخدم الباحث الإستبانة والمقابلة معا. - الدراسة في منطقة الرياض دولة السعودية. - الفترة الزمنية : (2017)
يوسف بوغرة (2017)	- تناولت متغير الدراسة : الأمن السيبراني. - الدراسة في الجزائر.	- الدراسة في مجال القانون العام. - هدفت إلى معرفة مدى فعالية الإصلاحات الجزائرية في تحقيق مستوى عالي من الأمن السيبراني في الفضاء السيبراني. - إتبع الباحث المنهج الوصفي مع المنهج المسحي (التاريخي) - الفترة الزمنية : (2017)

<p>- هدفت الدراسة إلى إظهار العلاقة بين جودة الخدمة البنكية وما تحتويه من أبعاد فنية ووظيفية وصورة ذهنية للبنك وجودة العلاقة وما تحتويه من أبعاد الثقة والإلتزام وتأثيرهما على البعد الثالث ألا وهو رضا العملاء.</p> <p>- المتغير المستقل في الدراسة (جودة الخدمة البنكية)</p> <p>- إستخدم الباحث البرنامج الإحصائي (spss) فقط.</p> <p>- الدراسة بينك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية الأغواط.</p> <p>- الفترة الزمنية : (2016)</p>	<p>- الدراسة في مجال التسويق</p> <p>- تناولت الدراسة المتغير الوسيطي (الثقة) والمتغير التابع (رضا العملاء).</p> <p>- عينة الدراسة عملاء بنك</p> <p>- إتباع المنهج الوصفي.</p> <p>- إستخدام الإستبيان.</p> <p>- الدراسة تمت في بنك.</p>	<p>د. بن مويزة أحمد (2016)</p>
<p>- الدراسة في مجال الأمن التقني.</p> <p>- هدفت الدراسة إلى إلقاء الضوء على التحدي الذي تواجهه الشركات التجارية في تحديد القوى العاملة الماهرة في مجال الأمن السيبراني من أجل حماية أنظمتها من التهديدات الخبيثة.</p> <p>- دراسات وأبحاث مركز الدراسات الإستراتيجية والدولية.</p> <p>- إستخدم الباحث المقابلة لأرباب عمل 36 شركة.</p> <p>- أجريت الدراسة بالولايات المتحدة الأمريكية.</p> <p>- الفترة الزمنية : (2018)</p>	<p>- تناولت متغير الدراسة الأمن السيبراني.</p> <p>- إتبع الباحث المنهج الوصفي.</p>	<p>William Crumpler (2018)</p>
<p>- هدفت الدراسة إلى معرفة أثر التسويق الداخلي على جودة الخدمة ورضا العملاء.</p> <p>- المتغير المستقل: التسويق الداخلي المتغير الوسيط: جودة الخدمة.</p> <p>- إستخدم الباحث الإستبانة والمقابلة معا.</p> <p>- إستخدام البرنامج الإحصائي (spss) فقط.</p> <p>- أجريت الدراسة بدولة كينيا.</p> <p>- الفترة الزمنية : (2015)</p>	<p>- الدراسة في تخصص التسويق.</p> <p>- تناولت الدراسة المتغير التابع: رضا العملاء.</p> <p>-إعتماد متغير وسيط.</p> <p>- إتباع المنهج الوصفي.</p> <p>- الدراسة تمت في بنك.</p>	<p>Wambugu Lydia (2015)</p>
<p>- الدراسة في مجال علوم هندسة الأمن السيبراني.</p> <p>- هدفت الدراسة إلى معالجة العوامل المؤثرة في الأمن السيبراني من خلال قياس أثر السياسات الأمنية على الفاعلية الأمنية المتبعة من قبل الشركة.</p> <p>- مجتمع وعينة الدراسة هم مستخدمي أجهزة الحاسوب في</p>	<p>- تناولت متغير الدراسة: الأمن السيبراني.</p> <p>- إتبع الباحث المنهج الوصفي.</p> <p>- إستخدم الباحث</p>	<p>Jeffrey Esinash (2015)</p>

الإستيبيان.	الشركة.
- أجريت الدراسة بأولاث كانساس بالولايات المتحدة الأمريكية. - الفترة الزمنية : (2015)	
Robert Knake (2010)	- تناولت متغير الدراسة: الأمن السيبراني. - إتبع الباحث المنهج الوصفي.
- الدراسة في مجال علوم الأمن السيبراني. - هدفت الدراسة إلى توضيح العلاقة بين الأمن السيبراني والأمن القومي (التأثير والتأثر) مع إبراز إسهامات وجهود الدول خاصة الولايات المتحدة الأمريكية في مواجهة التهديدات السيبرانية. - أجريت الدراسة بالولايات المتحدة الأمريكية. - الفترة الزمنية : (2010)	

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على الدراسات السابقة.

ثانيا: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

- ما يميز هذه الدراسة (مساهمة الأمن السيبراني للبيانات في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة- دراسة ميدانية لعينة من عملاء بنك التنمية المحلية BDL بمدينة غرداية)، ما يلي:
- 1) من حيث بيئة الدراسة: تمت الدراسات السابقة باللغة الأجنبية في مناطق مختلفة بالولايات المتحدة الأمريكية، أما الدراسات السابقة باللغة العربية فكانت إحداها بدولة السعودية وأخرى بكينيا، في حين تم تطبيق الدراسة الحالية في الجزائر وبالضبط على عينة من عملاء بنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية، والتي تعد الأولى في بيئتها.
  - 2) من حيث هدف الدراسة: تعددت الاتجاهات البحثية في الدراسات السابقة، حيث كانت تهدف تارة إلى بيان أثر متغير على آخر وتارة أخرى التركيز على عنصر من عناصر البحث، بينما تتطلع الدراسة الحالية إلى التعرف على مساهمة الأمن السيبراني للبيانات في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة في بطاقات الدفع الإلكترونية لدى عينة عملاء بنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية.
  - 3) من حيث منهجية الدراسة: بعض الدراسات السابقة إتبع باحثوها المنهج الوصفي وجمع البعض الآخر المنهج الوصفي بالمنهج المسحي (التاريخي) من خلال سرد بعض الوقائع والأحداث المتعلقة بموضوع البحث، بينما يمكن اعتبار الدراسة الحالية دراسة إستطلاعية وصفية تحليلية لكونها تأخذ وجهة نظر عينة عملاء بنك التنمية المحلية بولاية غرداية.
  - 4) من حيث متغيرات الدراسة: إن جل الدراسات السابقة ركزت على الجانب التقني (الفني) أو الجانب القانوني (التشريعي) فيما يخص المتغير المستقل (الأمن السيبراني)، بينما الدراسة الحالية ربطت بين الأمن السيبراني ورضا المستهلك الإلكتروني متجهة بالدراسة نحو الجانب التسويقي للخدمات في إطار الميدان الإقتصادي.
- لا توجد دراسات أخرى تربط بين متغيري الدراسة بالإضافة إلى اعتمادنا متغير وسيط متمثل في تعزيز الثقة.

## خلاصة الفصل الأول:

تم في هذا الفصل تناول الأدبيات النظرية التي تشكل الإطار المفاهيمي للإجابة عن إشكالية الدراسة المطروحة، حيث تم تعريف الأمن السيبراني وتبيان أبعاده ومستوياته وتحدياته ومحاور إستراتيجيته ومعرفة وسائل حماية البيانات، وكذا ثقة المستهلك الإلكتروني وتبيان أهميتها وأبعادها والعوامل المفسرة للثقة في البحوث التسويقية، بالإضافة إلى التطرق إلى مفهوم رضا المستهلك الإلكتروني ومستوياته وخصائصه والسلوكيات الناجمة عن الرضا أو عدم الرضا مع تبيان أساليب ونموذج قياس الرضا، وفي المبحث الثاني تم عرض الدراسات السابقة المرتبطة بالموضوع محليا وعربيا وأجنيا وتبيان الفرق بينها وبين الدراسة الحالية ومن ثم تميز الدراسة عن سابقتها من الناحية المعرفية والمكانية، بحيث تعتبر الأولى من نوعها على مستوى المعرفي التي تناولت مساهمة الأمن السيبراني للبيانات في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية ببنك التنمية المحلية BDL بمدينة غرداية بحسب علم الطالب.

# الفصل الثاني

الدراسة الميدانية لدى عينة عملاء بنك

التمية المحلية BDL بمدينة غرداية

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لدى عينة عملاء بنك التنمية المحلية BDL بمدينة غرداية.تمهيد:

بعدها تناولنا في الفصل السابق أهم المفاهيم النظرية، سنحاول في هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على أرض الواقع، وذلك من خلال دراسة ومحاولة بناء نموذج لتفسير تأثير الأمن السيبراني في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية ببنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية، وهو ما سنحاول دراسته ميدانيا .

متناولين في الدراسة الميدانية مبحثين ، المبحث الأول يتحدث عن منهجية البحث وأساليب جمع ومعالجة البيانات من خلال البدء بتعريف الإجراءات المنتهجة للدراسة الميدانية وتبيان المنهج المعتمد ومجتمع وعينة الدراسة، بالإضافة إلى إلقاء لمحة عن بنك التنمية المحلية لولاية غرداية والهيكلة التنظيمي له وأنواع البطاقات الإلكترونية التي يستخدمها، ثم التطرق إلى مختلف السياسات الأمنية السيبرانية الخاصة بالمعاملات الإلكترونية ببطاقات الدفع والسحب والتحويل المعتمدة من قبل البنك، ليتم التطرق إلى الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة، ثم توضيح تصميم وإختبار أداة الدراسة من خلال الحديث عن تصميم وتحليل صدقها وثباتها، ثم تبيان نموذج القياس الخاص بالمتغيرات والنموذج العام لها ، و المبحث الموالي يتطرق إلى تحليل نتائج وإختبار فرضيات الدراسة الميدانية من خلال عرض النتائج المتوصل إليها ومناقشتها بالإضافة إلى تحليل فقرات الإستبانة وإختبار نماذج الفرضيات، وأخيرا إستخلاص النتائج و الوصول إلى إستنتاجات ومقترحات متوخاة كأهداف ومخرجات للدراسة.

المبحث الأول: منهجية البحث وأساليب جمع ومعالجة البيانات.

المطلب الأول: الإجراءات المنتهجة للدراسة الميدانية

الفرع الأول: المنهج المعتمد ومجتمع وعينة الدراسة

**أولاً: المنهج المعتمد في الدراسة:**

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الميدانية الوصفية الإستكشافية، لذلك سنستخدم المنهج البحثي المستخدم في مثل هذه الدراسات بهدف الوصول إلى نتائج موثوقة، حيث إنتهجت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يصف الظاهرة المدروسة وصفاً كمياً وكيفياً من خلال جمع المعلومات وتصنيفها، ومن ثم تحليلها وكشف العلاقة بين أبعادها المختلفة من أجل تفسيرها تفسيراً كافياً والوصول إلى استنتاجات عامة تسهم في فهم الحاضر وتشخيص الواقع وأسبابه

- **الأسلوب الوصفي** في بعض أجزاء البحث بتكوين القاعدة النظرية المستقاة من مختلف المراجع، ويعتبر الأسلوب الوصفي مناسباً لتقرير الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع.

- **الأسلوب التحليلي** لنتائج الدراسة الميدانية ومعرفة مساهمة الأمن السيبراني في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة، وإستخلاص النتائج التي تُخدم أغراض هذا البحث، حيث إعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات هي:

- **البيانات الثانوية:** وهي مراجعة أدبيات الدراسة الواردة في المصادر والمراجع ذات الصلة بالموضوع والدراسات السابقة والتي ساعدت الباحث في التوجيه المفاهيمي وتحديد متغيرات الدراسة .
- **البيانات الأولية:** فهي التي إعتمدت الدراسة عليها بشكل مباشر في الإجابة على الإشكالات المطروحة وإختبار فرضيات الدراسة، وقد تم توفير تلك البيانات إعتقاداً على أدوات الدراسة المتمثلة في الإستبانة.

**ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة:**

**(1) - مجتمع الدراسة:**

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من المستهلكين المستخدمين لبطاقات الدفع الإلكترونية ببنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية البالغ عدده (3500) إلى غاية سنة 2019، حسب ما أكد لنا عنه المنسق الجهوي للدفع الإلكتروني السيد/ "الحاج فسيو" المكلف بالوكالة، من خلال إعتقادهم في الإحصاء على البطاقات المهيئة فقط.

**1-1 تعريف بنك التنمية المحلية BDL:** طبقاً للمرسوم رقم: 85-85، المؤرخ في: 1985/04/30 تأسس بنك التنمية المحلية، برأس مال قدره: نصف مليار دينار جزائري، يقوم بجميع العمليات مثل بنوك الودائع، لكن يخدم بالدرجة الأولى فعاليات الهيئات العامة المحلية "فروض صغيرة ومتوسطة الأجل"، مقره الرئيسي يقع بسطوالي ولاية تيبازة، يعتبر من أوسع الشبكات البنكية على الصعيد الوطني وأحدثها، إذ يُعتبر آخر بنك أسس بالجزائر قبل الدخول في مرحلة

الإصلاحات، ويشغل أكثر من 9603 موظف 39% إيطارات، مقر وكالته بغرداية بنهج الأمير عبد القادر، والتي هي وكالة جهوية.<sup>1</sup>

### 1-2 مهامه وأهداف بنك التنمية المحلية BDL:

جدول رقم: (4): بعض مهام وأهداف بنك التنمية المحلية BDL

أهداف البنك	مهام البنك
<ul style="list-style-type: none"> <li>● جلب أكبر عدد ممكن من الزبائن.</li> <li>● تحسين التسيير وجعله أكثر فاعلية للتكيف مع التطورات وذلك بإدخال تقنيات حديثة وجديدة في ميدان التسيير والتسويق.</li> <li>● تقديم الخدمات الشاملة والإستعمال العقلاني للموارد والإستخدامات.</li> <li>● إنشاء سمعة جيدة للبنك.</li> <li>● البحث عن خدمات جديدة للبنك تتماشى مع إحتياجات الزبون مثل قروض الإستهلاك.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● قبول الودائع التي قد تكون بعضها تحت الطلب لأجل محدد.</li> <li>● خدمة فعاليات الهيئات العامة المحلية بالقروض الصغيرة والمتوسطة الآجال.</li> <li>● المساهمة في تمويل المشروعات وذلك من خلال منح القروض.</li> <li>● شراء وبيع الأوراق النقدية وحفظها لحساب المتعاملين معه.</li> <li>● تحويل العملة الأجنبية إلى العملة الوطنية لسداد إلتزامات الزبائن فيما يتعلق بعمليات الإستيراد.</li> </ul>

### 1-3 الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية BDL :

ملتزما بتحقيق المخطط الإستراتيجي 2015-2020 قام بنك التنمية المحلية بوضع هيكل تنظيمي جديد حيث دخل حيز التنفيذ في 2017/03/01، من خلاله قام بإعطاء إهتمام أكثر لمفهوم الموارد البشرية، كما ركز على الفصل بين مفهوم الوظائف التجارية والوظائف العملية، فقد إختلف عن سابقه بوجود أربع نواب للمدير العام بدل إثنان وتميز أيضا باللامركزية خاصة فيما يخص إعطاء مساحات أكبر للأقطاب التجارية والوكالات التابعة لها في أخذ القرارات المتعلقة بالقروض، حيث قسم إلى ثلاثة مستويات هي :

- المستوى الأول: يتكون من رئاسة المديرية العامة وأربع نواب للمدير العام وكذلك المديرية المركزية التابعة لها.
- المستوى الثاني: بعد أن كان يتكون من مديريات جهوية للإستغلال أصبح يتكون من أقطاب عملياتية وعددها 16 وأقطاب تجارية عددها 35.

المستوى الثالث: يتكون من الوكالات التجارية التي تقع تحت إشراف الأقطاب التجارية وعددها 155 منها 6 وكالات خاصة بالقرض على الرهن PSG .

1- وثائق مقدمة من بنك التنمية المحلية (BDL)

وما يهمننا في بحثنا هذا هو مديرية تطوير الشبكة ومديرية الوسائل المادية ومديرية هياكل أمن نظم المعلومات ومديرية الإدارة والصيانة ومديرية التسوية ومديرية الأمن والمحفوظات التي لها علاقة مباشرة بالوكالات التجارية وبسير بطاقات الدفع الإلكترونية وبسلامتها وأمنها.

للإشارة: إعتدنا في بحثنا هذا على الهيكل التنظيمي للمديرية العامة لبنك التنمية المحلية بدلا من الهيكل التنظيمي للوكالة الجهوية غرداية، وهذا من أجل التعرف على الهرم الهيكلي من خلال المديرية المسؤولة عن سياسات سير وأمن العمليات الخاصة ببطاقات الدفع الإلكترونية، مع العلم أنه على مستوى وكالة غرداية يوجد سوى خلية إعلام آلي لها مهام بسيطة متمثلة في صيانة وسير أجهزة الحاسوب ومعالجة بعض المشاكل التقنية فقط.

- " للإطلاع على شكل الهيكل التنظيمي الجديد لبنك التنمية المحلية BDL أنظر للملحق رقم: (1) "

#### 1-4-4 بطاقات الدفع الإلكترونية الموجودة ببنك التنمية المحلية BDL:

تعددت وسائل الدفع الإلكتروني وإتخذت أشكالاً تتلائم ومتطلبات التجارة الإلكترونية وكذلك طبيعة المعاملات عبر شبكة الإنترنت، وكانت أولها ظهورا البطاقات البنكية التي تطورت من البطاقة ذات الشريط المغناطيسي إلى البطاقة ذات الخلية الإلكترونية.

**بطاقات الدفع الإلكترونية:** هي بطاقة بلاستيكية ذات خصائص معينة صادرة عن مؤسسة مصرفية تستخدمها كوسيلة تعامل عوضا عن النقود، ويستطيع حاملها الحصول على النقود أو التمتع بواسطتها بخدمات مالية إضافية إلى إمكانية إستفادته من الإئتمان الممنوح بموجبها من المصرف المصدر لها وذلك لتلبية حاجاته المختلفة أي قد تعتبر في بعض الحالات بمثابة فتح إعتداد بمبلغ لمصلحة صاحب البطاقة حيث يستطيع الوفاء بقيمة مشترياته من السلع التي عليها من طرف التجار المتعاقدين مع البنك"، فهي تمكن حاملها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الذاتي Automated Teller Machines (ATM)، وهناك عدة أنواع للبطاقات البنكية على المستوى العالمي، وما سنتطرق إليه هو البطاقات الإلكترونية الموجودة ببنك التنمية المحلية، وهي كما يلي:

#### 1-4-1 البطاقة البنكية CIB:

هي بطاقة دفع وسحب مشتركة ما بين البنوك داخل التراب الوطني، تتضمن قرص إلكتروني يضمن أمن عملية الدفع وعملية التسديد لدى مختلف التجار أو الفنادق والمحلات التجارية... الخ، أنشأت هذه البطاقة بالتعاون مع شركة SATIM المنشأة لمشروع نظام الدفع والصناعة للبطاقات، ونجد في هذه البطاقة نوعين هما:

- **البطاقة الكلاسيكية La Carte Classique:** هي بطاقة توفر خدمات الدفع والسحب البنكي وهي تقدم الزبائن وفق شروط يحددها البنك كمداخل الزبائن أو أهميتهم أو مواصفات أخرى، وللحصول على هذه البطاقة يتم إبرام عقد بين البنك والعميل.

- البطاقة الذهبية **La Carte Gold**: هاته البطاقة يتم إختيارها وفق شروط محددة لكن بالإضافة إلى خدمات الدفع والسحب فهي توفر خدمات إضافية مع سقف سحب وفتح مرتفع نسبيا، وتمنح للأشخاص المهمين ورجال الأعمال أصحاب الدخل المرتفع وسقف هذه البطاقة يفوق 50 ألف دينار جزائري، ومدة صلاحيتها عامين.

الشكل رقم: (06): البطاقة البنكية CIB



المصدر: <http://djelfa.info> تاريخ الإطلاع: 2019/05/15 الساعة: 17:30

1-4-2 البطاقة البنكية فيزا **La Carte VISA**: هي بطاقة دولية تعمل للسحب والدفع لزبائن ذوي حسابات مفتوحة بالعملة الصعبة أو لموكلهم وهي تصدرها شركة فيزا العالمية (visa international) الأمريكية وهي نوعان:

- بطاقة الفيزا الكلاسيكية: يكون فيها رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 1500 أورو وقد سقف السحب لهذه البطاقة فكان 500 أورو في اليوم على أربع عمليات في اليوم، أما الإشتراك السنوي فيقدر بـ: 40 أورو.

- بطاقة الفيزا الذهبية: يكون فيها الرصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 5000 أورو حيث يقدر سقف السحب بـ: 550 أورو في اليوم على سبع عمليات في نفس اليوم أما سقف الدفع 5460 أورو في اليوم على خمسة عشر عملية في اليوم، ويقدر إشتراكها السنوي بـ: 60 أورو.

الشكل رقم: (07): بطاقة فيزا الكلاسيكية وبطاقة فيزا الذهبية



المصدر: نفس المصدر السابق.

1-4-3 بطاقة ماستر كارد **Master Card**: هي بطاقة دولية تسمح القيام بكل عمليات الدفع والسحب والتحويل عن طريق الانترنت أو عن طريق آليات الدفع الإلكتروني 24/سا في كل بلدان العالم ، وهي تصدرها شركة MasterCard Worldwide الأمريكية كما انه يوجد لها نوعين هما :

- **Credit Card** (البطاقة الائتمانية): هي بطاقة كلاسيكية توفر نوع من القروض إذ يقوم صاحب البطاقة بتسديد قيمة السحوبات التي يقوم بها دفعة واحدة شهريا، أو تأجيلها مع سداد قيمة الفائدة المترتبة على المبلغ.

- **Debit Card** (بطاقة الخصم المباشر) : هي بطاقة تسمى بلاتينيوم، تعتمد الخصم المباشر من حساب العميل البنكي أو دفتر شيكاته دون الحاجة لإصدار فواتير، كما يمكن إستخدامها للسداد عبر الانترنت وهي تقدم خدمة الطوارئ على مدار الساعة.

الشكل رقم: (08): بطاقة الماستر كارد



المصدر: <http://www.bdl.dz> تاريخ الإطلاع: 2019/05/15 الساعة: 20:00.

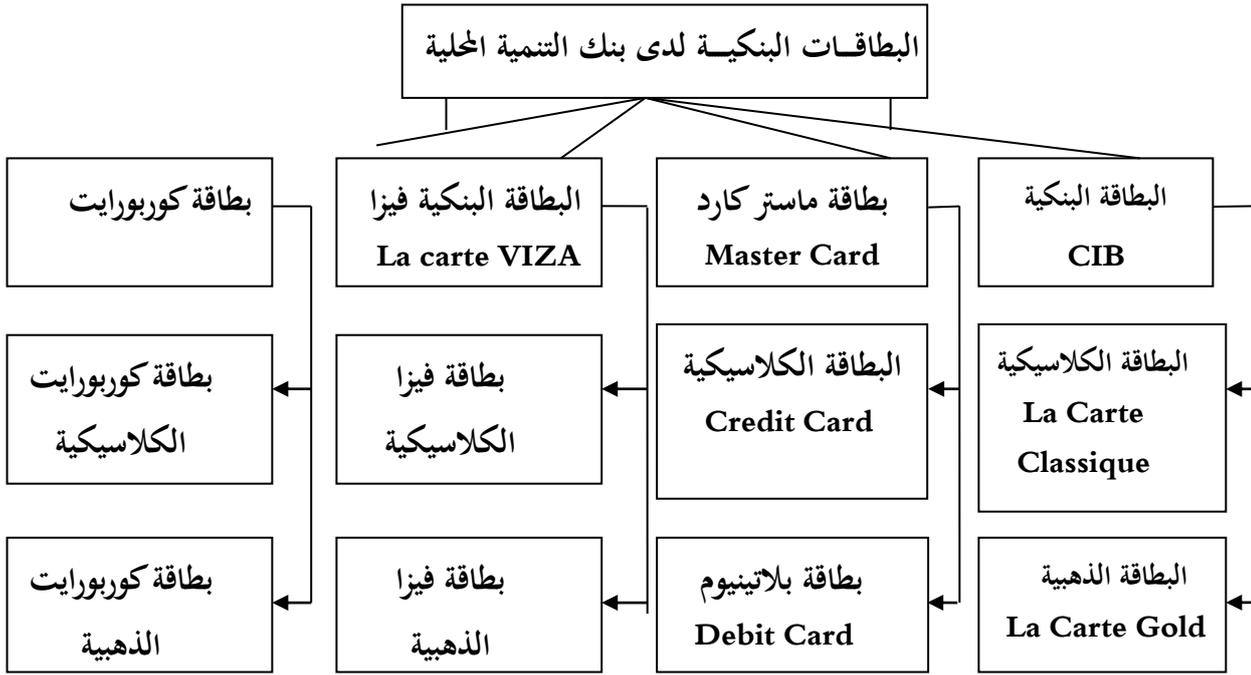
1-4-4 البطاقة البنكية كوربورايت: هي بطاقة بنكية حديثة أطلقها بنك التنمية المحلية بالجزائر مؤخرا منذ بداية سنة 2019، حيث خصصت للمؤسسات وهي موجهة أيضا للمستخدمين تستعمل من أجل تخليص وتسيير كل النفقات المهنية والمتمثلة في مرافقة وتأمين تنقلات المتعاملين وتسهيل معالجة بيانات النفقات المهنية فهي تسهل عملية التحكم في الميزانية المخصصة للنفقات المهنية وهي تتطلب فتح حساب جاري وهي تمكن القيام بالعمليات عن طريق الانترنت 24/سا وكذا على مستوى موزعات الدفع الإلكتروني أو أجهزة الدفع الإلكتروني، كما لها نوعين هما : الكلاسيكية والذهبية.

الشكل رقم: (09): بطاقة كوربورايت



المصدر: <http://www.djazairess.com> تاريخ الإطلاع: 2019/05/15 الساعة: 20:00.

الشكل رقم: (10): أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني لدى بنك BDL.



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على الموقع الإلكتروني لبنك التنمية المحلية.

5-1 السياسة الأمنية السيبرانية الخاصة بالمعاملات الإلكترونية ببطاقات الدفع على مستوى بنك BDL:

➤ بالنسبة لمصدر البطاقات والأجهزة المرتبطة بها:

يعتمد بنك التنمية المحلية بشكل كبير على شركة SATIM المتعاقدة مع مؤسسات فرنسية مختصة في إصدار البطاقات الإلكترونية لتتكفل SATIM بطبع الإشارة (الرمز) السري وكذا أيضا إصدار الموزعات والشبائيك الآلية بالإضافة إلى الربط بين تلك الموزعات الآلية للأوراق DAB أو الشبائك الآلي البنكي GAB بواسطة شبكة إتصال خاصة تسمى SWIFT، وهذا من أجل السماح بعمليات الدفع والسحب والتحويل بواسطة البطاقات الإلكترونية CIB سواء كانت داخلية أو خارجية ما بين البنوك الأعضاء، ومن مهامها أيضا تأمين قبول البطاقة في جميع المصارف المشاركة وإجراء عمليات المقاصة لصفقات السحب بين المصارف وتأمين تبادل التدفقات المالية بين البنوك المشاركة والمؤسسات، بالإضافة إلى مراقبة البطاقات المزورة وكشف كل التلاعبات، بحسب المقاييس المعمول بها دوليا.

➤ بالنسبة للشبكة الإتصالية:

يعتمد بنك التنمية المحلية BDL على شبكة إتصالية إلكترونية تسمى DZ-PAC فهي شبكة مهامها الإتصال وتحويل البيانات الحزمية بإستعمال معيار الآيتيو X25 للإتحاد العالمي للإتصالات السلكية واللاسلكية، وهي تسمح بربط الأجهزة والشبكات الإتصالية، حيث تتمثل مجالات إستخدام هذه الشبكة في مختلف أصناف البرامج المستخدمة في الإتصالات سواء بين وكالات البنك.

يوجد بالبنك شبكة محلية (الأنترانت) (LAN) تربط بين الخادم وأجهزة الكمبيوتر الخاصة بالبنك وتأخذ هذه الشبكة الهيكلية السلسلة (الخطي) ويرجع السبب وراء إختيار هذا النوع من الهيكلية هو أنه في حالة توقف أحد الأجهزة لا تعطل الشبكة، بالإضافة الى أنها تتميز بسهولة إدارتها وإضافة أو سحب حواسيب من الشبكة وترتبط الشبكة المحلية مع جميع الشبكات المحلية لبنوك التنمية المحلية على مستوى التراب الوطني لتكوين شبكة واسعة.

