



جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب
Ain Témouchent University Belhadj Bouchaib



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم المالية و المحاسبة
التخصص: مالية المؤسسة

الموضوع

العوامل المؤدية إلى نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين

مذكرة التخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي – الطور الثاني ل.م.د.

إعداد الطالبتين:

بن ساعد ميمونة
بن يوسف فاطمة الزهراء

مقدمة أمام لجنة المناقشة المكونة من:

رئيسا
مشرفا
ممتحنا

قريش محمد
زايدي أوسامة شهاب
مبسوط هوارية

الأستاذ (ة):
الأستاذ (ة):
الأستاذ (ة):

السنة الجامعية: 2025-2026



جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب
Ain Témouchent University Belhadj Bouchaib



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم المالية و المحاسبة
التخصص: مالية المؤسسة

الموضوع

العوامل المؤدية إلى تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين

مذكرة التخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي – الطور الثاني ل.م.د.

إعداد الطالبتين:

بن ساعد ميمونة
بن يوسف فاطمة الزهراء

مقدمة أمام لجنة المناقشة المكونة من:

رئيسا
مشرفا
ممتحنا

قريش محمد
زايدي أوسامة شهاب
مبسوط هوارية

الأستاذ (ة):
الأستاذ (ة):
الأستاذ (ة):

السنة الجامعية: 2025-2026

الشكر

الحمد لله الذي وفقني و أعانني على إتمام هذا العمل المتواضع و الصلات و السلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف زايدي أوسامة شهاب على إشرافه الكريم وتوجيهاته السديدة، ونصائحه القيمة التي كان لها بالغ الأثر في إنجاز هذه المذكرة.

كما أتوجه بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى أعضاء لجنة المناقشة الكرام، على تفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة، وعلى ملاحظاتهم القيمة التي من شأنها أن تنثري هذا العمل وتزيده جودة.

كما أتقدم بالشكر إلى كل من قدم لي يد العون وساهم في إنجاز هذا العمل، سواء من قريب أو بعيد، ولو بكلمة طيبة أو دعم معنوي.

وفي الأخير، أشكر كل من كان له دور، مباشر أو غير مباشر، في إتمام هذا العمل

إهداء

الحمد لله الذي أنار لنا الدرب ووفقنا لبلوغ الغايات

بكل فخر و اعتزاز اهدي ثمرة سنوات الجهد و الاجتهاد إلى من استحقوا أن
يكونوا شركاء فيه هذا النجاح

إلى من اعتز بحمل اسمه والدي العزيز من علمني أن الصمود هو سر النجاح و
كان لي ظلا لا يميل و سندا لا ينحني أهديك هذا الانجاز فخرا و عرفانا
إلى رمز الحنان و جنتي في الأرض أُمي الغالية من كانت تضئ عتمة الليالي
بدعائها و تزرع في قلبي الثقة كلما تعثرت هاهي ثمار سهرك و دعائك تتوج
اليوم بالنجاح فلك الفضل أولا و أخيرا

إلى جذور الخير و بركة الحياة جدي و جدتي الغاليين من غرسوا فينا القيم قبل
الحروف و من يفيض قلبهم بالدعوات الصادقة أطال الله عمركما و رزقكما
الشفاء العاجل أهديكما هذا النجاح ليكون بسمه على وجوهكما الطاهرة

إلى عزوتي و سندي عبد الهادي و رفيق يا من تقاسمتم معي البيت و الذكريات
و كنتم لي نعم العون و الدافع للتفوق إليكم اهدي فرحتي لتكون فرحة لكل واحد
منكم

إلى منبع الانتماء عائتي الكبيرة إلى كل من سال عني بصدق و شاركني مشاعر
الود و الدعم أهديكم هذا النجاح تقديرا لمحبتكم و دعمكم المستمر

إلى رفيقتي الدرب صديقتي الغاليتين جويده و أمينة اللواتي تقاسمن معي تعب
الأيام و حلاوة الأحلام و كن لي أخوات في كل الظروف شكرا لوجودكم

بن ساعد ميمونة

إهداء

إلى من سهر الليل يرقب نجوم السماء يدعو لي بالتوفيق
إلى من علمني أن الحلم لا يموت وأن الجد هو سر الوصول
إلى من بذل العمر والراحة ليصنع مني إنساناً
أبي الغالي أطل الله في عمره.
إلى التي غمرتني بدفء قلبها قبل أن تغمرني بغطائها
إلى من كان دعاؤها يسبق خطواتي ويحرسني في غيابي
إلى نبع الصبر والحنان الذي لا ينضب
أمي الحنونة حفظها الله.
إلى أخي من دمي، سندي وعزوتي في هذه الحياة
وإلى أختي التي لم تلدها أُمِّي، ابنة خالتي الغالية
إلى من جرت في عروقها دماء أُمِّي، فكانت لي أختاً ورفيقة درب
إلى من جمعتني بها رابطة الدم والروح معاً.
إلى أساتذتي الكرام، شموع العلم التي أنارت دربي.
وإلى الصديقة الصديقة التي كانت مرآتي حين ضعت
إلى من قاسمتني لحظات الضعف قبل لحظات النجاح
إلى من صدق فيها قولهم: "الصديق وقت الضيق"
إلى كتفٍ استندت عليه حين مالت بي الدنيا.
أهدي هذا الجهد المتواضع، ثمرة سنين من الكفاح والصبر.

بن يوسف فاطمة الزهراء

فهرس

المحتويات

فهرس المحتويات

البيان	الصفحة
الشكر	ا
الإهداء	ب-ج
قائمة المحتويات	هـ
قائمة الجداول	ح
قائمة الأشكال	ي
قائمة المختصرات	ل
قائمة الملاحق	ن
ملخصات	ع
المقدمة	03-01
الفصل الأول مراجعة الأدبيات الدراسة	20-04
تمهيد	05
المبحث الأول: الأدبيات النظرية	06
المطلب الأول: تعريف الخدمات المصرفية و الخدمات المصرفية الرقمية	06
المطلب الثاني: أهمية الخدمات المصرفية الرقمية	07
المطلب الثالث: أدوات الخدمات المصرفية الرقمية	07
المطلب الرابع: واقع حول الخدمات المصرفية الرقمية في مختلف دول العالم و الجزائر	08
المبحث الثاني: العلاقة بين متغيرات الدراسة	10
المبحث الثالث: الدراسات السابقة والقيمة المضافة	13
المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية	13
المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية	15
المطلب الثالث: القيمة المضافة	19
خلاصة الفصل الأول	20
الفصل الثاني الدراسة الميدانية	38-21
تمهيد	22
المبحث الأول: منهجية الدراسة	23
المطلب الأول: الطريقة المتبعة	23
المطلب الثاني: الأدوات المستعملة لجمع و تحليل البيانات	24
المبحث الثاني: تحليل و مناقشة النتائج	25
المطلب الأول: وصف خصائص العينة	25
المطلب الثاني: تحليل النتائج	29
المطلب الثالث: مناقشة النتائج	36

