



جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب  
Ain Témouchent University Belhadj Bouchaib



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم المالية والمحاسبة

التخصص: مالية المؤسسة

الموضوع:

## العوامل المؤثرة على استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

مذكرة مقدمة للحصول على شهادة ماستر أكاديمي

تحت اشراف:

\* أ.زايدي أوسامة شهاب

إعداد الطالبة:

\* مجاجي اكرام

مقدمة أمام لجنة المناقشة المكونة من:

رئيسا

ملوح محمد

الأستاذ (ة): الاسم واللقب

مشرفا

زايدي اوسامة شهاب

الأستاذ (ة): الاسم واللقب

ممتحنا

هرباجي حمزة

الأستاذ (ة): الاسم واللقب

السنة الجامعية: 2023-2024



# دعاء

قال تعالى: " الرحمن علم القران، خلق الإنسان علمه البيان "

{سورة الرحمن}

اللهم لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت، ولا باليأس إذا فشلت، وذكرني  
دائما أن الفشل هو التجارب التي تسبق النجاح.

اللهم إذا أعطيتني النجاح لا تفقدني تواضعي، وإذا أعطيتني تواضعا لا  
تفقدني اعتزازي بكرامتي.

واجعلني من الذين إذا أعطوا شكروا.

وإذا أذنبوا استغفروا.

وإذا أوذوا فيك صبروا.

وإذا تقلبت بهم الأيام اعتبروا.

# الاعتراف

الحمد لله الذي وفقني لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا  
الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى.  
اهدي هذا العمل البسيط إلى ابي الكريم رحمة الله عليه والى امي الغالية فان  
كلمات الدنيا عاجزة عن وصف مدى امتناني لكما عسى أن يبلغني ربي  
وأتمكن من تعويض تعبك ورد جميلك  
إلى أختي ملاك سندي وقوتي، إلى أختي امال وزوجها اخي زهير.  
إلى رفقتي العزيزة امينة اتي أحببتها وصادقتها طيلة السنوات الخمس في الجامعة.  
إلى كل من اعزهم قلبي في القبور رحمهم الله.  
ونسأل الله أن يجعل هذا العمل نبراسا لكل طالب علم.

# شكر وتقدير

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه على جميع نعمه وآلائه، أحمد الله عز وجل

أن يسر لي جميع السبل ووفقتي لإتمام هذا العمل.

وعملا بالحديث الثابت عن النبي صلى الله عليه وسلم الذي قال فيه "لا يشكرُ

الله من لا يشكرُ الناس"، أتقدم بالشكر الجزيل والامتنان الخالص إلى الاستاذ المشرف "زايد أسامة

شهاب" على جميع توجيهاته العلمية ونصائحه القيمة التي أتحنني بها،

حيث كان له أثرا بليغا في إتمام هذا العمل، فجزاه الله عني خير الجزاء.

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير لأعضاء لجنة المناقشة الكرام، وذلك على تكرمهم بإعطائي من

وقتهم والمشاركة في مناقشة وتحكيم وتحسين هذه الدراسة.

ومن جوهر الواجب أن أتقدم بوافر الشكر والتقدير لوالدي رحمه الله ووالدتي اللذان سهرا على تربيتي

وتعليمي منذ أن بدأت حياتي، ولم يكن بإمكانني أن أقوم بهذه الرحلة دون دعم إخوتي حفظهن الله

ورعاهن.

وأشكر زميلتي وصديقتي من الجامعة منقور يمين امينة التي كانت سندا لي طيلة مشواري الجامعي

وأخيرا أتقدم بالشكر الى كل من درسني أو ساهم في تدريسي من دكاترة الجامعة والطور الثانوي و

المتوسط والابتدائي.

شكرا لكم جميعا.

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر التكنولوجيا المالية و العوامل الاقتصادية على نية استخدام المستخدمين الجزائريين الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، ولتحقيق أهداف البحث اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي تم الاعتماد على أسلوب الاستقصاء لجمع البيانات وزعت على عينة تتكون من 122 شخص، ولتحليل البيانات تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي spss version 26 بطريقة الانحدار الخطي المتعدد، توصلت نتائج الدراسة إلى انه يوجد علاقة ارتباط بين العوامل الاقتصادية و على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول و أن عاملي الاداء و الجهود المتوقعين يؤثران بدلالة إحصائية معنوية على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول .

**الكلمات المفتاحية:** الخدمات المصرفية، الهاتف المحمول، العوامل الاقتصادية، التكنولوجيا المالية

**Abstract:**

This research aims to study the impact of Fintech and economic factors on the intention of Algerian users to use mobile banking services, and to achieve the research objectives, we followed the descriptive-analytical approach. The survey method was used to collect data distributed to a sample of 122 people, and to analyse the data, we relied on the statistical program spss version 26 by multiple linear regression method, the results of the study found that there is a correlation between economic factors and the intention to use mobile banking services and that expected performance and effort factors affect with statistical significance the intention to use the services Translated with DeepL.com (free version)

**Keywords:** Mobile Banking, Economic Factors ,Fintech

الفهرس

الإهداء

الشكر

..... الملخص

..... قائمة الجداول

..... قائمة الأشكال

..... قائمة الملاحق

..... المقدمة

..... الفصل الأول: مراجعة الادبيات المتعلقة بالدراسة

9 ..... تمهيد

10 ..... المبحث الأول: الإطار النظري للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

10. ..... المطلب الأول: نظرة على الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية

11 ..... المطلب الثاني: مفهوم و انواع التكنولوجيا المالية

14 ..... المطلب الثالث: احصائيات حول التكنولوجيا المالية

14 ..... المطلب الرابع: الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول

17 ..... المبحث الثاني: العلاقة بين المتغيرات

..... المطلب الأول: العلاقة بين الخطر المتصور و نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

17 ..... المطلب الثاني: العلاقة بين المجهود المتصور و نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

..... المطلب الثالث : العلاقة بين التأثير الاجتماعي و نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف

17 ..... المحمول

17..... المحمول

المطلب الرابع: العلاقة بين الأداء المتصور و نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

18.....

المبحث الثالث: الدراسات السابقة. 18.....

المطلب الأول: دراسات عربية. 18.....

المطلب الثاني : دراسات أجنبية. 21.....

المطلب الثالث: القيمة المضافة لدراستنا. 25.....

خلاصة الفصل. 26.....

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية 27.....

تمهيد 28.....

المبحث الأول: منهجية البحث. 29.....

المطلب الأول: الطريقة المتبعة 29.....

المطلب الثاني: الأدوات المستعملة. 29.....

المبحث الثاني: دراسة بيانات الاستبيان و ثباته. 31.....

المطلب الأول: عرض النتائج 31.....

المطلب الثاني: مناقشة النتائج 43.....

خلاصة الفصل 45.....

الخاتمة 48.....

قائمة المراجع 49.....

قائمة الملاحق و المختصرات 55.....





الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
32	درجات سلم ليكارت الخماسي	(01)
32	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب الجنس	(02)
33	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب السن	(03)
35	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب المؤهل العلمي	(04)
36	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب الوظيفة	(05)
37	ثبات الاستبيان	(06)
37	الإحصاء الوصفي	(07)
38	مصفوفة الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار	(08)
39	المتغيرات التي تم إدخالها أو إزالتها	(09)
39	ملخص نموذج الانحدار	(10)
40	تحليل تباين الانحدار ANOVA	(11)
41	اختبار معنوية معاملات الانحدار وفقا لإحصائيات T	(12)



## قائمة الأشكال

### قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
33	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب الجنس	(01)
34	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب السن	(02)
35	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب المؤهل العلمي	(03)
36	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب الوظيفة	(04)
43	الانحدار القياسي المتبقي بدلالة التكرار	(05)



قائمة الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	الاستبيان	55
02	مخرجات spss version 26	56

قائمة المختصرات:

العربية	الاجنبية	المختصرات
التكنولوجيا المالية	Financial technologie	FINTECH
الخدمات المصرفية الالكترونية	Electronic banking	E-BANKING
مجلس الاستقرار المالي	Financial stability board	FSB
خدمة الرزم اللاسلكية العامة	General packet rodio service	GPRS
الخطر المتصور	Perceived risk	PR





# المقدمة العامة





### المقدمة:

أصبحت الهواتف المحمولة أداة للاستخدام اليومي، مما يخلق فرصة لتطور الخدمات المصرفية للوصول إلى السكان الذين لم يكونوا يتعاملون مع البنوك من قبل من خلال الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. ويمكن لاستخدام الخدمات المصرفية المتنقلة أن يجعل الخدمات المالية الأساسية في متناول ذوي الدخل المنخفض، مما يقلل إلى أدنى حد من الوقت والمسافة إلى أقرب فروع مصارف التجزئة (CGAP, 2006).

وأتاح النمو البارز لقطاع الهاتف المحمول في جميع أنحاء العالم فرصة فريدة لتقديم الخدمات الاجتماعية والمالية عبر شبكة الهاتف المحمول. مع أكثر من 4 مليارات اشتراك خلوي عبر الهاتف المحمول في جميع أنحاء العالم، تمتلك شبكة الهاتف المحمول القدرة على تقديم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على الفور إلى 61% من سكان العالم لكن استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لا يزال قضية قابلة للنقاش بين الأشخاص المتعلمين والهيئة المهنية بسبب المخاطر التي تنطوي عليها مثل هذه المعاملات (Sultana, 2009, p 124).

على الرغم من أن العديد من هؤلاء الأشخاص يجادلون بأن الإنترنت والمعاملات الأخرى القائمة على التكنولوجيا ليست آمنة وليست عملية وستؤدي إلى الاحتيال، يعتقد الكثير من الناس أنها أكثر أماناً ومرونة في الوقت المناسب ويمكن القيام بها في أي مكان وفي أي وقت (Ahmmad and Chowdhury, 2011, p 49-53).

إن الفهم الواضح لهذه العوامل سيمكن مقدمي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من تطوير استراتيجيات تسويق ونماذج أعمال وعمليات مناسبة، (GSMA, 2009).

وفيما يخص الجزائر فإن هناك العديد من الدراسات التي تناولت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول (حسان عبير, 2023; شباح ودحماني, 2022; زردالي وعزيز, 2019).

### الإشكالية الرئيسية:

انطلاقاً مما سبق يمكن طرح الإشكالية التي سيتم معالجتها في بحثنا كالتالي:

ما هي العوامل المؤثرة على نية استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول؟

### الأسئلة الفرعية:

ويندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:



- ما هو تأثير كل من التأثير الاجتماعي، والاداء المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول؟
- الخطر المتصور والمجهود المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول؟

### فرضيات الدراسة:

للإجابة على التساؤلات المطروحة و الوصول إلى النتائج المرغوبة تم صياغة الفرضيات التالية:

- **H1** يوجد تأثير سلبي ذو دلالة إحصائية للخطر المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- **H2** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للمجهود المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- **H3** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للتأثير الاجتماعي على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- **H4** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للأداء المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

### • مبررات اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

- ارتباط هذا الموضوع بتخصص مالية المؤسسة الذي اخترناه لمواصلة الدراسة.
- الميول والرغبة الذاتية في البحث في مجال الخدمات المصرفية عبر الالكترونية.

أسباب موضوعية:

- مدى حاجة المستخدمين الجزائريين إلى دراسة العوامل الاقتصادية المؤثرة على استخدامهم للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- محاولة تطبيق الدراسة النظرية على المجتمع الجزائري.

### أهداف البحث:

تؤثر العديد من العوامل المحفزة والمعيقة على الخدمات المصرفية ومستخدمي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول, في نفس الوقت هذه خدمات حديثة تتطلب درجة معينة من الخبرة والإلمام بالإلكترونيات والتكنولوجيا المستخدمة في تطبيق الخدمات المصرفية المتنقلة.

ولذلك، اعتبرت أهداف البحث التالية جديدة بالاستكشاف:

- التعرف على مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية عامة وعبر الهاتف المحمول خاصة.
- دراسة نمط استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- التعرف على العوامل التي تؤثر على اعتماد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- فهم أفضل لاعتماد الخدمات القائمة على التكنولوجيا، وسلوك العملاء في سياق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- التعرف على العوامل المؤثرة على استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

### أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال:

- هذه الدراسة تتناول مفاهيم الخدمات المصرفية الالكترونية والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- تعالج الدراسة أحد المواضيع المهمة المتمثل في العوامل المؤثرة على استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- توعية المستخدمين الجزائريين بأهم العوامل التي تؤثر على استخدامهم للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- تعتبر هذه الدراسة إضافة أخرى للدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع وخاصة العربية منها.

### منهج الدراسة:

إن طبيعة الموضوع فرضت علينا إتباع المنهج التالي:

- **المنهج الوصفي التحليلي:** وهذا لأجل وضع الإطار النظري للبحث من خلال مختلف المراجع و المصادر ومن ثم جمع المعلومات اللازمة وتحديد المتغيرات والربط بين العلاقات من خلال طرح الأسئلة والفرضيات وكأخر خطوة استخراج النتائج وفقا لشواهد وقرائن متنوعة عن طريق برامج إحصائية.

### صعوبات الدراسة:

بطبيعة الحال هذا الموضوع كباقي المواضيع لا يخلو من الصعوبات والمشاكل أثناء القيام بإنجاز الدراسة كانت هناك عدة صعوبات وعوائق لم تسمح لنا بالحصول على المعلومات الكافية واللازمة لإثراء البحث نذكر منه:

- قلة الكتب والمذكرات الخاصة بالعوامل المؤثرة على استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- قلة الدراسات السابقة العربية الخاصة بموضوع البحث.
- عدم توفر المراجع بصفة كافية ولازمة حول الموضوع عامة باللغة الأجنبية مما أدى بنا إلى اللجوء إلى الملفات المنشورة في الانترنت والملتقيات العلمية.

#### تعريف مصطلحات الدراسة:

- **الخطر المتصور:** أنه إدراك المستهلكين لمدى عدم اليقين والعواقب السلبية للانخراط في نشاط الشراء. وبما أن الخطر موجود في ذهن المستهلكين، فهو متصور وليس بالضرورة حقيقي (Kumar pathak,2017).
- **المجهود المتصور:** هو درجة السهولة المرتبطة باستخدام النظام وفقا ل (Baptista and Oliveir, 2017).