وبالنسبة للشبكة الخارجية لبنك التنمية المحلية (الإكسترانت) فهي تمتلك من نوع التوزيع بحيث يمكن لأي زبون يملك حساب لدى البنك أن يدخل موقع البنك ويطلع على بعض الصفحات عن طريق كلمة السر الممنوحة له، ولضمان العمل الجيد للشبكة يتخذ البنك إحتياطات أمنية تتمثل في برامج مضادة للفيروسات Antivirus.

أما بخصوص الإنترنت: فالبنك يشترك بالشبكة العالمية للإنترنت من نوع ADSL بسرعة 256 KBS.

### ➤ بالنسبة لأنظمة الدفع الإلكترونية:

يعتمد بنك BDL على شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية (EDI) التي أنشأت سنة 2004 بشراكة بين المجموعة الفرنسية DIAGRAM EDI الرائدة في مجال برمجيات أنظمة الدفع المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وأمن تبادل البيانات المالية وثلاث مؤسسات جزائرية هي: (AGACT MULTIMEDIA) و(SOFT ANGINERING) ومركز البحث في الإعلام العلمي والتقني (CERIST)، ومن مهام شركة EDI التركيز على عمليات تطوير وتدعيم وعصرنة الخدمات البنكية وأنظمة الدفع الإلكترونية، حيث تقدم هذه الشركات خدماتها المتعلقة بالمصارف عن بعد وتسيير وأمن تبادل البيانات الآلية لجميع البنوك والمؤسسات المالية بإختلاف أصناف زبائنها (مؤسسات كبرى، مجموعة شركات، تجار، مهنيين، خواص...) وتقديم تشكيلة من الخدمات بدرجة عالية من الأمن وسلامة في الأداء.

### ➤ بالنسبة للبرمجيات وأنظمة المعلومات:

البرمجيات وأنظمة المعلومات المعتمدة من قبل بنك التنمية المحلية هي خاصة بشركة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية (AEBS) التي توفر برمجيات وأنظمة معلومات متطورة لمختلف الخدمات المالية المصرفية وتأمين التبادل الإلكتروني للبيانات خاصة الخدمات التي تعتمد على شبكة الإنترنت والفضاء السيبراني، بالرغم من أن الخدمات المقدمة عبر الإنترنت من قبل المصارف في الجزائر هي حاليا بسيطة وقليلة تحتاج إلى توزيع وشركة AEBS تعتبر بحق أول خطوة للجزائر في مجال الصيرفة الإلكترونية.

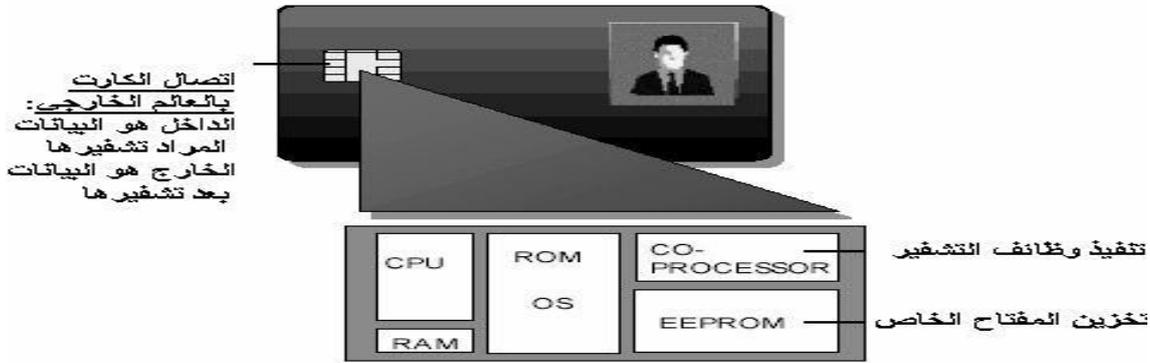
ومن الأنظمة المعتمدة من قبل بنك التنمية المحلية في المعالجة الآلية لعمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية وكذا معالجة عمليات المقاصة: نظام المقاصة الإلكترونية للمدفوعات ATCI، فهذا النظام هو مكمل لنظام RTGS، حيث يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام Les Instruments de Paiement de Masse، التحويل المالي، الإقتطاع، عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية وذلك بإستعمال وسائل متطورة مثل المساحات الضوئية

(scanners) والبرمجيات المختلفة ويمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة ووفق المعايير الدولية بهدف التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن.

➤ بالنسبة للتشفير:

في البداية إعتد البنك على نظام التشفير باستخدام المفاتيح العامة يدعى بنظام RSA وهذا النظام يعتبر أبسطاً مقارنة مع نظام التشفير المتماثل فهو أكثر أماناً لكنه ليس عصياً على الإختراق، لذلك تم تطوير نظام PGP وهو نظام محسن لـ RSA ، ونظام PGP لا يزال منيعاً على الإختراق حتى يومنا هذا فهو يستخدم مفتاح بطول 128 Bits إضافة إلى إستخدامه البصمة الإلكترونية للرسالة.

شكل رقم: (11) : التشفير.



المصدر: هيثم المسيري ، تقنيات البنوك الإلكترونية، ندوة الخدمات الإلكترونية الشاملة (رؤية مستقبلية) القاهرة، مصر ، 25-29 نوفمبر 2007، ص 22.

➤ بالنسبة للبصمة الإلكترونية:

يعتمد بنك التنمية على بصمة رقمية متكونة من بيانات لها طول ثابت ما بين (128 و 160 bits) حيث تؤخذ من الرسالة المحولة ذات الطول المتغير وهذه البصمة تميز الرسالة الأصلية والتعرف عليها بدقة، حيث إذا تم التغير ولو بمقدار Bits في الرسالة هذا يؤدي إلى بصمة أخرى مختلفة تماماً، حيث أن هاته البصمة الرقمية يتم إشتقاقها وفق خوارزميات معينة تدعى دوال أو إقترانات التمويه وتقوم هاته الخوارزميات بتطبيق حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (رسالة صغيرة) تمثل ملف كامل أو رسالة (سلسلة كبيرة) .

تتميز البصمات عن بعضها البعض بحسب المفاتيح الخاصة التي أنشأتها والتي لا يمكن فك شيفرتها إلا باستخدام المفتاح العام.

➤ بالنسبة للتوقيع الرقمي:

يجعل التوقيع الرقمي تحويل المعاملات أكثر أماناً وسرية فهو بمثابة ختم الهوية التي تلازم الرسالة عبر الإنترنت، فبنك التنمية المحلية يستخدمه من أجل التأكد من أن الرسالة قد جاءت من مصدرها دون التعرض لأي تغيير أثناء عملية النقل، بحيث يستخدم المرسل المفتاح الخاص لتوقيع الوثيقة إلكترونياً أما المستقبل فيتحقق من صحة التوقيع عن طريق المفتاح العام بحيث تموه الرسالة أولاً لإنشاء بصمة إلكترونية ثم تشفر البصمة الإلكترونية باستخدام المفتاح الخاص للمالك مما ينتج عنه توقيع رقمي يلحق بالوثيقة المرسله وللتأكد من صحة التوقيع يستخدم المستقبل المفتاح العام المناسب لفك شيفرة التوقيع.

شكل رقم: (12) : التوقيع الرقمي.

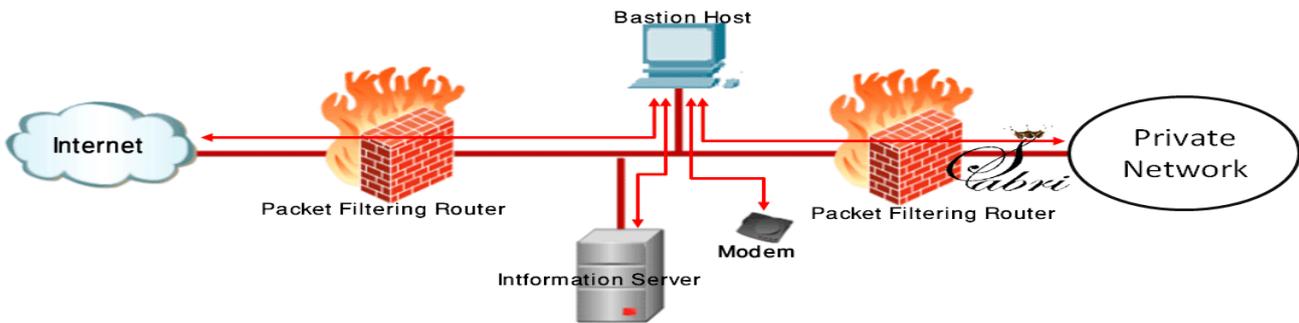


المصدر: نفس المصدر السابق، ص 18.

➤ بالنسبة لجدران النار Firewall:

يستخدم بنك BDL الجدار الناري لمراقبة جميع البيانات والمعطيات التي تصل إلى الخادم عبر الإنترنت، فهو برنامج تطبيقي يقوم بحماية البيانات المخزنة على الخادم من أي هجوم أو إختراق، وما أفادنا به المكلف بخلية الإعلام الآلي بالوكالة أن حواسيب البنك متصلة بالإنترنت مما يتوجب استخدام جدار ناري لأجل الحماية، وأنه في حالة تعليمات أو أوامر غير مسموح بها يُعلم هذا البرنامج المستخدم عن حدوث إختراق للمعلومات كذلك في حالة دخول المستخدم إلى بيانات أو معطيات عبر الإنترنت فإن هذا البرنامج ينذر المستخدم بأن هذه المعطيات أو هذا الموقع غير آمن.

شكل رقم: (13) عمل جدار النار.



المصدر: الموقع الإلكتروني: <http://internet.blogspot.com>

➤ بالنسبة لإستخدام تقنية الفتححات الآمنة SLL :

يستخدم البنك هاته التقنية لزيادة الثقة في المعاملات الإلكترونية بمختلف أنواعها لما توفره من مستوى الأمان والتي طورتها شركة "نت سكيب" مما جعلتها أساس المعاملات الإلكترونية في العالم وأصبحت ضرورية، فبرنامج SLL هو برنامج يحتوي على بروتوكول تشفير متخصص TCP/IP لنقل البيانات والمعلومات المشفرة بين جهازين عبر شبكة الإنترنت بطريقة آمنة بحيث لا يمكن قراءتها إلا من طرف المرسل والمستقبل لأن قوة تشفيرها قوية ويصعب فكها وهي تختلف عن طرق التشفير الأخرى<sup>1</sup>.

فبنك التنمية المحلية يسمح لعملائه القيام بالمعاملات المالية من خلال الدخول إلى الصفحة الإلكترونية عبر الإنترنت، حيث تسمح هاته الخدمة للعملاء الذين لديهم البطاقات الإلكترونية من الدخول لمعلوماتهم المصرفية من أي مكان وعلى مدار الساعة سواء في المنزل أم المكتب، وذلك بأن يفتح العميل الموقع الإلكتروني للبنك ويدخل الموقع المخصص للخدمة المصرفية ثم يدخل رقم البطاقة والرقم السري، كما أنه يتم إعطاء رقم شخصي عريفي له PIN لتسهيل الدخول وإجراء المعاملات المالية وبالتالي يمكن للعملاء التحكم بأموالهم مع توافر إجراءات حماية وأمان في عملية التصفح والبحث وكذلك إمكانية الطباعة لأي معاملة وأحيانا تصميم صفحة خاصة بالحسابات بالشكل الذي يختاره العميل والأسهل له في التصفح.

(2) عينة الدراسة:

إقتصرت عينة الدراسة على (214) مستهلك إلكتروني يتعامل بواسطة بطاقة الدفع الإلكتروني مع بنك التنمية المحلية BDL من مجتمع الدراسة البالغ عدده: (3500)، تم إختيارهم بطريقة عشوائية ميسرة، حيث تم توزيع 220 إستبانة وأسترجع منها 214 إستبانة قابلة للمعالجة أي بنسبة إسترداد: 97,27 % ، في حين لم يسترد 03 إستبيانات نظرا لعدم إرجاعها لنا من قبل بعض الأفراد الذين إستلموها منا على أن يتم ملؤها بعد فترة زمنية بحجة القلق أو الإنشغال واعدن إيانا بإرجاعها لكن دون جدوى، كما أستبعد 03 إستبيانات كون الإجابات لم تكن تامة.

جدول رقم: (5): نتائج توزيع وإسترجاع الإستبانة.

الإستبيانات المقبولة		الإستبيانات المستبعدة		الإستبيانات غير المسترجعة		الإستبيانات الموزعة	
النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار
27,97 %	214	1,36 %	03	1,36 %	03	100 %	220

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج التوزيع الميداني للإستبانة.

1- كريمة صراع، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، المدرسة الدكتورالية للإقتصاد وإدارة الأعمال، وهران، الجزائر، 2014، ص 79-83.

قام الطالب بتوزيع الإستبيانات طيلة أيام الدراسة الميدانية على عملاء بنك التنمية المحلية بولاية غرداية، وهذا بتواجهه المستمر بالبنك مستهدفا الشريحة المذكورة أنفا، مع المساعدة القيمة من قبل المنسق الجهوي لبطاقات الدفع الإلكترونية السيد/ الحاج فسيو، المكلف بالبنك الذي قدم لنا يد المساعدة في ذلك نظرا لصغر حجم مجتمع الدراسة.

### الفرع الثاني: الأدوات والأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

#### أولا: أداة الدراسة:

تقوم هذه الدراسة على المنهج الوصفي، حيث إعتدنا على أداة "الإستبانة" لتجميع البيانات، ومنه قمنا بتصميم الإستبانة على ضوء أهداف الدراسة وتساؤلاتها، مستندين بذلك على عدد من الأدبيات والدراسات السابقة المتاحة، فقمنا بتصميم إستمارة أسئلة مكونة من (44) سؤالا بطرح مجموعة من الأسئلة متعلقة بالبيانات العامة الخاصة بالمستجيب وأسئلة تتعلق بأبعاد الأمن السيبراني للبنك وأسئلة أخرى عن الثقة ثم أسئلة عن رضا المستهلك الإلكتروني.

#### ثانيا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

تم إستخدام الإحصاء الوصفي والتحليلي لوصف متغيرات الدراسة المتعلقة بالخصائص الديمغرافية وتحليل المتغيرين التابع والمستقل والعلاقة الإحصائية لإثبات صحة الفروض والإجابة على الإشكالات المنهجية المطروحة في متن الدراسة من خلال البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية Sps23 ومكمله Amos 22 المستخدم في إختبار النماذج وهي:

1. معامل إرتباط بيرسون: لإيجاد ارتباط الفقرات بالدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه وهذا لتقدير الإتساق الداخلي.  
2. إستخدام معامل ألفا كرومباخ: لقياس ثبات أداة الدراسة، وإن كانت معادلة ألفا كرومباخ لا تعد من الأساليب الإحصائية الخالية من برائن التلوث الإحصائي<sup>1</sup>.

3. مقاييس الإحصاء الوصفي: للتعرف على البيانات الأولية لمفردات الدراسة، ولتحديد آراء الأفراد تجاه عبارات الأبعاد التي تضمنتها أداة الدراسة فقد تمت الإستعانة بأهمها مثل: الوسط الحسابي التكرارات والنسب المئوية: وذلك لحساب متوسطات فقرات الإستبيان وكذا الإنحراف المعياري كونه القيمة الأكثر إستخداما من بين مقاييس التشتت الإحصائي لقياس مدى التبعثر الإحصائي، أي أنه يدل على مدى إمتداد مجالات القيم ضمن مجموعة نتائج الإستبيان.

4. نمذجة المعادلات البنائية: في عملية التحليل الإحصائي للبيانات، وبالتحديد التحليل العاملي التوكيدي (Confirmity Factor Analysis) وأسلوب تحليل المسار (PathAnalysis) لما يتمتع به هذا الأسلوب من

<sup>1</sup> محمد بوزيان تيزغة، توجهات حديثة في تقدير صدق وثبات درجات أدوات القياس، مجلة العلوم النفسية والتربوية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي الجزائر، المجلد 04 العدد (01)، مارس 2017، ص: 10-11

عدة مزايا تتناسب مع طبيعة الدراسة، وهذا من خلال برنامج Amos 22 (Analysis of Momentstructures).

المطلب الثاني: تصميم و إختبار أدوات الدراسة

الفرع الأول: تصميم وتحليل صدق وثبات أداة الدراسة والإختبارات الأولية لها

(1) : تصميم الإستبانة : تم تصميم إستبانة أعدت لغرض الدراسة شملت (44) سؤالاً مقسمة على أربعة أجزاء :

1-1 الجزء الأول: معلومات شخصية عامة حول المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة من حيث : الجنس، الفئة العمرية ، المستوى التعليمي، والمهنة والدخل، ومدة التعامل مع البنك: الفقرات (08-01).

1-2 الجزء الثاني: وشمل متغيرات الدراسة المستقلة، حيث خصص لمعرفة الأمن السيبراني وهي:

-إحترام الخصوصية الفقرات (13-09)،

-سرية البيانات الفقرات (18-14)،

-التكنولوجيا المستخدمة الفقرات (23-19)،

-التوافر والديمومة الفقرات (28-24)،

-تتبع الأثر الفقرات (32-29)،

1-2-1 ترميز الفقرات الكامنة و المقاسة للمتغير المستقل : " الأمن السيبراني "

2-2-1 الفقرات أو المؤشرات حسب تسميتها في برنامج spss23

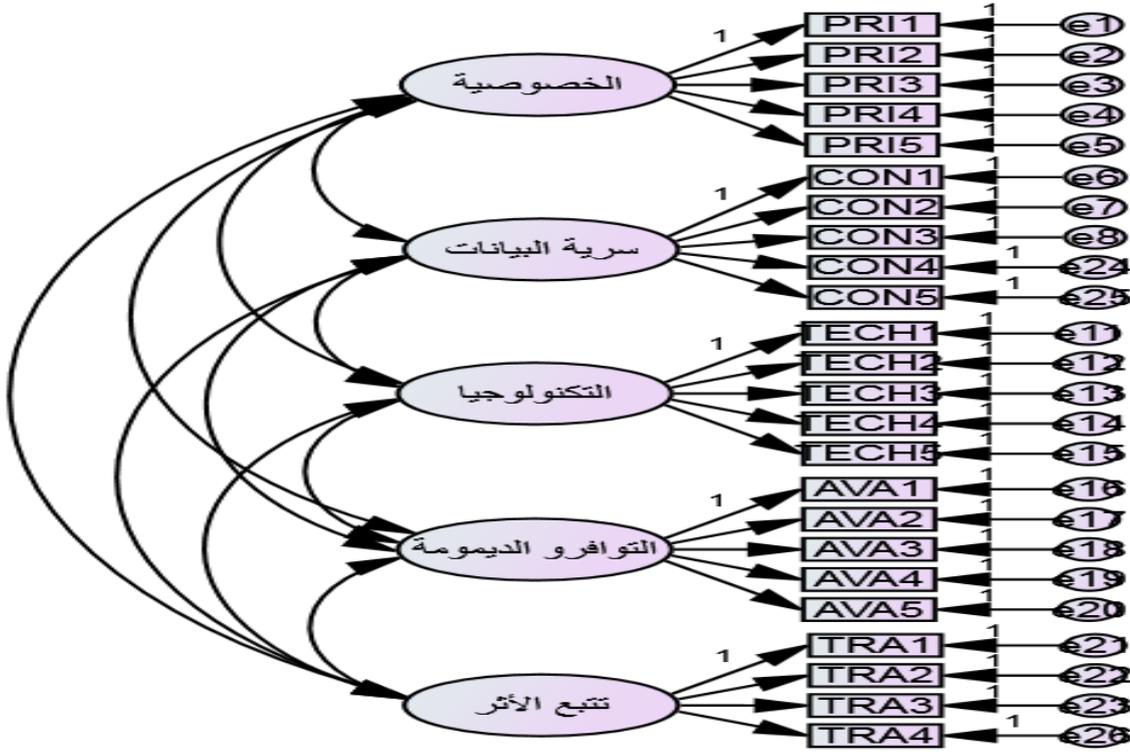
الجدول رقم: (06) : ترميز فقرات أو مؤشرات أبعاد الأمن السيبراني

الرمز	المعنى	الفقرات
<b>PRI</b>	إحترام الخصوصية	<b>PRI1- PRI2- PRI3- PRI4- PRI5</b>
<b>CON</b>	سرية البيانات	<b>CON1- CON2- CON3- CON4- CON5</b>
<b>TECH</b>	التكنولوجيا المستخدمة	<b>TECH1- TECH2- TECH3- TECH4- TECH5</b>
<b>AVA</b>	التوافر والديمومة	<b>AVA1- AVA2- AVA 3-AVA4- AVA5</b>
<b>TRA</b>	تتبع الأثر	<b>TRA1- TRA2- TRA-3 TRA4</b>

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج spss v23

3-2-1 نموذج القياس المقترح : بالإعتماد على مخرجات Amos v22 ، الشكل البياني للتحليل العاملي التوكيدي الذي يوضح العلاقة بين أبعاد الأمن السيبراني بالفقرات أو المؤشرات المعبر عنها قبل عملية التحليل هو كما يوضحه الشكل رقم (14):

الشكل رقم: (14): نموذج التحليل العاملي التوكيدي لمتغيرات الأمن السيبراني.



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

3-1 الجزء الثالث: إحتوى المتغير الوسيطى (الثقة): الفقرات (33-38).

1-3-1 ترميز الفقرات الكامنة و المقاسة للمتغير الوسيطى:

2-3-1 الفقرات أو المؤشرات حسب تسميتها في برنامج spss23.

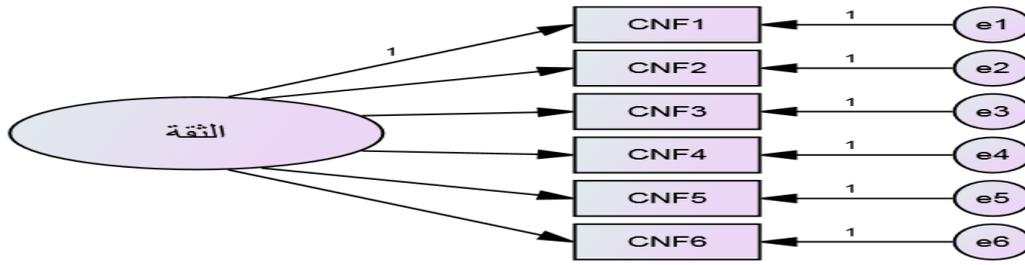
الجدول رقم: (07) : ترميز فقرات أو مؤشرات المتغير الوسيطى: " الثقة "

الرمز	المعنى	الفقرات
CNF	الثقة	CNF1- CNF2- CNF3- CNF4- CNF5- CNF6

المصدر: من إعداد الطالب إعتمادا على مخرجات برنامج spss v23

3-3-1 نموذج القياس المقترح : من مخرجات Amos v22 الشكل البياني للتحليل العاملي التوكيدي الذي يوضح المتغير الوسيطى "الثقة" بفقرات أو المؤشرات المعبر عنها قبل عملية التحليل كما يوضحها الشكل (15):

الشكل رقم: (15): نموذج التحليل العاملي التوكيدي لمتغير الثقة



المصدر : من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج Amos v22

4-1 الجزء الرابع: شمل المتغير التابع (رضا المستهلك الإلكتروني): الفقرات (39-44).

1-4-1 ترميز الفقرات الكامنة و المقاسة للمتغير التابع: رضا المستهلك الإلكتروني.

2-4-1 الفقرات أو المؤشرات حسب تسميتها في برنامج spss23.

الجدول رقم: (08) : ترميز فقرات أو مؤشرات رضا المستهلك الإلكتروني.

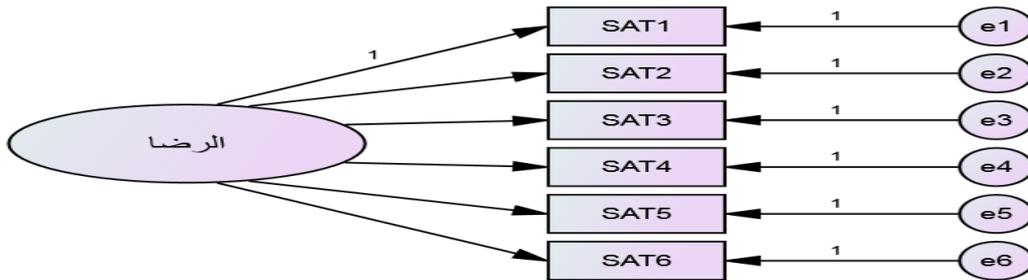
الرمز	المعنى	الفقرات
SAT	رضا المستهلك الإلكتروني	SAT1- SAT2- SAT3- SAT4- SAT5- SAT6

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات برنامج spss v23

3-4-1 نموذج القياس المقترح: من مخرجات Amos v22 الشكل البياني التحليل العاملي التوكيدي الذي

يوضح المتغير التابع رضا المستهلك الإلكتروني بفقراته أو مؤشرات المعبر عنها قبل عملية التحليل كما في الشكل (16):

الشكل رقم: (16): نموذج التحليل العاملي التوكيدي للمتغير التابع "رضا المستهلك الإلكتروني"



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

5-1 سلم القياس:

إستخدمت الدراسة مقياس ليكارت Lekartscale الخماسي فقد أعطيت الدرجات التالية للفقرات

المستخدمة في الإستبانة: - درجة (1) للإجابة : غير موافق بشدة

- درجة (2) للإجابة : غير موافق

- درجة (3) للإجابة : محايد

- درجة (4) للإجابة : موافق بشدة

درجة (1)	درجة (2)	درجة (3)	درجة (4)	درجة (5)
----------	----------	----------	----------	----------

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
------------	-------	-------	-----------	----------------

وحددت رتب ودرجات لهذه المتوسطات حسب المعيار التالي:

تم تقسيم مدى الإستجابة (1-5) إلى ثلاثة فئات متساوية الطول ، بناء على القاعدة الحسابية التالية:

طول الفئة = المدى / عدد الفئات. وبذلك يكون طول الفئة =  $1.33 = 3/4$  وبالتالي يكون مقياس التحليل كالتالي :

- أعتبر المتوسط الحسابي ذو درجة منخفضة إذا تراوح بين: [2,33 – 1,00]

- أعتبر المتوسط الحسابي ذو درجة متوسطة إذا تراوح بين: [3,66 – 2,34]

- أعتبر المتوسط الحسابي ذو درجة مرتفعة إذا تراوح بين: [5,00 – 3,67]

### 6-1 النموذج العام للدراسة :

وهو النموذج الذي يجمع كل العلاقات السببية بين المتغيرات الكامنة، وبين المتغيرات الكامنة ومتغيراتها المقاسة، ويتم التوصل إلى النموذج العام للدراسة إنطلاقاً من أدبيات الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع البحث. ويتكون النموذج العام للدراسة من شقين: شق قياسي، وهو الذي يعبر عن المتغيرات الكامنة وعلاقتها بمؤشراتها، وشق بنائي: وهو الذي يعبر عن العلاقة بين المتغيرات الكامنة مع بعضها البعض.