38	خلاصة الفصل الثاني
39	خاتمة
42	قائمة المراجع
47	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	مقياس ليكرت الخماسي	24
02	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة العينة	25
03	توزيع أفراد العينة العمر للعينة	26
04	توزيع أفراد العينة المستوى التعليمي	27
05	توزيع أفراد العينة المهنة	28
06	ثبات الاستبيان	29
07	الارتباط ما بين المتغيرات	30
08	معامل الارتباط و معامل التجديد المعدل للنموذج	31
09	المتغيرات التي تم إدخالها و إخراجها	31
10	تحليل تباين ANOVA	32
11	تقدير معاملات النموذج و اختبارها	32
12	قبول أو الرفض	35

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
12	قبول أو الرفض	01
25	توزيع أفراد حسب طبيعة العينة	02
26	توزيع أفراد حسب العمر	03
27	توزيع أفراد حسب مستوى التعليمي	04
28	توزيع أفراد حسب المهنة	05
35	توزيع طبيعي	06

قائمة المخـتصـرات

قائمة المختصرات

المختصر باللغة العربية	المختصر	المختصر باللغة الأجنبية
الأداء المتوقع	PE	Performance Expectancy
الجهد المتوقع	EE	Effort Expectancy
الظروف الميسرة	FC	Facilitating Conditions
الحماية	SE	Security
نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية	INT	Intention to adopt digital Banking services

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
49	الاستبيان	01
53	مخرجات برنامج ال spss v27	02

الملخصات

ملخص الدراسة:

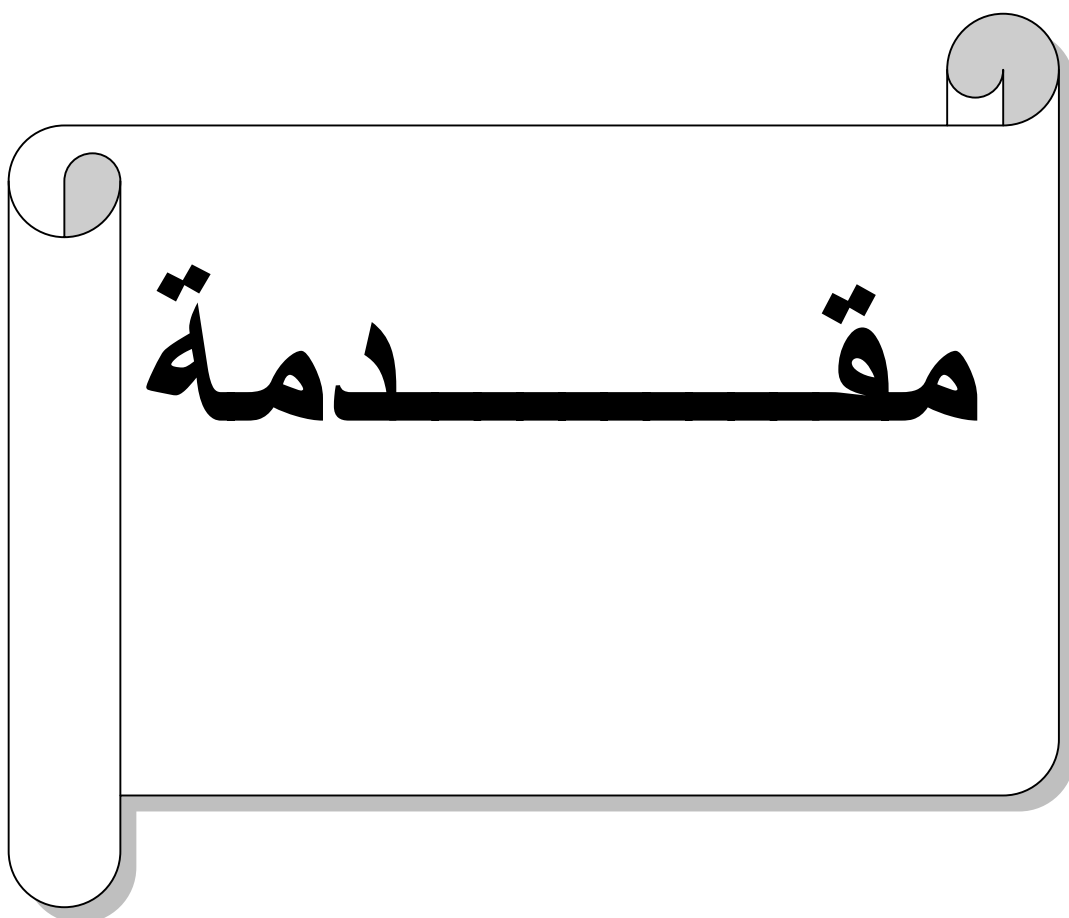
تهدف هذه الدراسة إلى إبراز و تحليل العوامل المؤدية نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين، ومن أجل ذلك قمنا بعمل استبيان من أجل جمع المعلومات، و كانت الدراسة على عينة متمثلة في 55 عميل من عملاء البنوك وتم توزيعه في مدينتي عين تيموشنت و مستغانم، ومن أجل تحليل البيانات اعتمدنا على طريقة الانحدار الخطي المتعدد وتم استعمال برنامج SPSS V27، و قد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للحماية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية الرقمية ، الحماية ، العملاء الجزائريين.

Abstract:

This study aims to highlight and analyze the factors influencing the intention to adopt digital banking services among Algerian customers. To this end, a questionnaire was conducted to collect data. The study sample consisted of 55 bank customers distributed across the cities of Ain Temouchent and Mostaganem. Multiple linear regression was used to analyze the data, employing SPSS version 27 software. The study yielded several key findings, most notably a statistically significant positive effect of protection on the intention to adopt digital banking services among Algerian customers.

Keywords: Digital banking, protection, Algerian customers



شهد العالم خلال العقود الأخيرة تطورًا متسارعًا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الأمر الذي انعكس بشكل مباشر على مختلف القطاعات الاقتصادية، وعلى رأسها القطاع المصرفي. فقد أدى هذا التحول الرقمي إلى إعادة صياغة أساليب تقديم الخدمات المالية، حيث انتقلت البنوك من النماذج التقليدية القائمة على الحضور الفعلي إلى نماذج أكثر تطورًا تعتمد على الخدمات المصرفية الرقمية، التي تتيح للزبائن إجراء معاملاتهم المالية بسهولة وسرعة في أي وقت ومكان (عبد الرحمن، 2022)

حيث أصبحت الخدمات المصرفية الرقمية من أهم الاتجاهات الحديثة التي تسعى البنوك إلى تبنيها بهدف تحسين جودة الخدمات، وتقليل التكاليف التشغيلية، وتعزيز رضا العملاء. كما أن هذا التحول لم يعد خيارًا بل ضرورة تفرضها التغيرات التكنولوجية وتزايد توقعات الزبائن نحو خدمات أكثر مرونة وفعالية. (طارق و باديس، 2022)

إلا أن نجاح و انتشار استخدام الخدمات المصرفية الرقمية و غيرها ليس مرهونا فقط بالميزات التي يقدمها البنك بل هي مرتبطة بمجموعة من العوامل التي تلعب دورا رئيسيا في تشجيع العملاء على تبني الخدمات المصرفية الرقمية (وسيلة و أسماء، 2020).