- **التأثير الاجتماعي:** هو عامل مستمد من العديد من الدراسات مثل Baabdullah and al,

Samsudeen and 2019, p44); Sankaran et Chakraborty, 2021, p;

al,2020,p13 ; thaker and al,2021,p 13) ويتم تعريفه على أنه التأثير على الفرد من قبل

الأقارب والأصدقاء وغيرهم في المجتمع لاستخدام التكنولوجيا .

- **الأداء المتصور:** حسب (Venkatesh et al. 2012, P 36) يعرف الأداء المتصور بأنه «المدى

الذي سيوفر فيه استخدام التكنولوجيا فوائد في أداء أنشطة معينة».

- **الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:** أنه أي نوع من الأنشطة الفردية أو التجارية التي تتضمن

التي تتضمن جهاز إلكتروني متصل بشبكة المحمول، يمكن الفرد من اتمام صفقاته الاقتصادية. (عبير

حسان,2022).

## هيكل الدراسة:

من خلال المعلومات المتوفرة لدينا قمنا بتقسيم بحثنا إلى فصلين وفق منهجية IMRAD حيث الفصل الأول إلى الجانب النظري، حيث حاولنا التركيز على الأساس النظري المرتبط مباشرة بموضوعنا و المتعلق العوامل المؤثرة على استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، إضافة إلى ذكر أهم الدراسات والأبحاث العلمية السابقة لموضوع دراستنا أما الفصل الثاني فيتعلق بالدراسة الميدانية للموضوع و تم إدراج الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة لتوضيح كيفية إنجاز الدراسة كما أشرنا فيه عرض لنتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها.





## الفصل الأول



تمهيد:

مع تنامي التوجه نحو التكنولوجيا المالية (Fin-Tech) لتحسين الخدمات المالية وتطوير الصناعة المالية، يتنامى التوجه نحو جعل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أكثر ملاءمة للمستخدمين الماليين لإجراء خدماتهم المالية.

وبقدر نمو خدمات التكنولوجيا الجديدة في الصناعة المصرفية، من الضروري للباحثين التعرف على العوامل التي تؤثر على نية العميل السلوكية تجاه استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول باعتبارها من الخدمات المالية الجديدة.

حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى 3 مباحث:

✓ المبحث الأول: الإطار النظري للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

✓ المبحث الثاني: العلاقة بين المتغيرات

✓ المبحث الثالث: الدراسات السابقة



المبحث الأول: الإطار النظري للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

المطلب الأول: نظرة على الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية.

❖ تعريف الخدمة:

قبل القيام باستعراض مفهوم الخدمة المصرفية بشكل خاص، سنتطرق الى مفهوم الخدمة المصرفية فهو نوع من انواع الخدمة بشكل عام و منه نعرفها على انها نشاط او انجاز او منفعة يقدمها طرف ما الى طرف اخر و تكون غير ملموسة (بوزرورة، 2016، ص55) .

❖ تعريف الخدمات المصرفية:

- "هي منتج غير ملموس يقدم المنافع للمستفيد نتيجة لاستخدام بشري أو آلي".  
ويمكن القول ان الخدمات المصرفية تمثل أحد الأنشطة الاقتصادية الهامة في أي دولة وتعتبر صناعة يتوافر فيها كل عناصر النشاط الإنتاجي (رحال، 2013، ص20) .
- تعرف الخدمة المصرفية حسب " Meiden " بأنها عبارة عن حزمة أو مجموعة من الخدمات أو العمليات التي تقدم في الغالب إلى عميل أو متعامل واحد من طرف مؤسسة مصرفية واحدة، والتي يتم توجيهها في غالب الاحيان إلى سوق بحد ذاتها، أي أنها تقوم باستهداف سوق معينة (دردور، 2016، ص32) .
- ويعرف " Valente " الخدمة المصرفية بأنها تتمثل في إجمالي الخدمات التي يتم تأديتها وانجازها من قبل المؤسسات المصرفية والتي تكون موجهة لمختلف الزبائن (نايلي، 2016، ص29) .  
- من خلال التعاريف السابقة يمكننا إعطاء تعريف شامل للخدمات المصرفية:

الخدمة المصرفية هي مجموعة من الخدمات والانشطة والعمليات التي تقدمها المؤسسات المصرفية لعملائها، بهدف تحقيق الارباح وضمان استمرارية المصرف. بالنسبة للعملاء، تعتبر الخدمة المصرفية مصدرا لتلبية احتياجاتهم ورغبتهم المالية والمصرفية.

❖ الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية:

في اطار عصرنة و تحديث الخدمة المصرفية , و تيسير وصول الخدمة المصرفية للزبائن , اتجهت البنوك الجزائرية من تقديم خدمات مصرفية تقليدية الى خدمات مصرفية الكترونية تعتمد على تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و على الأنظمة الحديثة , و هذا بغية تيسير وصول الخدمة المصرفية للزبائن و تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة حيث نجد ان اغلب

## الفصل الأول : مراجعة الادبيات المتعلقة بالدراسة

البنوك العمومية الجزائرية لجأت الى استخدام التكنولوجيا , و تبني الخدمات المصرفية الالكترونية , و ذلك فب اطار مواكبة التطورات الحاصلة عالميا و تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن , بحيث هذه البنوك تتيح خدمة e-banking و mobile banking و هي خدمات تتيح للعملاء خدمة الاطلاع على الرصيد , طلب كشف الحساب , اجراء تحويلات بنكية من حساب لآخر , أيضا تتوفر في معظم البنوك خدمة sms cards و التي تتيح للعميل وصول رسالة قصيرة في هاتفه فور قيامه بعملية سحب او عملية دفع . (ديدوش و حريري , 2022 , ص 21\_40) .

### المطلب الثاني: مفهوم وانواع التكنولوجيا المالية.

#### ❖ مفهوم التكنولوجيا المالية:

- مصطلح التكنولوجيا المالية يستخدم لتوصيف جوانب التقدم في التكنولوجيا التي من المحتمل ان تحدث تحولات في تقديم الخدمات المالية وتحفيز تطوير نماذج عمل وتطبيقات وعمليات ومنتجات جديدة. (صندوق النقد الدولي, 2018, ص 07).
- وحسب معهد البحوث الرقمية في العاصمة البولندية دبلن فإن التكنولوجيا المالية هي عبارة عن الاختراعات والابتكارات التكنولوجية الحديثة في مجال قطاع المالية، وتشمل هذه الاختراعات مجموعة البرامج الرقمية التي تستخدم في العمليات المالية للبنوك والتي من ضمنها : المعاملات مع الزبائن والخدمات المالية مثل تحويل الأموال وتبديل العملات وحسابات نسب الفائدة والأرباح ومعرفة الأرباح المتوقعة للاستثمارات و غير ذلك من العمليات المصرفية (محمود، 2018) .
- عرف مجلس الاستقرار المالي "FSB" التكنولوجيا المالية بأنها: ابتكارات يمكنها استحداث نماذج عمل او تطبيقات او منتجات لها أثر ملموس على الاسواق والمؤسسات المالية، وعلى تقديم الخدمات المالية (صندوق النقد الدولي , 2017, ص 01)

وعليه يمكن تعريف التكنولوجيا المالية على أنها مجموعة التقنيات التكنولوجية الحديثة والتي تم تطبيقها في مجال الخدمات المالية ما مكن من تطور وظهور منتجات وخدمات مالية جديدة، تلبي احتياجات ورغبات العملاء وتوفر حلول سهلة وسريعة؛ بأقل التكاليف، هذه الحلول تقدمها شركات التكنولوجيا المالية، البنوك وبعض الشركات التكنولوجية.

#### ❖ انواع التكنولوجيا المالية:

تحتوي التكنولوجيا المالية على العديد من الأنواع في مختلف القطاعات، ومنها:

- العملات الرقمية و العملات المشفرة: تعرف العملات الرقمية على انها الاموال المتداولة عبر الانترنت اما العملات المشفرة فهي انماط متباينة من العملات الرقمية تعتمد على التشفير (ليان، 2019) .
- المحفظة الالكترونية: وهي تقنية رقمية تتيح تنظيم الحركات المالية لإجراء عمليات الدفع بسهولة بواسطة تطبيق يثبت على الاجهزة الذكية. (ابوزيد، 2021) .
- المنصات الرقمية: هي مواقع الكترونية تقدم خدمات بحسب نوعية المنصة (ليان، 2019) .
- تكنولوجيا البلوك التشين: تمثل حجر الاساس في الكثير من الابتكارات الناجحة في القطاع المالي لكونها كانت سبب في ظهور العقود الذكية, نظم المدفوعات , انظمة اقراض النظراء, العملات المشفرة, حفظ السجلات و غيرها (قندوز، 2019) .
- العقود الذكية: هي عقود ذاتية التنفيذ تقتضي بشروط اتفاقية مبرمة بين المشتري و البائع على هيئة تعليمات برمجية متضمنة في شبكة من السجلات المتسلسلة البلوك التشين (قندوز، 2019).
- تكنولوجيا التامين: هي تكنولوجيا تقوم بمعالجة المعاملات و التسوية بين شركة التامين و العمال مع تبسيط و تسريع ادارة العقود (ليان، 2019) .
- الدفع عن طريق الهاتف المحمول: وهو عبارة عن عمليات الايداع والسحب والتحويل وغيرها من العمليات الخاصة بالعميل عبر حسابه الإلكتروني في الهاتف المحمول والمفتوح لدى البنك باسم العميل (محبوب , 2018 ص 125).

### المطلب الثالث: احصائيات حول التكنولوجيا المالية.

#### ❖ في العالم:

- على الرغم من انخفاض الاستثمارات في التكنولوجيا المالية في عام 2020، انتعش القطاع بقوة بعد الأزمة الصحية. في أوائل عام 2022، تم استثمار أكثر من 73 مليار دولار في هذا القطاع. وقبل كل شيء في أوروبا والأميركتين كانت الاستثمارات أكثر ديناميكية في عام 2021، متقدمة بفارق كبير عن منطقة آسيا والمحيط الهادئ. في فرنسا، زادت الاستثمارات في الأرباع الأخيرة مع بلوغ الذروة في الربع الأخير من عام 2020 مع استثمار ما يقرب من 10 مليارات دولار في هذه التقنيات الجديدة.
  - في مجال التكنولوجيا التأمينية، تبلغ المبالغ المستثمرة في جميع أنحاء العالم ما لا يقل عن 10 مليارات دولار سنويًا منذ عام 2016. هناك العديد من شركات يونيكورن في قطاع التكنولوجيا المالية، مما يعني أن الشركات التي تقل أعمارها عن 10 عامًا تقدر قيمتها بأكثر من مليار دولار. من بينها Klarna، التطبيق السويدي للدفع عبر الإنترنت. في الربع الثاني من عام 2022، تم تضمين FTX أيضًا في هذا الترتيب قبل أن تنهار بعد بضعة أشهر بسبب مخالفات مالية. كان من الممكن استخدام أموال العملاء لدفع المنازل للموظفين.
- (Gautier, 2023)

- وفقا لإحصائيات البنك العالمي فقد ارتفع الاستثمار العالمي في التكنولوجيا المالية من 8 مليار دولار عام 2012 الى 111 مليار دولار عام 2020 و من المتوقع ان يتوسع بشكل كبير و بمعدل نمو سنوي يقدر ب 20 % متجاوزا 699.5 مليار دولار بحلول عام 2030 (ايريك و اخرون ,2022).

### ❖ عريبا:

- كانت Fintech الهدف الرئيسي لاستثمارات رأس المال الاستثماري لمدة ثلاث سنوات ومن المتوقع أن تظل كذلك. ارتفع تمويل رأس المال الاستثماري للتكنولوجيا المالية في الشرق الأوسط وشمال إفريقيا من 587 مليون دولار في عام 2021 إلى 925 مليون دولار في عام 2022، بزيادة قدرها 58%. تم تقسيم المبلغ في عام 2022 بين 131 معاملة، ارتفاعاً من 124 في عام 2021. تزداد المبالغ المعنية مع كل جمع تبرعات. زادت حصة Fintech في تمويل رأس المال الاستثماري من 21% في عام 2021 إلى 29% في عام 2022 (amjad, 2023)
- الإمارات عززت استثماراتها في قطاع التكنولوجيا المالية ب 92% في 2023. (الجريدة العربية 2024) .

### ❖ في الجزائر: (بن عكروف، 2023)

- يوجد استقرار في الأرقام والإحصائيات، التي تكشف عنها الجهات الوصية، والتي تكشف في قالبها المقدم للجمهور على أنها تأخذ منحى إيجابيا، إذ يشهد حجم التعاملات المالية عبر الانترنت في البلاد حسب المصادر الرسمية منحى إيجابيا، بداية من سنة 2016. تاريخ الانطلاقة الفعلية ل "الهوية الرقمية" بالبلاد إلى غاية 2020، حيث بلغت قيمة هذه التعاملات خلال نفس السنة (2020) ما قيمته 5.4 مليار دج لحوالي 4.6 مليون معاملة، بينما قفزت قيمة هذه المعاملات إلى 11.2 مليار دج خلال 2021.
- تم الكشف عن الأرقام و المعطيات في التقرير السنوي لتجمع النقد الآلي لسنة 2021، حيث ارتفعت نسبة البطاقات البنكية المتداولة ب 20 في المائة مع نهاية سنة 2021 مقارنة بسنة 2020، ليصل عددها إلى 11,6 مليون بطاقة.
- وتؤكد الأرقام التي قدمها وزير المالية، لعزیز فايد، خلال يوم إعلامي حول "الشمول المالي والتغيرات المناخية" في ماي الماضي، تواصل تعزيز المنظومة البنكية الوطنية بأزيد من 14 مليون بطاقة على مستوى البنوك و بريد الجزائر، فيما ارتفعت عمليات الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني من 65 ألف عملية دفع سنة 2016 إلى أكثر من مليوني عملية سنة 2022.
- أما عن عمليات الدفع عبر الأنترنت، فانقلت من 7300 عملية سنة 2016 إلى 7.5 ملايين عملية دفع، مع وجود أكثر من 340 تاجرًا عبر الأنترنت منخرط في نظام الدفع الإلكتروني البنكي.