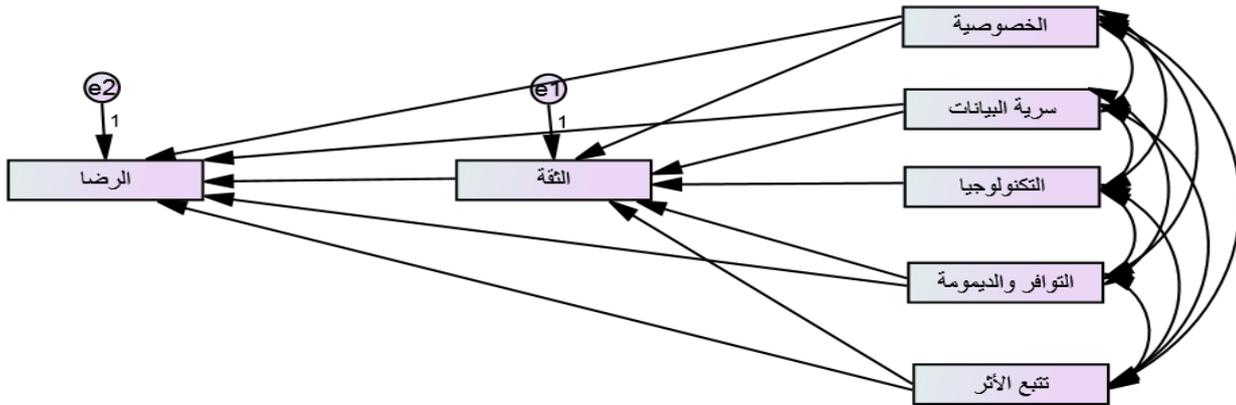
### 7-1 نموذج القياس :

يتكون نموذج القياس من ثلاثة متغيرات هي كالتالي :

- المتغير المستقل : الأمن السيبراني
- المتغير الوسيط : الثقة
- المتغير التابع : رضا المستهلك الإلكتروني

مبينة بالشكل التالي رقم (17) الذي يمثل نموذج القياس للنموذج العام للدراسة :

شكل رقم: (17) : النموذج القياسي للنموذج العام للدراسة



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

(2) صدق و ثبات أداة الإستبانة:

## 1-2 صدق المحكمين (الصدق الظاهري):

يقصد بصدق أداة القياس مدى قدرة الإستبانة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها، ولهذا الغرض تم عرض الإستبانة على مجموعة من الأساتذة المحكمين في التخصص من جامعة غرداية وجامعة الأغواط ومن ذوي الإختصاص والخبرة الميدانية كما هو موضح في (الملحق رقم: 06) ، وهذا للتعرف على آرائهم في مدى ملائمة الإستبانة للأهداف التي نرمي لتحقيقها من حيث سلامة اللغة ودقة العبارات، وقد تم إجراء تعديلات عليها بناء على توجيهاتهم، إلى أن إستقرت على صورتها النهائية، وأعتبر موافقة غالبية المحكمين على الإستبانة مؤشرا على الصدق الظاهري للأداة.

## 2-2 ثبات أداة الدراسة:

يقصد بثبات أداة الدراسة مدى قدرة الأداة على إعادة إعطاء نتائج مماثلة إذا أعيد إستخدامها في نفس الظروف وبشروط مماثلة<sup>2</sup>.

## 1-2-2 إختبار ألفا كرومباخ:

للتأكد من ثبات أداة القياس المستخدمة في الدراسة تم إحتساب معامل ( ألفا كرونباخ ) لأبعاد الدراسة بإستثناء المعلومات والبيانات العامة، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن مستوى الثبات كان عاليا وفقا للمعايير الإحصائية المتعارف عليها حيث بلغ 932, وهو ما يفوق 93% مما يجعل المعيار مقبول جدا .

الجدول رقم: (10) : إختبار ألفا كرومباخ الكلي للفقرات

### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,932	36

المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج spss v23

حيث كانت ثبات الفقرات كالاتي :

الجدول رقم : (11): معاملات ألفا كرومباخ التفصيلية لأبعاد ومحاور الدراسة

محور	عدد الفقرات	معامل الثبات ألفا كرومباخ
المحور الأول : الأمن السيرياني في عناصره التالية:	24 فقرة موزعة كالتالي :	
- إحترام الخصوصية	05 فقرات	0.823
	05 فقرات	0.713

<sup>2</sup>Shamont ,A.B, Evaluating an Extended relationship Marketing Model for Arab Guests of Five star hotels , PHD Thesis ,school of Hospitaly ,Tourism and Marketing ,Victoria University-Melbourne ,2007,p146

0.774	05 فقرتين	- سرية البيانات
0.727	05 فقرات	- التكنولوجيا المستخدمة
0.726	04 فقرات	- التوافر والديمومة
		- تتبع الأثر
0.732	06 فقرات	المحور الثاني : الثقة
0.698	06 فقرات	المحور الثالث : رضا المستهلك الإلكتروني

المصدر من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج SPSS V23

### 3) الإختبارات الأولية لأداة الدراسة

#### 3-1 التحليل العاملي التوكيدي :

سيتم إستخدام نموذج التحليل العاملي التوكيدي، أو التثبيتي للتحقق من صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة، وإختبار النموذج العاملي التوكيدي يبين هل البنية العاملية المقترحة للمقياس تتطابق مع البيانات، وتوفر المفهوم المقاس على مطابقة جيدة للبيانات يعتبر من أقوى الأدلة على توفر الصدق البنائي، أو صدق المفهوم. وكما أشرنا في المدخل التمهيدي فإنه هنالك العديد من محكات المطابقة المستخدمة في تقييم النموذج وسنقتصر على أكثرها إستخداما وملائمة والتي يوضحها الجدول التالي:

#### الجدول رقم: (12): مؤشرات جودة المطابقة

المؤشر	القيمة الدالة على حسن المطابقة
مربع كاي (CMIN)	أن لا يكون دالا
مربع كاي المعياري (CMIN/DF)	يجب أن تكون بين (1-5) ، فإذا كانت بين (2-5) دل على جودة النموذج ، وإذا كانت بين (1-2) دل على أن النموذج ذو مطابقة جيدة
مؤشر المطابقة المقارن (CFI)	$CFI \geq 0.90$ تطابق أفضل $CFI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر توكر لويس TLI	$TLI \geq 0.90$ تطابق افضل $TLI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر المطابقة المتزايد IFI	$IFI \geq 0.90$ تطابق افضل $IFI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي	من مؤشرات جودة المطابقة إذا ساوت قيمته 0.05 فأقل دل ذلك على

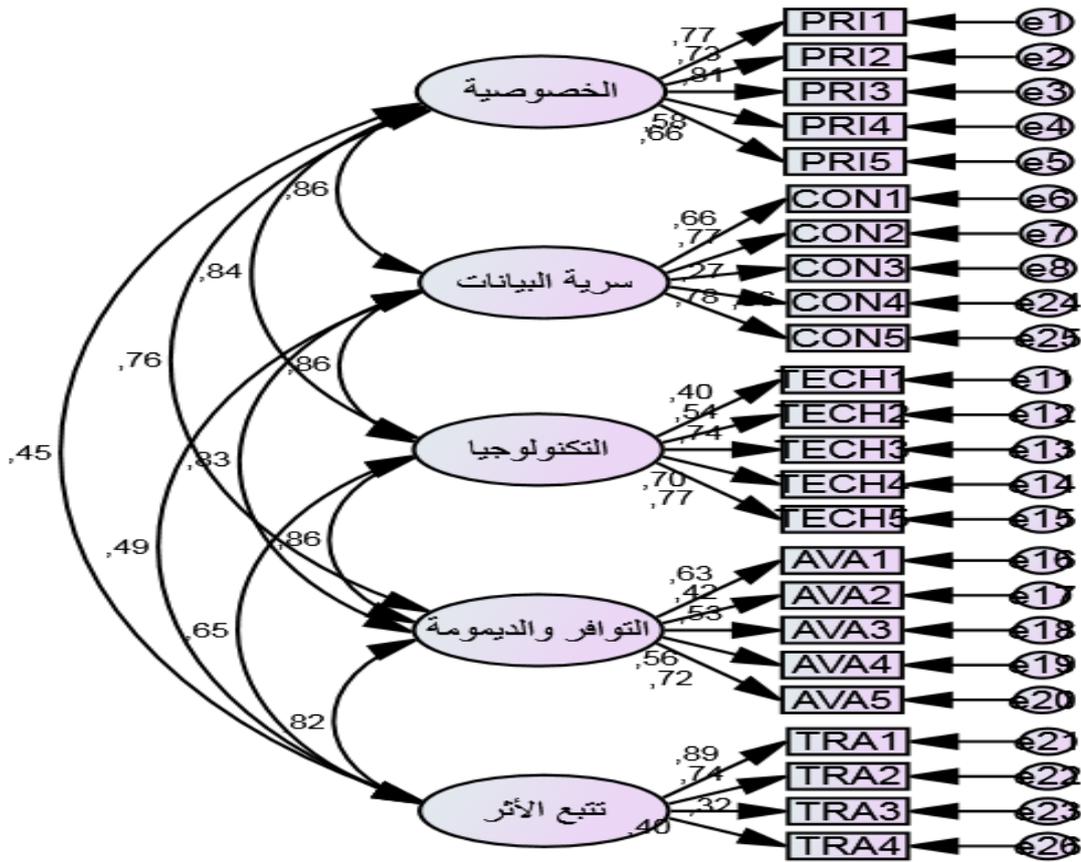
توفر مطابقة ممتازة ، وإذا كانت القيمة محصورة بين [0.05-0.08] دل ذلك على مطابقة جيدة أو مرتفعة ، أما إذا زادت قيمته على 0.08 دل على مطابقة غير كافية.	(RMSEA)
تتراوح قيمته 0.08 فأقل لقبول المطابقة SRMR ≥ 0.08 تطابق أفضل SRMR = 0 مطابقة تامة	مؤشر متوسط مربع البواقي المعياري SRMR

المصدر : محمد تيزغة ، المرجع السابق ، ص:262-264

### 1-1-3 التحليل العاملي التوكيدي لمتغير الامن السيبراني :

يوضح الشكل رقم: (18) : التحليل العاملي التوكيدي لأبعاد المتغير المستقل: الأمن السيبراني كالتالي:

الشكل رقم: (18): التحليل العاملي التوكيدي لمتغير الأمن السيبراني



المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

وفيما يلي تلخيص نتائج مخرجات المؤشرات المطابقة لنموذج الأمن السيبراني في الجدول، وهي كالتالي:

الجدول رقم: (13): مؤشرات المطابقة لنموذج الأمن السيبراني.

المؤشر	القيمة المسجلة	شروط قبول النموذج
مربع كاي Cmin	1063,526	لا يكون دالا
مربع كاي المعياري Cmin/df	4,395	إذا كان بين (2-5) دل على جودة النموذج ، وإذا كان بين (1-2) دل على أن النموذج ذو مطابقة جيدة.
درجة الحرية df	242	$df \geq 0$ نموذج معين
مستوى الدلالة (p-value)	.000	

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

يعتبر مؤشر كاي مربع من المؤشرات الأساسية لتقدير مطابقة النموذج النظري من نموذج القياس، نتيجه: 1063,526 بدرجة حرية 242، وهي دالة عند  $p < 0.000$  أي تحت مستوى 0.001 و يتميزان بأتهما الأكثر إنتشارا ، ودقة عند مقارنتهما بالدلائل الأخرى ، ويرجع السبب في ذلك هو أن مربع كاي ( $Chi^2$ ) يتبع توزيع طبيعي (95 ٪ من المعطيات تتمركز داخل مجال القبول ، و 5 ٪ هو مجال خطر الخطأ). إلا أنه لا يوجد أي مقدار لمربع كاي أو لدرجة الحرية ، ما يجعلنا نتأكد بأن النتيجة جيدة أو لا. إلا بتقويمه من خلال قسمة مربع كاي ( $Chi^2$ ) على درجة الحرية، ما يعطينا مربع كاي المعياري، أو النسبي (Cmin/Df)، والتي سجلت قيمة 4,395 وتعتبر هذه النتيجة جيدة جدا ، إذ أنها محصورة بين [2,5]، أي إحتمال توافق نموذج القياس مع النموذج النظري بشكل كبير ، لكن آير و آخرون (Hair, et Al, 1998) يروا أن هذا المؤشر حساس لحجم العينة ، لذلك لا يكفي به لوحده فينصح بإستخدام مؤشرات أخرى للمطابقة بجانب مربع كاي ( $Chi^2$ ).

الجدول رقم: (14): مؤشرات المطابقة لنموذج أبعاد الأمن السيبراني

المؤشر	القيمة المسجلة	شروط قبول النموذج
مؤشر المطابقة المقارن (CFI)	0.942	$CFI \geq 0.90$ تطابق أفضل $CFI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر توكر لويس (TLI)	0.931	$TLI \geq 0.90$ تطابق افضل $TLI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر المطابقة التزايدية (IFI)	0.944	$IFI \geq 0.90$ تطابق افضل $IFI = 1$ مطابقة جيدة

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

في الجدول رقم: (14) نلاحظ أن قيمة مؤشر المطابقة المقارن (CFI) تساوي (0.942) حيث يقيس هذا المؤشر الإنخفاض النسبي لإنعدام التطابق، بحيث يتم تقديره تبعا لتوزيع غير مركزي لمربع كاي ( $Chi^2$ ) للنموذج المختبر

بالمقارنة مع النموذج القاعدي أو الصفري ، وهي قيمة جيدة، ضمن مجال قبول المطابقة المقدرة بـ 0.90 فما فوق، ما يسمح لنا بقبول النموذج . أما بالنسبة لمؤشر توكر لويس (TLI) فكانت قيمته: (0.931)، حيث يعمل هذا المؤشر على مقارنة إنعدام المطابقة للنموذج المختبر مع النموذج القاعدي أو الصفري، وهي قيمة جيدة مقارنة بدرجة القطع المقدرة بـ: 0.90 فما فوق، وهي تدل على أن المطابقة مقبولة للنموذج المختبر، أما بالنسبة لمؤشر المطابقة التزايدى (IFI) فكانت قيمته تساوي (0.944) و يبين هذا المؤشر مدى تفوق النموذج المدروس في مطابقته على النموذج القاعدي أو الصفري، وهي قيمة جيدة ، إذا ما قورنت بدرجة القطع المقدرة بـ0.90 فما فوق لقبول النموذج

الجدول رقم: (15) : مؤشرات المطابقة لمتغير أبعاد الأمن السيبراني.

المؤشر	القيمة المسجلة	شروط قبول النموذج
مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA)	0,062	قبول النموذج [0.08-0.05]
مؤشر متوسط مربع البواقي المعياري SRMR	0.0564	SRMR ≥ 0.08 تطابق أفضل SRMR = 0 مطابقة تامة

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

بالنسبة لمؤشرات الجدول رقم: (15) نجد قيمة مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA) يساوي: (0.062)، ومؤشر متوسط مربع البواقي المعياري (SRMR) يساوي: (0.0564) يدلان على أن النموذج يتماشى مع البيانات، ويعد مؤشر متوسط مربع البواقي المعياري (SRMR) مقياسا لمتوسط البواقي، وإقتراب قيمته من الصفر يدل على المطابقة الجيدة للنموذج، أما مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA) الذي يصحح ما يقوم به مؤشر مربع كاي ( $\chi^2$ ) من رفض النموذج مع كبر العينة فهو يعد من أهم مؤشرات جودة المطابقة. ونتيجته في هذا النموذج تدل على أن النموذج يطابق البيانات بصورة جيدة لأن قيمته ضمن المدى المحدد لقبول المطابقة.

### 3-1-2 الصدق التقاربي لنموذج الأمن السيبراني :

إنطلاقا من النتائج الموضحة في الشكل البياني رقم: (18) لنموذج أبعاد الأمن السيبراني، درجة تأثر أو تشبع أبعاد الأمن السيبراني بالمؤشرات أو الفقرات المعبر عنها. فكل قيمة من القيم الموجودة على كل سهم من السهم المتجهة من المتغيرات الكامنة إلى كل مؤشر من المؤشرات أو الفقرات تعبر عن درجة تشبع المتغير الكامن بهذه المؤشرات أو الفقرات. وللمقارنة بين هذه المؤشرات من حيث درجة التشبع، أو الإشباع للمتغير الكامن نعتمد على الأوزان الإنحدارية المعيارية (standardized) ، وغير المعيارية (unstandardized) التي تسمى بمعاملات الصدق أو التشبع على المتغير الكامن، كما هو موضح في جدول التقديرات نموذج أبعاد الأمن السيبراني التالي :

الجدول رقم: (16): تقديرات نموذج أبعاد الأمن السيبراني :

مستوى	الخطأ المعياري S E	درجة المعيارية C R	درجة غير المعيارية	التشبعات
-------	--------------------	--------------------	--------------------	----------

				الدلالة
PRI1<---PRII	1,000			***
PRI2<--- PRII	,847	11,228	,075	***
PRI3<--- PRII	,903	12,720	,071	***
PRI4<--- PRII	,703	7,576	,093	***
PRI5<--- PRII	,768	8,763	,088	
CON1<--- CONI	1,000			***
CON2<--- CONI	1,026	9,313	,110	***
CON3<--- CONI	1,131	9,470	,119	***
CON4<--- CONI	,350	3,619	,097	***
CON5<--- CONI	,438	4,738	,092	***
TECH1<--- TECHI	1,000			***
TECH2<--- TECHI	1,243	6,220	,200	***
TECH3<--- TECHI	2,252	5,125	,439	***
TECH4<--- TECHI	2,340	5,038	,464	***
TECH5<--- TECHI	2,775	5,115	,538	***
AVA1 <---AVAI	1,000			***
AVA2 <---AVAI	,395	4,674	,085	***
AVA3<--- AVAI	,541	6,194	,087	***
AVA4 <---AVAI	,609	6,290	,097	***
AVA5 <---AVAI	1,064	8,649	,092	***
TRA1<--- TRAI	1,000			***
TRA2<--- TRAI	,787	11,688	,067	***
TRA3<--- TRAI	,354	5,518	,064	***
TRA4<--- TRAI	,260	4,366	,059	***

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

يتضح لنا من خلال الجدول رقم: (16) أن أكثر المتغيرات إشباعاً لأبعاد الأمن السيبراني هو المؤشر أو الفقرة رقم (TECH5) أي الفقرة رقم 5 في بعد التكنولوجيا المستخدمة (عمليات بطاقة الدفع الإلكترونية تتم بسرعة دائما) إذ بلغت الدرجة غير المعيارية للإشباع (2,775) وبدرجة معيارية تساوي 5,115، كما يتضح أيضا أن أقل مؤشرات أو

الفقرات إشباعا هي الفقرة رقم (TRA4) في مجال تتبع الأثر (تؤدي خدمة التوثيق الإلكتروني للبنك إلى قدرتي على مراجعة وتقفي مسارات العمليات التحويلية الإلكترونية والتواريخ والمواقيت) إذ بلغت الدرجة غير المعيارية (260)، وبدرجة معيارية تساوي 4,366، أما باقي الفقرات أو المؤشرات فتتراوح الدرجات المعيارية، وغير المعيارية لإشباع الفقرات بين هاتين الفقرتين .

كما نلاحظ أيضا من نتائج الجدول رقم (16) ، أن نموذج الأمن السيبراني خال قيم الارتباط غير المنطقي (illogical correlation)، والذي يتجاوز الواحد (01) الصحيح . كما يتضح أيضا أن نسبة تشيع أو الصدق بين عوامل الأمن السيبراني الخمسة، وفقراته أو مؤشرات الأربعة والعشرون (24) تعتبر جيدة ومشجعة فقد تجاوزت معظمها 0.40 مع مستويات معنوية (p-value=0.000)

الجدول رقم: (17) : \*التباين المشترك والتباين المستخلص\*\* لمفهوم الأمن السيبراني

تتبع الأثر	التوافر والديمومة	التكنولوجيا المستخدمة	سرية البيانات	إحترام الخصوصية	
0.20	0.57	0.70	0.74	0.71	إحترام الخصوصية
0.24	0.68	0.74	0.56	0.74	سرية البيانات
0.42	0.74	0.63	0.74	0.70	التكنولوجيا المستخدمة
0.67.	0.57	0.74	0.68	0.57	التوافر والديمومة
0.59	0.67	0.42	0.24	0.20	تتبع الأثر

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

- \* التباين المشترك : عبارة عن قيمة الارتباط بين العوامل مضروبة في نفسها.

- \*\* التباين المستخلص : عبارة عن متوسط الحسابي للارتباط المتعدد.

نلاحظ من الجدول رقم (17) المتعلق بقيم التباين المشترك، والتباين المستخلص أن قيم التباين المستخلص لأبعاد الأمن السيبراني فوق 0.40، وهذه الأدلة كلها تثبت الصدق التقاربي لمقياس أبعاد الأمن السيبراني أنه فعلا يتكون من خمسة عوامل و أربعة وعشرون فقرة أو مؤشر.

### 3-1-3 الصدق التمايزي لنموذج أبعاد الأمن السيبراني :

نلاحظ من خلال الشكل البياني لنموذج الأمن السيبراني أن معامل الارتباط بين العوامل الخمسة لمتغير الأمن السيبراني هي دون 0.90، أي تدل على إرتباط معتدل إلى حد ما بين العوامل الخمسة (إحترام الخصوصية، سرية البيانات، التكنولوجيا المستخدمة، التوافر والديمومة، تتبع الأثر) لمتغير الأمن السيبراني، ما يعزز تمايز العوامل عن بعضها البعض أي تمتعها بالصدق التمييزي. وكذلك من أدلة الصدق التمييزي أن قيم التباين المستخلص أعلى من قيم التباين

المشترك بين أبعاد الأمن السيبراني كما هو في الجدول رقم: (17). وبناء على ما سبق تُشير كل الدلائل على المقياس الخاص بالأمن السيبراني صادق لما وضع لقياسه.

الجدول رقم: (18) : إختبار الثبات والصدق بين عوامل الأمن السيبراني .

	CR	AVE	MSV	MaxR (H)	CONI	TECHI	AVAI	TRAI	PRII
CONI	0,718	0,695	0,741	0,799	<b>0,731</b>				
TECHI	0,775	0,585	0,746	0,811	0,855	<b>0,834</b>			
AVAI	0,710	0,674	0,746	0,735	0,826	0,864	<b>0,765</b>		
TRAI	0,820	0,534	0,676	0,845	0,492	0,653	0,822	<b>0,760</b>	
PRII	0,835	0,507	0,741	0,850	0,861	0,839	0,755	0,449	<b>0,821</b>

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Excel

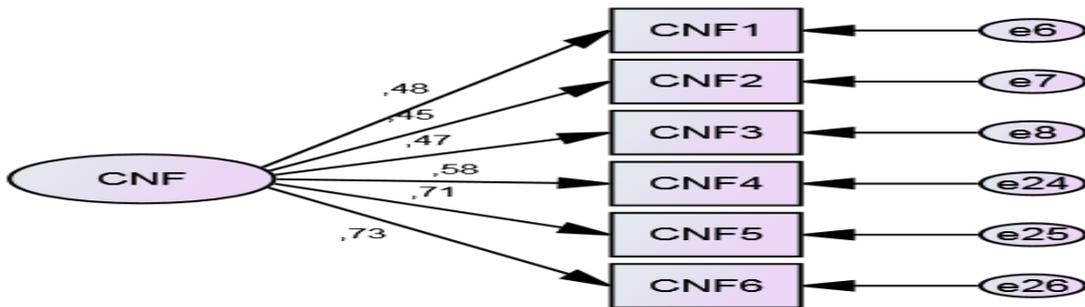
حيث نجد أن الصدق التقاربي للمفهوم محقق حيث أن :

- التشبعات كلها دالة كما أسلفنا
- الثبات المركب (CR) لكل بعد أكبر من متوسط التباين المستخرج (AVE)
- متوسط التباين المستخرج (AVE) أكبر من 0.5 لكل الأبعاد .
- وكذلك الصدق التمايزي للمفهوم : حيث وجدنا أن :
- أقصى مربع التباين المشترك (MSV) أصغر من متوسط التباين المستخرج (AVE).

2-3 التحليل العاملي التوكيدي لنموذج قياس المتغير الوسيطي : " الثقة "

يوضح الشكل (19) التحليل العاملي التوكيدي لنموذج قياس المتغير الوسيطي " الثقة " كالتالي :

الشكل رقم: (19): التحليل العاملي التوكيدي لنموذج قياس " الثقة "



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

وفيما يلي تلخيص نتائج مخرجات المؤشرات المطابقة لنموذج قياس الثقة في الجداول، وهي كالتالي :

الجدول رقم: (19): مؤشرات المطابقة لنموذج قياس الثقة

المؤشر	القيمة المسجلة	شروط قبول النموذج
مربع كاي Cmin	70,312	لا يكون دالا
مربع كاي المعياري Cmin/df	7,812	يجب أن تتعدى القيمة الحرجة 2 أو 3
درجة الحرية df	9	$df \geq 0$ نموذج معين
مستوى الدلالة (p-value)	,000	
مؤشر المطابقة المقارن (CFI)	0,790	$CFI \geq 0.90$ تطابق أفضل $CFI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر توكر لويس (TLI)	0,649	$TLI \geq 0.90$ تطابق افضل $TLI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر المطابقة التزايدى (IFI)	0,794	$IFI \geq 0.90$ تطابق افضل $IFI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA)	0,079	$[0.08-0.05]$ قبول النموذج أقل من 0.05 مطابقة ممتازة
مؤشر متوسط مربع البواقي المعياري SRMR	0,096	$SRMR \geq 0.08$ تطابق أفضل $SRMR = 0$ مطابقة تامة

المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

من خلال الجدول رقم: (19) نلاحظ أن قيمة مربع كاي سجلت قيمة قدرها: 70,312 ودرجة حرية قيمتها 09 وبمستوى دلالة 0,000 أما مربع كاي المعياري أو النسبي (Cmin/Df)، الذي هو حاصل قسمة مربع كاي على درجة الحرية فقد بلغ: 7,812 أي قد فاق بذلك القيمة الحرجة، وهي قيمة جيدة جدا، لكونها يجب أن تتعدى 2 أو 3 وهذه مؤشرات تدل على احتمال توافق نموذج القياس مع النموذج النظري، إلا أنه كما ذكرنا سابقا لا يمكن الإكتفاء بمؤشر كاي مربع لوحده بل يتطلب مطابقة باقي المؤشرات الأخرى.

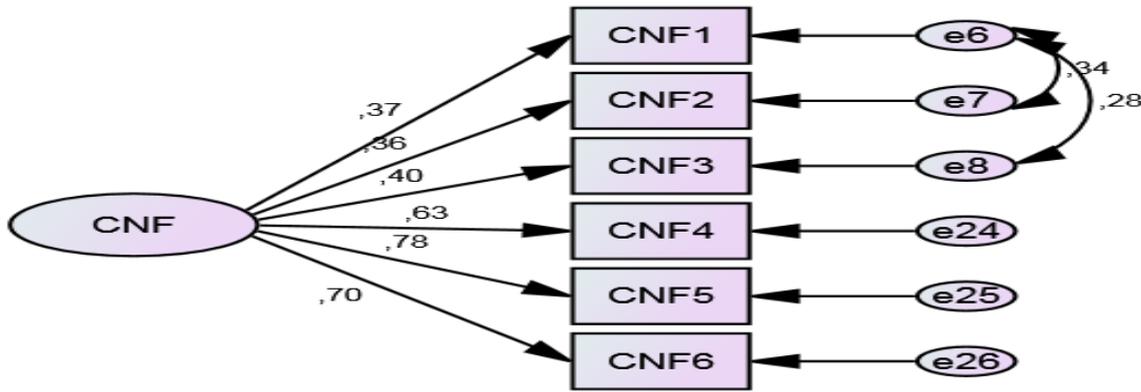
وما نلاحظه أيضا أن قيمة مؤشر المطابقة المقارن (CFI) فهي تساوي: (0,790) وهي ضعيفة، ليست ضمن مجال قبول المطابقة المقدره ب: 0.90 فما فوق،. و كذلك بالنسبة لمؤشر توكر لويس (TLI) فكانت قيمته: (0,649)، وهي قيمة ضعيفة مقارنة بدرجة القطع المقدره ب: 0.90 فما فوق، وهو كذلك بالنسبة لمؤشر المطابقة التزايدى (IFI) فكانت قيمته تساوي: (0,794) فهي قيمة ضعيفة أيضا، إذا ما قورنت بدرجة القطع المقدره ب: 0.90 فما فوق لقبول النموذج ، ما يجعلنا لا نقبل بالنموذج ويدفعنا الأمر إلى تعديله .

أما بالنسبة لقيمة مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA) نجده يساوي (0,079)، ومؤشر متوسط مربع البواقي المعياري (SRMR) يساوي (0,096)، يدلان على أن النموذج لا يتماشى مع البيانات.

3-2-1 تعديل النموذج:

دلت نتائج إختبار النموذج الجدول رقم: (19) على عدم مطابقته تماما وذلك لتخطي محكات المطابقة للمسطرة المحددة ومن ثم وجب علينا تعديله لتحسين مؤشرات المطابقة وذلك بالربط بين أخطاء القياس التالية : e6 و e7 و e8 مما يسمح بتحسين مؤشرات المطابقة للنموذج:

الشكل رقم : (20): التحليل العاملي التوكيدي لنموذج قياس الثقة (بعد التعديل)



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

يفسر الشكل رقم: (20) التعديل المقترح بالربط بين أخطاء القياس e6 و e7 و e8 كونهما منتميين لنفس المؤشر وبالفقرات التالية: CNF1 والتي تنص على (أشعر بثقة كبيرة في البنك من حيث الخدمات الإلكترونية المرتبطة بوسائل السحب والدفق والتحويل.) و CNF2 التي نصت أيضا (عدم قدرة أي شخص على الإطلاع على بياناتي ومعلوماتي الشخصية الإلكترونية يزيد من ثقتي في البنك الذي أتعامل معه.) و CNF3 التي تنص (أجد أن البنك يلتزم بكل مبادئ الثقة في تعامله معي إلكترونيا.) ، حيث يُفسر ذلك بكون المستجوبين لم يستطيعوا التمييز بين العبارات كذلك.