وفي الجزائر ورغم وجود عدة دراسات حول الخدمات المصرفية الرقمية مثل دراسة (فاطمة، 2020) ودراسة (ماجدة، 2021)، إلا أنه لم تكن هناك دراسات كثيرة حول نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين وبناءا على نظرة الإشكالية التالية:

أولا : إشكالية الدراسة

"ماهي العوامل التي تؤثر على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين؟"

و تندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للأداء المتوقع على نية العملاء الجزائريين في تبني الخدمات المصرفية الرقمية؟
2. هل يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للجهد المتوقع على نية العميل في تبني الخدمات المصرفية الرقمية؟
3. هل يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للظروف الميسرة على نية العميل في تبني الخدمات المصرفية الرقمية؟
4. هل يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للحماية المتوقع على نية العميل في تبني الخدمات المصرفية الرقمية؟

فرضيات الدراسة :

- H1: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للأداء المتوقع على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين
- H2: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للجهد المتوقع على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين.
- H3: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للظروف الميسرة على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين.
- H4: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للحماية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين.

أسباب اختيار الموضوع :

- الأهمية المتزايدة للرقمنة في القطاع المصرفي كركيزة للاقتصاد الحديث.
- الرغبة في فهم العوامل السلوكية و التقنية التي تحكم علاقة العميل الجزائري بالتكنولوجيا المالية الحديثة.
- الدمج بين الجانب النظري و الواقعي.

أهداف الدراسة :

- تسعى هذه الدراسة لبلوغ مجموعة من الأهداف يمكن حصرها في النقاط التالية
- توضيح المفاهيم الأساسية الخاصة بالخدمات المصرفية الالكترونية و أهم أدواتها.
 - التعرف على واقع الخدمات المصرفية الالكترونية.
 - تسليط الضوء على أهم العوامل المؤثرة في نية تبني الخدمات المصرفية الالكترونية.

أهمية الدراسة :

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من الدور المتزايد الذي أصبحت تلعبه الخدمات المصرفية الرقمية في تطوير القطاع البنكي وتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء، خاصة في ظل التحول الرقمي الذي يشهده العالم. حيث تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على العوامل التي تؤثر في قرار العملاء الجزائريين لتبني هذه الخدمات، مما يساهم في فهم سلوكهم وتوجهاتهم بشكل أدق. كما تبرز أهمية الدراسة في تقديم نتائج ميدانية مبنية على الاستبيان، تسمح للبنوك الجزائرية بتطوير استراتيجياتها الرقمية بما يتماشى مع احتياجات وتوقعات العملاء.

كما تبرز أهمية الدراسة في دعم الأدبيات المتعلقة بالخدمات المصرفية الرقمية في الجزائر، وتقديم معطيات يمكن أن تفيد البنوك في تطوير خدماتها الرقمية.

حدود الدراسة :

1. البعد المكاني : اقتصرَت الدراسة على عينة مكونة من 55 فرد من عملاء بعض البنوك الجزائرية المتواجدة في مدينتي عين تيموشنت و مستغانم
2. البعد الزمني : اقتصرَت مدة توزيع الاستبيانات في الفترة الممتدة من 24/03/2026 إلى 31/03/2026.

منهج الدراسة :

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم استخدام الجانب الوصفي لضبط المفاهيم النظرية في الفصل الأول، بينما تم الاعتماد على المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي باستخدام أداة الاستبيان لجمع البيانات، ومعالجتها إحصائياً لاختبار صحة الفرضيات المتعلقة بمتغيرات الدراسة.

هيكل الدراسة:

بغرض تحقيق أهداف الدراسة قمنا بتقسيمها إلى فصلين فصل نظري و فصل تطبيقي. الفصل الأول يختص بدراسة الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة و قسم بدوره إلى ثلاث مباحث الأول يخص دراسة المفاهيم المتعلقة بالخدمات المصرفية الرقمية من تعاريف و أهمية و أدوات و كذلك واقع هذه الخدمات عالمياً و دولياً، أما المبحث الثاني تضمن العلاقة بين متغيرات الدراسة، و تم تخصيص المبحث الثالث إلى عرض و مناقشة بعض الدراسات السابقة باللغتين العربية و الانجليزية و تحديد ما جاء فيها باختصار من أهداف و نتائج، أما الفصل الثاني فقد تطرقنا فيه إلى الدراسة الميدانية المتعلقة بالعوامل المؤثرة على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية و قسم هو الآخر إلى مبحثين بدءاً بعينة و أدوات الدراسة الميدانية في المبحث الأول، و أخيراً المبحث الثاني و الذي يتعلق بوصف خصائص العينة و تحليل نتائج الدراسة و مناقشتها.

الفصل الأول

مراجعة الأدبيات المتعلقة بالخدمات

المصرفية الرقمية

تمهيد:

شهد القطاع المصرفي تحولاً متزايداً نحو تبني الخدمات المصرفية الرقمية، نتيجة التطور في تقنيات المعلومات والاتصال وما وفّرت من وسائل حديثة لتقديم الخدمات المالية. وقد ساهم هذا التحول في تغيير نمط التعاملات المصرفية، حيث أصبح العملاء يعتمدون بشكل أكبر على القنوات الرقمية بدلاً من الأساليب التقليدية، لما توفره من سرعة وسهولة ومرونة في إنجاز العمليات.

وفي هذا السياق، سعت البنوك إلى اعتماد الرقمنة كخيار استراتيجي لتحسين جودة خدماتها وتوسيع نطاق الوصول إليها، بينما تزايد إقبال العملاء في الجزائر على هذه الخدمات بفعل مجموعة من العوامل المرتبطة بالتطور التكنولوجي وتغير السلوك الاستهلاكي وتطور وسائل الاتصال.

وعليه، يهدف هذا الفصل إلى تقديم إطار نظري عام للدراسة من خلال التطرق إلى المبحث الأول الخدمات المصرفية الرقمية، المبحث الثاني العلاقة بين متغيرات الدراسة، والمبحث الثالث الدراسات السابقة والقيمة المضافة للدراسة الحالية .

المبحث الأول: الخدمات المصرفية الرقمية

المطلب الأول: تعريف الخدمات المصرفية و الخدمات المصرفية الرقمية

الفرع الأول: تعريف الخدمات المصرفية

تعددت تعريفات الخدمة المصرفية، ومن أهمها ما يلي:

✓ التعريف الأول:

الخدمة المصرفية عبارة عن "مجموعة من الخدمات أو المنتجات أو العمليات التي يقوم البنك بتقديمها لمعتمديه و التي تتمثل بعمليات السحب و الإيداع و الحوالات للمبالغ المالية و دفع قيمة المشتريات و ذلك من اجل تحقيق تطلعات المعتمدين و إشباع حاجاتهم و رغباتهم المالية و الانتمانية باعتبارهم النقطة المحورية في الجهود المصرفية" (احمد و وسام، 2025، ص106)

✓ التعريف الثاني:

"الخدمات المصرفية هي صناعة مدفوعة بالخدمات التي تحكمها التفاعلات الشخصية بين العميل و البنك" (خولة، 2025، ص25).