المطلب الرابع: الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول

◆ نظرة حول الخدمات المصرفية الالكترونية:

- مفهوم الخدمة المصرفية الالكترونية:
- عرفها rust and lemon بأنها تنطوي على تقديم الخدمة عبر وسائل و شبكات الكترونية و لا يقتصر على مزودي الخدمات فقط بل موجه للعميل اساسا (علاق و بشير, 2004, ص64) .
- تعرف بكونها منتجات و خدمات حالية التي تغيرت جذريا الى الشكل الرقمي و يتم تقديمها عن طريق وسائل تكنولوجيا المعلومات الاكثر وضوحا و انتشارا (Santos 2008) .
- عرفت بتلك البنوك او المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الالكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتتقدم كافة الخدمات المصرفية بأمان (الغندور وحافظ, 2003, ص81) .

◆ اهمية الخدمات المصرفية الالكترونية:

ان قيام البنوك بتسوية مختلف معاملاتها الخدمائية و المالية عبر الخدمات الإلكترونية يعود بفوائد اقتصادية على البنوك و عملاء تلك البنوك اد لا يحتاج العميل الى الانتقال للبنك مما يؤدي الى عدم الحاجة الى انشاء فروع جديدة للبنوك خاصة في المناطق المعزولة جغرافيا بل يكفي اجراءها عن طريق الخدمات الالكترونية للبنك و ذلك عن طريق الانترنت او الهاتف المحمول (بهاء و شاهين, 2000, ص20) .

◆ نشأة وتطور الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول:

- تعريف الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول: (Matthew ,2000,p5) .
- هي قناة يتفاعل معها عميل البنك عبر الجهاز المحمول وتعرف ايضا على انها فرع ناشئ للخدمات المصرفية الالكترونية.
- تعتبر ايضا منصة لإجراء المعاملات المصرفية من خلال الهاتف المحمول أي امتداد للخدمات المصرفية عبر الانترنت عن طريقه.

نستنتج من مختلف هذه التعاريف ان الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول هي خدمات تتم بين الزبون وبنكه حيث يقوم البنك بعرض خدماته على الزبون ويقوم هذا الاخير بإكمال جميع معاملاته عبر الهاتف المحمول وذلك بتحميل تطبيق معين والتسجيل فيه في أي زمان او مكان.

- نشأة و تطور الخدمات المصرفية للهاتف المحمول (rahmani et honarinand ,2012,p38-39).

استخدم البنك الامريكى اول مرة الخدمات المصرفية عبر الرسائل النصية سنة 1999 وفي نفس السنة استخدم مكتب البريد تقنيات الرسائل القصيرة ليكون على علم بموضع خطاب العميل منذ ذلك الحين ووفقا لقانون كلاين كوهن تم استخدامها من قبل المنظمات والوكالات الحكومية الامريكية للتقليل من تكلفة الانترنت وخدمات المحمول.

تم تقديم نظام واب الى عالم الاعمال في عام 1999 ادى الى تطوير طرق استخدام الابتكار الجديدة، وتطورت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على النحو التالي:

- ✓ خدمة حزم الراديو العامة في اواخر عام 1999 وادخال تقنية GPRS عام 2000.
- ✓ تقديم خدمات الهاتف المحمول الشخصية للمكتب.
- ✓ ادخال النقود عبر الهاتف المحمول سنة 2000.
- ✓ ادخال الجيل الثالث للهواتف المحمولة اواخر عام 2001.

اذا يمكننا تلخيص مراحل ظهور الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول الى خمس مراحل وهي:

- ✓ المرحلة الاولى: إتمام العمليات المصرفية البسيطة كدفع الفواتير وارسال الرسائل القصيرة من البنك الى العملاء أو من العملاء إلى البنك.
- ✓ المرحلة الثانية: إضافة بعض حسابات المودعين والخدمات ذات الصلة الى الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- ✓ المرحلة الثالثة: تم استخدام الخدمات المصرفية عبر شبكة المحمول ووسائل الاعلام الاخرى مثل الانترنت والهاتف، وانتهت هذه المرحلة بظهور الهواتف الذكية.
- ✓ المرحلة الرابعة: هي للاستمرارية، فقد تم تطوير هواتف Android و Phone JP مما أدى هذا التقدم الى توفير خدمات كولوج الى الانترنت بالهاتف المحمول، والاتصال بأنظمة تشغيل البنك.
- ✓ المرحلة الخامسة: تبدأ رحلة التطور الكبرى، حيث استخدمت تكنولوجيا جديدة مثل رقائق تحديد الترددات اللاسلكية للمدفوعات المتنقلة، وربط شبكة الاتصال المصرفي لأنظمة Visa card و master card .

• الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول : (becirović, 2011, p90-91)

- خدمة المعلومات: وتتمثل في عرض رصيد البنك، عرض رصيد البنك، تاريخ المعاملات كما عرض الحساب ل 360 درجة بما في ذلك الادخار، الودائع، القروض، الاسهم.
- خدمة حركة الاموال: وتتمثل في التحويل بين الحسابات، التحويل داخل نفس البنك مع نفس البلد او عبر العالم، التحويل الى بنوك اخرى في نفس البلد والعالم.
- خدمة عروض المعاملات على القيمة المضافة للهاتف المحمول: تتمثل في عروض قيمة المضافة متنوعة تعتمد على الهاتف المحمول مثل عرض ودفع فاتورة الهاتف المحمول.
- خدمة الخدمة والدعم: تتمثل في كل التنبيهات مثل تنبيهات الرصيد، الدفع، المعاملات، التنبيهات المستندة الى الملف الشخصي، التنبيهات القائمة على الخدمة.
- خدمة القدرات المميزة للدفع عبر الهاتف: تتمثل في التقويم، تعتمد الجدولة على التقويم المدمج مع المعاملات المصرفية، حسابات، ادوات، محدد مواقع الصراف الالي.
- خدمة المدفوعات عن بعد: تتمثل في التنزيلات الرقمية مثل الالعاب، اعادة شحن الهاتف.
- خدمة تسهيل القيمة المضافة بقيادة التكنولوجيا: تتمثل في ايداع التحكم في الهاتف المحمول والتحقق من عرض الصورة.
- خدمة المدفوعات القريبة: تتمثل في استخدام الهاتف المحمول في نقاط البيع وكجهاز صراف الي، كما يستخدم لبدء طلبات المعاملات والتواصل مع البنك لطلب تفويض المعاملة، دفع ثمن جيد في المتجر.
- خدمة ادارة الاموال والتمويل الشخصي: تتمثل في الادارة المالية الشخصية، المحفظة، تجميع الحسابات.
- الخدمات الخاصة بالشركات: تتمثل في دفع الرواتب، قرار الدفع الايجابي، وثيقة الموافقات قائمة على سير العمل عن بعد.
- الخدمات المصرفية الاخرى عبر الهاتف: تتمثل في شراء التذاكر للأحداث والمواصلات وكذا تذاكر مواقف السيارات.

المبحث الثاني: العلاقة بين المتغيرات

يتمثل المتغير المستقل في العوامل الاقتصادية يتم تصنيف هذه العوامل على انها " الخطر المتصور " و " المجهود المتصور " و " التأثير الاجتماعي " و " الاداء المتصور " , ويتمثل المتغير التابع في " نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول " المطلب الأول: العلاقة بين الخطر المتصور ونية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:

حسب (Yang and al, 2006) فان الخطر المتصور "PR" له تأثير سلبي على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. وفي نتيجة مشابهة توصل (Abu-Taieh and al, 2022) الى أن الخطر المتصور له تأثير سلبي على نية الاستمرار في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لدى العملاء في الأردن.

ومنه يمكن صياغة الفرضية التالية:

**H1:** يوجد تأثير سلبي ذو دلالة إحصائية للخطر المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

المطلب الثاني: العلاقة بين المجهود المتصور ونية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:

توصل (Sankaran et Chakraborty, 2021 ;Baabdullah and al,2019) أن المجهود المتصور يؤثر بدرجة ايجابية كبيرة على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

ومنه يمكن صياغة الفرضية الثانية:

**H2:** يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية للمجهود المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

المطلب الثالث: العلاقة بين التأثير الاجتماعي ونية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:

توصل كل من (Çera et al. 2020; Baptista et Oliveira 2017) الى ان التأثير الاجتماعي يؤثر ايجابيا في زيادة نوايا العملاء على استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول .

ومنه يمكن صياغة الفرضية الثالثة:



**H3** : يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية للتأثير الاجتماعي على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

**المطلب الرابع: العلاقة بين الأداء المتصور ونية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:**

تمت دراسة الاداء المتصور من قبل دراسات ( Baabdullah et al,2019 ; Farzin et al, 2021 ) في

التطبيقات المصرفية, فان الاداء المتوقع هو عامل يؤثر ايجابيا على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في كل من السعودية و الفيتنام.

ومما سبق يمكن صياغة الفرضية الرابعة:

**H4**: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية للأداء المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

**المبحث الثالث: الدراسات السابقة.**

**المطلب الأول: دراسات عربية.**

عند مراجعتنا للدراسات السابقة باللغة العربية وجدنا دراسات تقترب من موضوع دراستنا وهي:

● دراسة (حسان، 2023) بعنوان: "الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومدى مساهمتها

في تعزيز الشمول المالي". تهدف هذه الدراسة الى ابراز مساهمة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ودورها في تعزيز درجة الشمول المالي، حيث يعتبر الهاتف المحمول من أحد تقنيات التكنولوجيا المالية الحديثة، فقد اعتمدنا في هذه الدراسة على احصائيات وتقارير توضح المساهمة الكبيرة للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول واعتمدت هذه الدراسة على نسبة من البالغين فوق سن 15 في الجزائر والتي ساهمت في زيادة حجم المعاملات التجارية وخفض تكليفها، وكذا توسيع وصول الخدمات المالية للأفراد ذوي الدخل المحدود والافراد في المناطق الريفية. وتوصلت هاته الدراسة الى جملة من التوصيات أهمها تعزيز النظام المصرفي بالتكنولوجيات الحديثة وانتهاجها كاستراتيجية حديثة وفتح المجال امام شركات التكنولوجيا المالية وتسهيل اجراءات انشائها.

● دراسة (سعودي و عثمانية، 2023) بعنوان : "المدفوعات عبر الهاتف المحمول كأداة لتعزيز

الشمول المالي بالجزائر". تهدف الدراسة إلى إبراز دور المدفوعات عبر الهاتف المحمول في تعزيز الشمول المالي بالجزائر، من خلال تقديم مختلف المفاهيم المرتبطة بالموضوع، والتطرق إلى واقع الجزائر ومدى تمكنها من التطبيق الفعلي للمفهومين، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وقد توصلت الدراسة إلى أن المدفوعات عبر الهاتف المحمول تساهم فعلا في تعزيز الشمول المالي من خلال

إتاحة الخدمات المالية أمام الفئات المهمشة مالياً، وعليه أوصت الدراسة بضرورة استغلال الجزائر لهذه التقنية والاستفادة من انتشارها الواسع لتحقيق الشمول المالي.

● دراسة (طبايبي و خروف، 2023) بعنوان: " العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول " تهدف هذه الدراسة إلى إبراز تأثير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وفقاً لأبعاد (سهولة الاستخدام، الثقة وبعد المنفعة المدركة) في توجيه سلوك العملاء لمعاملتي مصرف Banxy المحمول في ولاية قلمة، حيث أنه تم الاعتماد على الاستبيان في جمع المعلومات حيث بلغ عدد عينة الدراسة 66 عميل. في حين أنه تم تحليل البيانات واختبار الفرضيات بالاعتماد على كل من برنامج SPSS v 26 وأسلوب تحليل المسار بالاعتماد على برنامج Smart-pls 3. حيث خلصت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي لكل من بعد سهولة الاستخدام وبعد الثقة، في حين أنه لا يوجد أثر إيجابي لبعده المنفعة على سلوك العملاء. كما توصلت الدراسة إلى جملة من التوصيات أهمها ضرورة مراعاة إدارة مصرف المحمول Banxy للمنافع المرتبطة بالخدمات المصرفية المقدمة من طرفه.

● دراسة (علي و حلوميدة، 2023) بعنوان: " العوامل المؤثرة في زيادة عملاء بنك ليف التعاوني للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ". هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في رواد أعمال عملاء بنك التسليف التعاوني للخدمات التجارية عبر الهاتف المحمول. وبغية تحقيق أهداف الدراسة فقد بدأ البحث عن دمج بين قبول التكنولوجيا (TAM) ورؤية الاشتراكات (DOIT)، واستخدم الباحث الاستبانة رؤية من البيانات مجتمع الدراسة الثلاثة في عملاء التسليف التعاوني والزراعي، وتمثلت عينه الدراسة (420) مفردة من عملاء البنك الذين لديهم حسابات مصرفية في البنك، وفقاً للنموذج الشامل الشامل (SEM) باستخدام برنامج (AMOS) العلاج ببرنامج الاحصاء للعلوم الاجتماعية (SPSS). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن العامل القادم: (التوافق، سهولة الاستخدام، المنفعة المدركة، الثقة، الاتجاه نحو الاستخدام) يساهم بشكل إيجابي في نية العملاء التسليف التعاوني، وتشجيع المستخدمين على استخدام الخدمات عبر الهاتف المحمول، وعدم النتائج كذلك أن يؤثر البنك على الخصوصية والأمان نية عملاء بنك ليف التعاوني الزراعي المساهمة في تسجيل الخدمات عبر الهاتف المحمول غير دال احصائياً، كما أنها ابتكار قدرة البنك على نموذج الدراسة على حوكمة العملاء التسليف التعاوني وإدارة الدخول في خدمات الهاتف عبر الهاتف المحمول.