الجدول رقم: (20): مؤشرات المطابقة لنموذج قياس الثقة (بعد التعديل) .

المؤشر	القيمة المسجلة	شروط قبول النموذج
مربع كاي Cmin	23,799	لا يكون دالا
مربع كاي المعياري Cmin/df	3,400	يجب أن تتعدى القيمة الحرجة 2 أو 3
درجة الحرية df	7	df ≥ 0 نموذج معين
مستوى الدلالة (p-value)	0,001	

المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

سجلت قيمة مربع كاي للنموذج المعدل إنخفاضا كبيرا حيث أصبحت قيمتها: 23,799 بعدما كانت: 70,312 ودرجة حرية قيمتها 07 حيث نقصت بدرجتين بعدما كانت 09 وهذا بعد الربط بين أخطاء القياس

e6 و e7 و e8 وبمستوى دلالة بلغ 0,001 أي دال، حسب محكات المطابقة، أما مربع كاي المعياري أو النسبي (Cmin/Df)، فأصبح: 3,400 بعدما كان: 7,812، وهذه مؤشرات جيدة تدل على إحتمال توافق نموذج القياس مع النموذج النظري، إلا أنه لا يمكن الإكتفاء بمؤشر كاي مربع لوحده بل يتطلب مطابقة باقي المؤشرات الأخرى .

الجدول رقم: (21): مؤشرات المطابقة لنموذج قياس الثقة (بعد التعديل)

المؤشر	القيمة المسجلة	شروط قبول النموذج
مؤشر المطابقة المقارن (CFI)	0,942	CFI ≥ 0.90 تطابق أفضل CFI = 1 مطابقة جيدة
مؤشر توكر لويس (TLI)	0,877	TLI ≥ 0.90 تطابق أفضل TLI = 1 مطابقة جيدة
مؤشر المطابقة التزايدية (IFI)	0,944	IFI ≥ 0.90 تطابق أفضل IFI = 1 مطابقة جيدة
مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA)	0,060	[0.08-0.05] قبول النموذج أقل من 0.05 مطابقة ممتازة
مؤشر متوسط مربع البواقي المعياري SRMR	0,058	SRMR ≥ 0.08 تطابق أفضل SRMR = 0 مطابقة تامة

المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

من خلال الجدول رقم: (21) نلاحظ أن قيمة مؤشر المطابقة المقارن (CFI) تساوي: (0,942) بعدما كانت: (0,790) قبل تعديل نموذج القياس وهي قيمة جيدة جدا، ضمن مجال قبول المطابقة المقدرة بـ 0.90 فما فوق ما يسمح لنا بقبول النموذج . أما بالنسبة لمؤشر توكر لويس (TLI) فأصبحت قيمته: (0,877) بعدما كانت قيمته: (0,649) قبل التعديل، حيث إرتفعت وقاربت درجة القطع المقدرة بـ 0.90 ، أما بالنسبة لمؤشر المطابقة التزايدية (IFI) فكانت قيمته تساوي: (0,794) قبل التعديل لتصبح: (0,944) وهي قيمة جيدة جدا ، إذا ما قورنت بدرجة القطع المقدرة بـ: 0.90 فما فوق، ليمكننا قبول النموذج بعد التعديل حيث تحسنت مؤشرات المطابقة جدا .

كما أننا نجد أن قيمة مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA) التي كانت تساوي (0,079) قد تحسنت بشكل ممتاز لتصبح: (0,060) وهي درجة جيدة لكونها أقرب من محك المطابقة 0.05 ، ومؤشر متوسط مربع البواقي المعياري (SRMR) الذي أصبح يساوي: (0,058) بعدما كان: 0,096 قبل الربط بين أخطاء القياس في تعديل النموذج ، يدلان على أن النموذج يتماشى مع البيانات بصورة جيدة.

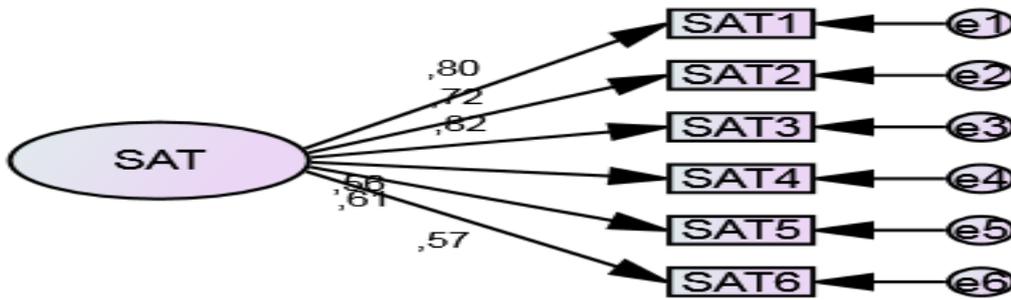
2-2-3 الصدق التقاربي لنموذج قياس الثقة (بعد التعديل):

إنطلاقاً من النتائج الموضحة في الشكل البياني رقم: (20) لنموذج قياس الثقة (بعد التعديل)، وجدول التقديرات المحصل عليه من مخرجات برنامج Amos v22، نستنتج خلو النموذج من أي إرتباط غير منطقي، كما أن نسبة التشبع أو الصدق فقد فاقت 0.40 مع مستويات معنوية 0.000، وهي نتائج جيدة جداً .

### 3-3 التحليل العاملي التوكيدي لنموذج قياس المتغير التابع: " رضا المستهلك الإلكتروني " :

يوضح الشكل رقم: (21) التحليل العاملي التوكيدي لنموذج قياس المتغير التابع رضا المستهلك الإلكتروني كالتالي:

الشكل رقم: (21): التحليل العاملي التوكيدي لنموذج قياس " رضا المستهلك الإلكتروني "



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

وفيما يلي تلخيص نتائج مخرجات المؤشرات المطابقة لنموذج قياس رضا المستهلك الإلكتروني في الجداول، وهي كالتالي :

الجدول رقم: (22): مؤشرات المطابقة لنموذج قياس رضا المستهلك الإلكتروني

المؤشر	القيمة المسجلة	شروط قبول النموذج
مربع كاي Cmin	91,959	لا يكون دالا
مربع كاي المعياري Cmin/df	10,218	يجب أن تتعدى القيمة الحرجة 2 أو 3
درجة الحرية df	9	$df \geq 0$ نموذج معين
مستوى الدلالة (p-value)	,000	
مؤشر المطابقة المقارن (CFI)	0,844	$CFI \geq 0.90$ تطابق أفضل $CFI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر توكر لويس (TLI)	0,740	$TLI \geq 0.90$ تطابق أفضل $TLI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر المطابقة التزايدى (IFI)	0,846	$IFI \geq 0.90$ تطابق أفضل $IFI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي RMSEA	0,082	[0.08-0.05] قبول النموذج
مؤشر متوسط مربع البواقي المعياري SRMR	0,124	$SRMR \geq 0.08$ تطابق أفضل

SRMR=0 مطابقة تامة

المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

في الجدول رقم: (22) سجلت قيمة مربع كاي قيمة قدرها : 91,959 ودرجة حرية قيمتها 09 وبمستوى دلالة 0,000، أما مربع كاي المعياري أو النسبي (Cmin/Df)، الذي هو حاصل قسمة مربع كاي على درجة الحرية فقد بلغ : 10,218 وقد فاق بذلك القيمة الحرجة، وهي قيمة جيدة جدا، لكونها يجب أن تتعدى 2 أو 3 وهذه مؤشرات تدل على احتمال توافق نموذج القياس مع النموذج النظري ، إلا أنه كما ذكرنا سابقا لا يمكن الإكتفاء بمؤشر كاي مربع لوحده بل يتطلب مطابقة باقي المؤشرات الأخرى.

كما أننا نلاحظ أن قيمة مؤشر المطابقة المقارن (CFI) تساوي: (0,844) وهي قيمة ضعيفة، ليست ضمن مجال قبول المطابقة المقدرة ب: 0.90 فما فوق، وبالنسبة لمؤشر توكر لويس (TLI) فكانت قيمته: (0,740)، وهي قيمة أيضا ضعيفة مقارنة بدرجة القطع المقدرة ب: 0.90 فما فوق ، وكذلك الأمر بالنسبة لمؤشر المطابقة التزايدية (IFI) فكانت قيمته تساوي: (0,846) وهي ضعيفة، إذا ما قورنت بدرجة القطع المقدرة ب: 0.90 فما فوق لقبول النموذج، ما يجعلنا لا نقبل بالنموذج ويدفعنا الأمر إلى تعديله.

أما بالنسبة لقيمة مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA) نجده يساوي (0,082)، ومؤشر متوسط مربع البواقي المعياري (SRMR) يساوي (0,124)، يدلان على أن النموذج لا يتماشى مع البيانات.

### 3-3-1 تعديل النموذج:

دلت نتائج إختبار النموذج الجدول رقم: (22) على عدم مطابقته تماما وذلك لتخطي محكات المطابقة للمسطرة المحددة ومن ثم وجب علينا تعديله لتحسين مؤشرات المطابقة وذلك بالربط بين أخطاء القياس التالية : e4 و e5 و e6 مما يسمح بتحسين مؤشرات المطابقة للنموذج.

الشكل رقم: (22): التحليل العاملي التوكيدي لنموذج قياس رضا المستهلك الإلكتروني (بعد التعديل)



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

يفسر الشكل رقم: (22) التعديل المقترح بالربط بين أخطاء القياس e4 و e5 و e6 كونهما منتمين لنفس المؤشر وبالفقرات التالية: SAT4 التي تنص على (أنا راض عن درجة إهتمام البنك التجاري بأمن معلوماتي الشخصية إلكترونيا.) و SAT5 التي نصت أيضا (تشجعي مصداقية الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك على دعوة أصدقائي لإقتناء بطاقات الدفع والسحب الإلكترونية الخاصة بالبنك الذي أتعامل معه) و SAT6 التي تنص أيضا (تشجعي السياسة الأمنية للبنك لبطاقات الدفع والسحب الإلكترونية على إستمرارية التعامل معه) ، حيث يُفسر ذلك بكون المستجوبين لم يستطيعوا التمييز بين العبارات كذلك .

الجدول رقم: (23): مؤشرات المطابقة لنموذج قياس رضا المستهلك الإلكتروني (بعد التعديل) .

المؤشر	القيمة المسجلة	شروط قبول النموذج
مربع كاي Cmin	47,613	لا يكون دالا
مربع كاي المعياري Cmin/df	6,802	يجب أن تتعدى القيمة الحرجة 2 أو 3
درجة الحرية df	7	$df \geq 0$ نموذج معين
مستوى الدلالة (p-value)	0,000	

المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

سجلت قيمة مربع كاي للنموذج المعدل إنخفاضاً كبيراً حيث أصبحت قيمتها: 47,613 بعدما كانت : 91,959 ودرجة حرية قيمتها 07 ، وهذا بعد الربط بين أخطاء القياس e4 و e5 و e6 ، وبمستوى دلالة بلغ: 0,000 هو المطلوب حسب محكات المطابقة، أما مربع كاي المعياري أو النسبي (Cmin/Df)، أصبح: 6,802 بعدما كان: 10,218، وهذه مؤشرات جيدة تدل على احتمال توافق نموذج القياس مع النموذج النظري ، إلا أنه كما ذكرنا سابقاً لا يمكن الإكتفاء بمؤشر كاي مربع لوحده بل يتطلب مطابقة باقي المؤشرات الأخرى .

الجدول رقم: (24): مؤشرات المطابقة لنموذج قياس الثقة (بعد التعديل)

المؤشر	القيمة المسجلة	شروط قبول النموذج
مؤشر المطابقة المقارن (CFI)	0,924	$CFI \geq 0.90$ تطابق أفضل $CFI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر توكر لويس (TLI)	0,836	$TLI \geq 0.90$ تطابق أفضل $TLI = 1$ مطابقة جيدة
مؤشر المطابقة التزايدية (IFI)	0,925	$IFI \geq 0.90$ تطابق أفضل $IFI = 1$ مطابقة جيدة

مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي RMSEA	0,065	[0.08-0.05] قبول النموذج أقل من 0.05 مطابقة ممتازة
مؤشر متوسط مربع البواقي المعياري SRMR	0,092	SRMR ≥ 0.08 تطابق أفضل SRMR = 0 مطابقة تامة

المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

من خلال الجدول رقم: (24) نلاحظ أن قيمة مؤشر المطابقة المقارن (CFI) تساوي (0,924) بعدما كانت (0,844) قبل تعديل نموذج القياس وهي قيمة جيدة جدا ، ضمن مجال قبول المطابقة المقدرة بـ 0.90 فما فوق، ما يسمح لنا بقبول النموذج . أما بالنسبة لمؤشر توكر لويس (TLI) فأصبحت قيمته (0,836) بعدما كانت قيمته (0,740) قبل التعديل ، وهي قيمة قريبة جدا من درجة القطع المقدرة بـ 0.90 ، أما بالنسبة لمؤشر المطابقة التزايدية (IFI) فكانت قيمته كذلك تساوي (0,846) قبل التعديل لتصبح (0,925) وهي كذلك قيمة جيدة جدا ، إذا ما قورنت بدرجة القطع المقدرة بـ 0.90 فما فوق ليمكننا قبول النموذج بعد التعديل حيث تحسنت مؤشرات المطابقة جدا . كما أننا نجد أن قيمة مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA) الذي كان يساوي (0,082) قد تحسن بشكل ممتاز ليصبح (0,065) وهي درجة جيدة لكونها أقرب من محك المطابقة 0.05 ، ومؤشر متوسط مربع البواقي المعياري (SRMR) الذي يساوي (0,092) بعدما كان 0,124 قبل الربط بين أخطاء القياس في تعديل النموذج ، وهذا الخير تحسن كثيرا، مما يدلان على أن النموذج يتماشى مع البيانات بصورة جيدة.

### 3-3-2 الصدق التقاربي لنموذج قياس رضا المستهلك الإلكتروني (بعد التعديل):

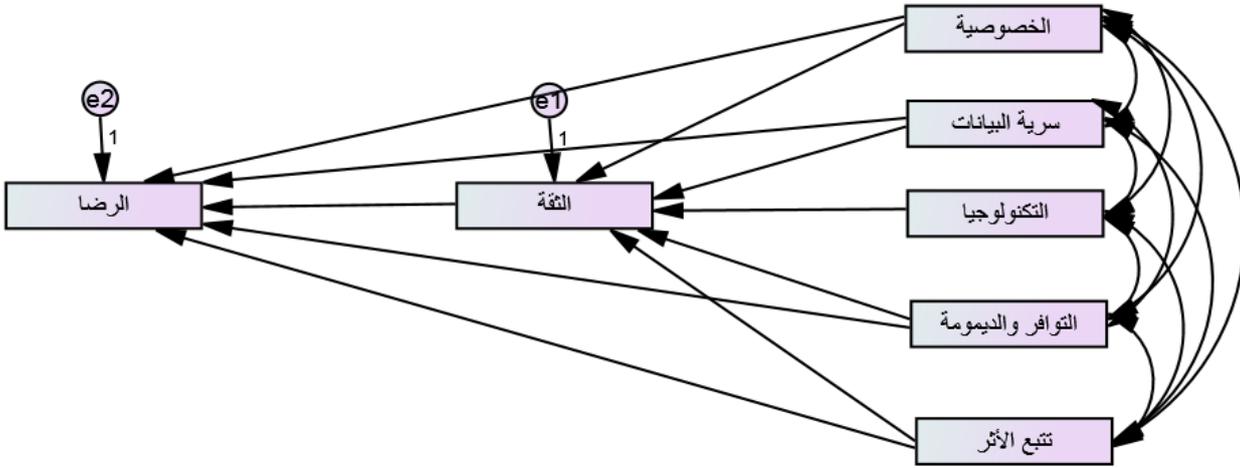
إنطلاقا من النتائج الموضحة في الشكل البياني رقم: (22) لنموذج قياس رضا المستهلك الإلكتروني (بعد التعديل)، وجدول التقديرات المحصل عليه، نستنتج خلو النموذج من أي إرتباط غير منطقي، كما أن نسبة التشعب أو الصدق فقدت 0.40 مع مستويات معنوية 0.000، وهي نتائج جيدة جدا .

### الفرع الثاني: نموذج القياس والنموذج العام للدراسة

أولا: نموذج القياس :

الشكل البياني لنموذج القياس بين متغيرات الدراسة: المتغير المستقل: الأمن السيبراني، المتغير الوسيط: الثقة، المتغير التابع : رضا المستهلك الإلكتروني.

الشكل رقم: (23) : الشكل البياني لنموذج القياس



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

### تعيين النموذج: <sup>3</sup>

يقصد بالتعيين تحديد أو تقدير احتياجات النموذج المفترض ومقارنتها بوحدات المعلومات غير المتكررة في البيانات (المعلومات المتاحة أو المتوفرة في البيانات).

يُعبّر عن احتياجات النموذج بعدد وحدات المعلومات التي يتطلبها النموذج لتقدير البرامترات. و يقصد بالبرامترات أي شيء غير مقيد بقيمة ثابتة يقوم البرنامج بحسابه. ويمكن معرفة عدد برامترات النموذج التي تحتاج إلى تقدير سلفاً قبل إخضاع النموذج إلى تقدير برامتراته عن طريق حزمة أموس أو أي حزمة أخرى تستعمل لهذا الغرض. ويمكن تقدير احتياجات النموذج كما يلي:

أولاً : حساب عدد التباينات للمتغيرات المستقلة سواء أكانت مقاسة أو كامنة.

ثانياً : عدد الارتباطات أو التغايرات بين العوامل أو المتغيرات المقاسة أو الكامنة (عدد الأسهم المحدبة).

ثالثاً : عدد المسارات (الأسهم المستقيمة وحيدة الإتجاه) غير المقيدة.

$$28=11+10+7$$

ثم نقارن احتياجات النموذج بوحدات المعلومات غير المتكررة المتوفرة في البيانات.

عدد المتغيرات أو المؤشرات المقاسة × [عدد المتغيرات أو المؤشرات المقاسة + 1] / 2

$$28=2/56=8 \times 7=(1+7) \times 7$$

<sup>3</sup>محمد بوزيان تبغزة، التحليل العملي الاستكشافي والتوكيدي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان-الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص: 193-204

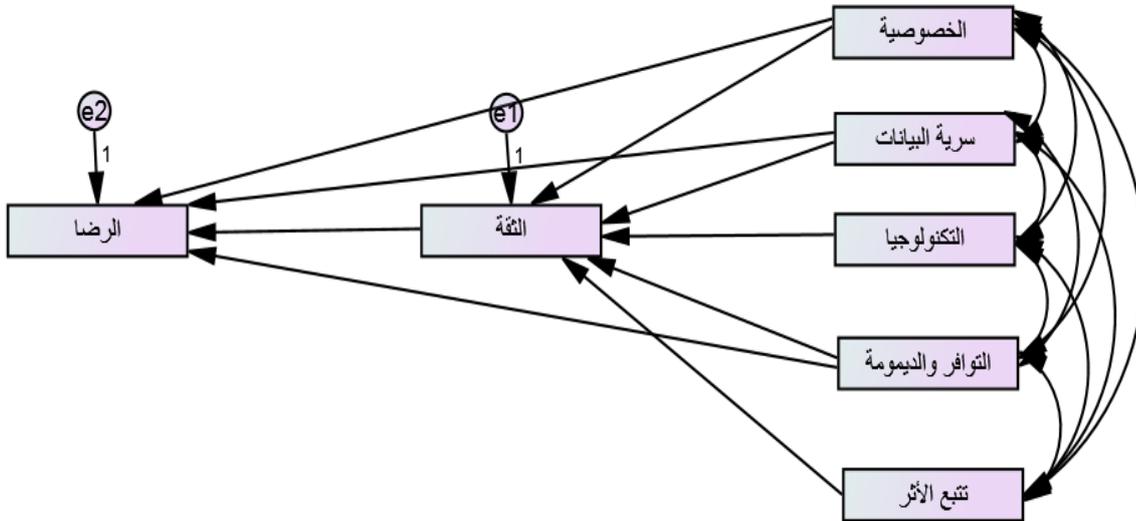
حساب درجة الحرية :

$$\begin{aligned} \text{Number of distinct sample moments} &= 28 \\ \text{Number of distinct parameters to be estimated} &= 28 \\ \text{Degrees of freedom } (28 - 28) &= 0 \end{aligned}$$

ويسمى النموذج في هذه الحالة بالنموذج المشبع ، حيث يفضل أن تكون نتيجة المقارنة بين المعلومات المتوفرة في البيانات أكبر من إحتياجات النموذج ويسمى النموذج بالنموذج المتعدي التعيين.

وعليه نقوم بحذف العلاقات غير معنوية للسماح للنموذج بالإشتغال ، كما هو موضح في الشكل البنائي لنموذج القياس في الشكل التالي:

الشكل رقم: (24) : الشكل البياني المعتمد لنموذج القياس



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

وفيما يلي تلخيص نتائج مخرجات المؤشرات المطابقة نموذج القياس للدراسة في الجداول، وهي كالتالي :

الجدول رقم: (25): مؤشرات المطابقة نموذج القياس للدراسة.

المؤشر	القيمة المسجلة	شروط قبول النموذج
مربع كاي Cmin	1,600	لا يكون دالا
مربع كاي المعياري Cmin/df	1,600	يجب أن تتعدى القيمة الحرجة 2 أو 3

درجة الحرية df	1	df ≥ 0 نموذج معين
مستوى الدلالة (p-value)	0,206	
مؤشر المطابقة المقارن (CFI)	0,999	CFI ≥ 0.90 تطابق أفضل CFI = 1 مطابقة جيدة
مؤشر توكر لويس (TLI)	0,987	TLI ≥ 0.90 تطابق أفضل TLI = 1 مطابقة جيدة
مؤشر المطابقة التزايدى (IFI)	0,999	IFI ≥ 0.90 تطابق أفضل IFI = 1 مطابقة جيدة
مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي RMSEA	0,053	[0.08-0.05] قبول النموذج
مؤشر متوسط مربع البواقي المعياري SRMR	0,003	SRMR ≥ 0.08 تطابق أفضل SRMR = 0 مطابقة تامة

المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

نلاحظ من خلال الجدول رقم (25) أن قيمة مربع كاي سجلت قيمة قدرها : 1,600 ودرجة حرية قيمتها 1 وبمستوى دلالة 0,206 ، أما مربع كاي المعياري أو النسبي (Cmin/Df)، الذي هو حاصل قسمة مربع كاي على درجة الحرية فقد كان : 1,600 وبهذا لم يفق القيمة الحرجة، وهي قيمة ضعيفة، لكونها يجب أن تتعدى 2 أو 3 وهذه مؤشرات تدل على احتمال عدم توافق نموذج القياس مع النموذج النظري، إلا أنه كما ذكرنا سابقا لا يمكن الإكتفاء بمؤشر كاي مربع لوحده بل يتطلب مطابقة باقي المؤشرات الأخرى.

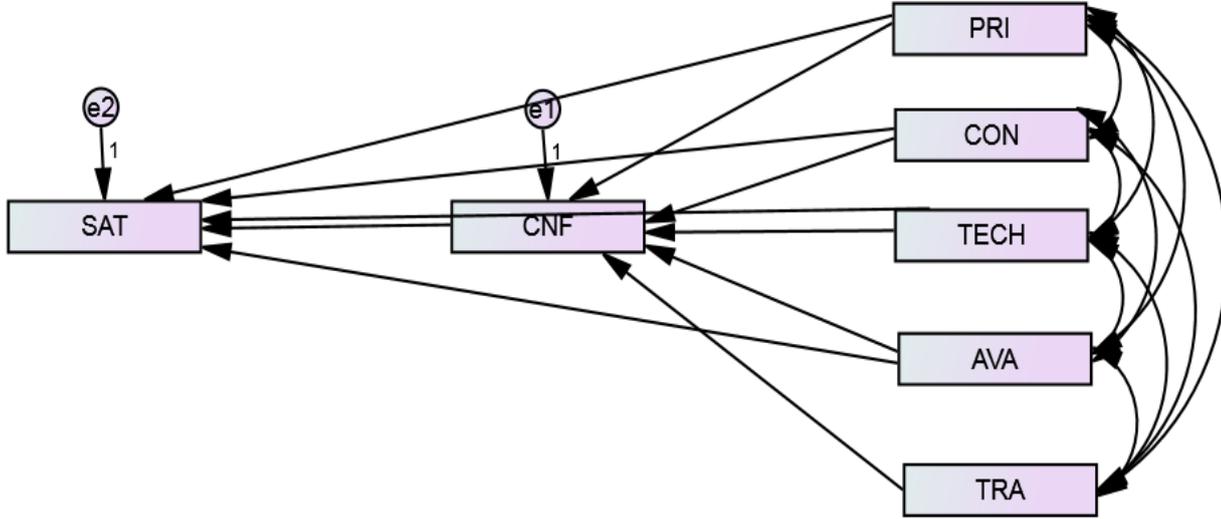
كما أننا نلاحظ أن قيمة مؤشر المطابقة المقارن (CFI) هي تساوي: (0,999) وهي قيمة جيدة جدا ، لكونها ضمن مجال قبول المطابقة المقدرة بـ: 0.90 فما فوق، فهي قريبة من 1 الدال على المطابقة الجيدة، وبالنسبة لمؤشر توكر لويس (TLI) فكانت قيمته: (0,987)، وهي قيمة أيضا جيدة جدا، لكونها ضمن مجال قبول المطابقة المقدرة بـ: 0.90 فما فوق ، وكذلك الأمر بالنسبة لمؤشر المطابقة التزايدى (IFI) فقيمته تساوي: (0,999) وهي جيدة جدا، إذا ما قورنت بدرجة القطع المقدرة بـ 0.90 فما فوق لقبول النموذج، ما يجعلنا نقبل بالنموذج.

أما بالنسبة لقيمة مؤشر جذر متوسط مربع الخطأ التقريبي (RMSEA) الذي يساوي (0,053)، ومؤشر متوسط مربع البواقي المعياري (SRMR) والذي يساوي (0,003)، يدلان على أن النموذج يتماشى مع البيانات بصورة جيدة.

ثانيا: النموذج النظري (العام) المقترح للدراسة :

إنطلاقا من نموذج القياس للدراسة فإن النموذج النظري للدراسة المقترح هو التالي :

الشكل البياني رقم: (25) : النموذج النظري (العام) المقترح للدراسة



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج Amos v22

المبحث الثاني: تحليل نتائج وإختبار فرضيات الدراسة الميدانية

المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة

سيتم في هذا المبحث عرض نتائج أداة البحث المتمثلة في الإستبانة وتحليلها في المطلب الأول ، في حين يخصص المطلب الثاني: لإختبار الفروض وإستخلاص النتائج المتوصل إليها ومنه إعطاء توصيات متعلقة بموضوع الدراسة في المباحث الموالية.

للإجابة على أسئلة الدراسة، إستخدم الطالب التقسيم الثلاثي لمستويات الأبعاد المذكورة سلفا (الصفحة 56).

الفرع الأول: عرض وتحليل نتائج الخصائص العامة المرتبطة بالإستبيان الموجه للمستهلكين

سنحاول عرض نتائج الدراسة اعتمادا على ما تم جمعه من بيانات الإستبانة بعد معالجتها إحصائيا ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss v23.