يتضح من التعريفات السابقة أن الخدمات المصرفية تمثل مجموعة من الخدمات و العمليات التي تقدمها البنوك لتلبية الاحتياجات المالية للعملاء و تتميز بكونها نشاطا خدميا يعتمد على العلاقة و التفاعل بين البنك و العميل.

الفرع الثاني: تعريف الخدمات المصرفية الرقمية

مع التطور التكنولوجي ظهرت الخدمات المصرفية الرقمية كامتداد حديث للخدمات التقليدية، و قد عرفت بأنها:

"إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية أي استخدام التكنولوجيا و الاتصال و الآلات الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الحديثة و في ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطرا للتنقل إلى المصرف إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من مصرفه من أي مكان و في أي وقت" (أعمر و احمد، 2020، ص181)

كما عرّفت الخدمات المصرفية الرقمية بأنها "تقديم الخدمات و المنتجات المصرفية من قبل البنوك لعملائها من خلال الشبكات الالكترونية المختلفة" (عبد الله، 2026، ص37)

تم تعريفها أيضا بأنها "عملية تقديم الخدمات المصرفية عن طريق قنوات الاتصال الإلكترونية مثل الإنترنت والهاتف المحمول" (خالد، 2023، ص272) وانطلاقاً من التعريفات السابقة، يمكن القول أن الخدمات المصرفية الرقمية تمثل كل عملية يقوم بها العميل من أجل تلبية احتياجاته المختلفة من المنتجات المصرفية، بالاعتماد على النظم والإمكانات التكنولوجية التي وفرتها البنوك عبر قنوات التوزيع الإلكترونية ومواقعها الرسمية، وذلك في الزمان والمكان الذي يختارهما العميل.

المطلب الثاني: أهمية الخدمات المصرفية الرقمية

• على مستوى العملاء :

وفرت الخدمات المصرفية الرقمية للعملاء إمكانية إجراء مختلف العمليات البنكية دون الحاجة إلى التنقل المتكرر إلى الوكالة، وهو ما وفر الوقت والجهد وساهم في رفع مستوى الرضا عن الخدمات المقدمة. كما ساعد انتشار وسائل الدفع الإلكتروني والخدمات عبر الهاتف والإنترنت على إدماج فئات جديدة ضمن النظام المصرفي، وبالتالي دعم الشمول المالي في الجزائر.(حياة، 2023)

• على المستوى العملي والتشغيلي

ساهمت الخدمات المصرفية الرقمية في تبسيط سير العمل داخل البنوك، من خلال التقليل من استعمال الوثائق الورقية والاعتماد على الأنظمة الإلكترونية في حفظ المعلومات ومعالجة العمليات. وقد أدى ذلك إلى خفض التكاليف الإدارية المرتبطة بالطباعة والبريد والأرشفة، كما أصبح تبادل المعلومات بين مختلف المصالح البنكية أسرع وأكثر دقة. إضافة إلى ذلك ساعدت الرقمنة على جعل التحويلات والمعاملات المالية أكثر أماناً وموثوقية. (يوسف و آخرون ، 2018)

المطلب الثالث: أدوات الخدمات المصرفية الرقمية

تُشير أدوات الخدمات المصرفية الرقمية إلى مجموعة الوسائل والقنوات التقنية التي تعتمد عليها البنوك في تقديم خدماتها المصرفية إلكترونياً، بما يسمح للعملاء بإنجاز معاملاتهم المالية عن بُعد وبدرجة عالية من السرعة والمرونة ومن بين هذه الأدوات:

• أجهزة الصراف الآلي (ATM):

هي عبارة عن خدمة تمكن العميل من إجراء العديد من العمليات المصرفية (سحب النقدي، الإيداع، تحويل الأموال، الاستعلام عن الأرصدة) دون الحاجة إلى زيارة الفروع

البنكية، وهذا يساعد على توفير تكاليف والوقت والجهد، كما تتميز هذه الأجهزة بإتاحتها للخدمة على مدار الساعة.(دينا فايز، 2023)

• نقاط البيع الإلكترونية(POS):

تُستخدم في المحلات التجارية والمؤسسات الخدمائية لتمكين العملاء من تسديد قيمة المشتريات باستخدام البطاقات البنكية بدلاً من النقود. تؤدي دوراً محورياً في تقليل التعامل النقدي وتعزيز المعاملات الإلكترونية.(حنان و الطاوس، 2022)

• البطاقات الذكية :

تُعتبر البطاقات الذكية من الوسائل الأساسية الداعمة لاستخدام أدوات الخدمات المصرفية الرقمية، حيث تحتوي على شريحة إلكترونية تُخزن عليها بيانات العميل، وتُستخدم في تفعيل مختلف العمليات المصرفية عبر أجهزة الصراف الآلي، ونقاط البيع الإلكترونية، إضافة إلى بعض الخدمات المصرفية عبر الإنترنت. وعليه، لا تُعد البطاقات الذكية قناة مستقلة لتقديم الخدمة، وإنما وسيلة تمكين تسهم في تسهيل استخدام باقي الأدوات الرقمية وتعزيز مستوى الأمان في المعاملات المصرفية.(دينا فايز ، 2023)

• الخدمات المصرفية الرقمية عن بُعد :

تتيح هذه الخدمات للعملاء الوصول إلى حساباتهم المصرفية وإدارة معاملاتهم المالية من أي مكان باستخدام المواقع الإلكترونية الرسمية للبنوك أو تطبيقات الهواتف الذكية. وتشمل هذه الخدمات (الاطلاع على الأرصدة وتحليلها، تحويل الأموال ودفع الفواتير، طلب بعض المنتجات والخدمات المصرفية)، مما يوفر الوقت والجهد ويعزز كفاءة الخدمة الرقمية.(أسماء، وزهرة، 2023)

• خدمات المصرفية عبر الرسائل(SMS):

يقوم البنك بإرسال رسائل للعميل في حال حدوث أي حركات مالية في حسابه، دون الحاجة إلى اتصال بالإنترنت أو استخدام تطبيقات متقدمة. (ماجدة، 2021)

المطلب الرابع: واقع حول الخدمات المصرفية الرقمية في مختلف دول العالم و الجزائر

أولاً: على المستوى العالمي

يشهد القطاع المصرفي العالمي تحولاً هيكلياً متسارعاً نحو الرقمنة، حيث لم يعد هذا التوجه خياراً تقنياً فقط، بل أصبح إستراتيجية أساسية تهدف إلى تعزيز القدرة التنافسية وضمان استمرارية الخدمات المالية في ظل التحولات الاقتصادية والتكنولوجية العالمية. ويستند هذا التحول إلى مجموعة من الدوافع الرئيسية، من أبرزها السعي إلى تقليل التكاليف التشغيلية، ورفع كفاءة تنفيذ المعاملات المالية، إضافة إلى تحسين تجربة