- دراسة ( عمر واخرون ، 2022) بعنوان " تحليل العوامل المؤثرة على ثقة الزبون في استخدام الخدمات الذكية: تطبيقات الهواتف الذكية نموذجاً ". يهدف إلى البحث في دراسة العوامل المؤثرة في العملاء من أجل اعتماد الخدمات المصرفية عبر تطبيقات الهاتف المحمول وتأثير مستوى ثقافة الزبون لتلك التطبيقات، حيث تبرهن على أهمية البحث في استخدام الخدمات التي يمكن أن يقدمها المصرف بالاعتماد على تطبيقات الهاتف المحمول والعوامل المؤثرة بشكل إيجابي على ثقة الزبون من جانب من جانب آخر من العوامل المؤثرة السلبية على الثقة مما يساعد على تحسين تأثير السجائر في العراق والارتقاء بالخدمات التي يقدمها، ويستند البحث إلى نص يفترض أنه لا يوجد دلالة ذات دلالة إحصائية على مستوى معنوية ( $\alpha \geq 0.05$ ) للعوامل المؤثرة على ثقة الزبون في مستوى استخدام الخدمات للتعامل عبر التطبيقات الذكية، ومن أجل اختبار الفرضيات الأساسية والفرضيات المتفرعة منها فلقد اختبرها بشكل جديد من (400) زبون لمصرف الرافدين في محافظة نينوى وحاملي بطاقة الماستر، وتوصل إلى العديد من النتائج المهمة كان أهمها أن أحد أهم العوامل المؤثرة السلبية على ثقة الزبون في المساهمة في تقديم الخدمات عبر تطبيقات الهاتف المحمول هو ضعف ثقافة المعلومات ولديه قدرة تكنولوجية في تكنولوجيا المعلومات بالإضافة إلى تواضع الذكاء الاصطناعي لتقنية المعلومات في العراق، وأقدر ضبط وتعزيز الخدمات عبر تطبيقات الهاتف المحمول بشكل عام في جميع القطاع الخاص بشكل خاص من أجل تضييق نطاق الثقافة الواسعة ومستوى شعبية الزبون.
- دراسة ( الطهار، 2018) بعنوان: " العوامل المؤثرة على استخدام الهاتف المحمول للحصول على الخدمات" تركز هذه الدراسة على التعرف على العوامل التي ترغب في استخدام الهاتف المحمول من قبل العملاء وتسعى للحصول على خدمات في المملكة العربية السعودية – منطقة جيزان، وذلك بدراسة عدد من الأبعاد التي ترغب في استخدام الهاتف المحمول للحصول على خدمات، وقد تم تصميم استبيان متميز على عوامل حجمها الطبيعية 611 من عملاء منطقة جيزان من الجنسين ولاختبار العلاقات بين المتغيرات الدراسة تم استخدام مجموعة من الأدوات الإحصائية مثل اختبار التوزيع لمتغيرات الدراسة الرئيسية و تشهد نتائج الدراسة تقبل الفرضية الرئيسية وجود اثر ذي دلالة إحصائية بين الشركات الناشئة المتعددة في سهولة استخدام وسرعة الإنجاز، الثقة، الأمان وخصوصية، تكلفة الخدمة (التكلفة، الوقت والجهد)، المتعددة (عدم الأمان التعقيد، صعوبة ) التعامل باستخدام الهاتف المحمول والمتغيرات تصل النتائج إلى الخدمات، كما أشارت النتائج إلى قبول الفرضيات الفعلية للأعمال، وجود مساهمة ذات دلالة إحصائية للمتغيرات تابعة منفردة على المتغير المستقل.

- دراسة (العضايلة، 2017) بعنوان " العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء تشير إلى منطقة أكثر جنوباً ". حددت الدراسة لمحاولة العامل المؤثر في ممارسة الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول وذلك من خلال النظر الفارغ إلى جهات النظر العملاء في أقصى الجنوب حيث احتوى مجتمع الدراسة على عملاء البنوك العاملة في معظم جنوب الأردن، وذلك من خلال استبانة فارغة تم توزيعها البيانات من كشاف، في حين استخدمت الدراسة حزمة التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS لتحليل بيانات الدراسة وتمكن في معرفة العوامل المؤثرة وقياس فرضيات الدراسة. وقد أثبتت نتائج الدراسة أن عامل (المهارة التقنية، الثقة) كان لها أثر في مبادرة العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول، كما أدرك أن مستوى ريادة العماء للخدمات المصرفية الإلكترونية الواضحة عبر الهاتف المحمول لا يزال منخفضاً. في حين أوصت الدراسة والدقة في الاهتمامين في البنوك بتوعية العماء حول الخدمات الإلكترونية وأهميتها وكيفية استخدامها من خلال عقد ندوات عمل ونشرات تعريفية بكيفية التعامل معها، بالإضافة إلى التركيز على عامل الثقة وتوفير الحماية الكافية لتطبيقات الهاتف المحمول لما لهما من دور كبير في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية.

#### المطلب الثاني: دراسات أجنبية.

- دراسة (KIM and IVANOVA, 2022) بعنوان: "Acceptance and Use of Mobile Banking in Central Asia: Evidence from Modified UTAUT Model" الغرض الرئيسي من هذه الدراسة هو تحليل اعتماد واستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من قبل طلاب الجامعات والعوامل المحددة المحتملة لها. تشمل هذه الدراسة 259 استبياناً مكتملاً تمت الإجابة عليها من خلال طريقة استطلاع عبر الإنترنت. المستجيبون هم طلاب جامعيون منغوليون لديهم خبرة في استخدام تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. يعتمد الشباب بشكل كبير على التكنولوجيا وهم أكثر ومن المرجح أن تعتمد تطبيقات مصرفية متنقلة؛ ومع ذلك، هناك بحوث محدودة حول قبول واستخدام التطبيقات المصرفية المتنقلة بين هذه المجموعة، لا سيما من منظور الاقتصادات النامية في آسيا الوسطى. من خلال استخدام برنامج SmartPLS 3.3، تم إجراء تحليل عامل تأكدي لتقييم نمذجة البناء والمعادلة الهيكلية. وتشير النتائج الرئيسية إلى ما يلي: ومتوسط الأداء المتوقع، والجهد المتوقع، والتأثير الاجتماعي، والظروف التيسيرية هي البنى الرئيسية المتصلة بقبول التكنولوجيا المصرفية المتنقلة؛ يؤثر الأمن المتصور تأثيراً إيجابياً على الثقة المتصورة. علاوة على ذلك، فإن الثقة المتصورة هي بناء استخدام

التكنولوجيا المصرفية عبر الهاتف المحمول من قبل طلاب الجامعة الذين أجابوا على الاستبيان. ومع ذلك، لم يتم قبول العلاقة بين المخاطر المتصورة وسلوك الاستخدام.

• دراسة (Abu-Taieh and al,2022) بعنوان: **Continued Intention to Use of M-Banking in Jordan by Integrating UTAUT, TPB, TAM and Service Quality with ML**

فحص هذا البحث أهم العوامل التي يمكن أن تتنبأ بنية العميل الأردني المستمرة تجاه استخدام الخدمات المصرفية. واتباعاً للنموذج المقترح، تم إجراء البحث باستخدام استبيان ذاتي، وتم جمع الردود إلكترونياً من عينة ملائمة من 403 من عملاء الخدمات المصرفية الأردنية من خلال الشبكات الاجتماعية. تم تكييف النموذج المقترح من نظرية السلوك المخطط (TPB)، والنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)، ونموذج قبول التكنولوجيا (TAM). تم توسيع نموذج البحث من خلال النظر في عوامل جودة الخدمة والعوامل المعتدلة (العمر والجنس، المستوى التعليمي، وخبرة الإنترنت). تم تحليل البيانات التي تم جمعها للعملاء والتحقق من صحتها والتحقق منها باستخدام نهج نمذجة المعادلة الهيكلية (SME) بما في ذلك تحليل عامل توكيدي (CFA)، بالإضافة إلى طرق التعلم الآلي (ML)، والشبكة العصبية الاصطناعية (ANN)، وآلة ناقل الدعم (SMO)، وتعبئة الأخطاء المخفضة، وشجرة العشوائية. أظهرت النتائج أن الجهد المتوقع، ومتوسط الأداء المتوقع، والمخاطر المتصورة، والثقة المتصورة، والتأثير الاجتماعي، وجودة الخدمة أثرت على النية السلوكية، في حين أن الظروف الميسرة لم تؤثر. علاوة على ذلك، أثرت النية السلوكية على الكلام الشفهي والظروف الميسرة (الأخيرة فيما يتعلق بالنية المستمرة لاستخدام (m-banking)، وكان لها أعلى قيمة معامل. أكدت النتائج أيضاً أن جميع العوامل المعتدلة تؤثر على النية السلوكية لمواصلة استخدام تطبيقات الخدمات المصرفية.

• دراسة (Mujahed and al , 2021) بعنوان: **Factors influencing Palestinian small and medium enterprises intention to adopt mobile banking**

هذه الورقة إلى دراسة العوامل المحددة التي تؤثر على اعتماد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحجم للخدمات المصرفية المتنقلة في فلسطين. وقد دعمت هذه الورقة أهداف تحديد دور الممارسات المصرفية المتنقلة في تعزيز النمو والتنمية المستدامين للمشاريع الفلسطينية الصغيرة والمتوسطة الحجم؛ تحديد العوامل التي تؤثر على المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم بوصفها نية مقدمي خدمات ومنتجات "الاعتماد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول واقتراح نموذج مفاهيمي لاعتماد تطوير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من جانب قطاعات المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم في فلسطين، كما تم تطوير الفرضيات مسترشدة بنموذج البيئة التنظيمية للتكنولوجيا. وقد جمعت البيانات الأولية من 408 مشاريع صغيرة ومتوسطة الحجم في فلسطين باستخدام استبيانات و 8 مقابلات. تستند النتائج التجريبية إلى تحليل جزئي لأقل المربعات ومجموعة إحصائية للعلوم الاجتماعية. وتكشف النتائج الواردة في هذه الورقة أن عوامل المشاريع

الصغيرة والمتوسطة الحجم والبيئة التمكينية ونموذج الأعمال التجارية هي العوامل المحددة الرئيسية التي تؤثر على نية قطاع المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم في اعتماد الخدمات المصرفية المتنقلة في فلسطين.

• دراسة ( Van, and al , 2021 ) بعنوان: **Explaining intention to use mobile**

**banking: integrating perceived risk and trust into the technology**

**acceptance model**. تستكشف هذه الدراسة سلوك قبول الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

للعلماء باستخدام نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) المتكامل مع متغيرات المخاطر والثقة المتصورة.

استخدمت الأبحاث عينة من 403 عملاء لواحد من أكبر البنوك التجارية المساهمة في فيتنام. تظهر النتائج

أن النموذج المتكامل يفسر أكثر من 76٪ من تباين نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

تظهر النتائج أيضًا أن المخاطر المتصورة مرتبطة سلبًا بالثقة والفائدة المتصورة ونية استخدام الخدمات المصرفية

عبر الهاتف المحمول. ترتبط الثقة بشكل إيجابي بسهولة الاستخدام المتصورة والفائدة المتصورة والنية لاستخدام

الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. ترتبط سهولة الاستخدام المتصورة ارتباطًا إيجابيًا بالفائدة المتصورة ونية

استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. ترتبط الفائدة المتصورة ارتباطًا إيجابيًا بنية استخدام الخدمات

المصرفية عبر الهاتف المحمول. يتم رسم الآثار لتعزيز نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

• دراسة ( Huyen LE and al , 2020 ) بعنوان: **Factor Affecting Customers'**

**Decision to Use Mobile Banking Service: A Case of Thanh Hoa Province,**

**Vietnam**. هدف المقالة إلى تحديد العوامل الرئيسية التي تؤثر على قرار العملاء باستخدام الخدمة المصرفية

عبر الهاتف المحمول في فيتنام، وهي دراسة حالة في مقاطعة ثانه هوا. استنادًا إلى الأطر النظرية لنموذج قبول

التكنولوجيا (TAM) والنظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)، تم إجراء الدراسة

مع 370 استبيانًا للمستهلكين الذين لم يستخدموا بعد ويستخدمون حاليًا الخدمات المصرفية عبر الهاتف

المحمول في مقاطعة ثانه هوا. تشير نتائج البحث إلى أنه تم تقييم عدة عوامل لتكون أكثر أهمية من غيرها،

منها التأثير الاجتماعي هو الأقوى، والثاني هو التوافق وبعض العوامل الأخرى مثل سهولة الاستخدام

المتصورة، والثقة المتصورة، وما إلى ذلك، كل ذلك يؤثر على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف

المحمول في ثانه هوا.

• دراسة ( meli and kang , 2020 ) بعنوان: **adoption des services financiers**

**mobiles** تهدف هذه الدراسة إلى تحليل كل من اعتماد الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول وشدة هذا

الاعتماد في مدينة ياوندي. وعلى نحو أكثر تحديدًا، وعلى أساس البيانات التي تم جمعها من 1200 فرد،

فإنه يحاول، أولاً، رسم صورة لتبني الاستراتيجية المتعددة الأطراف للأمن وفقاً لأساليب اعتمادهم المختلفة ؛

وثانياً، تحديد العوامل التفسيرية لكثافة التبني. وبالتالي، باستخدام الانحدار اللوجستي متعدد الحدود، فإنه

يقارن احتمالات التبني الجزئي والتبني السلبي مقابل البديل الأساسي المختار، وهو التبني الكامل. ثم من

خلال نموذج بواسون. يتم استخدام نهج دالة التحكم لتصحيح عدم التجانس غير المرصود. تكشف نتائج هذه الدراسة أن العوامل الاجتماعية والاقتصادية مثل العمر والوضع الاجتماعي والمهني ومستوى التعليم والعوامل الوظيفية وغير الوظيفية، بما في ذلك سهولة الاستخدام المتصورة والسلامة المتصورة والفائدة المتصورة.