1. الخصائص العامة :

أظهرت نتائج الإستبانة المعلومات الديمغرافية للمستجوبين كالتالي:

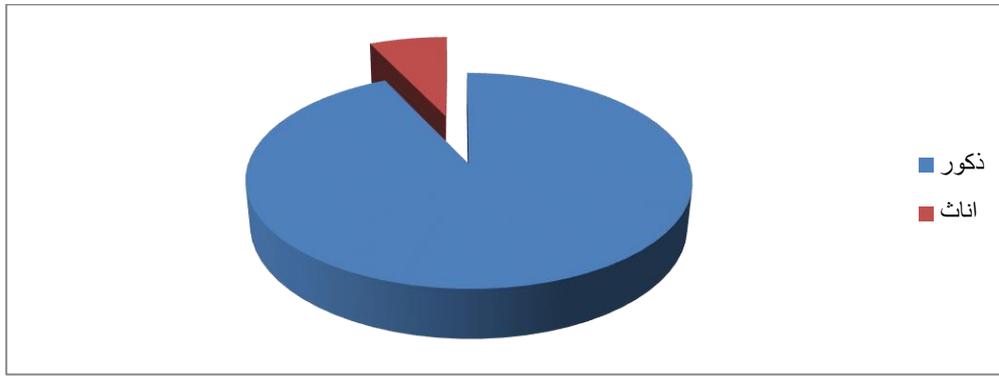
1.1 الجنس :

الجدول رقم: (26) : تقسيمات عينة البحث حسب الجنس

الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
التكرار	199	15	214
النسبة	93	7	100

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج spss v23.

الشكل رقم: (26) : تمثيل بياني لتقسيمات عينة البحث حسب الجنس



المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج spss v23.

نلاحظ أن نسبة الإناث 7% كانت أقل بكثير من نسبة الذكور 93%. حسب رأي الطالب أن سبب النسبة الضعيفة للإناث في هذه العينة تعود إلى توقيت إجراء الدراسة الميدانية الذي صادف شهر رمضان الكريم، أين تقل فيه الحركة في المجتمع بصفة عامة وحركة الإناث بصفة خاصة، بالرغم من تواجدنا المستمر واليومي بالبنك محل الدراسة لمدة أسبوعين.

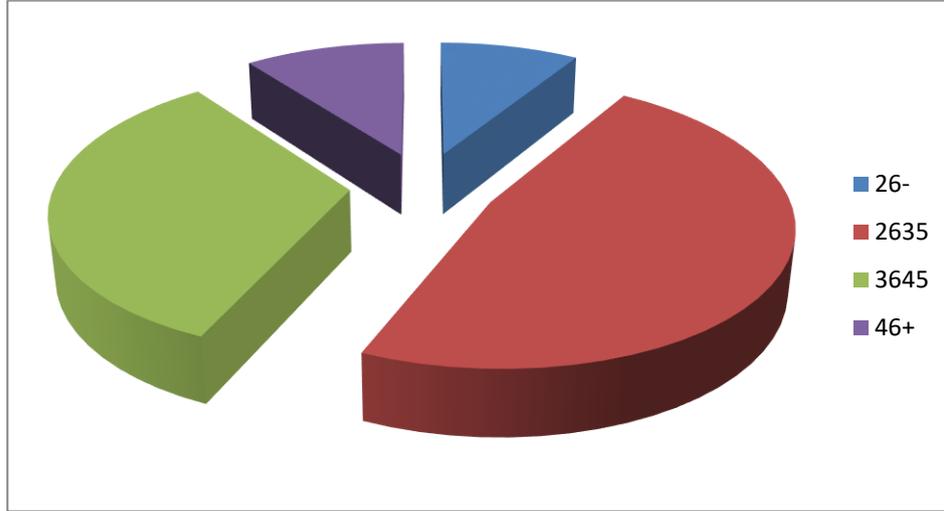
2.1 السن :

الجدول رقم: (27) : تقسيمات عينة البحث حسب السن

الفئة	-26	35-26	45-36	46+	المجموع
النسبة	8.88	47.66	33.18	10.28	100,00
التكرار	19	102	71	22	214

المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج spss v23.

الشكل رقم: (27) : تمثيل بياني لتقسيمات عينة البحث حسب السن



المصدر: من إعداد الطالب إعتقادا على معطيات البرنامج spss v23.

الفئة العمرية المستجوبة الغالبة هي فئة ما بين 26-35 سنة بنسبة 47,66 %، وهي نسبة تقارب فئة ما بين 36-45 سنة 33,18 %، تليها فئة أكثر من 46 سنة بنسبة 10,28 %، في حين تتوزع النسبة الباقية على الفئة الأقل سنا (أقل من 26 سنة) بنسبة 8,88 % . وقد لاحظ الطالب أن الفئة الأقل سنا (أقل من 26 سنة) هي الفئة الأضعف في الإجابة عن الإستبانة، مرجعا ذلك إلى عدم إستعمالهم لبطاقات الدفع الإلكترونية الخاصة بالبنك محل الدراسة ربما أن الأغلبية في هذا السن فهي عاطلة عن العمل وكذا تواجد غالبيتها في مقاعد الدراسة، في حين لاحظ أن غالبية المجيبين هم من الفئة ما بين 26-35 سنة، ويعود ذلك في الغالب لكونهم من الموظفين سواء في القطاع العام أو الخاص أو التجار والمهنيين وغيرهم.

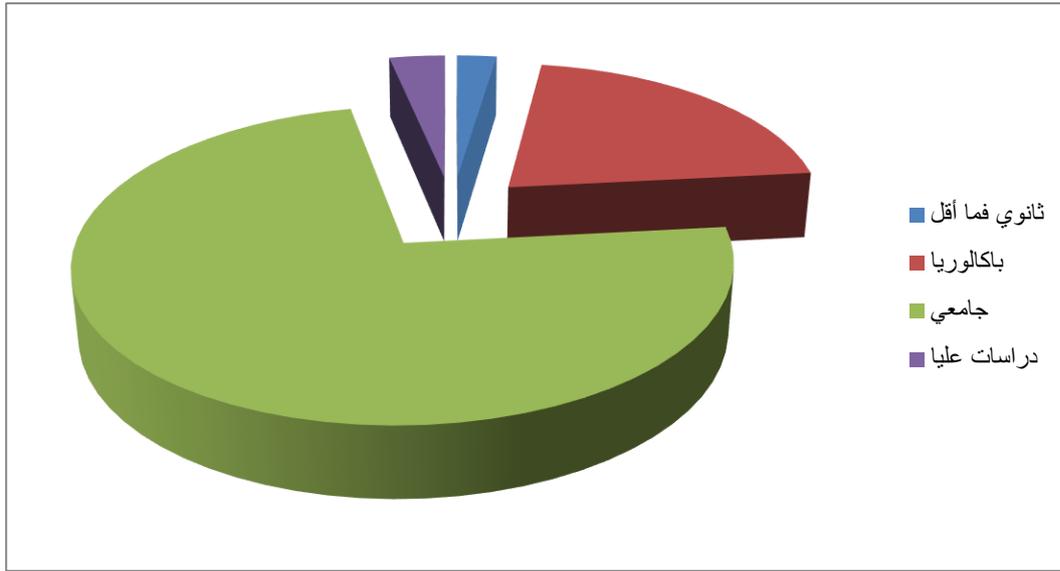
### 3.1 المستوى التعليمي :

الجدول رقم: (28) : تقسيمات عينة البحث حسب المستوى التعليمي

المستوى	ثانوي فما أقل	باكالوريا	جامعي	دراسات عليا	المجموع
النسبة	2,34	21	73,37	3,29	100,00
التكرار	05	45	157	07	214

المصدر: من إعداد الطالب إعتقادا على معطيات البرنامج spss v23.

الشكل رقم: (28) : تمثيل بياني لتقسيمات عينة البحث حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالب إعتقادا على معطيات البرنامج spss v23.

أعطت نتائج الإستابة أن النسبة الغالبة من المستجوبين هي من ذوي المستوى الجامعي بنسبة % 73,37 والبكالوريا بنسبة 21 % بينما كانت النسبة قليلة جدا لذوي مستوى (الدراسات العليا) 3,29 % وأقل منهم لذوي مستوى (ثانوي فما أقل) ، رغم حرص الطالب على توزيع الإستبانة ميدانيا بالبنك محل الدراسة حرصا على أن تصل الإستبانة إلى أغلب شرائح المجتمع، ويعود السبب حسب رأي الطالب إلى أنه ربما أن الفئة التي لها ثقة في التكنولوجيا وفي التعاملات الإلكترونية هي الفئة العاملة ذات المستوى التعليمي (جامعي)، وبالنسبة لقلّة نسبة عينة الدراسة لذوي مستوى (الدراسات العليا) 3,29 % يعود ذلك إلى أنه أصلا هاته الفئة قليلة في المجتمع ولم يصادفها الطالب بكثرة أيام دراسته.

### 4-3 المهنة :

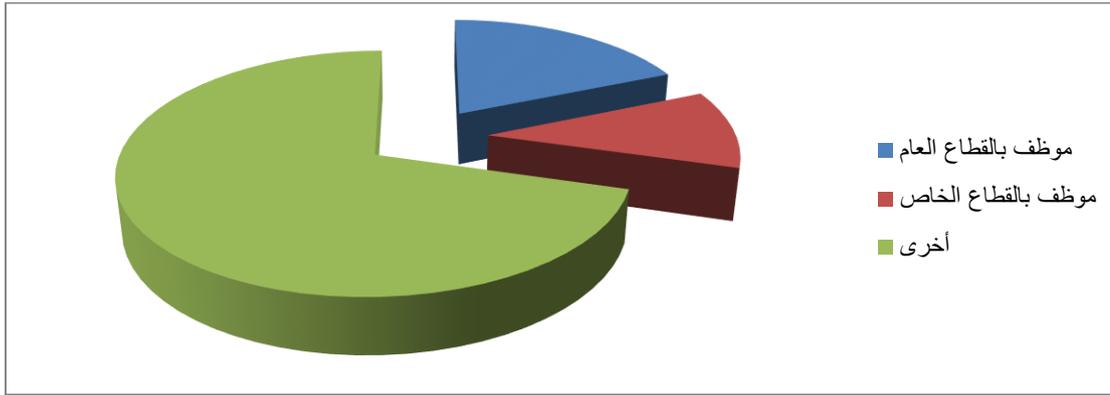
كانت النتائج كما يلي :

الجدول رقم: (29) : تقسيمات عينة البحث حسب المهنة

المهنة	موظف بالقطاع العام	عامل بالقطاع الخاص	أخرى أذكرها: ←	تاجر	مقاول	محامي	حرفي	المجموع
النسبة	18,69	10,75	70,56	60,75	5,61	3,27	0,93	100
التكرار	40	23	151	130	12	07	02	214

المصدر: من إعداد الطالب إعتقادا على معطيات البرنامج spss v23.

الشكل رقم : (29) : تمثيل بياني لتقسيمات عينة البحث حسب المهنة



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج spss v23.

أثبتت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر كانت للعاملين بالمهن الأخرى يعني غير القطاع العام والقطاع الخاص بنسبة 70,56% لتليها نسبة الموظفين بالقطاع العام 18,69% وفي الأخير نسبة العاملين بالقطاع الخاص 10,75% حسب رأي الطالب يعود إرتفاع نسبة العاملين بالمهن الأخرى إلى تواجد فيها نسبة التجار بـ: 60,75% نظرا لتعاملاتهم ببطاقات الدفع الإلكترونية بكثرة مع البنك، بالإضافة إلى أغلبيتهم يحوزون في محلاتهم التجارية على جهاز (TPE) نهائي الدفع الإلكتروني، مما دفعهم ذلك إلى الإقبال على إستعمالها.

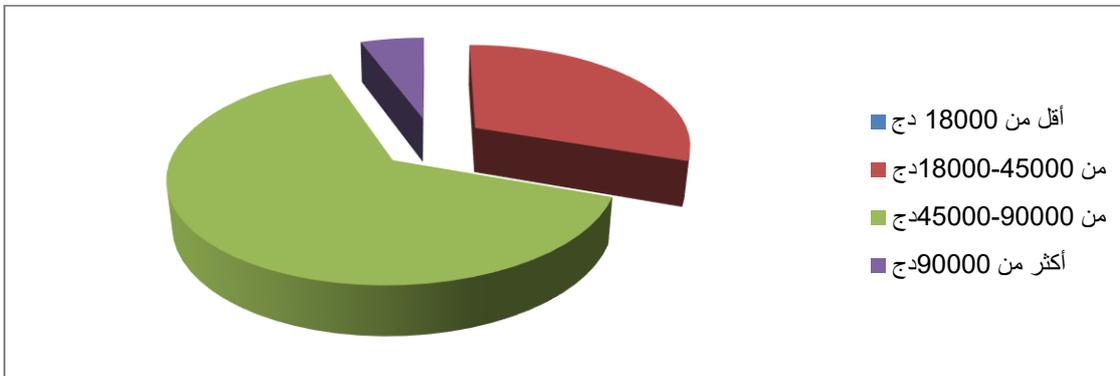
### 5-1 الدخل :

الجدول رقم: (30) : تقسيمات عينة البحث حسب الدخل

الدخل	أقل من 18000 دج	من 18000-45000 دج	من 45000-90000 دج	أكثر من 90000 دج	المجموع
النسبة	0	30,37	64,02	5,61	100
التكرار	0	65	137	12	214

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج spss.

الشكل رقم : (30) : تمثيل بياني لتقسيمات عينة البحث حسب الدخل



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج spss.

أثبتت نتائج الدراسة أن النسبة الأكبر كانت لذوي الدخل ما بين (45000-90000دج) بنسبة 64,02 % تلتها نسبة ذوي الدخل ما بين (18000-45000دج) بنسبة 30,37 % ثم تلتها ذوي الدخل الأكثر من 90000دج بنسبة 5,61 % ، بينما إنعدمت كلياً نسبة ذوي الدخل الأقل من 18000دج، حسب رأي الطالب أن إرتفاع نسبة الفئة ذات الدخل ما بين (45000دج-90000دج) يرجع إلى كون أغلبهم تجار متوسطي الدخل من مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية، وأما بالنسبة للإنعدام الكلي لنسبة ذوي الدخل الأقل من 18000دج، راجع إلى عزوفهم عن إستعمال بطاقات الدفع الإلكترونية نظراً لدخلهم الضعيف بالإضافة إلى أن البنك في إجراءاته يفرض بعض الرسوم في المعاملات الإلكترونية الخاصة ببطاقات الدفع الإلكترونية.

### الفرع الثاني: عرض وتحليل نتائج أبعاد الدراسة

أولاً: عرض وتحليل نتائج أبعاد المتغير المستقل "الأمن السيبراني" :

#### 1. الإجابة عن السؤال الأول :

- ما مستويات الإستجابة لأبعاد الأمن السيبراني لدى المستهلك الإلكتروني؟

تم إستخدام سلم ليكارت الخماسي وحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة مستويات الإستجابة لأبعاد المفهوم، وقد توصل الطالب بعد المعالجة الإحصائية إلى ما يلي :

الجدول رقم: (31) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور الأمن السيبراني

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
7	يحرص البنك على إعطائي رقماً سرياً خاصاً لبطاقة الدفع الإلكترونية، منذ يوم التسليم	3.79	1.178	03	مرتفعة
8	بياناتي المحفوظة في بطاقة الدفع الإلكترونية سليمة المحتوى.	4.03	1,045	02	مرتفعة
9	أهتم بحماية بياناتي الشخصية.	4.18	,996	01	مرتفعة
10	يؤثر الأداء الأمني الإلكتروني للبنك على إختياري للصراف الآلي الذي أتعامل معه.	3.64	1,228	05	متوسطة
11	السياسة الأمنية المتبعة من طرف البنك، تجعله يحافظ على سرية بياناتي الشخصية من النشر أو البث.	3.79	1,177	04	مرتفعة
	<b>إحترام الخصوصية (Privacy):</b>	<b>3,88</b>	<b>,863</b>		<b>مرتفعة</b>
12	الرقم السري لبطاقة الدفع الإلكترونية الخاصة بي، له تركيبة يصعب قرصنتها.	3.55	1,050	05	متوسطة

مرتفعة	03	,914	3.97	يلزم البنك في إجراءاته الإلكترونية على التوقيع الإلكتروني في كافة المعاملات.	13
مرتفعة	04	,985	3.92	تعاملاتي الإلكترونية مع البنك تمتاز بالسرية التامة.	14
مرتفعة	01	,890	4.24	الرقم السري لبطاقة الدفع الإلكترونية يتم إستبداله تلقائيا كل مدة معينة.	15
مرتفعة	02	,841	4.04	ليس بإمكان أي شخص الإطلاع على البيانات والمعلومات الإلكترونية الخاصة بي.	16
مرتفعة		,640	3,94	<b>سرية البيانات (Confidentiality):</b>	
مرتفعة	03	,941	3.92	يتوفر البنك على معدات وأجهزة تقنية إلكترونية حديثة وجيدة ومحمية.	17
مرتفعة	01	,826	4.06	يقوم البنك بتوثيق وتسجيل جميع تعاملاتي الإلكترونية بصفة تلقائية.	18
مرتفعة	04	1,073	3.81	أنظمة البنك وبرامجه المعلوماتية تعمل بدقة وإنسجام تام وتكامل فيما بينها.	19
متوسطة	05	1,196	3.43	أحضى بالاستجابة السريعة لأي مشكلة تتعلق بسلامة وأمن البطاقة الإلكترونية.	20
مرتفعة	02	1,300	4.03	عمليات بطاقة الدفع الإلكترونية تتم بسرعة دائما.	21
مرتفعة		,782	3,84	<b>التكنولوجيا المستخدمة (Technology Used):</b>	
متوسطة	05	1,295	3.21	الخدمات الإلكترونية للبنك متاحة باستمرار لمدة 24 ساعة في اليوم وخلال كل أيام الأسبوع.	22
مرتفعة	03	,856	3.93	يضمن لي البنك التدفق الإلكتروني للمعلومات الخاصة بخدماته المعروضة.	23
مرتفعة	02	,849	4.04	من خلال تعاملاتي السابقة بالبطاقة الإلكترونية، غالبا ما حدث وأن صادفت عطل أو خلل في الجهاز أو في الخدمة المقدمة.	24
مرتفعة	01	,939	4.08	يسمح البنك بخدمة الولوج الإلكتروني إلى بياناتي الشخصية لمراجعتها أو التأكد منها.	25
متوسطة	04	1,078	3.48	يشعري البنك بالخدمات التي أقوم بها ، كخدمة الرصيد المسحوب.	26
مرتفعة		,703	3,74	<b>التوافر والديمومة (Availability):</b>	
متوسطة	03	1,119	3.61	يوفر البنك خدمة التجميد الفوري للبطاقة الإلكترونية وإسترجاعها في حال فقدانها أو سرقتها.	27

متوسطة	04	1,046	3.33	أجد سهولة في تغيير البنك للرقم السري الخاص بي عند الإضطرار لذلك.	28
مرتفعة	02	,907	3.85	يعتمد البنك خدمة التوثيق الإلكتروني لجميع البيانات المتعلقة بعمليات (الدفع والسحب والتحويل) لتحقيق أمن المعاملات الإلكترونية وتتبع أثرها.	29
متوسطة	01	,829	3.86	تؤدي خدمة التوثيق الإلكتروني للبنك إلى قدرتي على مراجعة وتقفي مسارات العمليات التحويلية الإلكترونية والتواريخ والمواقيت.	30
متوسطة		,727	3,66	تتبع الأثر (Traceability):	

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج spss.

أعطت نتائج التحليل الإحصائي نتائج أبعاد الأمن السيبراني التي تم تقسيمها إلى خمس فقرات كما يلي :

### 1.1 إحترام الخصوصية : الأسئلة من 07 إلى 11

أسفرت نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة المجمعة من الإستبانة، أن إحترام الخصوصية في جانب الأمن السيبراني يحتل المرتبة الثانية بعد بُعد السرية، حيث كان المتوسط الحسابي العام للبعد (مرتفع) : 3,88 بإنحراف معياري قدره: 863, وقد إحتل السؤال التاسع 09 المرتبة الأولى بمتوسط حسابي قدره: 4,18 وإنحراف معياري قدره: 996, ذلك أن المستجوبين يرون أن الإهتمام بحماية بياناتهم الشخصية مهم جدا، في حين إحتل السؤال الثامن 08 المرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره: 4,03 وإنحراف معياري قدره: 996, والذي مفاده أن جميع البيانات المحفوظة في بطاقة الدفع الإلكترونية سليمة المحتوى وهو ما يؤكد إحترام الخصوصية من قبل البنك الذي يتعامل معه، ليحتل السؤال العاشر 10 المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدره: 3,64 وإنحراف معياري قدره: 1,228 حيث يرى المستجوبين أن الأداء الأمني الإلكتروني للبنك يؤثر على طريقة إختيارهم للصراف الآلي الذي يتعاملون معه.

### 2.1 سرية البيانات : الأسئلة من 12 إلى 16

تشير النتائج المستخرجة من برنامج التحليل الإحصائي، إلى أن بعد سرية البيانات إحتل الصدارة في الأمن السيبراني حيث أن المتوسط الحسابي لهذا البعد كان (مرتفعا) وبلغت درجته: 3,94 بإنحراف معياري قدره: 640, وقد إحتل السؤال رقم 15 المتضمن (الرقم السري لبطاقة الدفع الإلكترونية يتم إستبداله تلقائيا كل مدة معينة) أعلى متوسط حسابي 4,24 بإنحراف معياري قدره: 890, حيث يرى المستجوبين أن عملية تغيير الرقم السري لبطاقاتهم الإلكترونية من فترة لأخرى هي آلية أو طريقة جيدة لضمان سرية رقمهم السري وحماية بياناتهم الشخصية من الجوسسة أو التخريب أو السرقة وغيرها، وقد بلغ المتوسط الحسابي للسؤال رقم 16 الذي نص على (ليس بإمكان أي شخص الإطلاع على البيانات والمعلومات الإلكترونية الخاصة بي) 4,24 بإنحراف معياري قدره: 8,90 وهو ما يعزز نفس الإستنتاج السابق،

في حين بلغ المتوسط الحسابي لإستجابة العينة للسؤال رقم 12 في كون ( الرقم السري لبطاقة الدفع الإلكتروني الخاصة بي، له تركيبة يصعب قرصنتها) درجة متوسطة قدرها 3,55 وبانحراف معياري قدره: 1,050.

### 3.1 التكنولوجيا المستخدمة : الأسئلة من 17 إلى 21

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي، أن الأمن السيبراني في بعد التكنولوجيا المستخدمة كانت الثالثة بعد كل من بعد سرية البيانات وبعد إحترام الخصوصية بمتوسط حسابي عام (مرتفع) قدره: 3,84 وبانحراف معياري قدره: 0,782, حيث بلغت درجة المتوسط الحسابي للسؤال 18 الذي نص على (يقوم البنك بتوثيق وتسجيل جميع تعاملاتي الإلكترونية بصفة تلقائية) متوسطا حسابيا قدره: 4,06 وبانحراف معياري: 0,826, كون عملية التوثيق التي يقوم بها البنك بصفة تلقائية هي تمنح للمستهلك اللجوء إليها لمعرفة جميع عملياته الإلكترونية وبمعنى هي تعتبر كمرجع ودليل في آن واحد، وهي جد مهمة في العمليات الإلكترونية التي تتم بواسطة بطاقات الدفع والسحب والتحويل الإلكترونية. ليحتل السؤال 21 المرتبة الثانية (عمليات بطاقة الدفع الإلكترونية تتم بسرعة دائما) حيث بلغت درجة المتوسط الحسابي له: 4,03 وبانحراف معياري قدره: 1,300 فعامل السرعة جد مهم في بعد التكنولوجيا المستخدمة نظرا لما يعكسه من التطور التكنولوجي الذي إختزل الجهد والوقت، خاصة وأن من بين الأسباب التي جعلت المستهلك الإلكتروني يقبل على استخدام بطاقات الدفع الإلكترونية هو عامل الوقت والجهد. فيما إحتل السؤال رقم 20 المرتبة الأخيرة (أحضى بالإستجابة السريعة لأي مشكلة تتعلق بسلامة وأمن البطاقة الإلكترونية) بمتوسط حسابي قدره: 3,43 وبانحراف معياري قدره: 1,196 حيث يرى المستجوبين أن إستجابة البنك هي غير سريعة بخصوص أي مشكلة تتعلق بسلامة وأمن البطاقة الإلكترونية، كونه حينما تقع أي مشكلة بخصوص أمن وسلامة البطاقة فالبنك يقوم بمراسلة شركة SATIM المسؤولة عن صنع وأمن البطاقات الإلكترونية وهي بدورها تتكفل بخدمة التجميد الفوري للعمليات ومن ثم النظر في التهديدات أو غير ذلك، وبهذا تكون الإجراءات بطيئة.

### 4.1 التوافر والديمومة: الأسئلة من 22 إلى 26

تبين النتائج المعطاة من برنامج التحليل الإحصائي أن مستوى التوافر والديمومة في الأمن السيبراني كان (مرتفعا) إذ بلغت درجة الحسابي للبعد: 3,74 بانحراف معياري قدره: 0,703, وبذلك يحتل المرتبة الرابعة في أبعاد الأمن السيبراني، حيث كانت درجة المتوسط الحسابي للسؤال رقم 25 الأعلى: 4,08 وبانحراف معياري: 0,939, حيث يرى المستجوبين أن البنك يوفر خدمة الولوج الإلكتروني للمستهلكين إلى بياناتهم الشخصية لمراجعتها أو التأكد منها، فتوفير هاته الخدمة جد مهمة للمستهلكين، على سبيل المثال مراجعة الرصيد في الحساب أو التأكد من بعض العمليات الإلكترونية، في حين كانت درجة المتوسط الحسابي التي تليها هي أيضا (مرتفعة) بدرجة: 4,04 وبانحراف معياري بلغ: 0,849, لإستجابات السؤال رقم 24 الذي مفاده (من خلال تعاملاتي السابقة بالبطاقة الإلكترونية، غالبا ما حدث وأن صادفت عطل أو خلل في الجهاز أو في الخدمة المقدمة)، حيث يرى المستجوبين أن البنك يقدم خدمات إلكترونية عن طريق البطاقات الإلكترونية التي تعمل بواسطة أجهزة جيدة سواء جهاز نهائي الدفع الإلكتروني TPE أو الشباك الآلي للبنك

GAB أو الموزع الآلي للأوراق DAB، فهي تعمل بصفة تكاملية ومنسجمة فيما بينها دون أي مشاكل أو أنها قليلة الحدوث، ليتحل السؤال رقم 22 المرتبة الأخيرة (الخدمات الإلكترونية للبنك متاحة باستمرار لمدة 24 ساعة في اليوم وخلال كل أيام الأسبوع) بمتوسط حسابي (متوسط) قدره: 3,21 وانحراف معياري قدره: 1,295، وما جعل هذا السؤال يحتل المرتبة الأخيرة هو عدم الانتشار الواسع لأجهزة نهائي الدفع الإلكتروني TPE حيث أن إستعماله بولاية غرداية لا زال حديثا مما جعل توفر الخدمة لـ 24 سا/24 سا غير متوفرة خاصة لدى المحلات التجارية بمختلف أنواعها.

### 5.1 تتبع الأثر : الأسئلة من 27 إلى 30

ما يمكن ملاحظته إبتداء من نتائج التحليل الإحصائي أن تتبع الأثر في الأمن السيبراني حظيت بأضعف نسبة حيث بلغ المتوسط الحسابي: 3.66 درجته (متوسطة) وانحراف معياري قدره: 727، فقد كانت إستجابة العينة للسؤال رقم 30 الذي نص على (تؤدي خدمة التوثيق الإلكتروني للبنك إلى قدرتي على مراجعة وتقفي مسارات العمليات التحويلية الإلكترونية والتواريخ والمواقيت) بمتوسط حسابي (مرتفع) قدره: 3,86 وانحراف معياري بلغ: 829، كون أن المستجيب يرى أن هاته الخدمة تسمح له بتتبع أثر جميع العمليات التحويلية الإلكترونية التي يقوم بها وتقفي مساراتها وحتى معرفة تواريخها ومواقيتها، تليها إستجابة العينة للسؤال رقم 29 الذي ينص على (يعتمد البنك خدمة التوثيق الإلكتروني لجميع البيانات المتعلقة بعمليات: الدفع والسحب والتحويل لتحقيق أمن المعاملات الإلكترونية وتتبع أثرها) بمتوسط حسابي (مرتفع) قدره: 3,85 وانحراف معياري: 907، أما إجابة السؤال رقم 27 (يوفر البنك خدمة التجميد الفوري للبطاقة الإلكترونية وإسترجاعها في حال فقدانها أو سرقتها) فقد كانت (متوسطة) بمتوسط حسابي قدره: 3,61 وانحراف معياري قدره: 1,119، في حين سجلت أدنى متوسط حسابي إجابات السؤال رقم 28 (أجد سهولة في تغيير البنك للرقم السري الخاص بي عند الإضطرار لذلك) بدرجة (متوسطة): 3,33 وانحراف معياري: 1,046، حيث تباينت الإجابات عن هذا السؤال نظرا لإختلاف أنواع البطاقات الإلكترونية فمنها ما هو محلي (ما بين البنوك الوطنية من خلال شركة SATIM) ومنها ما هو دولي لذا فالإجراءات تختلف من حيث السهولة والصعوبة.