المستخدم من خلال توفير خدمات مصرفية أكثر سرعة ومرونة (سليم و عبد الحفيظ، 2025)

كما ساهمت الثورة التكنولوجية وظهور شركات التكنولوجيا المالية في إعادة تشكيل الصناعة المصرفية على المستوى العالمي، من خلال تقديم حلول مبتكرة خارج الإطار التقليدي، الأمر الذي عزز من حدة المنافسة ووسّع من نطاق الخدمات المالية الرقمية (بن أحمد وآخرون، 2024)

وفي سياق الشمول المالي، تشير بيانات البنك الدولي إلى أن نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابات مالية وصلت إلى حوالي 79% عالمياً سنة 2024، وهو ما يعكس الدور المتزايد للهواتف الذكية والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في توسيع قاعدة المستفيدين من الخدمات المالية (البنك الدولي، 2025)

كما شكلت جائحة كوفيد-19 نقطة تحول حاسمة في مسار الرقمنة المصرفية، حيث أدت إلى تسريع الاعتماد على القنوات الرقمية باعتبارها وسيلة أساسية لضمان استمرارية الخدمات المالية خلال فترات الإغلاق والقيود الصحية (بن أحمد وآخرون، 2024)

ثانياً: على المستوى الجزائري

تعد الجزائر جزءاً من هذا التحول العالمي، حيث شرعت تدريجياً في تبني إستراتيجية تهدف إلى تحديث النظام المصرفي وتطوير البنية التحتية المالية الرقمية بما يتماشى مع التطورات الدولية

وقد بدأت ملامح هذا التحول من خلال تعزيز الإطار التنظيمي، خاصة مع إنشاء تجمع النقد الآلي سنة 2014، ثم تفعيل الدفع عبر الإنترنت سنة 2016، وهو ما شكل خطوة أساسية نحو إدخال وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات اليومية، خصوصاً في تسديد الفواتير والخدمات المختلفة. (Alegria invest, 2025)

وفي جانب البنية التحتية، سجلت الجزائر تطوراً ملحوظاً من خلال ارتفاع عدد أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) التي تجاوزت 53 ألف جهاز، إلى جانب توسع قاعدة البطاقات البنكية والذهبية التي فاقت 15 مليون بطاقة متداولة (Alegria invest, 2025).

أما على مستوى حجم المعاملات، فقد عرفت سنة 2025 تطوراً كبيراً في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، حيث بلغت قيمة العمليات الرقمية حوالي 939 مليار دينار جزائري، مسجلة بذلك ارتفاعاً بنسبة 46% مقارنة بالسنوات السابقة، وهو ما يعكس تغيراً تدريجياً في سلوك المستهلك الجزائري نحو اعتماد الوسائل الرقمية (Radio Algérienne, 2026).

وفي سياق التطور التكنولوجي، بدأت الساحة المصرفية الجزائرية تشهد بروز حلول مالية رقمية حديثة، من بينها تطبيقات الدفع عبر الهاتف المحمول مثل

"Wimpay"، إضافة إلى بعض المبادرات البنكية الرقمية مثل بنك "Banxy"، والتي ساهمت في تعزيز انتشار الخدمات المالية الرقمية. (بن أحمد وآخرون، 2024)

كما يشكل الإطار القانوني، وخاصة قانون النقد والصرف الصادر في يونيو 2023، دعامة أساسية لهذا التحول، حيث أتاح توسيع نطاق الرقمنة في القطاع المالي، مع التوجه نحو مشاريع مستقبلية مثل إطلاق "الدينار الرقمي الجزائري"، بهدف دعم الشمول المالي وإدماج الاقتصاد غير الرسمي ضمن الدورة الاقتصادية الرسمية (بن أحمد وآخرون، 2024)

المبحث الثاني: العلاقة بين متغيرات الدراسة

❖ العلاقة بين الأداء المتوقع ونية تبني الخدمات المصرفية الرقمية

يتم تعريف الأداء المتوقع على أنه "الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن تطبيق التكنولوجيا سيساعده على تحقيق مكاسب في الأداء الوظيفي" (Venkatesh and al, 2003).

بشكل عام، يبدو أن العملاء أكثر تحفيزًا لاستخدام وقبول التكنولوجيا الجديدة إذا أدركوا أن هذه التكنولوجيا أكثر فائدة وفائدة في حياتهم اليومية (Davis et al, 1989).

في دراستهم التي بحثت في مدى قبول الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، توصل (Zhou et al, 2010) إلى أن نية العملاء في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تتأثر بشكل كبير بتوقعات الأداء.

❖ العلاقة بين الجهد المتوقع ونية تبني الخدمات المصرفية الرقمية

عرّف (Venkatesh and al, 2003) توقع الجهد بأنه "مدى السهولة المرتبطة باستخدام النظام".

تماشيًا مع (Davis and al (1989، فإن نية الفرد في قبول نظام جديد لا يتم التنبؤ بها فقط من خلال مدى تقدير النظام بشكل إيجابي ولكن أيضًا من خلال مدى سهولة استخدام هذا النظام وعدم تطلبه جهودًا مجانية (Alalwan and al 2017).

توصلت عدة دراسات مثل دراسة (Riquelme and Rios, 2010) و دراسة (Gu and al , 2009) إلى أن الجهد المتوقع (سهولة الاستخدام المتصورة) له دور حاسم في التنبؤ بنية العملاء لاستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

❖ العلاقة بين الظروف الميسرة ونية تبني الخدمات المصرفية الرقمية

يتم تعريف الظروف الميسرة على أنها "الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن هناك بنية تحتية تنظيمية وتقنية لدعم استخدام النظام" (Venkatesh et al., 2003).

في الواقع، يتطلب استخدام قنوات الخدمات المصرفية عبر الإنترنت عادةً نوعاً معيناً من المهارات والموارد والبنية التحتية التقنية (Zhou and al, 2010).

توصلت عدة دراسات مثل دراسة (Zhou and al, 2010) ودراسة (Alalwan and al, 2014)، إلى الدور المؤثر للظروف الميسرة على سلوك استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

❖ العلاقة بين الحماية ونية تبني الخدمات المصرفية الرقمية

الحماية المتصورة، كما حددها (Salisbury and al, 2001)، هي "مدى اعتقاد المرء بأن الإنترنت آمن لنقل المعلومات الحساسة".

وقد أوصت الدراسة التي أجراها (Musaev and Yousoof, 2015) بأن البنوك والمؤسسات المالية بحاجة إلى بناء الثقة في خدماتها المصرفية الإلكترونية في مجال نقل البيانات والخصوصية والأمن والموثوقية وجودة المعلومات.