• دراسة ( Consumer Use of Mobile Banking : بعنوان (2019, and al Baabdullah

**(M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an**

**Integrared Model** تعد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول واحدة من أكثر التقنيات الواعدة التي

ظهرت في السنوات الأخيرة ويمكن أن تكون لها قيمة كبيرة لكل من البنوك والعملاء. وبالتالي، تدرك هذه الدراسة الحاجة إلى اختبار العوامل الرئيسية التي يمكن أن تتنبأ باستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وكذلك كيف يمكن أن يساهم استخدام مثل هذا النظام في رضا العملاء وولاء العملاء. يجمع النموذج المفاهيمي لهذه الدراسة بين نموذجين (أي UTAUT2 ونموذج نجاح D&M IS). تم إجراء مسح استبياني لجمع البيانات المطلوبة من أخذ عينات ملائمة لعملاء البنوك السعودية. تم العثور على العوامل الرئيسية - متوسط الأداء المتوقع، وقيمة السعر، والظروف الميسرة، ودافع المتعة، والعادة، وجودة النظام وجودة الخدمة - لها تأثير كبير على سلوك الاستخدام الفعلي. كانت هذه الدراسة شاملة للقطاعات، لذلك يجب على الدراسات المستقبلية تنفيذ دراسات طولية من أجل إعادة جمع النتائج. علاوة على ذلك، اعتمدت هذه الدراسة أخذ عينات ملائمة لمستخدمي M-Banking السعوديين. وقد يؤثر ذلك سلباً على مسألة التعميم على جميع السكان. سيتم سد الفجوة في أدبيات MBanking في المملكة العربية السعودية من خلال اقتراح نموذج مفاهيمي شامل يوضح بدقة استخدام M-Banking من منظور المستخدمين السعوديين. علاوة على ذلك، ستنظر هذه الدراسة في اعتماد البيانات الرقمية من أجل تحليلها بشكل أساسي باستخدام SEM. وهذا بدوره سيساعد في تعميم النتائج على جميع السكان السعوديين.

• دراسة، (Literature review of mobile : بعنوان (2017 Tam and Oliveira

**banking and individual performance**". يفحص هذا البحث 64 مقالة في المجلات نُشرت بين عامي 2002 و2016 في أفضل المجلات، يشير هذا الاستعراض إلى أن موضوعي التبني المصرفي والنية السلوكية يسيطران على غالبية البحوث، ولكنه لا يجد سوى القليل جداً من الدراسات عما بعد التبني. أهم محركين للنوايا لاعتماد الخدمات المصرفية هما سهولة الاستخدام المتصورة والفائدة المتصورة. بالنظر إلى العديد من التعريفات المصرفية، يقترح المؤلفون تعريفاً جديداً أوسع يأخذ في الاعتبار التغييرات التكنولوجية التي حدثت بمرور الوقت. الخدمات المصرفية هي خدمات أو منتجات تقدمها المؤسسات المالية التي تستفيد من التكنولوجيات المحمولة.

• دراسة (2015) Shaikh and al بعنوان: "Mobile banking" adoption A literature

**review.** تقوم هذه المقالة بتحليل وتوليف الدراسات الحالية لتبني مصارف M وتخطيط النظريات الرئيسية التي استخدمها الباحثون للتنبؤ بنوايا المستهلك لاعتمادها. تشير النتائج إلى أن أدبيات التبني المصرفية مجزأة، على الرغم من أنها تعتمد عادة على نموذج قبول التكنولوجيا وتعديلاته، مما يكشف أن التوافق (مع نمط الحياة والأجهزة)، والفائدة المتصورة، والمواقف هي أهم دوافع النوايا لاعتماد الخدمات المصرفية في البلدان المتقدمة النمو والبلدان النامية. علاوة على ذلك، يبدو أن الأدبيات الموجودة محدودة بسبب تركيزها الضيق على الخدمات المصرفية القصيرة في البلدان النامية؛ لا توجد أي دراسات تقريبًا تتناول استخدام تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهواتف الذكية أو الأجهزة اللوحية أو النظر في عواقب هذا الاستخدام. تقدم هذه الدراسة عدة توصيات لمواصلة البحث في مجال الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

• المطلب الثالث: القيمة المضافة لدراستنا:

- **أوجه التشابه:**

من خلال ما تم تناوله من دراسات سابقة حول موضوع دراستنا، نجد أن جل هذه الدراسات تطرقت لمتغيري الدراسة أي متغير العوامل الاقتصادية ومتغير نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، حيث تتوافق دراستنا مع الدراسات السابقة المذكورة آنفاً في كون أن هذه الأخيرة اعتمدت تقريباً على نفس الأبعاد بالنسبة للمتغير المستقل "الخطر المتصور"، "المجهود المتصور"، "التأثير الاجتماعي"، «الاداء المتصور» والمتغير التابع "نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول".

- **أوجه الاختلاف:**

-الدراسات السابقة تمت في بلدان كثيرة مثل الأردن والسعودية والفيتنام، ولكن ولا واحدة من هاته الدراسات تمت في الجزائر بنفس متغيرات دراستنا.



### خلاصة الفصل:

من خلال ما تم استعراضه في هذا الفصل من مقاربات نظرية ومفاهيمية حول الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يتضح الدور الكبير والفعال الذي تلعبه الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول وذلك عن طريق السماح للعملاء بالتحكم الكامل عن بعد في البيانات والمعاملات المالية مع مجموعة متنوعة من الخيارات لتلبية احتياجاتهم، بحيث نستخلص ان العوامل الاقتصادية تؤثر على نية استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أكثر من بقية العوامل حسب ما رأيناه في الدراسات السابقة. فبهذا سنقوم بدراسة أهم العوامل الاقتصادية المؤثرة على نية استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.



## الفصل الثاني



الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد

في إطار توطيد التكامل بين الجانبين النظري والتطبيقي وبعد أن تم التطرق في الفصل الأول إلى الأدبيات النظرية الخاصة بالعوامل الاقتصادية وكذا نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول مبرزين بذلك جميع الجوانب وعليه سوف يتم التطرق في هذا الفصل إلى توظيف ما تم تناوله في الجانب النظري و ذلك بالقيام بدراسة ميدانية لعينة عشوائية من الاشخاص بولاية عين تموشنت و ذلك من خلال القيام باستبيان كأداة لجمع البيانات و الاعتماد على برنامج spss version26 . موضحين بذلك أثر العوامل التي في دراستنا في نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: منهجية الدراسة.

المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية.

### المبحث الأول: منهجية الدراسة.

#### المطلب الأول: الطريقة المتبعة

تشمل الطريقة المتبعة مجتمع الدراسة و عينة الدراسة و كذا أهم المتغيرات.

❖ مجتمع و عينة الدراسة و حدود الدراسة:

- مجتمع الدراسة: يشمل مجتمع دراستنا الافراد الذين لديهم حسابات بنكية في الجزائر
- عينة الدراسة: اختيرت العينة المقصودة حيث وزعت استمارات بطريقة عشوائية على مجموعة مستخدمين (عملاء) لديهم حسابات بنكية في ولاية عين تموشنت وبلغ عددها 122 استمارة وكل عدد الاستمارات المسترجعة صالحة للدراسة أي أنها مناسبة للدراسة.

❖ متغيرات الدراسة:

- المتغيرات المستقلة: الخطر المتصور، الجهد المتصور، التأثير الاجتماعي، الأداء المتصور.
- المتغير التابع: نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

#### المطلب الثاني: الأدوات المستعملة.

يشمل على طريقة جمع البيانات وكذا أدوات جمع البيانات والبرامج المستخدمة في معالجة المعطيات.

❖ طريقة جمع البيانات: تم الاعتماد على نوعين من البيانات:

- البيانات الأولية: من خلال البحث في الجانب الميداني بتوزيع الاستبيان لتجميع المعلومات الميدانية اللازمة لموضوع البحث، وتم تفرغها وتحليلها في البرنامج ال إحصائي SPSS V 26 واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.
- البيانات الثانوية: تمت مراجعة الكتب، المجلات، الملتقيات، التقارير والأطروحات المتعلقة بموضوع قيد الدراسة.

❖ عبارات القياس:

- الخطر المتصور: استعملنا 4 عبارات وهي:
  - إن استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يعرض حسابي البنكي لخطر الاحتيال.
  - إن استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يعرض حسابي المصرفي للخطر.
  - أعتقد أن استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يعرض خصوصيتي للخطر.

- إذا كنت أستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، فقد يتمكن المتسللون من الوصول إلى حسابي المصرفي.

● **المجهود المتصور:** استعملنا 4 عبارات وهي:

- أجد أنه من السهل تعلم كيفية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- إن تفاعلي مع الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بسيط وسهل الفهم.
- الخدمات المصرفية عبر الإنترنت عبر الهاتف المحمول سهلة الاستخدام بالنسبة لي.
- من السهل بالنسبة لي أن أتعلم كيفية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

● **التأثير الاجتماعي:** استعملنا 3 عبارات وهي:

- يعتقد الأشخاص المهمون في حياتي أنه يجب علي استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- يعتقد الأشخاص الذين لهم تأثير على سلوكي أنه يجب علي استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

- الأشخاص الذين أحترم آرائهم يفضلون استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

● **الأداء المتصور:** استعملنا 4 عبارات وهي:

- أستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في حياتي اليومية
- يزيد استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من فرصتي في إكمال المهام المهمة
- تتيح لي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول إكمال المهام بسرعة أكبر
- أكون أكثر إنتاجية عندما أستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

● **نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:** استعملنا 4 عبارات وهي:

- أنوي استخدام النظام المصرفي عبر الهاتف المحمول إذا كان بإمكانني الوصول إليه.
- لتلبية احتياجاتي المصرفية، سأستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- إذا كان لدي إمكانية الوصول إلى النظام المصرفي عبر الهاتف المحمول، فأنا أرغب في تحقيق أقصى استفادة منه.

❖ أدوات جمع البيانات:

يعتبر الاستبيان من بين أهم الأدوات المستعملة في الدراسة باعتباره وسيلة للكشف عن آراء الأشخاص والمعرفة السابقة لهم و جمع المعلومات بغرض تحليلها و الوصول الى نتائج حيث وجه الاستبيان إلى المستخدمين الجزائريين عشوائيين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

❖ البرامج المستخدمة في معالجة المعطيات:

تطبيق البرنامج الإحصائي spss version 26 لتحليل البيانات.

### المبحث الثاني: دراسة بيانات الاستبيان و ثباته

#### المطلب الأول: عرض النتائج

❖ بيانات الاستبيان:

قمنا بجمع البيانات من خلال الدراسة الميدانية عن طريق تصميم استبيان (انظر إلى الملحق) تكون من المعلومات الشخصية و 18 سؤال مغلق، شمل الاستبيان على 5 محاور و هذا لغرض الإطاحة بجميع جوانب بموضوع الدراسة و الإجابة على الفرضيات المطروحة و كانت محاور الدراسة على النحو التالي:

● المحور الأول: وهو المحور المتعلق بمتغيرات الدراسة

● المحور الثاني: البيانات الشخصية.

و قد تم استخدام مقياس ليكارت (likert) الخماسي باعتباره أكثر المقاييس استخدام لقياس الآراء نظرا لسهولة فهمه و توازن درجاته، حيث يترجم خمس احتمالات للإجابة على الأسئلة المطروحة من خلال الاستبيان و المتمثلة في) غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) و على المحييب على الأسئلة وضع علامة X أمام الإجابة المناسبة التي يختارها، حيث أن الاختبار غير موافق بشدة يعني (1)، غير موافق (2)، محايد(3) ، غير موافق(4)، غير موافق شدة (5).

الجدول (1): درجات سلم ليكارت الخماسي.

التصنيف	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: محمد أبو زيد، أساليب التحليل الإحصائي باستخدام برمجية spss، دار الصفاء، الأردن، 2005، ص 22.

#### ❖ وصف خصائص العينة:

فيما يلي عرض للنتائج المتحصل عليها لوصف خصائص عينة الدراسة تبعا للمتغيرات الشخصية وذلك باستخدام التحليل الوصفي المتمثل في التكرارات والنسب المئوية.

#### • التوزيع حسب الجنس: فيما يلي يتم عرض توزيع أفراد الدراسة حسب الجنس.

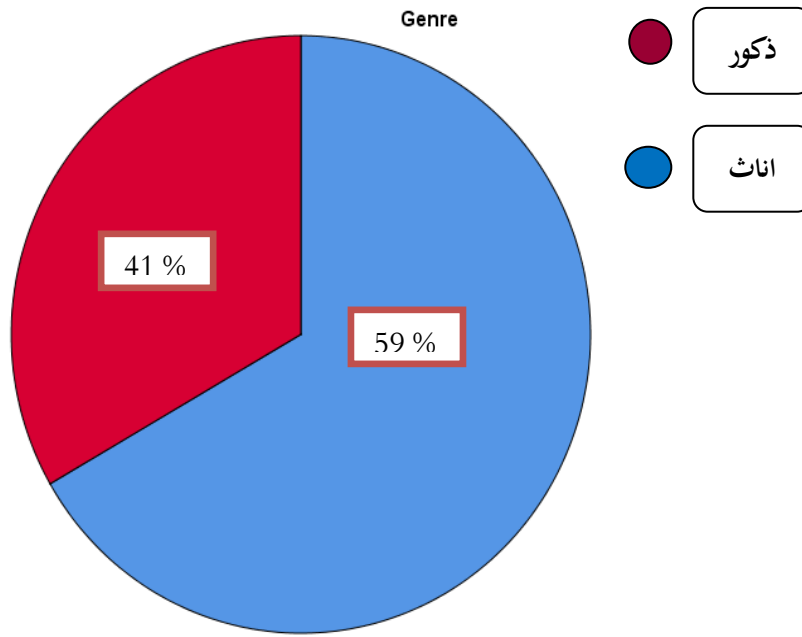
الجدول (2): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية %
ذكور	50	%41
إناث	72	%59
المجموع	122	%100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

ويمكن توضيح توزيع أفراد العينة خلال الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل (1): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

نلاحظ من الجدول (2) والشكل (1) أعلاه أن نسبة الذكور تتمثل في 41% ونسبة الإناث تتمثل في 59% وبالتالي فان الإناث أكثر من الذكور في الفئة العشوائية المدروسة.

• التوزيع حسب السن: فيما يلي يتم عرض توزيع أفراد الدراسة حسب فئات العمر.

الجدول (3): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب السن.