ومما سبق بإستخدام المتوسطات الحسابية الترتيبية لأبعاد الأمن السيبراني نجد ما يلي:

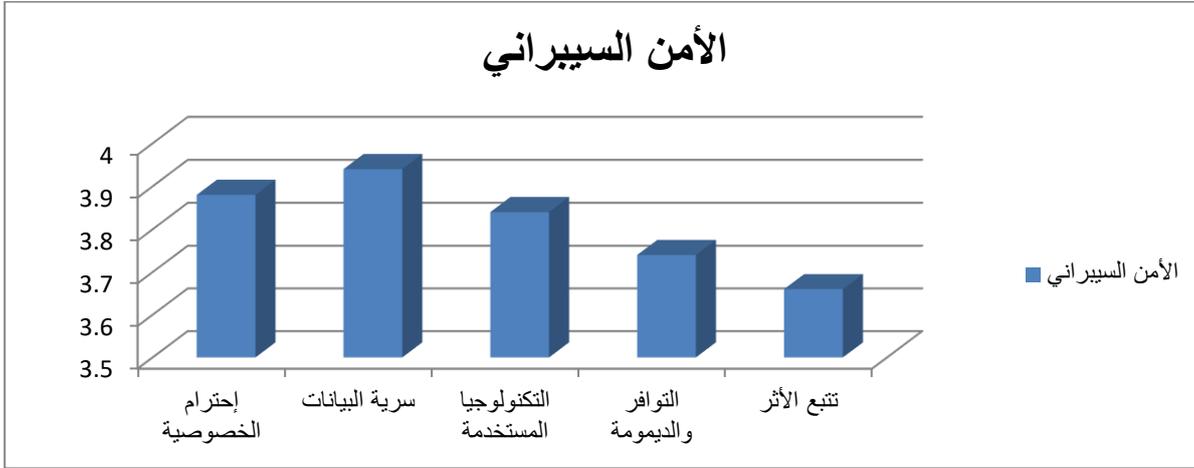
الجدول رقم: (32) : ترتيب المتوسطات الحسابية وانحرافات المعيارية لأبعاد الأمن السيبراني

الترتيب	الانحراف المعياري	الدرجة	المتوسط الحسابي	
02	,863	مرتفعة	3,88	إحترام الخصوصية
01	,640	مرتفعة	3,94	سرية البيانات
03	,782	مرتفعة	3,84	التكنولوجيا المستخدمة
04	,703	مرتفعة	3,74	التوافر والديمومة
05	,727	متوسطة	3,66	تتبع الأثر

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج spss.

وفيما يلي تمثيل بياني للمتوسطات الحسابية لأبعاد الأمن السيبراني:

الشكل رقم: (31): التمثيل البياني للمتوسطات الحسابية لأبعاد الأمن السيبراني



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج Excel.

ثانيا: عرض وتحليل نتائج المتغير الوسيطى "الثقة":

1. الإجابة عن السؤال الثاني :

- ما درجة الثقة لدى المستهلكين الإلكترونيين؟

للإجابة على السؤال الثاني، قام الطالب بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإستجابات أفراد العينة من المستهلكين الإلكترونيين، وقد بينت نتائج المعالجة الإحصائية ما يلي :

الجدول رقم: (33) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور الثقة

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
31	أشعر بثقة كبيرة في البنك من حيث الخدمات الإلكترونية المرتبطة بوسائل السحب والدفع والتحويل.	4.20	,804	02	مرتفعة
32	عدم قدرة أي شخص على الإطلاع على بياناتي ومعلوماتي الشخصية الإلكترونية يزيد من ثقتي في البنك الذي أتعامل معه.	4.42	,811	01	مرتفعة
33	أجد أن البنك يلتزم بكل مبادئ الثقة في تعامله معي إلكترونيا.	3.41	1,240	04	متوسطة
34	حرص البنك على توفير أجهزة وأنظمة وبرامج معلوماتية متطورة وموثوقة يزيد من ثقتي في التعامل معه.	3.16	1,169	06	متوسطة
35	قدرات البنك الأمنية جد ممتازة في مراقبة أي خطأ إلكتروني.	3.30	1,115	05	متوسطة
36	المعالجة الفورية للخلل التقني في أجهزة الدفع الإلكترونية أو	3.48	1,259	03	متوسطة

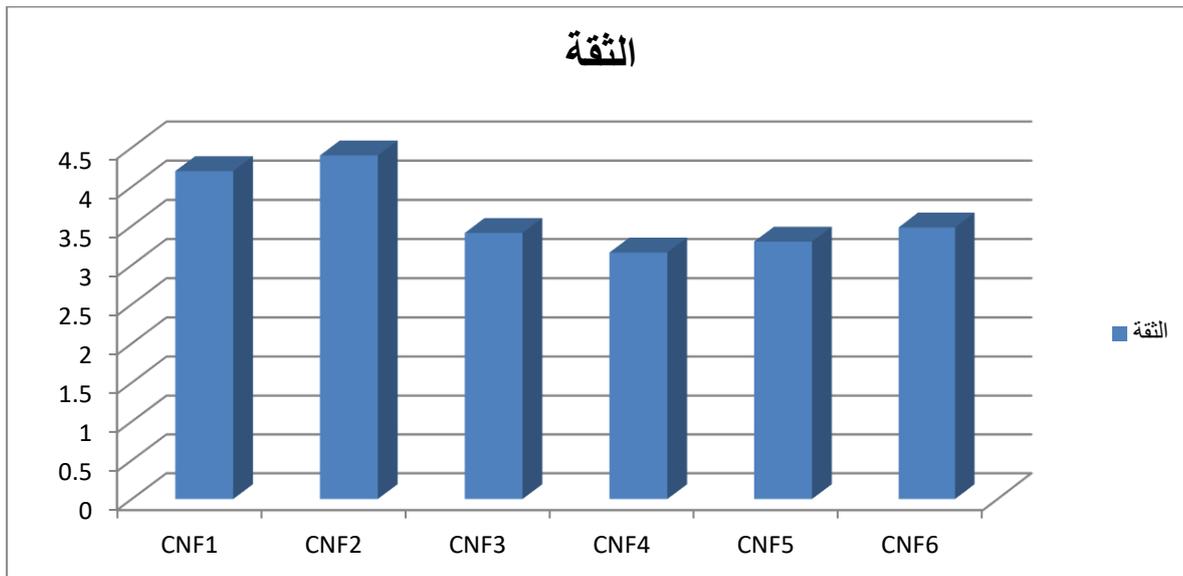
				البطاقات الإلكترونية يزيد من ثقتي بالبنك.
متوسطة		,708	3,66	الثقة (Confidence)

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج spss.

### 1.1 نتائج التحليل الإحصائي للمتغير الوسيطى "الثقة" الأسئلة من 31 إلى 36:

بينت نتائج التحليل الإحصائي لإستجابة المبحوثين لقرارات بعد الثقة ما يلي : سجل المتوسط الحسابي العام للبعد قيمة متوسطة قدرت ب: 3,66، وإنحراف معياري قدره: 708، مما يجعل للبعد أهمية كمتغير وسيط في النموذج العام للدراسة، حيث إحتلت إجابات السؤال رقم 32 أعلى متوسط حسابي بدرجة (مرتفعة) قدره: 4,42، وإنحراف معياري قدره: 811، مضمومنه (عدم قدرة أي شخص على الإطلاع على بياناتي ومعلوماتي الشخصية الإلكترونية يزيد من ثقتي في البنك الذي أتعامل معه) مما يدل على أن ثقة المستجوبين تكون كبيرة وتزداد أكثر من خلال سرية البيانات والمعلومات الشخصية في مختلف التعاملات الإلكترونية، تلاه المتوسط الحسابي للسؤال رقم 31 (أشعر بثقة كبيرة في البنك من حيث الخدمات الإلكترونية المرتبطة بوسائل السحب والدفع والتحويل) حيث بلغ المتوسط الحسابي: 4,20، وهي درجة مرتفعة وإنحراف معياري قدره: 804، في حين بلغ المتوسط الحسابي للسؤال 33 (أجد أن البنك يلتزم بكل مبادئ الثقة في تعامله معي إلكترونيا) بمتوسط حسابي قدره: 3,41، وبإنحراف معياري قدره: 1,240، أما السؤال رقم 35 (قدرات البنك الأمنية جد ممتازة في مراقبة أي خطأ إلكتروني) إحتل المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدره: 3,30، وإنحراف معياري قدره: 1,115، ليحتل المرتبة الأخيرة السؤال رقم 34 (حرص البنك على توفير أجهزة وأنظمة وبرامج معلوماتية متطورة وموثوقة يزيد من ثقتي في التعامل معه) بمتوسط حسابي درجته (متوسط) : 3,16، وإنحراف معياري قدره: 1,259، مما يؤكد أهمية مستويات بعد الثقة . وذلك ما يوضحه الشكل البياني التالي :

الشكل رقم (32) : التمثيل البياني للمتوسط الحسابي للمتغير الوسيطى "الثقة"



المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج Excel.

ثالثا: عرض وتحليل نتائج رضا المستهلكين الإلكترونيين

1. الإجابة على السؤال الثالث :

- ما درجة رضا المستهلكين الإلكترونيين؟

بينت نتائج المعالجة الإحصائية لإستجابة أفراد العينة لفقرات المتغير التابع "رضا المستهلكين الإلكترونيين"، وخاصة المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفقرات ما يلي :

الجدول رقم: (34) : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات رضا المستهلكين الإلكترونيين

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
37	أجد نفسي مرتاحا في تعاملاتي الإلكترونية مع البنك.	4.18	,996	01	مرتفعة
38	البنك يحمي ويؤمن بياناتي الشخصية أكثر مما توقعت.	3.92	,985	03	مرتفعة
39	إجراءات تأمين بياناتي الشخصية أثناء تعاملتي لأول مرة مع البنك سهلة وبسيطة.	4.03	1,300	02	مرتفعة
40	أنا راض عن درجة إهتمام البنوك التجارية بأمن معلوماتي الشخصية إلكترونيا.	3.48	1,078	04	متوسطة
41	تشجعي مصداقية الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك على دعوة أصدقائي لإقتناء بطاقات الدفع والسحب الإلكترونية الخاصة بالبنك الذي أتعامل معه.	3.41	1,240	05	متوسطة
42	تشجعي السياسة الأمنية للبنك لبطاقات الدفع والسحب الإلكترونية على إستمرارية التعامل معه.	3.30	1,115	06	متوسطة
	رضا المستهلك الإلكتروني (The satisfaction)	3.71	,709		مرتفعة

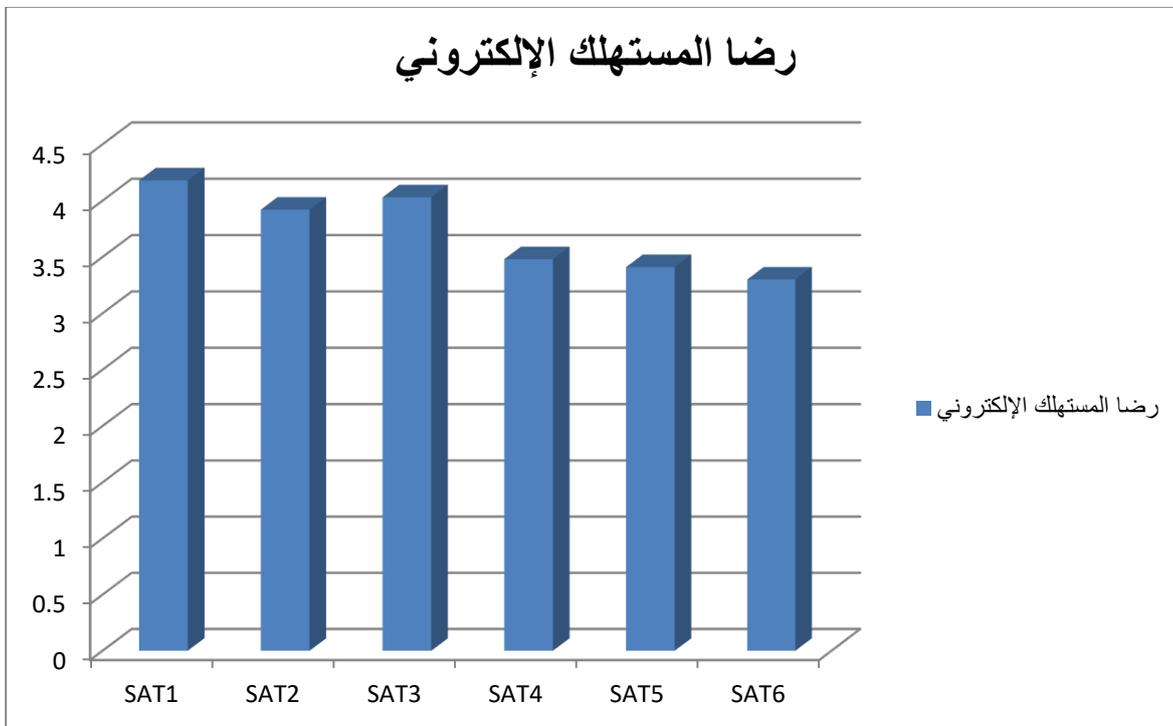
المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج spss

1.1 نتائج التحليل الإحصائي للمتغير التابع "رضا المستهلكين الإلكترونيين" الأسئلة من 37 إلى 42:

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم (34) ، أن المتوسطات الحسابية لبعده رضا المستهلك الإلكتروني قد تراوحت بين (3,30-4,18) أي ثلاثة درجات متوسطة وثلاثة مرتفعة، حيث كانت أعلى درجة لإجابة الفقرة رقم 37 (أجد نفسي مرتاحا في تعاملاتي الإلكترونية مع البنك) بمتوسط حسابي (درجته مرتفعة): 4,18 وانحراف معياري: 996, مما يؤكد أن البنك له أمن سيبراني جيد ويتجلى هذا من خلال راحة المستهلكين الإلكترونيين في تعاملاتهم معه، تلتها إجابات

الفقرة رقم 39 التي تنص على (إجراءات تأمين بياناتي الشخصية أثناء تعاملي لأول مرة مع البنك سهلة وبسيطة) حيث بلغ المتوسط الحسابي: 4,03 والانحراف المعياري: 1,300 وهي درجة مرتفعة أيضا، لتكون إجابة الفقرة 38 (البنك يحمي ويؤمن بياناتي الشخصية أكثر مما توقعت) ثالثا بمتوسط حسابي درجته (مرتفعة) قدره: 3,92 وانحراف معياري قدره: 985, حيث بينت القدرة العالية للبنك في حماية وتأمين البيانات المستهلك الإلكتروني، لتكون نتائج الفقرة 40 (أنا راض عن درجة إهتمام البنك التجاري بأمن معلوماتي الشخصية إلكترونيا) تعكس رضا المستهلك الإلكتروني عن إهتمام البنك بأمن معلوماته وبياناته إلكترونيا وبمتوسط حسابي قدره: 3,48 وانحراف معياري: 1,078 ، أما عن إجابات الفقرة ما قبل الأخيرة رقم 41 (تشجعي مصداقية الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك على دعوة أصدقائي لإقتناء بطاقات الدفع والسحب الإلكترونية الخاصة بالبنك الذي أتعامل معه) بمتوسط حسابي: 3,41 وانحراف معياري: 1,240 تدل على قبول المستهلك من خلال الكلمة المنطوقة على دعوة أصدقائي لإقتناء بطاقات الدفع والسحب الإلكترونية الخاصة بالبنك الذي يتعامل معه، وفي الأخير إجابات الفقرة رقم 42 (تشجعي السياسة الأمنية للبنك لبطاقات الدفع والسحب الإلكترونية على إستمرارية التعامل معه) بمتوسط حسابي قدره: 3,30 وانحراف معياري: 1,115 ، ليكون المتوسط الحسابي العام للبعد: 3,71 وبانحراف معياري قدره: 709, مما يؤكد أهمية بُعد رضا المستهلك الإلكتروني.

الشكل رقم : (33) : التمثيل البياني للمتوسط الحسابي للمتغير التابع رضا المستهلك الإلكتروني

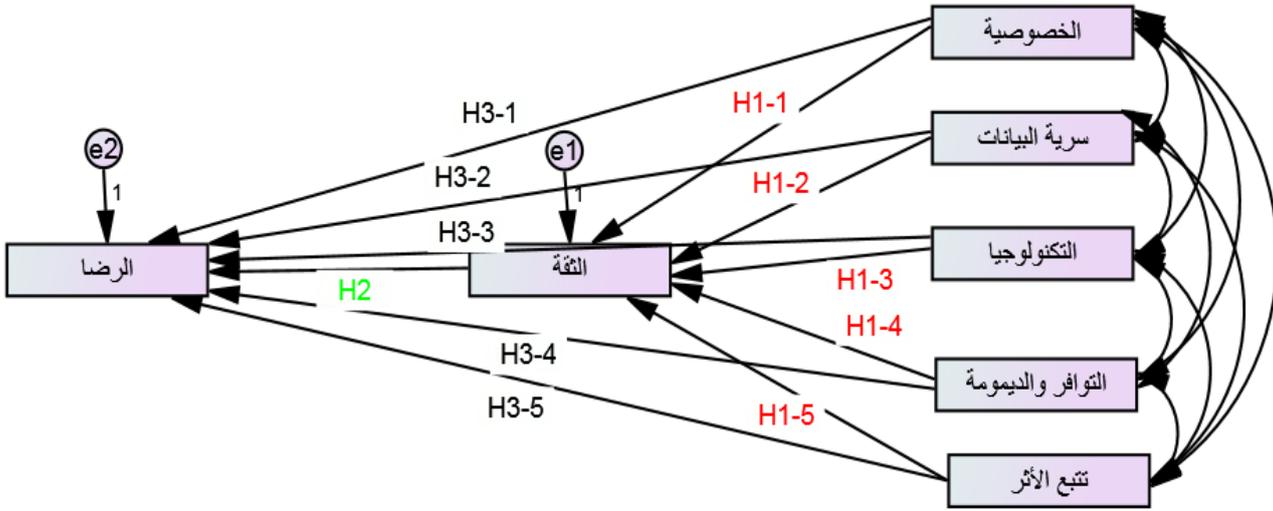


المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على معطيات البرنامج Excel.

المطلب الثاني: إختبار الفرضيات وتحليل مسارات العلاقات لنموذج العام للدراسة

يتم في هذا المبحث إختبار الفرضيات وتحليل مسارات العلاقات لنموذج الدراسة العام المقترح من الطالب للإجابة على إشكاليات الدراسة المطروحة في الفصل السابق بناء على النموذج العام للدراسة النهائي الذي بين العلاقات المفروضة حسب الشكل البياني التالي :

الشكل رقم : (34) : فرضيات الدراسة وفق النموذج العام النهائي للدراسة



المصدر : من إعداد الطالب بناء على مخرجات Amos v22

من خلال النموذج العام للدراسة، سنحاول الإجابة على تساؤلات الدراسة المطروحة من خلال فرضيات الدراسة الآتية:

الفرع الأول: إختبار وتحليل مسار الفرضيات

أولاً: إختبار و تحليل مسار الفرضية الأولى :

H1 – هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 للأمن السيبراني في ثقة المستهلك الإلكتروني.

وهذه الفرضية جاءت للإجابة على السؤال الفرعي الأول:

5- هل هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية للأمن السيبراني في ثقة المستهلك الإلكتروني لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية ببنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية؟

ويمكننا الإستعانة بالفرضيات الفرعية التالية :

H1-1 – هناك علاقة تأثير مباشرة بين إحترام الخصوصية و ثقة المستهلك الإلكتروني.

H1-2 – هناك علاقة تأثير مباشرة بين سرية البيانات و ثقة المستهلك الإلكتروني.

- H1-3: هناك علاقة تأثير مباشرة بين التكنولوجيا المستخدمة و ثقة المستهلك الإلكتروني.
- H1-4: هناك علاقة تأثير مباشرة بين التوافر والديمومة و ثقة المستهلك الإلكتروني.
- H1-5: هناك علاقة تأثير مباشرة بين تتبع الأثر و ثقة المستهلك الإلكتروني.

### 1.1 إختبار الفرضية الفرعية الأولى :

H1-1 : هناك علاقة تأثير مباشرة بين إحترام الخصوصية و ثقة المستهلك الإلكتروني.

يلخص الجدول رقم: (35) مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد إحترام الخصوصية و ثقة المستهلك الإلكتروني المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي :

الجدول رقم: (35) : نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد إحترام الخصوصية و ثقة المستهلك الإلكتروني

المتغير الوسيط			المتغير المستقل
ثقة المستهلك الإلكتروني			إحترام الخصوصية
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	
0,08	***	2,098	معامل الإنحدار
0,207			التأثير المباشر الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) و الجدول رقم: (35) تشير النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية موجبة بين بعد إحترام الخصوصية و ثقة المستهلك الإلكتروني، حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار: 0,207 مع قيمة ت الحرجة قدرها: 2,098 ، وبمستوى دلالة 0.000 ، كما أن بواقي العلاقة بين بعد إحترام الخصوصية و ثقة المستهلك الإلكتروني قدرها 0,08 .

وعليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى صحة وقبول الفرضية الفرعية الأولى (H1-1) الآتية:

هناك علاقة تأثير مباشرة بين إحترام الخصوصية و ثقة المستهلك الإلكتروني

### 2. إختبار الفرضية الفرعية الثانية :

H1-2: هناك علاقة تأثير مباشرة بين سرية البيانات و ثقة المستهلك الإلكتروني.

يلخص الجدول رقم: (36) مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد سرية البيانات و ثقة المستهلك الإلكتروني المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي :

الجدول رقم: (36) : نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد سرية البيانات و ثقة المستهلك الإلكتروني

المتغير الوسيط				المتغير المستقل
ثقة المستهلك الإلكتروني				
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	معامل الإنحدار	سرية البيانات
0,110	0,741	0,330	0,033	
0,033				التأثير المباشر الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) و الجدول رقم: (36) : نرى أنه بلغت قيمة معامل الإنحدار: 0,033، مع قيمة ت الحرجة قدرها: 0,330، وبواقي العلاقة بين بعد سرية البيانات وثقة المستهلك الإلكتروني قدرها: 0,110 ، لكن مستوى الدلالة كان: 0,741 وهي أكبر من الدلالة المعنوية 0,05 (بالتالي نرفض العلاقة) ، وبهذا فالنتائج هي تشير إلى عدم وجود علاقة إرتباطية موجبة بين بعد سرية البيانات وثقة المستهلك الإلكتروني .  
وعليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى رفض الفرضية الفرعية الثانية (H1-2) ، مما يؤدي إلى رفض الفرض البديل وقبول الفرض الصفري الذي مفاده :

لا توجد علاقة تأثير مباشرة بين سرية البيانات وثقة المستهلك الإلكتروني

### 3. إختبار الفرضية الفرعية الثالثة :

**H1-3:** هناك علاقة تأثير مباشرة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة وثقة المستهلك الإلكتروني.

يلخص الجدول رقم: (37) مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة وثقة المستهلك الإلكتروني المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي :

الجدول رقم:(37): نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة وثقة المستهلك الإلكتروني

المتغير الوسيط				المتغير المستقل
ثقة المستهلك الإلكتروني				
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	معامل الإنحدار	التكنولوجيا المستخدمة
0,07	0,022	1,827	0,192	
0,192				التأثير المباشر الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) والجدول رقم: (37) تشير النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية موجبة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة وثقة المستهلك الإلكتروني ، حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار: 0,192، مع قيمة ت الحرجة

قدرها: 1,827، وبمستوى دلالة: 0,022 ، كما أن بواقي العلاقة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة وثقة المستهلك الإلكتروني قدرها: 0,07 .

وعليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى صحة وقبول الفرضية الفرعية الثالثة (H1-3) الآتية:

هناك علاقة تأثير مباشرة بين التكنولوجيا المستخدمة وثقة المستهلك الإلكتروني

4. إختبار الفرضية الفرعية الرابعة :

H1-4: هناك علاقة تأثير مباشرة بين التوافر والديمومة و ثقة المستهلك الإلكتروني.

يلخص الجدول رقم: (38) مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التوافر والديمومة وثقة المستهلك الإلكتروني المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي:

الجدول رقم: (38): نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التوافر والديمومة وثقة المستهلك الإلكتروني

المتغير الوسيط				المتغير المستقل
ثقة المستهلك الإلكتروني				
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	معامل الإنحدار	التوافر والديمومة
0,08	0,176	-1,354	-0,118	
-0,118				التأثير المباشر الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) و الجدول رقم: (38) تشير النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية سالبة بين بعد التوافر والديمومة وثقة المستهلك الإلكتروني ، حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار: (-0,118) ، مع قيمة ت الحرجة قدرها: (-1,354) ، ومستوى دلالة: 0,176 وهي أكبر من الدلالة المعنوية 0,05 ، وبالنسبة لبواقي العلاقة بين بعد التوافر والديمومة وثقة المستهلك الإلكتروني فقدرت ب: 0,08 . (بالتالي نرفض العلاقة)

وعليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى رفض الفرضية الفرعية الرابعة (H1-4) ، مما يؤدي إلى رفض الفرض البديل وقبول الفرض الصفري الذي مفاده :

لا توجد علاقة تأثير مباشرة بين التوافر والديمومة و ثقة المستهلك الإلكتروني.

5. إختبار الفرضية الفرعية الخامسة :

H1-5: هناك علاقة تأثير مباشرة بين تتبع الأثر و ثقة المستهلك الإلكتروني.

يلخص الجدول رقم: (39) مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد تتبع الأثر وثقة المستهلك الإلكتروني المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي :

الجدول رقم: (39) : نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد تتبع الأثر وثقة المستهلك الإلكتروني

المتغير الوسيط				المتغير المستقل
ثقة المستهلك الإلكتروني				
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	معامل الإنحدار	تتبع الأثر
0,07	0,029	2,178	0,166	
0,166				التأثير المباشر الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) و الجدول رقم: (39) تشير النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية موجبة بين بعد تتبع الأثر وثقة المستهلك الإلكتروني، حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار: 0,166 ، مع قيمة ت الحرجة قدرها: 2,178 ، وبمستوى دلالة: 0,029، كما أن بواقي العلاقة بين بعد قدرها: 0,07 .  
وعليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى صحة وقبول الفرضية الفرعية الخامسة (H1-5) التي تنص على أن:

هناك علاقة تأثير مباشرة بين تتبع الأثر وثقة المستهلك الإلكتروني

ثانيا: إختبار وتحليل مسار الفرضية الثانية:

H2: هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 للثقة في رضا المستهلك الإلكتروني.

وهذه الفرضية جاءت للإجابة على السؤال الثاني :

- هل هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية للثقة في رضا المستهلك الإلكتروني لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية ببنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية؟

من خلال نتائج الجدول رقم: (40) الذي يلخص مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد الثقة و رضا المستهلك الإلكتروني و المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي :

الجدول رقم: (40) : نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد الثقة ورضا المستهلك الإلكتروني

المتغير التابع				المتغير الوسيط
رضا المستهلك الإلكتروني				
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	معامل الإنحدار	الثقة
0,02	***	13,919	0,402	
0,402				التأثير المباشر الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) والجدول رقم: (40) تشير النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية موجبة بين بعد الثقة ورضا المستهلك الإلكتروني ، حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار: 0,402، مع قيمة ت الحرجة قدرها: 13,919 ، وبمستوى دلالة: 0.000 ، كما أن بواقي العلاقة بين بعد الثقة ورضا المستهلك الإلكتروني قدرها: 0,02. وعليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى صحة وقبول الفرضية (H2) التي تنص على:

هناك علاقة تأثير مباشرة بين الثقة و رضا المستهلك الإلكتروني.