ووفقاً لـ (Bhatt and Bhatt, 2016) فإن المخاوف الأمنية كأحد الأسباب الرئيسية وراء مقاومة العملاء لخدمات الصيرفة عبر الهاتف المحمول. وتبذل البنوك قصارى جهدها لإقناع عملائها بأن معلوماتهم ويُعدّ هذا أحد الأسباب الرئيسية وراء مقاومة العملاء لخدمات الصيرفة عبر الهاتف المحمول.

هذا وتوصلت دراسة كل من (Patel and Patel, 2018) أن الشعور بالحماية هو أهم مؤشر على نية العملاء السلوكية لاستخدام خدمات الإنترنت المصرفية.

و اعتماداً على ما سبق يمكن وضع الفرضيات التالية:

H1 : يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للأداء المتوقع على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين

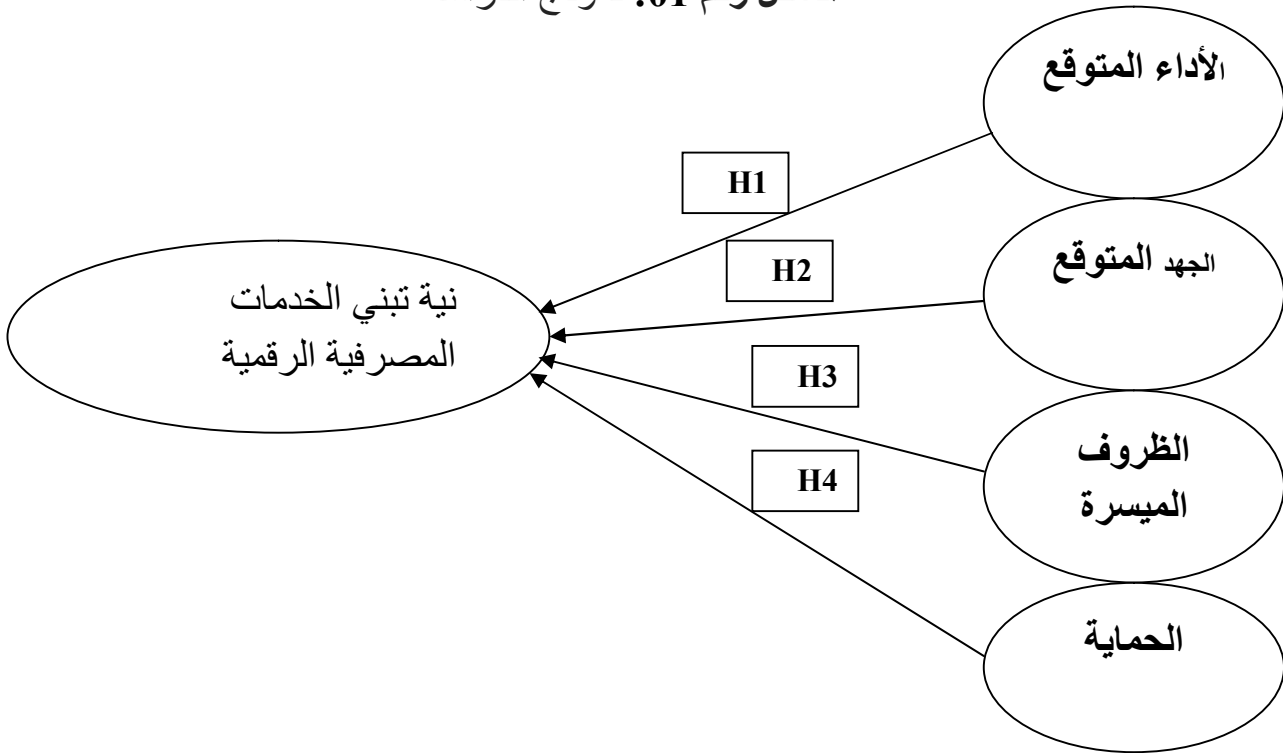
H2 : يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للجهود المتوقعة على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين.

H3 : يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للظروف الميسرة على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين.

H4 : يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للحماية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين.

-و عليه يمكن رسم نموذج الدراسة كالتالي

الشكل رقم 01: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على الدراسات السابقة

المبحث الثالث: الدراسات السابقة والقيمة المضافة

المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية

➤ دراسة (محمد عبد الحميد، 2017) بعنوان: "العوامل المؤثرة في تبني العملاء للخدمات المصرفية النقالة في البنوك اليمنية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أسباب تدني نسبة مستخدمي الخدمات المصرفية النقالة في السوق المصرفية اليمنية، وتحديد العوامل المؤثرة في تبني العملاء لهذه الخدمات. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، أجريت الدراسة على عينة غير عشوائية مكونة من 210 عميل من عملاء البنوك، واستخدم الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، واستخدام برنامج SPSS لتحليل البيانات مع الاعتماد على المتوسطات الحسابية و الانحدارات. وأظهرت النتائج أن غالبية مستخدمي الإنترنت لا يستخدمون الخدمات المصرفية النقالة، وأن هناك تخوفاً من المخاطر المتوقعة وتكلفة الخدمات، إضافة إلى وجود درجة من التعقيد في الاستخدام. و توصلت الدراسة إلى أن تكلفة الحصول على الخدمة والمخاطر المتوقعة تُعد من أبرز العوائق أمام التبني، مع ضرورة تحسين الخدمات وتنفيذ حملات توعية لتعريف العملاء بها وتعزيز الثقة في استخدامها.

➤ دراسة (عبد الرحمان، 2018) بعنوان: "العوامل المؤثرة في تبني الصيرفة الإلكترونية في الجزائر من وجهة نظر الزبائن – مدينة قالمة".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تبني زبائن المصارف العمومية الجزائرية للصيرفة الإلكترونية، وتحديد أهم العوامل المؤثرة في سرعة هذا التبني. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وجمعت البيانات باستخدام الاستبيان من عينة مكونة من 356 زبوناً، و تم الاعتماد على برنامج SPSS لتحليل البيانات اختبار الفرضيات. وتوصلت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الثقة والمصادقية والتعقيد ومدى تقبل الزبون لإجراء عملياته المصرفية عبر الصيرفة الإلكترونية. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز الثقة، وتقليل درجة التعقيد، وتكثيف الجهود التسويقية، وتوعية الزبائن بأهمية ومزايا الصيرفة الإلكترونية.