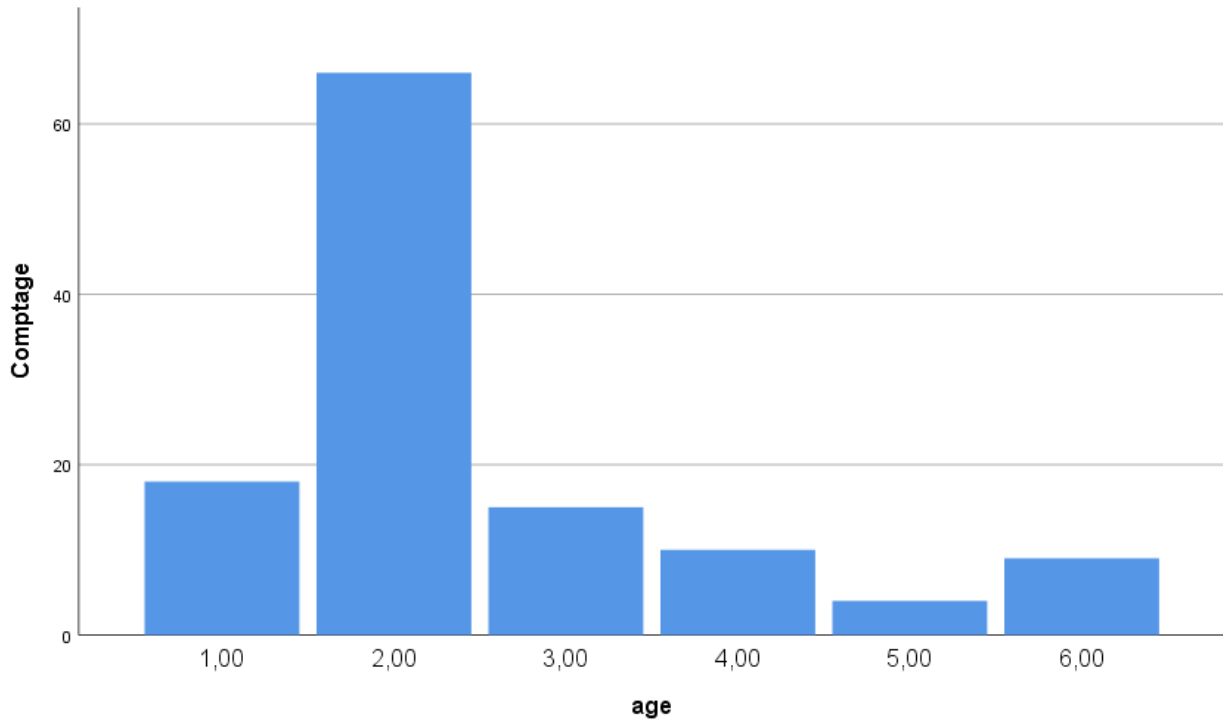
العمر	التكرار	النسبة المئوية%
20-15 سنة	18	14.75%
25-21 سنة	66	54.09%
30-26 سنة	15	12.30%
35-31 سنة	10	8.20%
40-36 سنة	4	3.28%
أكثر من 40 سنة	9	7.38%
المجموع	122	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

ويمكن توضيح توزيع أفراد العينة خلال الدراسة من خلال الشكل التالي:



الشكل (2): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب العمر.



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

نلاحظ من خلال الجدول (3) و الشكل (2) أن فئة أعمار 21-25 سنة تمثل أعلى معدل بنسبة 54.09% تليها فئة 15-20 سنة بنسبة 14.75% , تليها فئة 26-30 سنة بنسبة 12.30%، تليها فئة 31-35 سنة بنسبة 8.20%، تليها فئة أكثر من 40 سنة بنسبة 7.38% تليها فئة 36-40 سنة بنسبة 3.28%.

نلاحظ من خلال المعطيات أن المستخدمين الجزائريين من الفئة العمرية 21-25 سنة يميلون بدرجة كبيرة الى استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

• التوزيع حسب المستوى التعليمي: فيما يلي يتم عرض توزيع أفراد الدراسة حسب فئات المؤهل العلمي.

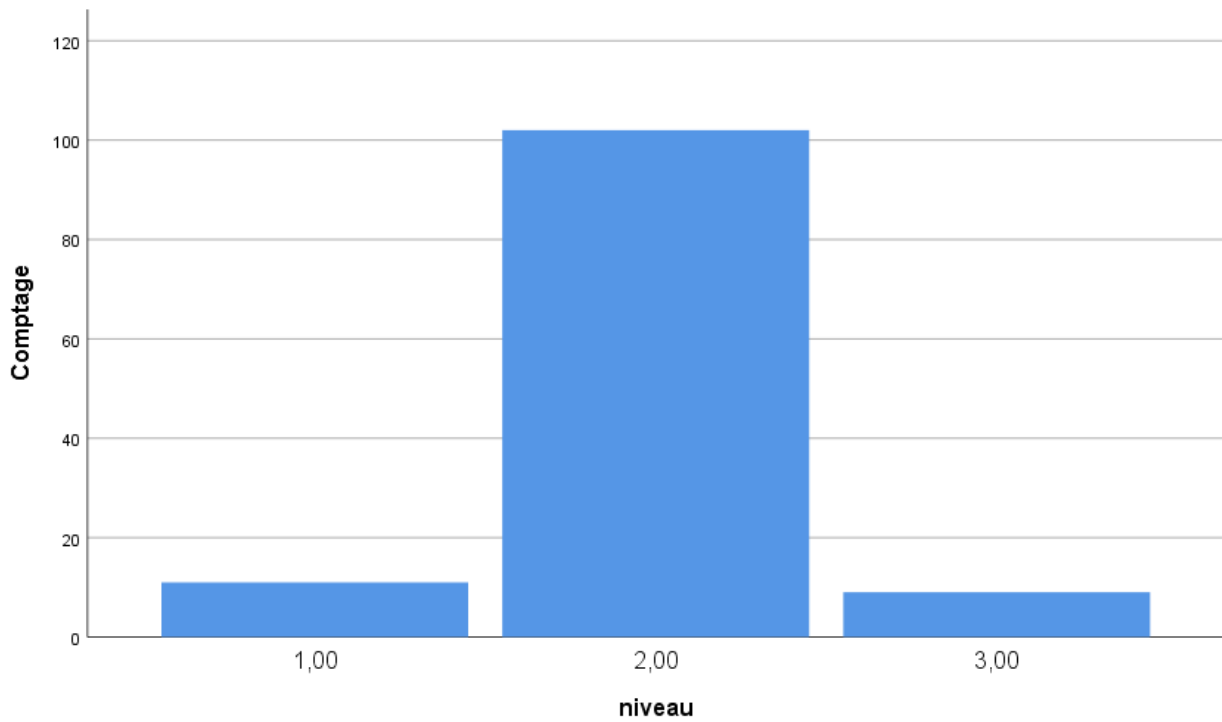
الجدول (4): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب المستوى التعليمي.

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى الدراسي
9.02%	11	ثانوي
83.6%	102	جامعي
7.38%	9	ما بعد التدرج
100%	122	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

و يمكن توضيح توزيع أفراد العينة خلال الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل (3): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب المؤهل العلمي.



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

نلاحظ من خلال الجدول (4) و الشكل (3) ان المستوى الدراسي الجامعي يمثل نسبة 83.6% و أكثر معدل المذكور تليها مباشرة نسبة حاملي شهادة الثانوي بنسبة 9.02% و ما بعد التدرج بنسبة مقدرة ب7.38% .

- التوزيع حسب الوظيفة: فيما يلي يتم عرض توزيع أفراد الدراسة حسب فئات الوظيفة.

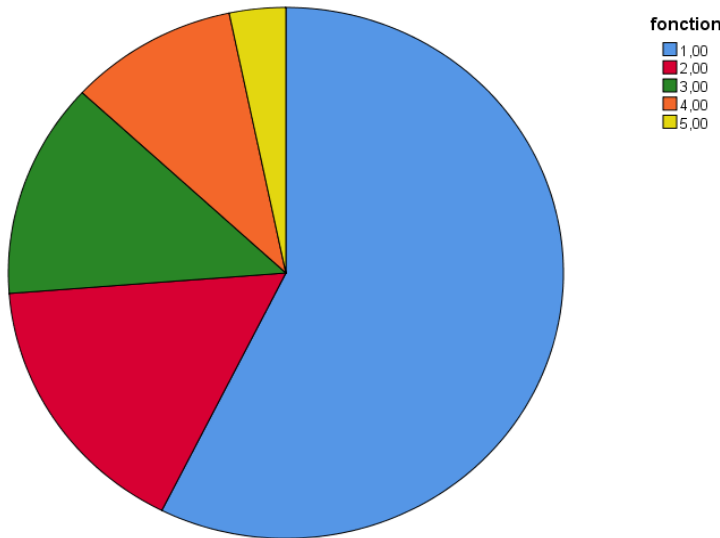
الجدول (5): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب الوظيفة.

النسبة المئوية %	التكرار	الوظيفة
57.4%	70	طالب جامعي
16.4%	20	موظف في القطاع العام
13.1%	16	موظف في القطاع الخاص
9.8%	12	عامل لحسابه الخاص
3.3%	4	أخرى
100%	122	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

ويمكن توضيح توزيع أفراد العينة خلال الدراسة من خلال الشكل التالي:

الشكل (4): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب الوظيفة.



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

نلاحظ من خلال الجدول (5) والشكل (4) تعدد الوظائف المدروسة وهي 5 فئات بحيث طالب جامعي تمثل نسبة 57.4% وموظف في القطاع العام بنسبة 16.4% وموظف في القطاع الخاص بنسبة 13.1% وعامل لحسابه الخاص بنسبة 9.8% و وظائف أخرى بنسبة 3.3%.

❖ نتائج الانحدار الخطي المتعدد:

● ثبات الاستبيان:

من خلال تطبيق برنامج spss version 26 تم إجراء اختبار الثبات لإجابات العينة المدروسة وتحصلنا على النتائج التالية:

الجدول (6): ثبات الاستبيان.

البيان	عدد العبارات	درجة معامل ألفا كرونباخ
جميع محاور الاستبيان	18	0.804

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة ألفا كرونباخ قد بلغت 0.804 وهي مرتفعة وهذا ما يدل على أن المقياس بعباراته 18 يتمتع بالثبات، حيث يجب أن يكون أكبر من 0.6 وهو الحد الأدنى المقبول لقيمة معامل ألفا كرونباخ.

● الإحصاءات الوصفية:

الجدول (7): الإحصاء الوصفي.

العينة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
122	0,76206	3,8251	نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول
122	1,00629	2,8689	الخطر المتصور
122	0,71076	4,0451	المجهود المتصور
122	0,83034	3,3005	التأثير الاجتماعي
122	0,76190	3,8566	الاداء المتصور

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

نلاحظ من خلال الجدول (7) الإحصاءات الوصفية (حجم العينة 122 - المتوسطات الحسابية حيث تتبع درجة ليكارت الحماسي - الانحرافات المعيارية) وذلك للمتغيرات التي أدخلت في نموذج الانحدار التابعة والمستقلة.

● ارتباط الاستبيان:

الجدول (8): مصفوفة الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار

الاداء المتصور	التأثير الاجتماعي	المجهود المتصور	الخطر المتصور	نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	
0,700	0,333	0,598	-0,265	1,000	معامل بيرسون pearson
-0,234	-0,085	-0,208	1,000	- 0,265	الخطر المتصور
0,715	0,365	1,000	-0,208	0,5980	المجهود المتصور
0,430	1,000	0,365	-0,085	0,3330	التأثير الاجتماعي
1,000	0,430	0,715	-0,234	0,7000	الاداء المتصور
0,000	0,000	0,000	0,002	.	القيمة الاحتمالية sig
0,005	0,176	0,011	.	0,002	الخطر المتصور
0,000	0,000	.	0,011	0,000	المجهود المتصور
0,000	.	0,000	0,176	0,000	التأثير الاجتماعي
.	0,000	0,000	0,005	0,000	الاداء المتصور
122	122	122	122	122	العينة
122	122	122	122	122	الخطر المتصور
122	122	122	122	122	المجهود المتصور
122	122	122	122	122	التأثير الاجتماعي
122	122	122	122	122	الاداء المتصور

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

يوضح الجدول (8) أعلاه مصفوفة الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار حيث نلاحظ انه يوجد ارتباط سلبي بين الخطر المتصور و نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بقيمة  $-0,265$  بدلالة إحصائية معنوية أكبر من  $0,05$  ، وانه يوجد ارتباط ايجابي بين المجهود المتصور و نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بقيمة  $0,5980$  معنوي لان قيمته الاحتمالية اصغر من  $0,05$  ، وكذلك وجود ارتباط ايجابي ذو دلالة إحصائية معنوية

بين التأثير الاجتماعي و نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بقيمة 0,3330 و أيضا بين الاداء المتصور و نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بقيمة 0,7000.

- المتغيرات التي تم إدخالها:

### الجدول (9): المتغيرات التي تم إدخالها أو إزالتها.

النموذج	المتغيرات التي تم إدخالها	المتغيرات التي تمت إزالتها	الطريقة
1	الخطر المتصور المجهود المتصور التأثير الاجتماعي الاداء المتصور		قياسية

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

يوضح الجدول (9) أعلاه أسماء المتغيرات التي أدخلت في معادلة الانحدار (نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول) كمتغير تابع و المتغيرات المستقلة (الخطر المتصور، المجهود المتصور، التأثير الاجتماعي ، الاداء المتصور) و التحليل لم يستبعد أي متغير، كما أن الطريقة المستخدمة في النموذج هي الانحدار القياسي.

- القدرة التفسيرية للنموذج:

من أجل اختبار قدرة النموذج على التفسير تم استخدام كل من معامل الارتباط "R"، معامل التحديد " $R^2$ "، والاهم معامل التحديد المعدل " $R^2$ " الذي يقدم تفسير أدق وأقرب للصحة، وهذا ما يبينه الجدول الموالي:

### الجدول (10): ملخص نموذج الانحدار.

معامل الارتباط R	معامل التحديد $R^2$	معامل التحديد المعدل $R^2$	الخطأ المعياري
0,721 <sup>a</sup>	0,519	0,503	0,53722

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

يوضح الجدول (10) السابق معامل ارتباط بيرسون بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة حيث بلغ قيمة مرتفعة تقدر ب 0,721 و هذا يعني وجود علاقة ارتباط قوية وطردية بين المتغيرات المستقلة مجمعة و المتغير التابع. وقد بلغت قيمة

معامل التحديد المصحح  $R^2$  (0,503) وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة تفسر معا ما نسبته 50.3% من التباين في المتغير التابع (نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول) أما النسبة المتبقية من التباين والمقدرة ب 49.7% فتعود إلى عوامل أخرى لا يمكن لدراستنا تفسيرها.