ثالثا: إختبار وتحليل مسار الفرضية الثالثة:

**H3:** هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 للأمن السيبراني في رضا المستهلك الإلكتروني.

وهذه الفرضية جاءت للإجابة على السؤال الرئيسي الثالث:

- هل هناك علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة إحصائية للأمن السيبراني في رضا المستهلك الإلكتروني لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية ببنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية؟

ويمكننا الإستعانة بالفرضيات الفرعية التالية :

- **H3-1:** توجد علاقة تأثير مباشرة بين إحترام الخصوصية و رضا المستهلك الإلكتروني.
- **H3-2:** توجد علاقة تأثير مباشرة بين سرية البيانات ورضا المستهلك الإلكتروني.
- **H3-3:** توجد علاقة تأثير مباشرة بين التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني.

- H3-4: توجد علاقة تأثير مباشرة بين التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني.
- H3-5: توجد علاقة تأثير مباشرة بين تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني.

1. إختبار الفرضية الفرعية الأولى :

H3-1 : هناك علاقة تأثير مباشرة بين إحترام الخصوصية و رضا المستهلك الإلكتروني.

يلخص الجدول رقم: (41) مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد إحترام الخصوصية و رضا المستهلك الإلكتروني المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي :

الجدول رقم: (41) : نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد إحترام الخصوصية و رضا المستهلك الإلكتروني

المتغير التابع				المتغير المستقل
رضا المستهلك الإلكتروني				إحترام الخصوصية
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	معامل الإنحدار	
0,03	***	5,572	0,236	التأثير المباشر الكلي
0,236				

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) و الجدول رقم: (41) تشير النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية موجبة بين بعد إحترام الخصوصية و رضا المستهلك الإلكتروني، حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار: 0,236 ، مع قيمة ت الحرجة قدرها: 5,572 ، وبمستوى دلالة: 0.000 ، كما أن بواقي العلاقة بين بعد إحترام الخصوصية و ثقة المستهلك الإلكتروني قدرها: 0,03.

وعليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى صحة وقبول الفرضية الأولى (H3-1) التي تنص على :

هناك علاقة تأثير مباشرة بين إحترام الخصوصية و رضا المستهلك الإلكتروني.

2. إختبار الفرضية الفرعية الثانية :

H3-2: هناك علاقة تأثير مباشرة بين سرية البيانات و رضا المستهلك الإلكتروني.

يلخص الجدول رقم: (42) مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد سرية البيانات و رضا المستهلك الإلكتروني المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي :

الجدول رقم: (42): نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد سرية البيانات و رضا المستهلك الإلكتروني

المتغير التابع				المتغير المستقل
رضا المستهلك الإلكتروني				
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	معامل الإنحدار	سرية البيانات
0,047	0,048	1,976	0,93	
0,93				التأثير المباشر الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) و الجدول رقم: (42) تشير النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية موجبة بين بعد سرية البيانات ورضا المستهلك الإلكتروني ، حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار: 0,93، مع قيمة ت الحرجة قدرها: 1,976، وبمستوى دلالة: 0,048، كما أن بواقي العلاقة بين بعد سرية البيانات وثقة المستهلك الإلكتروني قدرها: 0,047 . وعليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى صحة وقبول الفرضية الثانية (H3-2) التي تنص على:

هناك علاقة تأثير مباشرة بين سرية البيانات ورضا المستهلك الإلكتروني

3. إختبار الفرضية الفرعية الثالثة :

H3-3: هناك علاقة تأثير مباشرة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني.

يلخص الجدول رقم: (43) مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي :

الجدول رقم: (43): نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني

المتغير الوسيط				المتغير المستقل
رضا المستهلك الإلكتروني				
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	معامل الإنحدار	التكنولوجيا المستخدمة
0,04	***	5,698	0,249	
0,249				التأثير المباشر الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) والجدول رقم: (43) تشير النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية موجبة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني ، حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار: 0,249 ، مع قيمة ت الحرجة قدرها: 5,698، وبمستوى دلالة: 0,000 ، كما أن بواقي العلاقة بين بعد التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني قدرها: 0,04.

وعليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى صحة وقبول الفرضية الفرعية الثالثة (H3-3) الآتية:

هناك علاقة تأثير مباشرة بين التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني

4. إختبار الفرضية الفرعية الرابعة :

H3-4: هناك علاقة تأثير مباشرة بين التوافر والديمومة و رضا المستهلك الإلكتروني.

يلخص الجدول رقم: (44) مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي :

الجدول رقم: (44): نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني

المتغير الوسيط				المتغير المستقل
رضا المستهلك الإلكتروني				
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	معامل الإنحدار	التوافر والديمومة
0,036	***	6,490	2,32	
2,32				التأثير المباشر الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) و الجدول رقم: (44) تشير النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية موجبة بين بعد التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني، حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار: 2,32، مع قيمة ت الحرجة قدرها: 6,490، وبمستوى دلالة: 0.000 ، كما أن بواقي العلاقة بين بعد التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني قدرها: 0,036.

عليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى قبول الفرضية الفرعية الرابعة (H3-4)، التي تنص على:

هناك علاقة تأثير مباشرة بين التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني.

5. إختبار الفرضية الفرعية الخامسة :

H3-5: هناك علاقة تأثير مباشرة بين تتبع الأثر و رضا المستهلك الإلكتروني.

يلخص الجدول رقم: (45) مخرجات برنامج AMOS V22 لنتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني المتوصل إليها من النموذج العام للدراسة كالتالي :

الجدول رقم: (45) : نتائج تحليل مسار العلاقة بين بعد تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني

المتغير الوسيط				المتغير المستقل
رضا المستهلك الإلكتروني				
البواقي	مستوى الدلالة	قيمة T	معامل الإنحدار	تتبع الأثر
0,032	0,205	-1,276	-0,041	
-0,041				التأثير المباشر الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال الشكل رقم: (34) و الجدول رقم: (45) تشير النتائج إلى وجود علاقة إرتباطية سالبة بين بعد تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني، حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار: (-0,041) ، مع قيمة ت الحرجة قدرها: (-1,276) ، وبمستوى دلالة: 0,205 وهي أكبر من الدلالة المعنوية 0,05 ، وبالنسبة لبواقي العلاقة بين بعد تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني قدرت ب: 0,032 . (بالتالي نرفض العلاقة) .  
وعليه تشير كل الدلائل الموضحة بالشكل البياني رقم: (34) إلى رفض الفرضية الفرعية (H3-5) ، مما يؤدي إلى رفض الفرض البديل وقبول الفرض الصفري الذي مفاده :

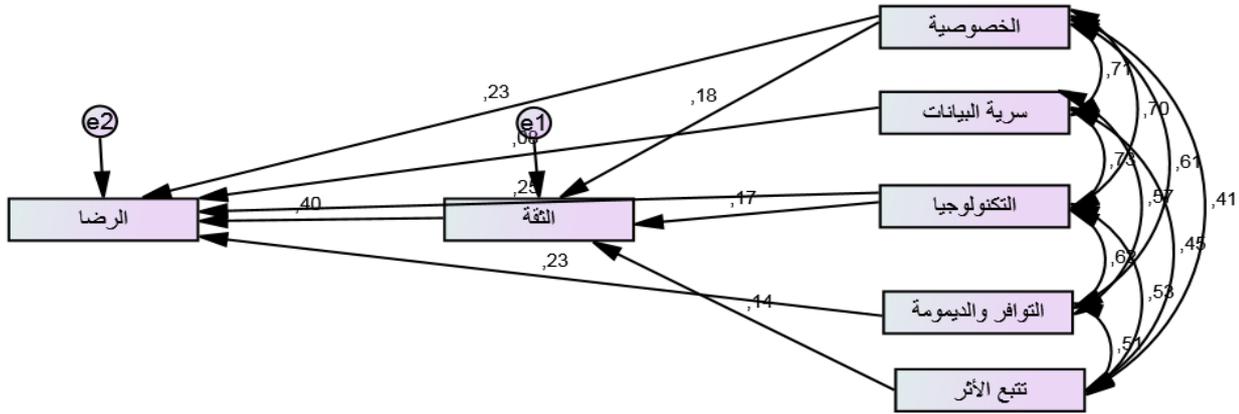
لا توجد علاقة تأثير مباشرة بين تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني

❖ من هنا بينت تقديرات مؤشرات نموذج الدراسة ما يلي :

- ✓ رفض العلاقة بين سرية البيانات وثقة المستهلك الإلكتروني، ذلك لكون العلاقة غير معنوية (p-value=0,741)
- ✓ رفض العلاقة بين التوافر والديمومة وثقة المستهلك الإلكتروني ذلك لكون العلاقة غير معنوية (p-value=0,176)
- ✓ رفض العلاقة بين تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني ، ذلك لكون العلاقة غير معنوية (p-value=0,205) .

➤ عليه، قمنا بحذف العلاقات غير المعنوية لقياس العلاقات غير المباشرة ، حسب نموذج المعدل التالي:

الشكل البياني رقم : (35) : النموذج النظري المعدل لقياس العلاقات غير المباشرة



المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

رابعاً: إختبار و تحليل مسار الفرضية الرابعة :

**H4:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0,05 للأمن السيبراني في رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة.

وهذه الفرضية جاءت للإجابة على السؤال الرابع:

- هل هناك علاقة تأثير غير مباشرة ذات دلالة إحصائية للأمن السيبراني في رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية ببنك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية؟

ويمكننا الإستعانة بالفرضيات الفرعية التالية :

**H4-1:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين إحترام الخصوصية ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيطي.

**H4-2:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين سرية البيانات ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيطي.

**H4-3:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيطي.

**H4-4:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيطي.

**H4-5:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيطي.

1- إختبار الفرضية الفرعية الأولى :

**H4-1:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين إحترام الخصوصية ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيطي.

سنقوم بتبيان وحساب العلاقة غير المباشرة بين إحترام الخصوصية ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط كالآتي:

الجدول رقم: (46) : نتائج تحليل المسار للعلاقة غير المباشرة بين إحترام الخصوصية ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط

المتغير التابع		المتغير الوسيط		المتغير المستقل
رضا المستهلك الإلكتروني		الثقة		إحترام الخصوصية
تأثير غير مباشر	تأثير مباشر	تأثير غير مباشر	تأثير مباشر	
0,402	-		0,81	
0,072				التأثير الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

**6- إختبار الفرضية الفرعية الثانية:**

**H4-2:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين سرية البيانات ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيطي.

سنقوم بتبيان وحساب العلاقة غير المباشرة بين سرية البيانات ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط كالآتي :

الجدول رقم:(47): نتائج تحليل المسار للعلاقة غير المباشرة بين سرية البيانات بوجود الثقة كمتغير وسيط

المتغير التابع		المتغير الوسيط		المتغير المستقل
رضا المستهلك الإلكتروني		الثقة		سرية البيانات
تأثير غير مباشر	تأثير مباشر	تأثير غير مباشر	تأثير مباشر	
0,402	-		0,00	
0,00				التأثير الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال نتائج الجدول رقم: (47): تقديرات النموذج العام الخاصة بالعلاقة بين المتغير سرية البيانات وثقة المستهلك الإلكتروني التي بينت عدم معنوية العلاقة وبالتالي رفضها، فإنه لا يمكننا أن نتكلم عن علاقة غير مباشرة بين سرية البيانات ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيط. وبالتالي رفض الفرضية البديلة مباشرة وقبول الفرضية العدمية:

لا توجد علاقة تأثير غير مباشرة بين سرية البيانات ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيط

7- إختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

**H4-3:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيطي.

سنقوم بتبيان وحساب العلاقة غير المباشرة بين سرية البيانات ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط:  
الجدول رقم: (48) : نتائج تحليل المسار للعلاقة غير المباشرة بين التكنولوجيا المستخدمة ورضا المستهلك

الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط

المتغير التابع		المتغير الوسيط		المتغير المستقل
رضا المستهلك الإلكتروني		الثقة		
تأثير غير مباشر	تأثير مباشر	تأثير غير مباشر	تأثير مباشر	التكنولوجيا المستخدمة
0,402	-		0,174	
0,069				التأثير الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

8- إختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

**H4-4:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيطي.

سنقوم بتبيان وحساب العلاقة غير المباشرة بين التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط:  
الجدول رقم: (49) : نتائج تحليل المسار للعلاقة غير المباشرة بين التوافر والديمومة ورضا المستهلك

الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط

المتغير التابع		المتغير الوسيط		المتغير المستقل
رضا المستهلك الإلكتروني		الثقة		
تأثير غير مباشر	تأثير مباشر	تأثير غير مباشر	تأثير مباشر	التوافر والديمومة
0,402	-		0,00	
0,00				التأثير الكلي

المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

من خلال نتائج الجدول رقم: (49) : تقديرات النموذج العام الخاصة بالعلاقة بين المتغير التوافر والديمومة وثقة المستهلك الإلكتروني والتي بينت عدم معنوية العلاقة وبالتالي رفضها ، فإنه لا يمكننا أن نتكلم عن علاقة غير مباشرة بين

التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيط. وبالتالي تم رفض الفرضية البديلة مباشرة وقبول الفرضية العدمية الآتية:

لا توجد علاقة تأثير غير مباشرة بين التوافر والديمومة ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيط

#### 9- إختبار الفرضية الفرعية الخامسة :

**H4-5:** هناك علاقة تأثير غير مباشرة بين تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الثقة كمتغير وسيط. سنقوم بتبيان وحساب العلاقة غير المباشرة بين الممارسات تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط كالتالي :

الجدول رقم: (50) : نتائج تحليل المسار للعلاقة غير المباشرة بين تتبع الأثر ورضا المستهلك الإلكتروني بوجود الثقة كمتغير وسيط

المتغير التابع		المتغير الوسيط		المتغير المستقل
رضا المستهلك الإلكتروني		الثقة		
تأثير غير مباشر	تأثير مباشر	تأثير غير مباشر	تأثير مباشر	تتبع الأثر
0,402	-		0,141	
0,56				التأثير الكلي

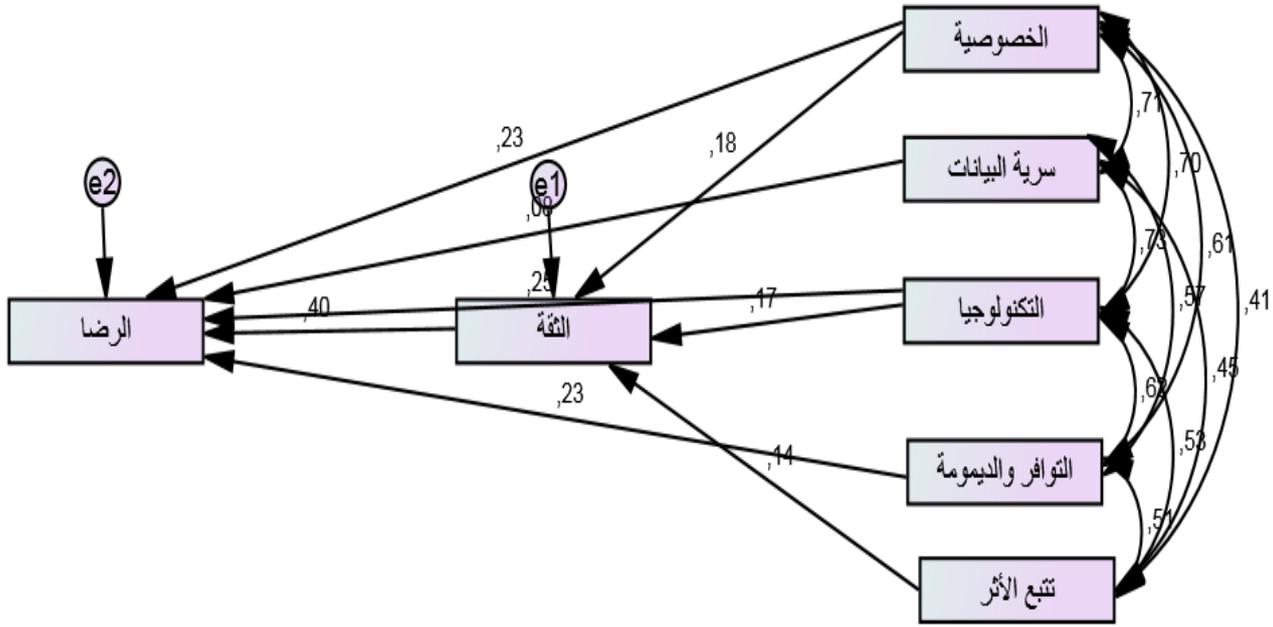
المصدر : من إعداد الطالب بناء على نتائج برنامج Amos v22

❖ ملاحظة: تم التأكد من معنوية العلاقات غير المباشرة عن طريق البوتسراب .

#### الفرع الثاني: تعديلات النموذج النهائي المقترح للدراسة والعلاقات المقترحة

بعد حذف جميع العلاقات غير المعنوية والقيام بالتعديلات المطلوبة توصلنا للنموذج النهائي المعدل و الذي يقترحه الطالب للدراسات اللاحقة من أجل إختباره كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم: (36) : النموذج النهائي المعدل للدراسة



المصدر : من إعداد الطالب اعتمادا على مخرجات نتائج برنامج Amos v22

### خلاصة الفصل الثاني:

من خلال الدراسة الميدانية حاولنا إسقاط مفاهيم الأمن السيبراني على إحدى البنوك التجارية الجزائرية وهو بنك التنمية المحلية BDL، وذلك من خلال الوصف التحليلي الذي قمنا به لمجموعة السياسات الأمنية السيبرانية المتخذة من قبله، وما إتضح لنا أن من سمات هذا البنك هو حدوثه في عالم الرقمنة والتعاملات الإلكترونية وإحتوائه على بني تحتية متطورة من خلال إستخدامه لتكنولوجيا المعلومات والإتصال الحديثة المتقدمة بالمقارنة ببعض البنوك الجزائرية الأخرى وحتى العربية أو الإفريقية التي لا زالت ذات طابع تقليدي.

كما إستخدم الطالب نمذجة المعادلات البنائية التي تعتبر من أحدث الأساليب المنهجية التي تحاول دراسة الظواهر دراسة متكاملة، وذلك بإختبار العلاقات بين المتغيرات الكامنة والصريحة، للوصول إلى فهم أدق وأشمل يحاكي حقيقة الظاهرة. وهو ما يحاول الطالب تطبيقه من خلال بناء نموذج نظري لدراسة مساهمة الأمن السيبراني للبيانات في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة (كمتغير وسيطي) ، وقد حاول الطالب التأكد من إختبار صلاحية نماذج القياس لأبعاد المتغيرات عن طريق التحليل العاملي التوكيدي و من ثم تعديل النماذج، وقد توصل إلى مؤشرات مطابقة جيدة جدا، مما سهل له جمعها في النموذج القياسي الكلي الذي أظهر بدوره مؤشرات مطابقة مقبولة شجعت الطالب على بناء النموذج النظري للدراسة وإدخال الثقة كمتغير وسيطي لإختبار العلاقات غير المباشرة .

خاتمة عامة

في الوقت الذي شهدت فيه وسائل تكنولوجيا المعلومات والإتصال تطورا مذهلا وإستخداما بالغ النظر، شرعت الحكومات والدول في عملية الرقمنة لمختلف الهياكل الإدارية من خلال تبنيها لأنظمة الحكومة الإلكترونية، زيادة على توسيع الإستثمارات في وسائل تكنولوجيا المعلومات والبنية التحتية لقطاع الإتصالات وظهر في مختلف بلدان العالم من خلال التطبيقات المتزايدة لهذه التقنيات، ومن ضمن القطاعات التي إستثمرت في هذه التكنولوجيا القطاع المصرفي الذي أصبح يتعامل بمختلف تطبيقاتها ويتعامل عن طريق شبكة الإنترنت محليا ودوليا، والتي أفرزت إلى الوجود نوع جديد من المصارف أصبح يصطلح عليها بالبنوك الإلكترونية التي تعتبر بمثابة تحد جديد أمام المصارف بالنظر للمشاكل التي أصبحت تعترض القطاع المصرفي خاصة تلك المتعلقة بمعلومات وبيانات المستهلكين وخصوصيتهم وحماية وأمن تعاملاتهم الإلكترونية في الفضاء السيبراني والحفاظ على سريتها وسلامتها، لذلك يُعتبر تطوير وسائل الحماية السيبرانية أمر له أهمية بالغة في تفعيل نشاط الصيرفة الإلكترونية، فمن خلال الأمن السيبراني فإن الخدمة المصرفية سوف تتمتع بجمع خصائص جودتها وكذا تُمكن من خلق خدمات أخرى وتولد القيمة وعلى رأسها الخصوصية والسرية والتكنولوجيا المستخدمة والتوافر والديمومة وتتبع الأثر، التي توفر خدمة مصرفية بكافة المقاييس.

كل هذا من شأنه أن يزيد من ثقة المستهلك الإلكتروني بالخدمات المصرفية الإلكترونية لظروف الراحة والأمان التي يشعر بها، ومن هنا نستنتج أن الأمن السيبراني لا يلعب دورا فقط في أمن وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ولكنه هو أساس وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تحقق رضا المستهلك الإلكتروني.

## نتائج الدراسة:

على ضوء الدراسة الميدانية وإختبار الفرضيات، قد توصلنا إلى النتائج الآتية:

- من خلال مسار الدراسة تم التأكد من صحة الفرضيات المطروحة في البداية، حيث بعد إختبار الفرضيات الفرعية والتي جاءت جلها تؤكد صدق الفرضية الرئيسية وتشير إلى وجود مساهمة للأمن السيبراني في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة، وبهذا تكون الدراسة قد أكدت بأن الأمن السيبراني على مستوى البنك هو شرط أساسي لتحقيق رضا المستهلك الإلكتروني المستخدم لبطاقات الدفع الإلكترونية من خلال تعزيز ثقته.
- مستويات أبعاد الأمن السيبراني كانت مرتفعة في عمومها ما عدا بعد سرية البيانات و بعد التوافر والديمومة الذين كانا ضعيفين ، يُرجع الطالب سبب ذلك إلى حداثة مصطلح الأمن السيبراني من جهة ، وعدم الفهم الجيد لأسئلة الإستبانة المخصصة لهاذين البعدين من قبل المستجوبين من جهة أخرى.
- وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للأمن السيبراني (إحترام الخصوصية، التكنولوجيا المستخدمة، تتبع الأثر) في ثقة المستهلك الإلكتروني لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية عند مستوى دلالة 0,05 .

- وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للثقة في رضا المستهلك الإلكتروني لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية عند مستوى دلالة 0,05.
- وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للأمن السيبراني (إحترام الخصوصية، التكنولوجيا المستخدمة، تتبع الأثر) في رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة لدى عينة مستخدمي بطاقات الدفع الإلكترونية بينك التنمية المحلية BDL بولاية غرداية عند مستوى دلالة 0,05 .
- خلصت الدراسة إلى إقتراح نموذج معدل لمساهمة الأمن السيبراني في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني من خلال تعزيز الثقة كمتغير وسيطي.

### ➤ كما سمحت لنا الدراسة بمعرفة بعض النقاط ذات أهمية كبيرة تخص الموضوع من أهمها:

- الأمن السيبراني هو الحقل الذي يدرُس طرق حماية البيانات المخزنة في أجهزة الحاسوب إضافة إلى الأجهزة الملحقة وشبكات الإتصالات ووسائل الدفع الإلكترونية بما فيها بطاقات الدفع والتصدي للمحاولات الرامية إلى الدخول غير المشروع إلى قواعد البيانات المخزنة أو تلك التي ترمي إلى نقلها أو تغييرها أو تخريبها.
- الأمن السيبراني لبنك التنمية المحلية قوي بقوة إتفاقيات الشراكة لشركة SATIM مع الشركات الأجنبية الكبرى المنتجة للبرمجيات والنظم والأجهزة المتطورة ووسائل الحماية التقنية الجد متقدمة، وما يعكس حقيقة هاته القوة هو قلة المشاكل التي تتعلق بالتعدي على البيانات أو الإختراقات أو التجسس أو حجب تقديم الخدمات الإلكترونية وغيرها من المشاكل التي تتعلق بعمليات السحب والدفع والتحويل ببطاقات الدفع الإلكترونية أو غيرها من الخدمات الإلكترونية الأخرى التي تعتمد على الفضاء السيبراني.
- يتم على مستوى البنك BDL محل الدراسة بناء إستراتيجية شاملة لأمن المعلومات والبيانات، من خلال أمن سيبراني يتناول البنى التحتية التقنية، نُظم البنك المختلفة، الشبكات، البرامج، الإنترنت، الخوادم، موقع البنك الافتراضي، تقنيات حماية وسائل الدفع الإلكترونية بمختلف أشكالها، بصفة عامة نظم الحماية الداخلية والخارجية في الفضاء السيبراني.
- بنك التنمية المحلية من أحدث البنوك في الجزائر بمواكبته لتكنولوجيا الإعلام والإتصال.
- يحضى بنك التنمية المحلية BDL بصورة حسنة وسمعة طيبة لدى عملائه.
- أن هناك ضعف في نسبة إستعمال المستهلكين أو الزبائن لبطاقات الدفع الإلكترونية مع بنك التنمية المحلية BDL مقارنة بما نسمع عن إستعمالها في الدول المتقدمة، حيث ترجع إلى أسباب عديدة من بينها حداثة البنوك في تقديم الخدمات الإلكترونية، عدم مخاطرة المستهلك الجزائري، ضعف الثقة في التعاملات الإلكترونية بصفة عامة وبطاقات الدفع الإلكترونية بصفة خاصة، مع عدم إتباع سياسة تسويقية جيدة للخدمات الإلكترونية من قبل إدارة البنك.
- من ضمن عوائق الصيرفة الإلكترونية، هو عدم كمال النصوص القانونية في الجزائر التي تقوم بردع الجرائم السيبرانية.

## التوصيات:

- تسعى هذه الدراسة إلى طرح خبرات الباحثين السابقين من خلال متغيرات الدراسة (الأمن السيبراني ورضا المستهلك الإلكتروني وتعزيز الثقة)، وذلك بهدف تقديم إطار مفاهيمي متكامل يمكن الاستفادة منه في تحسين أداء بنك التنمية المحلية BDL غرداية في تقديم الخدمات الإلكترونية الآمنة من خلال وسائل الدفع الإلكتروني.
- ضرورة إتخاذ بنك التنمية المحلية تدابير تعتمد على الأمن السيبراني كعنصر ضروري في العملية الإنتاجية للخدمات ومختلف التعاملات الإلكترونية ، لا سيما ما يخص البنى التحتية والبرامج والأجهزة المستخدمة في تقنيات المعلومات والاتصال.
- يجب على بنك التنمية المحلية بناء المزيد من الثقة في التعاملات الإلكترونية مع المستهلك الإلكتروني، مع تحديد أسباب ضعف ثقة التعامل ببطاقات الدفع الإلكترونية.
- ضرورة العمل بالنظم المعلوماتية وشبكات الإتصال ذات المواصفات القياسية وتطبيق معايير الجودة الدولية ISO لضمان سلامة أمن المعلومات والبيانات وحمايتها وأمن الشبكات من الإختراقات المحتملة، فضلا عن أهمية إستخدام أنظمة التشغيل ذات المصدر المفتوح (open source software) مثل نظامي ال Linux و Unix التي تتميز بالإستقرارية والأمنية المحكمة.
- ضرورة إتخاذ البنك إجراءات إحترازية للحماية والتحصين من أي تخريب أو سطو سيبراني أو أي خطر، والعمل على التحديث المستمر للتقنيات والبرامج المضادة للإعتداءات والفيروسات، بالإضافة إلى إعتداد الوسائل التقنية الحديثة للحماية فيما يخص (التشفير، التصديق الرقمي، البصمة الرقمية، جدار النار، تقنيات أخرى حديثة...الخ).
- ضرورة إعتداد البنك برامج مضادة بالنسخ الأصلية للإستفادة من الدعم الفني للشركات التي يتم شراء البرامج منها.
- ضرورة تأهيل وتكوين كوادر بشرية متخصصة في الأمن السيبراني ومجال الإلكترونيات من أجل أن تقف كحجر عثرة أمام أي محاولة لتهديد أمن البنك عامة وأمن تقديم الخدمات البنكية الإلكترونية خاصة.
- ضرورة الإعتداد على الكفاءات البشرية المحلية في مجال الأمن السيبراني من أجل التحكم في مختلف تقنيات (الأجهزة الإلكترونية، البرمجيات، النظم، الشبكات ، الإنترنت، ...الخ) ، حتى نخرج من التبعية التكنولوجية.
- يجب توعية المستهلكين الإلكترونيين بمختلف الجرائم السيبرانية بما فيها الإحتيال والنصب المالي والمصرفي الإلكتروني وعمليات التعدي والتجسس والتخريب والتدمير وكل ما يتعلق بالتعاملات الإلكترونية ببطاقات الدفع الإلكترونية المصرفية.
- وضع إطار تعاون يضمن تبادل المعلومات في مجال الأمن السيبراني والإستفادة من الخبرات والإستشارات التي توفرها نظيراتها من المؤسسات والمكاتب المتخصصة في التقنيات الإلكترونية سواء المحلية أو الأجنبية والإستفادة من تجاربهم السابقة.