➤ دراسة (فاطمة، 2020) بعنوان: "واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية و آليات تفعيلها في البنوك الجزائرية دراسة حالة الجزائر (2002-2017)".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أهم مستلزمات و متطلبات العمل المصرفي الإلكتروني و إبراز دور الصيرفة الإلكترونية التي أصبحت ضرورة ملحة للبنوك التجارية لتقديم خدماتها بكل يسر و بأقل جهد ووقت، و كذا أهم آليات الصيرفة الإلكترونية المستخدمة و معرفة أهم العوامل المساعدة على تبني البنوك التجارية الجزائرية للصيرفة

الإلكترونية، من خلال دراسة تحليلية لواقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية، بحيث تم الاعتماد على مدى تطبيق آليات الصيرفة الإلكترونية في الجزائر خلال الفترة 2002-2017 من خلال التطرق ل: تكنولوجيا الإنترنت في الجزائر، و المعاملات لنظام التسوية الإجمالية الفورية، و المعاملات باستخدام نظام المقاصة الإلكترونية، و عدد الصرافات الآلية، و عدد استخدام البطاقات البنكية في الجزائر، و توصلت الدراسة إلى أن البنوك التجارية الجزائرية تعاني من نقص الخدمات المصرفية الإلكترونية بحيث ينحصر نطاق تعاملها على البطاقات الائتمانية و بالتالي عدم قدرة الجزائر على مسايرة التطورات الحديثة يؤثر على قدرة البنوك على الاستمرار في ظل المنافسة الشديدة التي يشهدها القطاع البنكي العربي و العالمي، و لكن رغم ذلك تسعى الدولة الجزائرية على استخدام و تطوير هذه التقنيات لعصرنة نشاطها المصرفي.

➤ دراسة (ماجدة، 2021) بعنوان: "العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية: دراسة حالة البنوك الجزائرية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية لدى البنوك الجزائرية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، و تكونت عينة الدراسة من 154 عميلاً تم اختيارهم بطريقة قصدية، حيث كان على المشاركين استخدام خدمة واحدة على الأقل من الخدمات المصرفية الإلكترونية، إضافة إلى المقابلات لدعم تفسير النتائج. كما تم استخدام الأساليب الإحصائية مثل معامل ارتباط بيرسون والانحدار المتعدد بالاعتماد على برنامجي SPSS و AMOS. أظهرت النتائج أن ثقة العملاء تتأثر إيجابياً بعوامل الأمان وسهولة الاستخدام وسمعة البنك وحجمه، إضافة إلى تجارب العميل السابقة وقدرته على استخدام الوسائل التكنولوجية.

➤ دراسة (محمد مفتاح، 2023) بعنوان: "العوامل المؤثرة في الاعتماد على الخدمات المصرفية الإلكترونية من وجهة نظر عملاء المصارف التجارية - حالة القطاع المصرفي الليبي".

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في اعتماد العملاء على الخدمات المصرفية الإلكترونية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، و أجريت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من 322 عميلاً، باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات. تم استخدام برنامج SPSS مع الاعتماد على الإحصاء الوصفي و اختبار الانحدار الخطي المتعدد. أظهرت النتائج أن ضعف الثقة يُعد عاملاً رئيسياً يؤثر سلباً على التبني، وأن سهولة الاستخدام تُعد عاملاً مؤثراً، مع وجود مخاوف واضحة لدى العملاء من المخاطر الأمنية المرتبطة باستخدام هذه الخدمات.

➤ دراسة (سراي جبر، 2024) بعنوان: "تأثير التكنولوجيا على تطور الخدمات المصرفية والمالية في العالم العربي: دراسة تجربة مصر والكويت".

هدفت الدراسة إلى بحث تأثير التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية التقليدية، ودورها في تقديم خدمات جديدة، وزيادة حجم النشاط المصرفي، من خلال تحليل تجربة كل من مصر والكويت. اعتمد البحث على المنهج الوصفي والتحليلي في جمع البيانات ودراسة تجارب الدول العربية، بالاعتماد على الدراسات السابقة، والنشرات الصادرة عن المصارف المركزية العربية، وتحليل التقارير الرسمية، وأظهرت النتائج أن التكنولوجيا المالية ساهمت في تطوير الخدمات المصرفية، وزيادة الشمول المالي، وتحسين كفاءة الأداء المصرفي في كلا البلدين.

➤ دراسة (احمد و وسام، 2025) بعنوان: "العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية من قبل معتمدي البنوك الفلسطينية في فلسطين".

هدفت الدراسة إلى التعرف على محددات استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت من وجهة نظر معتمدي البنوك الفلسطينية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وجمعت البيانات باستخدام الاستبيان وتم استخدام أسلوب العينة القصدية حيث بلغت 337 استبانة صالحة من جميع موظفي البنوك الفلسطينية. تم الاعتماد على حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف ودرجة التقدير. وأظهرت النتائج أن استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية لدى العملاء كان مرتفعاً في حين كان تقييمهم لها متوسطاً كما لم تظهر فروق معنوية في أغلب المتغيرات الديموغرافية بالمقابل ظهرت بعض الفروق في جوانب محددة مثل التواصل البشري والسرية المصرفية.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

➤ دراسة (Priyangika and all, 2015) بعنوان "Customer Attitude And

Intention Towards Internet Banking: A Case Of Lisensed

"Commercial Banks In COLOMBO District, SRI LANKA

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل اتجاهات العملاء ونواياهم نحو استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في البنوك التجارية المرخصة بمنطقة كولومبو في سريلانكا، وذلك من خلال المنهج الكمي، اعتمد على الاستبيان وزرع على 120 عميلاً من ستة بنوك. تركزت الدراسة على أربعة عوامل مؤثرة في اتجاه العملاء، وهي: سهولة الاستخدام المتصورة، والمنفعة المتصورة، والمخاطر المتصورة، والمعايير الذاتية. وأظهرت النتائج أن سهولة الاستخدام والمنفعة المتصورة لهما تأثير إيجابي قوي على اتجاه العملاء، في حين لم يكن لكل من المخاطر المتصورة والمعايير الذاتية تأثير مهم.

كما بيّنت النتائج وجود علاقة سلبية غير دالة إحصائيًا بين الاتجاه ونية الاستخدام، مما يدل على أن معظم العملاء ما زالوا يفضلون القنوات المصرفية التقليدية رغم امتلاكهم اتجاهات إيجابية نحو الخدمات المصرفية عبر الإنترنت.

➤ دراسة (Jenkis and Hesami, 2020) بعنوان: "Factors affecting

"Internet Banking Adoption-An Application of Adaptive Lasso

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في تركيا، حيث بيّنت أن هذا التبني يتأثر بمجموعة من العوامل الديموغرافية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، باستخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة عشوائية من عملاء البنوك التجارية، حيث بلغت العينة 425 عميلًا، تم استبعاد 25 استبيانًا غير صالح، ليتم الاعتماد على 400 استبيان صالح للتحليل. كما تم تحليل البيانات باستخدام نموذج Adaptive LASSO، الذي يُستخدم لتحديد أهم المتغيرات المؤثرة. وتوصلت الدراسة إلى أن من أبرز العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية عبر الإنترنت: العمر، والدخل، ومستوى التعليم، والثقة، وتعدد الخيارات، والتعود.