● معنوية الانحدار:

بهدف اختبار فرضيات الدراسة تم استخدام اختبار الانحدار المتعدد لمعرفة إن كان هناك أثر ذو دلالة إحصائية للمتغير المستقل (الخطر المتصور ، المجهود المتصور ، التأثير الاجتماعي ، الاداء المتصور) على المتغير التابع (نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول) عند مستوى دلالة إحصائية  $\alpha = 0.05$  (p-value)

الفرضية الصفرية  $H_0$  : نموذج الانحدار غير معنوي أي أن المتغيرات المستقلة (الخطر المتصور ، المجهود المتصور ، التأثير الاجتماعي ، الاداء المتصور) لا تؤثر على المتغير التابع (نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول).

الفرضية البديلة  $H_1$  : نموذج الانحدار معنوي أي أن المتغيرات المستقلة (الخطر المتصور ، المجهود المتصور ، التأثير الاجتماعي ، الاداء المتصور) تؤثر على المتغير التابع (نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول).

من خلال تحليل التباين يظهر الجدول أدناه (7) ما يلي:

الجدول (11): تحليل تباين الانحدار ANOVA

مستوى المعنوية	قيمة F المحسوبة	متوسط مربعات التباين	درجات الحرية	مجموع مربع التباين	
0,000 <sup>b</sup>	31,620	9,126	4	36,503	الانحدار
		0,289	117	33,767	البواقي
			121	70,270	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

يوضح الجدول (11) السابق نتائج تحليل أنوفا لاختبار معنوية الانحدار ونلاحظ قيمة sig هي (0.000) و هي اقل من (0.05) و بالتالي نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و هو أن الانحدار معنوي و بالتالي يوجد تأثير من المتغيرات المستقلة على المتغير التابع و نستطيع التنبؤ بالمتغير التابع من خلال هذه المتغيرات المستقلة.

● معنوية المعاملات:

الجدول (12): اختبار معنوية معاملات الانحدار

القيمة الاحتمالية SIG	T	BETA	الخطأ المعياري	B	
0,004	2,968		0,368	1,093	الثابت
0,137	-1,496	-,099	0,050	-0,075	الخطر المتصور
0,043	2,043	0,188	0,099	0,202	المجهود المتصور
0,695	0,393	0,028	0,065	0,026	التأثير الاجتماعي
0,000	5,541	0,530	0,096	0,530	الاداء المتصور

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

من اجل تفسير نتائج الجدول (12) أعلاه، لابد من تفصيل دقيق للفرضيات الجزئية الواجب اختبارها والتي سيتم عرضها فيما يلي:

- الفرضية الأولى H1: يوجد تأثير سلبي ذو دلالة إحصائية للخطر المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- الفرضية الثانية H2: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية للمجهود المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- الفرضية الثالثة H3: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية للتأثير الاجتماعي على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- الفرضية الرابعة H4: يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية للأداء المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.



يوضح الجدول (12) السابق معاملات الانحدار المعيارية والغير المعيارية والخطأ المعياري وقيمة اختبار (T) مع القيمة الاحتمالية للاختبارات (الدلالة الإحصائية). نلاحظ بان مستوى المعنوية المحسوب (sig) لكل من المتغيرات المستقلة (الخطر المتصور ، التأثير الاجتماعي ) بلغ 0.137، 0.695 على التوالي و هي قيم أكبر من مستوى المعنوية المعتمد (0.05) فهذا يعني رفض هذه الفرضيات **H1** و **H3**. كما نلاحظ أيضا أن المتغيرات المستقلة المتبقية (المجهود المتصور، الاداء المتصور) بلغت قيمتهم الاحتمالية 0.043، 0.000 و هي قيمة اصغر من مستوى المعنوية المعتمد (0.05) و هذا يعني قبول الفرضية الثانية و الرابعة **H2** و **H4** التي تنص على وجود اثر ذو دلالة إحصائية للمجهود المتصور و الاداء المتصور على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

### ■ النموذج الرياضي:

قمنا بتحديد علاقة العوامل التي في دراستنا بدلالة نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بالمعادلة التالية:

$$Y = B_0 + B_1 X_1 + B_2 X_2 + B_3 X_3 + \dots + \epsilon$$

**Y**: متغير تابع يمثل على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول .

**X<sub>T</sub>**: تمثل المتغيرات المستقلة التي تشرح الانحدار و تتمثل في الخطر المتصور ، المجهود المتصور ، التأثير الاجتماعي ، الاداء المتصور.

**B<sub>0</sub>**: المستوى المتوسط نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول عندما تكون المتغيرات المستقلة معدومة.

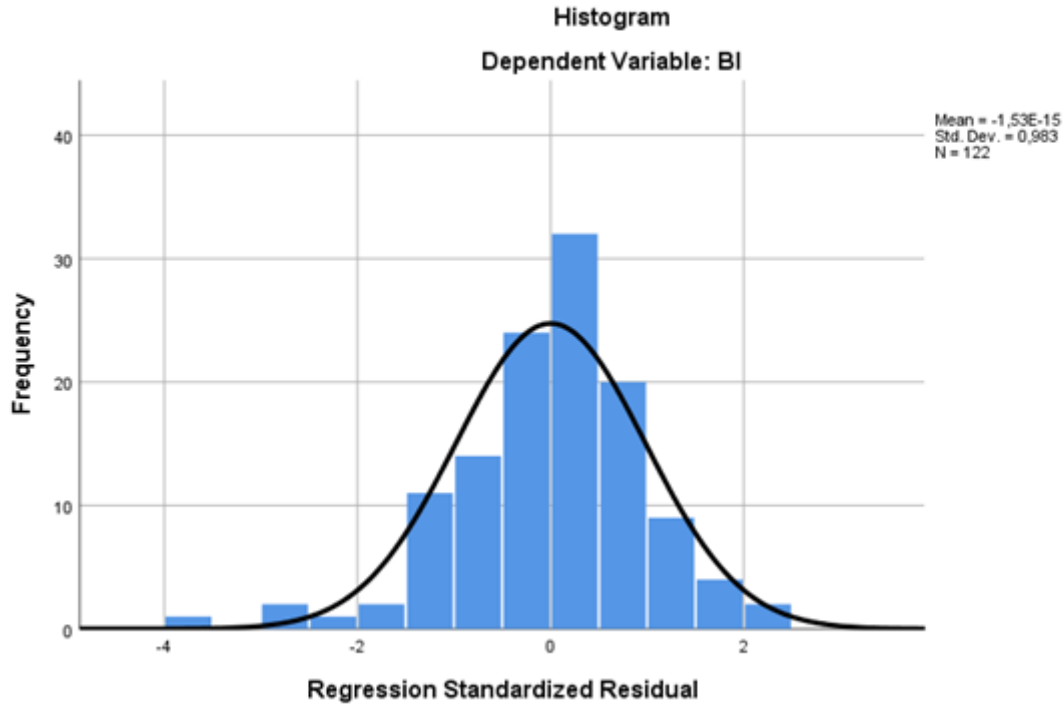
**B<sub>T</sub>**: تمثل معاملات المتغيرات المستقلة.

**ε**: الخطأ العشوائي

و مما سبقا يمكن تشكيل نموذج للانحدار الخطي المتعدد على النحو التالي:

نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول = 1,093 + (-0,075) الخطر المتصور + 0,202 المجهود المتصور + 0,026 التأثير الاجتماعي + 0,530 الاداء المتصور + الخطأ العشوائي.

الشكل (5): الانحدار القياسي المتبقي بدلالة التكرار



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات spss version 26

يوضح الشكل (5) أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي وهو شرط من شروط صحة إجراء تحليل الانحدار.

### المطلب الثاني: مناقشة النتائج:

-وجدنا في دراستنا ان الخطر المتصور له تاثير سلبي على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول و هي نتيجة مشاهدة لنتيجة (Yang and al ,2006 ; Abu-Taieh and al ,2022).

- كما توصلنا الى أن الجهود المتصور مؤثر بدرجة ايجابية كبيرة على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وهي مشاهدة لنتيجة (Sankaran et Chakraborty, 2021 ;Baabdullah and al,2019).

-توصلنا ايضا الى ان التأثير الاجتماعي له تأثير ايجابي في زيادة نوايا العملاء على استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول و هي نتائج مشابهة لنتيجة كل من (Çera et al. 2020; Baptista et Oliveira 2017).

كما وجدنا في دراستنا ان الاداء المتصور هو عامل يؤثر ايجابيا على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول و هي نتائج قريبة لنتيجة ( Baabdullah et al,2019 ; Farzin et al, 2021 ).

ومنه نستخلص أن:

الفرضيات	<u>B</u>	<u>sig</u>	
الفرضية H1	-0,075	0,137	مرفوضة
الفرضية H2	0,202	0,043	مقبولة
الفرضية H3	0,026	0,695	مرفوضة
الفرضية H4	0,530	0,000	مقبولة

خلاصة الفصل:

في هذا الفصل قمنا بذكر المنهجية المتبعة في هاته الدراسة بالإضافة الى استعراض أهم نتائج دراستنا ومناقشة هاته النتائج.



## الخاتمة العامة





الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة التي قمنا بها والمتعلقة العوامل المؤثرة على استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تطرقنا إلى المفاهيم العامة للخدمات المصرفية وكذا الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول وعلى ضوء الجانب النظري تمحورت دراستنا التطبيقية في الفصل الثاني على دراسة أهم العوامل الاقتصادية المؤثرة على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كونها الأقرب إلى مجال تخصصنا، وكما حاولنا أن نجد العلاقة التي تربط بين هذين المتغيرين ومعرفة إن كانت هناك علاقة ارتباط أم لا. تمحورت الإشكالية العامة لدراستنا حول: ما هي العوامل المؤثرة على نية استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول؟

قمنا بدراسة على شكل استبيان في ولاية عين تموشنت اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي قمنا بتحليل بياناتنا عن طريق البرنامج الإحصائي spss version 26، لخصنا في ختام الدراسة إلى عرض النتائج وتحليلها.

❖ نتائج الدراسة:

- من خلال الدراسة الميدانية توصلنا الى النتائج التالية:
  - ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الأولى أن الخطر المتصور له تأثير سلبي ليس ذو دلالة إحصائية على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
  - ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الثانية أن الجهود المتصور له تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
  - ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الثالثة أن التأثير الاجتماعي له تأثير ايجابي ليس ذو دلالة إحصائية على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
  - ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الرابعة أن الاداء المتصور له تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية على نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
  - ✓ لا يولي المستخدمون الجزائريين للخدمات المصرفية اهتماما كبيرا للتأثير الاجتماعي والخطر المتصور على نيتهم في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

✓ يولي المستخدمون الجزائريين للخدمات المصرفية اهتماما كبيرا للأداء والمجهود المتصورين على نيتهم في

استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

❖ التوصيات:

على أساس النتائج الرئيسية وتحليل العوامل الاقتصادية المؤثرة على نية استخدام المستخدمين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول نقدم التوصيات التالية للمستخدمين:

- إدخال ثقافة الدفع الإلكتروني وتشجيعها عن طريق توعية المستخدمين المحتملين.
- هناك حاجة إلى سياسة تسويق واسعة النطاق لتوعية المشغلين الاقتصاديين بفوائد الخدمات المصرفية الإلكترونية حيث يجب أن تكون هذه العملية جزءاً من مخطط الاستراتيجية المصرفية.
- زيادة عدد عملاء البنوك.
- الإصرار على التواصل مع حاملي البطاقات بين البنوك والتجار لطمأنتهم وجعلهم أكثر أماناً.
- تقديم بطاقات بنكية للعملاء بدلاً من دفاتر الشيكات.
- الدراسات المستقبلية:

-إضافة متغيرات أخرى للدراسة مثل الخصوصية المتصورة، الجودة، الثقة، اشتراك المستهلك، سهولة الوصول، عادات المستهلك.

-تتضمن الدراسة فقط 122 مستجيب لذلك قد لا تمثل نتائج التحليل جميع المستخدمين فيجب على الباحث المستقبلي أن يقوم بتوسيع حجم العينة.

-يستطيع الباحثين المستقبليين أن يقوموا بإجراء دراسة مقارنة بين الجزائر ودول أخرى مثل تونس ومصر

- الاعتماد على برنامج اخر في تحليل البيانات غير Spss v 26

قائمة المراجع

الكتب:

- بهاء وشاهين, 2000, العملة والتجارة الالكترونية، عمان، الاردن: دار الفاروق للطباعة والنشر.



- طبايبية ورمزي ومينير خروف, (2023), العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الهاتف المحمول، 16(1).
- علاق و بشير, (2004), الخدمات الالكترونية بين النظرية و التطبيق, مصر القاهرة: دار مجموعة النيل العربية

### المقالات:

- تج محمود و محمد. (2018) دور التكنولوجيا المالية في تطوير أداء البنوك الاسلامية <https://islamonline.net/1847>,
- تجمع النقد الالي, (2022) تجمع النقد الالي [/https/ : giemonetique.dz/ar](https://giemonetique.dz/ar)

### الاطروحات:

- بوزورة, ليندة, (2016) أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية «أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة البليدة 2، الجزائر, ص 55 .
- دردور اسماء, (2016) أثر تكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية دراسة حالة مصرف سوسيتي جنرال الجزائر , أطروحة دكتوراه غير منشورة. جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر ص 32 .
- رجال وعادل, (2013) حديث الخدمة المصرفية لمواجهة اختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو اقتصاد السوق في الجزائر , تخصص اقتصاد تنمية. باتنة ص 20.
- علي سماح و عبد العزيز حلوميدة, (2023), العوامل المؤثرة في ريادة عملاء بنك ليف التعاوني للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- عمر و عبدالرحمن و ثابت حسن تابث و عزيز عمر, (2022), تحليل العوامل المؤثرة على ثقة الزبون في إستخدام الخدمات الذكية: تطبيقات الهواتف الذكية.
- الغندور وحافظ, (2003) محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة , بيروت لبنان ص 81 .
- قندوز, عبد الكريم احمد, (2019), التقنيات المالية وتطبيقات في الصناعة المالية الإسلامية , ابو ظبي، الامارات العربية المتحدة.
- نايلي وهلام, (2016), أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية , أطروحة دكتوراه غير منشورة, جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر ص 29.