- العمل على التنسيق المباشر والمشارك مع مؤسسة البريد والمواصلات من أجل تعزيز الأمن السيبراني.
- ضرورة قيام الدولة بوضع قوانين وتشريعات شاملة تتماشى مع كل مستجدات الإجرام السيبراني فيما يخص حماية التعاملات الإلكترونية بصفة عامة وحماية البيانات الشخصية للمستهلك الإلكتروني بصفة خاصة في (الفضاء السيبراني) سواء مع البنوك أو غيرها، وتحميل عقوبات مشددة لذلك.

### آفاق الدراسة:

- لقد سمحت هذه الدراسة الولوج إلى مواضيع أخرى يمكن أن تكون محاور بحث مستقبلية، حيث أن الخوض في موضوع الأمن السيبراني في بيئة تكنولوجية متجددة تجعل من الصعب الوقوف عند حد معين، فيمكن البحث في مواضيع أخرى تربط الأمن السيبراني بمجال التسويق مثل:
- دراسة هذا الموضوع من خلال توسيع قاعدة الإستبيان من خلال إعتقاد عينات للعديد من البنوك العمومية منها والخاصة لندرس أوجه المقارنة.
  - دور الأمن السيبراني في الحد من مخاطر نظام المعلومات التسويقية، دراسة مقارنة بين مؤسسة خدمية وصناعية.
  - مساهمة الأمن السيبراني في بناء ثقة التسويق الدولي عبر قنوات التوزيع المباشرة و غير المباشرة.
  - أثر الأمن السيبراني في جودة الخدمات الإلكترونية المصرفية.
  - أهمية الأمن السيبراني في تحقيق الميزة التنافسية من خلال التسويق الشبكي.

# قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

I. الكتب:

- 1- القرآن الكريم.
- 2- الأشقر منى جبور، السيبرانية هاجس العصر، المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية، بيروت، لبنان، 2017.
- 3- أنور يوسف، صفوة لينكس لباحثي الأمن السيبراني، مكتبة نور كتب، جامعة الأزهر، مصر، 2019.
- 4- خديجة عتيق، واقع التسويق المصرفي في البنوك وأثرها على رضا العملاء، دار خالد اللحياني للنشر والتوزيع، مكة، السعودية، 2016.
- 5- خضر مصباح إسماعيل الطيطي، أساسيات أمن المعلومات والحاسوب، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 6- خليفة إيهاب، القوة الإلكترونية: كيف يمكن أن تدير الدول شؤونها في عصر الإنترنت، دار العربي، 2017.
- 7- ذيب بن عايش القحطاني، أمن المعلومات، دار قابس للطباعة والنشر والتوزيع، لبنان، 2015.
- 8- سعد غالب ياسين، نظم إدارة قواعد البيانات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن عمان، 2010.
- 9- طارق إبراهيم الدسوقي عطية، الأمن المعلوماتي، الطبعة 3، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2015.
- 10- علاء عبد الرزاق محمد السلمي، شبكات الإدارة الإلكترونية، الطبعة 1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005.
- 11- علي محمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2008.
- 12- غسان سابا، أمن الشبكات والبنية التحتية المعلوماتية، نشر وتوزيع الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018.
- 13- محمد أحمد سليمان، التسويق وتكنولوجيا الاتصالات، الطبعة 1، دار زمزم للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 14- محمد بوزيان تيغرة، التحليل العملي الاستكشافي والتوكيدي، الطبعة 1، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2012.
- 15- محمد منصور أبو جليل وآخرون، سلوك المستهلك وإتخاذ القرارات الشرائية، دار الحامد، عمان، الأردن، 2013.
- 16- مرتضى محمد عبد اللطيف، دور قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التنمية الاقتصادية، الطبعة 1، المكتب العربي للمعارف، القاهرة، مصر، 2014.

II. البحوث الجامعية:

أ) أطروحات دكتوراه:

- 17- سليمة عبدات، تسويق الخدمات البنكية وأثره على رضا الزبون، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (وكالة 458 البويرة)، رسالة ماجستير، جامعة العقيد أكلي محند أولحاج، البويرة، الجزائر، 2011/2012.
- 18- عبود صالح أحمد العدوان، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الأداء - دراسة على المصارف التجارية الأردنية، أطروحة دكتوراه، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، الأردن، 2015.

- 19- مراد ماشوش، الجرائم الاقتصادية وسبيل مكافحتها - الجهود الدولية لمكافحة الإجرام السيبراني، دكتوراه في القانون العام الإقتصادي، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة غرداية، الجزائر، 2016/2017.
- 20- وفاء حلوز ، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، أطروحة دكتوراه في البنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة أبو بكر بلقايد-تلمسان، الجزائر، 2014.
- 21- يوسف بوغرارة، الأمن السيبراني الإستراتيجية الجزائرية للأمن والدفاع في الفضاء السايبري، دكتوراه في القانون العام، كلية الحقوق والعلوم السياسية مستغانم، الجزائر 2017.

### ب) رسائل ماجستير:

- 22- تهاني محمد عبد الرحمان فقيه، التسويق الالكتروني وأثره على اتجاهات الأسرة الاستهلاكية في عصر المعلوماتية، ماجستير، قسم السكن وإدارة المنزل، كلية التربية للإقتصاد المنزلي، جامعة أم القوي السعودية، 2013.
- 23- خلود حسن الحازمي، علاقة السلوك الاستهلاكي للمراهقين ببعض التغيرات الأسرية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم السكن وإدارة المنزل، كلية التربية للإقتصاد المنزلي، جامعة أم القوي السعودية، 2006.
- 24- سمير محمود العيسى، العلاقة بين عناصر التسويق الداخلي ورضا العملاء في المصارف الإسلامية، دراسة ميدانية على البنك العربي الإسلامي الدولي في مدينة الزرقاء -الأردن، رسالة ماجستير، تخصص التسويق، كلية الدراسات العليا جامعة الزرقاء الأردن، 2017/2018.
- 25- عبد الرحمن العتيبي بن بجاد شارع، "دور الأمن السيبراني في تعزيز الأمن الانساني"- دراسة ميدانية لمجموعة من المحطات التابعة لشركة أرامكو لتكرير النفط، السعودية، رسالة ماجستير، قسم الأمن الإنساني، كلية العلوم الاستراتيجية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، السعودية، 2017.
- 26- عراجي أنديرا، القوة في الفضاء السيبراني فصل عصري من التحدي والإستجابة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية والإدارية، لبنان، 2015/2016.
- 27- كريمة صراع، واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، المدرسة الدكتورالية للإقتصاد وإدارة الأعمال، وهران، الجزائر، 2014.
- 28- مصطفى خنفر، دور العلامة التجارية في تحقيق ولاء المستهلك - دراسة حالة مؤسسة جازي الجزائرية ومؤسسة موبيليس السعودية، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2012.

### مذكرات ماستر:

- 29- فاطمة ناشف، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مستغانم، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، جامعة مستغانم، 2017/2018.

### III. دراسات وأبحاث المراكز والمخابر:

- 30- الأشقر منى جبور، الأمن السايبري تحديات ومستلزمات المواجهة، دراسات وأبحاث المركز العربي للبحوث القانونية والقضائية (الأمن المعلوماتي والأمن القانوني)، بيروت، لبنان، 2017.
- 31- الإتحاد الدولي للاتصالات (ITU)، دليل الأمن السبراني للبلدان النامية، طبع في جنيف سويسرا 2009.

### IV. المجالات والجرائد:

#### أ) المجالات:

- 32- أحمد بن مويزة، "علاقة جودة الخدمة البنكية وجودة العلاقة (عميل-بنك) على رضا العملاء من خلال أبعاد الثقة والالتزام"، دراسة ميدانية على عينة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية الأغواط، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 16، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير جامعة سطيف1، الجزائر، 2016.
- 33- أحمد بوزيان تيغزة، توجهات حديثة في تقدير صدق وثبات درجات أدوات القياس، مجلة العلوم النفسية والتربوية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي الجزائر، المجلد 04 العدد (01)، مارس 2017، ص: 10-11.
- 34- بوكبشة محمد، إستراتيجية الجزائرية للأمن والدفاع في الفضاء السايبري، مجلة الدراسات الإفريقية وحوض النيل، العدد 3، المجلد الأول، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا، سبتمبر 2018.
- 35- بوكبشة محمد، مصلحة الدفاع السبراني ومراقبة أمن الأنظمة، مجلة الجيش، العدد 651، 2017.
- 36- جمال بوزادية، الإستراتيجية الجزائرية في مواجهة الجرائم السبرانية الآفاق والتحديات، مجلة العلوم القانونية والسياسية الجزائر، المجلد 10، العدد 01، أبريل 2019.
- 37- زبير عياش، تطوير وعصرنة الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو إقتصاد المعرفة حالة الجزائر، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد الخامس، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017/06/25.
- 38- لطفي أمين بلفرد، الفضاء السبراني: هندسة وفواعل، المجلة الجزائرية للدراسات السياسية، العدد الخامس، 2016.
- 39- مصطفى طويطي، بومدين بوداود "نمذجة العلاقة السببية بين جودة الخدمة المدركة وقيمة الزبون بما يعزز رضاه إتجاه المؤسسة" دراسة ميدانية على عينة زبائن القرض الشعبي الجزائري CPA بولاية غرداية، مجلة الإستراتيجية والتنمية، المجلد 08، العدد 15 مكرر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير مستغانم، الجزائر، ديسمبر 2018.

#### ب) الجرائد:

- 40- طارق عباس، يجب إدماج حماية البيانات في ثقافة الشركة، جريدة البيان الإماراتية، العدد 13794، 25 مارس 2018.

### V. التظاهرات العلمية:

الملتقيات:

- الملتقيات الوطنية:

41- محمد بن عزة، جلييلة زويهري، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الإلكتروني، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، الملتقى العلمي الرابع حول: "عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر- المركز الجامعي خميس مليانة، عين الدفلى، 2011.

- الملتقيات الدولية:

42- سمير بارة، الدفاع الوطني والسياسات الوطنية للأمن السيبراني في الجزائر: الدور والتحديات، الملتقى الدولي حول سياسات الدفاع الوطني، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2017/01/31.

- الندوات:

43- هيثم المسيري، تقنيات البنوك الإلكترونية، ندوة الخدمات الإلكترونية الشاملة (رؤية مستقبلية) القاهرة، جمهورية مصر العربية، 25-29 نوفمبر 2007.

VI. القوانين:

44- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم: 18-04، المتعلق ب: القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الإلكترونية، المؤرخ في: 24 شعبان 1439 الموافق لـ 10 ماي 2018، المادة 10، الجريدة الرسمية، العدد 27، الباب الأول، القسم الثاني، الصادر بتاريخ: 13 ماي 2018.

45- قانون العقوبات الجزائري، قانون رقم: 04-09، المتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومكافحتها، الفصل السابع مكرر المتعلق بالمساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات :

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

I. الكتب:

46- Daniel Ventre, **Cyberattaque et cyberdéfense**, La Voisier, Paris, 2011

47- Douwe Korff, **CYBER SECURITY DEFINITIONS** – a selection, 2015.

48- Goliard F, **Télécommunication et réglementation française du cryptage**, Chron, 2008.

- 49- Kotler, P; Gary, A. **Marketing, An Introduction**, Prentice Hall,7th ed, New Jersey, Gray Armstrong, Carolina, 2005.
- 50- Martti Lehto, Pekka Neittaanmaki, **CYBER SECURITY: Analytics , Technology and Automation, Swizerland**, Springer International Publishing,2015
- 51- Wilson A, Zeithaml V, Bitner M, Gremier D, **Services marketing : integrating customer focus across the firm**. First European Edition. Mc Graw Hill, UK, 2008.
- 52- William Leslie Dorotinsky, Joanna Alexandra Watkins, Cem Dener, **Financial Management Information Systems**, The world Bank, Copyright Clearance Center Inc, Columbia, Washington, 2011.

## II. البحوث الجامعية:

- 53- Ahonen, paula, **Customer Satisfaction Development**, Center National Land Suwey of Finland (Mm) Box, 2000.
- 54- Chris Halliburton, **The Role of Trust in Consumer Relationships**, ESCP Europe Business School,2010.
- 55- Héla Chérif- Benmiled, **La confiance en Marketing**, Université Pari1 Panthéon-Sorbonne,2012.
- 56- Jeffrey Esinash ,"**Factor affecting cybersecurity effectiveness in company Garmin**", Thesis of Master of science in Cybersecurity Engineerig, Webster University, America, 2015.
- 57- Robert Knake, " **The impact of cyberspace threats on natioal security United States of America -Model-**", Univercity of California Santa barbara, America,2010.
- 58- Smart, **Customer Satisfaction**: Prentice Hall, city University of New york, 2006.
- 59- William Crumpler, " **The cybersecurity workforce gap in the commercial companies** " , by the center for strategic and international studies, America, 2018.
- 60- Shammont ,A.B, **Evaluating an Extended relationship Marketing Model for Arab Guests of Five star hotels** , PHD Thesis ,school of Hospitaly ,Tourism and Marketing ,Victoria University-Melbourne, 2007,p146.

## III. الجرائد والمجلات:

- 61- Wambugu Lydiah, **Impact of Internal Marketing on Service Quality and Customers "Satisfaction (A Case Study of Equity Bank, Kengeleni Branch)"**, Research Journal of Finance and Accounting, vol :6, No :19, 2015

ثالثا: المواقع الإلكترونية:

- 62-<http://www.nsa.gov>.(US National Security Agency) -وكالة الأمن القومي:
- 63-<http://www.okaz.com.sa/article/1585529> - موقع عكاز:
- 64-<http://www.ccsksa.net> - موقع الأمن السيبراني:
- 65- <http://www.telecom.gmu.edu/publications/kieth-fleming-wireless-security-project-f2.doc> - موقع هيئة التدريس الخاصة بالتجارة الإلكترونية المملكة العربية السعودية:
- 66- <http://www.faculty.ksu.edu.sa/mas/published/e-commerce-ogx> - موقع جامعة أوكسفورد بالولايات المتحدة الأمريكية:
- 67- <https://www.sbs.ox.ac.uk/cybersecurity-capacity/system/files/CPDP%202015%20-%20KORFF%20Handout>
- 68- <https://www.itu.int/ITU-D/cybe/publication> : موقع الإتحاد الدولي للاتصالات :  
- وكالة الأبناء الجزائرية، مشروع قانون الجرائم الإلكترونية، وزير العدل السابق للجزائر، السيد / طيب لوح، يوم:
- 69- <http://www.aps.dz/ar> الأربعاء، 2018/03/28. من موقع:
- 70- <http://www.politics.dz> - مقاييس الأمن السيبراني، من موقع:
- 71- [www.noor-book.com](http://www.noor-book.com) - باحثي الأمن السيبراني مكتبة نور كتب الإلكترونية من موقع:
- 72- [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org) - أنظمة معلومات الإدارة المالية للبنك الدولي واشنطن:
- 73- <http://pedia.svuouline.org> - موسوعة الجامعة السورية
- 74- <http://www.djazairess.com>
- 75- <http://www.bdl.dz> - الموقع الإلكتروني لبنك التنمية المحلية:

# قائمة الملاحق

الملحق رقم: (01) : الإستبيان.



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
تخصص: الثانية ماستر تسويق الخدمات.  
أخي الفاضل ....أختي الفاضلة:  
السلام عليكم...

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذا الإستبيان الذي تم تصميمه لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها إستكمالا لنيل شهادة ماستر أكاديمي في تخصص تسويق الخدمات من خلال إعداد مذكرة تخرج تحت عنوان: " مساهمة الأمن السيبراني للبيانات في تحقيق رضا المستهلك الإلكتروني (دراسة ميدانية لعينة من عملاء بنك التنمية المحلية BDL بمدينة غرداية)".

نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الإستبيان بدقة، بحيث أن صحة النتائج تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجاباتكم، فرأيكم عامل أساسي من عوامل الوصول إلى نتائج دقيقة.  
ونحيطكم علما أن جميع إجاباتكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، مع ضمان السرية التامة للإجابات.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والإحترام

يمكنكم الحصول على نسخة من ملخص نتائج البحث بالإتصال عبر البريد الإلكتروني التالي:

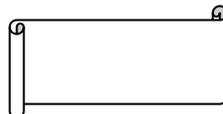
[Abdelkadersouag86@Gmail.com](mailto:Abdelkadersouag86@Gmail.com)

من إعداد الطالب: صواق عبد القادر.

تحت إشراف:

الدكتور: دحو سليمان.

الدكتور: بوداود يومدين.



رقم الإستبيان:

## قائمة الملاحق

أولاً: البيانات الخاصة بالمستجيب:

1-الجنس:  ذكر  أنثى

2-العمر: 26 سنة فما أقل  من 26-35  35-45  أكثر من 46

3-المستوى التعليمي ثانوي فما أقل  أكالوريا  جامعي  دراسات عليا

4-الدخل: أقل من 18000 دج  من 18000 دج-45000 دج  من 45000-90000 دج  أكثر من 90000 دج

5-المهنة: موظف بالقطاع العام  عامل بالقطاع الخاص  خرى أذكرها من فضلك

6-مدة التعامل مع البنك: أقل من سنة  من 1 إلى 5 سنوات  من 5-10  أكثر من 10 سنوات

7-عدد البنوك التي تتعامل معها:

8-نوع البطاقة التي تستعملها:

ثانياً: الرجاء قراءة العبارات الآتية ووضع علامة (X) في الحقل المناسب لإجاباتكم.

المحور الأول: (الأمن السيبراني للبيانات)

غير موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	إحترام الخصوصية (Privacy):	I
					يحرص البنك على إعطائي رقما سرىا خاصا لبطاقة الدفع الإلكترونية، منذ يوم التسليم	(1)
					بياناتي المحفوظة في بطاقة الدفع الإلكترونية سليمة المحتوى.	(2)
					أهتم بحماية بياناتي الشخصية.	(3)
					يؤثر الأداء الأمني الإلكتروني للبنك على إختياري للصراف الآلي الذي أتعامل معه.	(4)
					السياسة الأمنية المتبعة من طرف البنك، تجعله يحافظ على سرية بياناتي الشخصية من النشر أو البث.	(5)

## قائمة الملاحق

سرية البيانات (Confidentiality):					II
غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					(1) الرقم السري لبطاقة الدفع الإلكترونية الخاصة بي، له تركيبة يصعب قرصتها.
					(2) يلزم البنك في إجراءاته الإلكترونية على التوقيع الإلكتروني في كافة المعاملات.
					(3) تعاملاتي الإلكترونية مع البنك تمتاز بالسرية التامة.
					(4) الرقم السري لبطاقة الدفع الإلكترونية يتم إستبداله تلقائيا كل مدة معينة.
					(5) ليس بإمكان أي شخص الإطلاع على البيانات والمعلومات الإلكترونية الخاصة بي.

التكنولوجيا المستخدمة (Technology Used):					III
غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					(1) يتوفر البنك على معدات وأجهزة تقنية إلكترونية حديثة وجيدة ومحمية.
					(2) يقوم البنك بتوثيق وتسجيل جميع تعاملاتي الإلكترونية بصفة تلقائية.
					(3) أنظمة البنك وبرامجه المعلوماتية تعمل بدقة وإنسجام تام وتكامل فيما بينها.
					(4) أحضى بالاستجابة السريعة لأي مشكلة تتعلق بسلامة وأمن البطاقة الإلكترونية.
					(5) عمليات بطاقة الدفع الإلكترونية تتم بسرعة دائما.

التوافر والديمومة (Availability):					IV
غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					(1) الخدمات الإلكترونية للبنك متاحة باستمرار لمدة 24 ساعة في اليوم وخلال كل أيام الأسبوع.
					(2) يضمن لي البنك التدفق الإلكتروني للمعلومات الخاصة بخدماته المعروضة.
					(3) من خلال تعاملاتي السابقة بالبطاقة الإلكترونية، غالبا ما حدث وأن صادفت عطل أو خلل في الجهاز أو في الخدمة المقدمة.
					(4) يسمح البنك بخدمة الولوج الإلكتروني إلى بياناتي الشخصية لمراجعتها أو التأكد منها.
					(5) يشعرني البنك بالخدمات التي أقوم بها ، كخدمة الرصيد المسحوب.

تتبع الأثر (Traceability):					V
غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					(1) يوفر البنك خدمة التجميد الفوري للبطاقة الإلكترونية وإسترجاعها في حال فقدها أو سرقتها.

## قائمة الملاحق

					(2) أجد سهولة في تغيير البنك للرقم السري الخاص بي عند الإضطرار لذلك.
					(3) يعتمد البنك خدمة التوثيق الإلكتروني لجميع البيانات المتعلقة بعمليات (الدفع والسحب والتحويل) لتحقيق أمن المعاملات الإلكترونية وتتبع أثرها.
					(4) تؤدي خدمة التوثيق الإلكتروني للبنك إلى قدرتي على مراجعة وتلقي مسارات العمليات التحويلية الإلكترونية والتواريخ والمواقيت.

### المحور الثاني: (الثقة)

الثقة (Confidence):					
غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					(1) أشعر بثقة كبيرة في البنك من حيث الخدمات الإلكترونية المرتبطة بوسائل السحب والدفع والتحويل.
					(2) عدم قدرة أي شخص على الإطلاع على بياناتي ومعلوماتي الشخصية الإلكترونية يزيد من ثقتي في البنك الذي أتعامل معه.
					(3) أجد أن البنك يلتزم بكل مبادئ الثقة في تعامله معي إلكترونياً.
					(4) حرص البنك على توفير أجهزة وأنظمة وبرامج معلوماتية متطورة وموثوقة يزيد من ثقتي في التعامل معه.
					(5) قدرات البنك الأمنية جد ممتازة في مراقبة أي خطأ إلكتروني.
					(6) المعالجة الفورية للخلل التقني في أجهزة الدفع الإلكترونية أو البطاقات الإلكترونية يزيد من ثقتي بالبنك.

### المحور الثالث: (رضا المستهلك الإلكتروني)

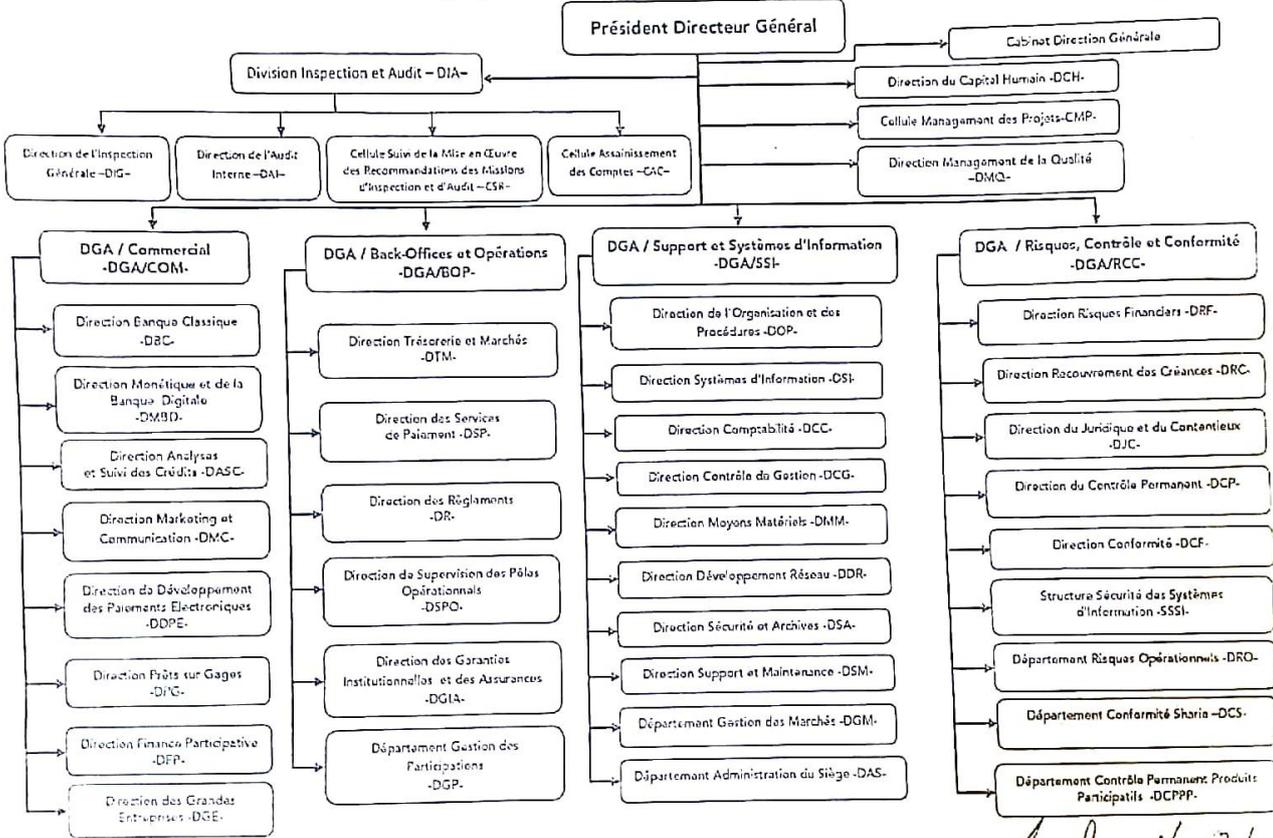
رضا المستهلك الإلكتروني (The satisfaction):					
غ موافق بشدة	غ موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	
					(1) أجد نفسي مرتاحاً في تعاملاتي الإلكترونية مع البنك.
					(2) البنك يحمي ويؤمن بياناتي الشخصية أكثر مما توقعت.
					(3) إجراءات تأمين بياناتي الشخصية أثناء تعاملتي لأول مرة مع البنك سهلة وبسيطة.
					(4) أنا راض عن درجة إهتمام البنك التجاري بأمن معلوماتي الشخصية إلكترونياً.
					(5) تشجعتني مصداقية الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك على دعوة أصدقائي لإقتناء بطاقات الدفع والسحب الإلكترونية الخاصة بالبنك الذي أتعامل معه.
					(6) تشجعتني السياسة الأمنية للبنك لبطاقات الدفع والسحب الإلكترونية على إستمرارية التعامل معه.

الملحق رقم: (02) : قائمة الأساتذة المحكمين للإستبيان.

الجامعة	الدرجة العلمية	أسماء الأساتذة
جامعة غرداية	أستاذ تعليم عالي	معراج هواري
جامعة غرداية	أستاذ محاضر "أ"	شنيبي عبد الرحيم
جامعة غرداية	أستاذ محاضر "أ"	طويطي مصطفى
جامعة غرداية	أستاذ محاضر "أ"	أولاد حيمودة عبد اللطيف
جامعة غرداية	أستاذ محاضر "أ"	برهان نور الدين
جامعة الأغواط	أستاذ محاضر "أ"	بن مويزة أحمد
جامعة غرداية	أستاذة محاضرة "ب"	بهاز لويزة
جامعة المنار تونس	أستاذة محاضرة في التسويق	عثماني ليلي
المصلحة المركزية لمكافحة الجريمة المعلوماتية الجزائر العاصمة	ملازم أول للشرطة	قنوني سمير

الملحق رقم: (03): الهيكل التنظيمي الجديد لبنك التنمية المحلية BDL

Organigramme de la Banque de Développement Local



Annexe à la Décision PDG n° 4 C /2019

*(Handwritten signature)*

الملحق رقم:(04): الموزع الآلي للأوراق DAB و الشبكة الآلي للبنك GAB



GAB

DAB

الملحق رقم: (05): نهائي الدفع الإلكتروني TPE



الملحق رقم: (06): صورة لبنك التنمية المحلية BDL الأم.