- محمد أبو زيد، أساليب التحليل الإحصائي باستخدام برمجحة spss، دار الصفاء، الأردن، (2005)، ص22.

### المجلات:

- حسان وعبير، (2023)، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومدى مساهمتها في تعزيز الشمول المالي، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت.
- ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، واقع الخدمات المصرفية الالكترونية بالبنوك الجزائرية، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، 04 (1)، ص 21-40، (2022).
- سعودي سارة و عثمان عثمانية، (2023)، المدفوعات عبر الهاتف المحمول كأداة لتعزيز الشمول المالي بالجزائر». مجلة آفاق علوم الادارة والاقتصاد.
- شباح رشيد ودحماني رضا، مجلة المنتدى للدراسات والابحاث الاقتصادية، 06 (2)، ص 412-431، (2022).
- عبير حسان، (2023)، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومدى مساهمتها في تعزيز الشمول المالي اشارة الى الجزائر، مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، 04(1)، ص 200-219.
- د.مراد محبوب، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية و الاقتصادية، 7 (3)، ص 125.

### الملتقيات:

- اتحاد المصارف العربية، (2018)، ابتكارات التكنولوجيا المالية ومستقبل الخدمات البنكية، المؤتمر البنكي العربي، إدارة البحوث والدراسات ص1.
- فين ايريك واخرون، (2022)، ورقة عرض عام لمنظومة التكنولوجيا المالية ومستقبل التمويل، البنك الدولي.
- كريم زردالي وياسمين محمد عزيز، المؤتمر العلمي الدولي السابع حول نقل التكنولوجيا على الصعيد الدولي، تكنولوجيا البنك المحمول كآلية عصرنه البنوك العمومية ودورها في تعزيز الشمول المالي في الجزائر، (2019).

### التقارير:

- ابوزيد و ولاء السعيد، (2021)، المحفظة الرقمية، سلسلة كيببات تعريفية، الامارات العربية المتحدة.

- بن عكروف وفهيممة, (2023), التكنولوجيا المالية في الجزائر بين واقع صعب و افاق متجددة ,جريدة صوت الاحرار.
- صندوق النقد الدولي, (2017), افاق الاقتصاد الاقليمي، الفصل الخامس، التكنولوجيا المالية: إطلاق امكانيات منطقتي الشرق الاوسط وشمال افريقيا وافغانستان وباكستان والقوقاز واسيا الوسطى.
- صندوق النقد الدولي، البنك الدولي, (2018), اجندة مؤتمر بالي للتكنولوجيا المالية، ص 07.
- ليان و فريد حبيب, (2019), التكنولوجيا المالية جسر القطاع المالي الى المستقبل.

المراجع باللغة الأجنبية:

الكتب:

- Chowdhury, S and Ahmmad, ( 2011), Factors Affecting Consumer Participation in Online Shopping in Malaysia: The Case study of University Students, European Journal of Business and Economics, 5(4), p 49-53.
- Ha Nguyen Van, Long Pham, Stan Williamson, Ching-Yuen Chan, Tran Duc Thang and Vu Xuan Nam, Explaining intention to use mobile banking: integrating perceived risk and trust into the technology acceptance model, International Journal of Applied Decision Sciences , 14(1), (2021).
- Hoang Ba Huyen LE , Chi Thanh NGO, Thi Thu Huyen TRINH, Thi Thu Phuong NGUYEN ,Print ISSN: 2288-4637 / Online ISSN 2288-4645 doi:10.13106/jafeb,(2020),7.( 2),p205 .
- Shaikh, Aijaz A,Karjaluoto, Heikki , Mobile banking adoption: A literature review, Telematics and Informatics, 32(1).  
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2014.05.003> .
- Steve douanla meli , Benjamin fomba kanga , Adoption des services financiers mobiles ,Revue d'economie du developpement (2020), 28(4) p 83-140 .
- Sultana, (2009), Mobile Banking: Overview of Regulatory Frame Work in Emerging Market, World Journal of Information Technology, 4(1), p 124-131.
- Yang, J, J, Park, C, (2006), The effect of perceived risk on the intention to adopt mobile banking services, Journal of Technology Innovation, 14(3), 183-208.

الاطروحات:

- Baabdullah, Alalwan, Rana, Kizgin, Patil, Consumer Use of Mobile Banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an Integrated Model, Int.J. Inf, Manag,(2019), p 44- 38-52.
- Baptista, Oliveira, Why so Serious? Gamification Impact in the Acceptance of Mobile Banking Services, (2017), 27,p 118–139.
- Çera, Pagria, Khan, Muaremi, Mobile Banking Usage and Gamification: The Moderating Effect of Generational Cohorts, J. Syst. Inf. Technol, (2020), 22, p 243–263.
- Evon M, Abu-Taieh , Issam AlHadid , Sabah Abu-Tayeh , Ra'ed Masa'deh , Rami S, Alkhalwaldeh , Sufian Khwaldeh , Ala'aldin Alrowwad , Continued Intention to Use of M-Banking in Jordan by Integrating UTAUT, TPB, TAM and Service Quality with ML, J. Open .
- Venkatesh Morris, Davis, G Davis, User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View,( 2003), 27,p 425 .
- Venkatesh, Thong, Xu, Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology,(2012), 36, p157.
- Xie, Song, Peng, Shabbir, Predictors for E-Government Adoption: Integrating TAM, TPB, Trust and Perceived Risk. Electron. Libr,( 2017), 35,p 2–20 .

#### المجلات:

- Abu-Taieh, AlHadid, Abu-Tayeh, Masa'deh, Alkhalwaldeh, Khwaldeh, Alrowwad, Continued intention to use of M-Banking in Jordan by integrating UTAUT, TPB, TAM and service quality with ML. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, (2022), 8(3),p1-29.
- Baabdullah AM, Alalwan AA, Rana NP and al ,(2019), Consumer use of mobile banking (M-Banking) in Saudi Arabia: Towards an integrated model, International Journal of Information Management, 44,p 38-52.
- Carlos Tam, Tiago Oliveira, (2017), Literature review of mobile banking and individual performance", International Journal of Bank Marketing, 35 (7), p1042-1065, <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2015-0143> .
- Godfred Matthew,(2020), Mobile banking adoption among the Ghanaian youth, journal of African business,p5.
- Hamed Mohammed Mujahed, Elsadig Musa Ahmed, Siti Aida Samikon, Factors influencing Palestinian small and medium enterprises intention to adopt mobile banking, Journal of Science and Technology Policy Management ahead-of-print(ahead-of-print),(2021).

- Rahmani, Z., Tahvildari, Honarmand, Yousefi, Daghighi, ,(2012), Mobile banking and its benefits,(974)34 .

التقارير:

- Actual Use Behavior: Does WOM Communication Matter, Asian J. Econ. Bank, (2021), 5, p 136–157.
- CGAP ,(2006), Mobile Phone Banking and Low-Income Customers Evidence from South Africa, Retried from: <http://www.globalproblems-globalsolutions-> Retrieved on 12July.
- Farzin, Sadeghi, Yahyayi Kharkeshi, Ruholahpur, Fattahi, Extending UTAUT2 in M-Banking Adoption and Actual Use Behavior: Does WOM Communication Matter.
- GSMA, (2009), Mobile Money for the Unbanked, Annual report.
- Innov Technol, Mark,Complex,(2022), 8,p120.  
<https://doi.org/10.3390/joitmc8030120>
- maxime gautier ,fintech- faits et chiffres , (2023) ,Fonds monétaire international , Amjad ahmed, (2023).
- Mohd Thas Thaker, Mohd Thas Thaker, Khaliq, Allah Pitchay, Iqbal Hussain, Behavioural Intention and Adoption of Internet Banking among Clients of Islamic Banks in Malaysia: An Analysis Using UTAUT2. J. Islamic Mark, (2021), 13,p 1171–1197 .
- Samsudeen, Selvaratnam, Hayathu Mohamed, Intention to Use Mobile Banking Services: An Islamic Banking Customers, Perspective from Sri Lanka. J. Islamic Mark, (2020), 13, p 410–433.
- Sankaran, Chakraborty, Factors Impacting Mobile Banking in India: Empirical Approach Extending UTAUT2 with Perceived Value and Trust. IIM Kozhikode Soc, Manag, Rev, (2021), 11, p7–24.
- Santos , E-service quality - a model of virtual service dimensions, Managing Service Quality, (2008).

الملتقيات :

- Suad ,becirovié, (2011),The role of mobile banking in inhancing economic development, internationale conference comminucation and business sector berane, P 90-91.

قائمة الملاحق:

الملحق رقم 01: الاستبيان

السلام عليكم نقوم حاليا بتوزيع استمارة بحثية لدراسة العوامل المؤثرة على نية استخدام المستهلكين الجزائريين للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، نرجو منكم وضع علامة "X" في الخانة المناسبة بعد قراءة الأسئلة جيدا. كما نشكركم على تعاونكم معنا.

I- ضع علامة (X) في الخانة المناسبة (الإجابة تكون حسب درجة موافقتك على السؤال) من غير موافق بشدة الى موافق بشدة :

## قائمة الملاحق

المتغيرات	رمز المتغير	العناصر	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
الخطر المتوقع	PR1	إن استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يعرض حسابي البنكي لخطر الاحتيال					
	PR2	إن استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يعرض حسابي المصرفي للخطر					
	PR3	أعتقد أن استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يعرض خصوصيتي للخطر					
	PR4	إذا كنت أستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، فقد يتمكن المتسللون من الوصول إلى حسابي المصرفي					
المجهود المتوقع	EE1	أجد أنه من السهل تعلم كيفية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول					
	EE2	إن تفاعلي مع الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بسيط وسهل الفهم					
	EE3	الخدمات المصرفية عبر الإنترنت عبر الهاتف المحمول سهلة الاستخدام بالنسبة لي					
	EE4	من السهل بالنسبة لي أن أتعلم كيفية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول					
التأثير الاجتماعي	SI1	يعتقد الأشخاص المهمون في حياتي أنه يجب علي استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول					
	SI2	يعتقد الأشخاص الذين لهم تأثير على سلوكي أنه يجب علي استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول					
	SI3	الأشخاص الذين أحترم آرائهم يفضلون استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول					
الأداء المتوقع	PE1	أستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في حياتي اليومية					
	PE2	يزيد استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من فرصتي في إكمال المهام المهمة					

## قائمة الملاحق

					تتيح لي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول إكمال المهام بسرعة أكبر	PE3	
					أكون أكثر إنتاجية عندما أستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	PE4	
					أنوي استخدام النظام المصرفي عبر الهاتف المحمول إذا كان بإمكانني الوصول إليه	BI1	نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول
					لتلبية احتياجاتي المصرفية، سأستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	BI2	
					إذا كان لدي إمكانية الوصول إلى النظام المصرفي عبر الهاتف المحمول، فأنا أرغب في تحقيق أقصى استفادة منه	BI3	

## II- المعلومات الشخصية: أرجو وضع علامة "x" في الخانة المناسبة، كما أن الاسم غير ضروري.

### 1-الجنس:

-ذكر

-أنثى

### 2-السن:

-15- 20 سنة

-21- 25 سنة

-26- 30 سنة

-31- 35 سنة

-36- 40 سنة

-أكثر من 40 سنة



## قائمة الملاحق

3-المستوى التعليمي:

- ثانوي
- جامعي
- ما بعد التدرج
- أخرى (حدد) .....

4-الوظيفة:

- طالب جامعي
- موظف في القطاع العام
- موظف في القطاع الخاص
- عامل لحسابه الخاص
- أخرى (حدد) .....

5- التجربة مع الأترنيت:

- قليل
- جيد
- ممتاز

**Descriptive Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
BI	3,8251	,76206	122
PR	2,8689	1,00629	122
EE	4,0451	,71076	122
SI	3,3005	,83034	122
PE	3,8566	,76190	122

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36,503	4	9,126	31,620	,000 <sup>b</sup>
	Residual	33,767	117	,289		
	Total	70,270	121			

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,093	,368		2,968	,004
	PR	-,075	,050	-,099	-1,496	,137
	EE	,202	,099	,188	2,043	,043
	SI	,026	,065	,028	,393	,695
	PE	,530	,096	,530	5,541	,000

a. Dependent Variable: BI

**Correlations**

		BI	PR	EE	SI	PE
Pearson <u>Correlation</u>	BI	1,000	-,265	,598	,333	,700
	PR	-,265	1,000	-,208	-,085	-,234
	EE	,598	-,208	1,000	,365	,715
	SI	,333	-,085	,365	1,000	,430
	PE	,700	-,234	,715	,430	1,000
Sig. (1-tailed)	BI	.	,002	,000	,000	,000
	PR	,002	.	,011	,176	,005
	EE	,000	,011	.	,000	,000
	SI	,000	,176	,000	.	,000
	PE	,000	,005	,000	,000	.
N	BI	122	122	122	122	122
	PR	122	122	122	122	122
	EE	122	122	122	122	122
	SI	122	122	122	122	122
	PE	122	122	122	122	122

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1,7758	4,7893	3,8251	,54925	122
Std. Predicted Value	-3,731	1,755	,000	1,000	122
Standard Error of Predicted Value	,052	,268	,103	,034	122
Adjusted Predicted Value	2,0321	4,7755	3,8252	,54377	122
Residual	-2,06516	1,27676	,00000	,52826	122
Std. Residual	-3,844	2,377	,000	,983	122
Stud. Residual	-3,863	2,433	,000	1,010	122
Deleted Residual	-2,08503	1,33819	-,00005	,55807	122
Stud. Deleted Residual	-4,118	2,486	-,003	1,027	122
Mahal. Distance	,126	29,061	3,967	3,743	122
Cook's Distance	,000	,183	,012	,029	122
Centered Leverage Value	,001	,240	,033	,031	122

a. Dependent Variable: BI

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,721 <sup>a</sup>	,519	,503	,53722

a. Predictors: (Constant), PE, PR, SI, EE

b. Dependent Variable: BI

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**