➤ دراسة (Nour El Houda and al, 2022) بعنوان: "The Evolution Of

Digital Wallets Ecosystems: A Comparative Analytical Study Of The Experience Of India And Pakistan Towards Financial "Inclusion During 2010-2022

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تطور أنظمة المحافظ الرقمية في كلٍّ من الهند وباكستان، وبيان دورها في تعزيز الشمول المالي خلال الفترة 2010-2022، من خلال إبراز الفروقات بين التجربتين. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المقارن التحليلي، بالاستناد إلى بيانات ثانوية مستمدة من تقارير دولية ورسمية، دون الاعتماد على عينة ميدانية. حيث تم استخدام تقارير البنك الدولي، وبنك الاحتياطي الهندي، وبنك الدولة الباكستاني كمصادر رئيسية للبيانات. كما تم تحليل هذه البيانات باستخدام أسلوب التحليل المقارن، من خلال دراسة مؤشرات مثل معدلات اعتماد المحافظ الرقمية، حجم المعاملات، ومستوى الشمول المالي في كلا البلدين. وتوصلت الدراسة إلى أن الهند حققت نموًا ملحوظًا في اعتماد المحافظ الرقمية وتحسين الشمول المالي، ويرجع ذلك إلى البيئة التنظيمية الداعمة، ومبادرات الدولة في التثقيف المالي، وتطور المنصات الرقمية الوطنية، إضافة إلى دور ابتكارات القطاع الخاص. في المقابل، شهدت باكستان نموًا تدريجيًا، رغم وجود بعض التحديات مثل الفجوات بين الجنسين، وضعف البنية التحتية، وبعض القيود التنظيمية.

➤ دراسة (Trang and all,2022) بعنوان: "The Impact of Digital Transformation on Performance Evidence from Vietnamese Commercial Banks (A Quantitative Study)"

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر التحول الرقمي على الأداء المالي والتشغيلي للبنوك التجارية في فيتنام، من خلال دراسة العلاقة بين تبني التقنيات الرقمية وتحسين مؤشرات الأداء الأساسية، إضافة إلى تحديد العوامل التي تسهم في تعزيز الكفاءة التشغيلية. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، بالاستناد إلى بيانات ثانوية خاصة بالبنوك التجارية الفيتنامية، دون الاعتماد على عينة ميدانية أو أدوات مثل الاستبيان أو المقابلة، حيث تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية لدراسة العلاقة بين متغيرات التحول الرقمي والأداء. وأظهرت النتائج أن للتحول الرقمي تأثيرًا إيجابيًا واضحًا على الأداء المالي والتشغيلي للبنوك، من خلال تحسين الكفاءة وتعزيز جودة الخدمات المصرفية. كما بيّنت أن تحقيق الاستفادة المثلى من التحول الرقمي يتطلب استثمارات كبيرة في البنية التحتية التكنولوجية، إلى جانب تطوير مهارات الموارد البشرية عبر التدريب والتأهيل لمواكبة استخدام التقنيات الحديثة والتغلب على تحديات التحول.

➤ دراسة (Sugihyanto and Arjah,2023) بعنوان: "The Effect of Digital Banking, digital Transformation on the Efficiency of Commercial Banks in Indonesia (A Quantitative Study)"

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مستوى كفاءة البنوك التجارية في إندونيسيا في ظل تبني التقنيات المصرفية الرقمية واستراتيجيات التحول الرقمي، مع التركيز على قياس أثر هذه الخدمات على الأداء العام للبنوك. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، بالاستناد إلى بيانات ثانوية خاصة بالبنوك التجارية في إندونيسيا، دون الاعتماد على عينة ميدانية أو أدوات مثل الاستبيان أو المقابلة، حيث تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية لدراسة أثر التحول الرقمي والخدمات المصرفية الرقمية على كفاءة البنوك. وأظهرت النتائج أن للتحول الرقمي واعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية تأثيرًا إيجابيًا واضحًا في رفع كفاءة البنوك التجارية، من خلال تحسين جودة الخدمات وتقليل التكاليف التشغيلية. كما لخصت الدراسة مجموعة من التوصيات الموجهة لصناع القرار المصرفي، بهدف دعم تبني التحول الرقمي وتطوير القطاع المصرفي بما يعزز الأداء العام ويزيد من القدرة التنافسية في البيئة المصرفية الحديثة.

➤ دراسة (Ntswaki,2023) بعنوان Understanding The factors Influencing Adoption of Digital Banking in Emerging Markets: The Role of Perception and Personality Antecedents

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل الرئيسية المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية الرقمية في الأسواق الناشئة، مع التركيز على جنوب أفريقيا، في ظل التحول المتسارع نحو الرقمنة في القطاع المصرفي وما يصاحبه من فرص وتحديات. وقد استندت الدراسة إلى إطار الجاهزية الإلكترونية الذي يدمج بين نظرية انتشار الابتكار والثقة في التكنولوجيا، إضافة إلى مؤشر الجاهزية التكنولوجية لقياس مدى استعداد المستهلكين لاستخدام القنوات المصرفية الرقمية. واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، حيث تم جمع البيانات باستخدام الاستبيان كأداة رئيسية، وُزّع وفق أسلوب العينة المتسلسلة (كرة الثلج)، حيث بلغ عدد الاستجابات الصالحة للتحليل 338 استجابة. كما تم تحليل البيانات باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) لاختبار الفرضيات المقترحة. وأظهرت النتائج أن تبني الخدمات المصرفية الرقمية يتأثر إيجابياً بعدة عوامل، من أبرزها: الميزة النسبية، وقابلية الملاحظة، والتفاؤل تجاه التكنولوجيا، والابتكار، بالإضافة إلى الشعور بعدم الأمان.

➤ دراسة (Norbaya and al, 2023) بعنوان Digital Banking Adoption Intention Model in Malisia : A pilot Study

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في نية اعتماد الخدمات المصرفية الرقمية بين أصحاب الحسابات البنكية في ماليزيا، بالاعتماد على النظرية الموسعة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT2) وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، حيث أجريت دراسة تجريبية على عينة مكونة من 55 فرداً من أصحاب الحسابات البنكية في منطقة وادي كلانغ. كما تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات. وتم تحليل البيانات باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية بطريقة المربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM)، بهدف اختبار نموذج القياس والتحقق من العلاقات بين المتغيرات. وشملت المتغيرات المستقلة: توقع الأداء، توقع الجهد، التأثير الاجتماعي، الظروف الميسرة، الدافع الترفيهي، وقيمة السعر، بينما تم قياس نية الاعتماد عبر عدة مؤشرات. كما تم التحقق من صدق وثبات أدوات القياس من خلال اختبارات التحميل العالمي، والموثوقية المركبة، ومتوسط التباين المستخرج، والصدق التمييزي. وأظهرت النتائج أن هذه العوامل تؤثر بدرجات متفاوتة على نية اعتماد الخدمات المصرفية الرقمية، مما يؤكد أهمية فهم سلوك المستخدمين عند تطوير استراتيجيات التحول الرقمي في القطاع المصرفي.

المطلب الثالث: القيمة المضافة

➤ أوجه التشابه:

تتفق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة، العربية والأجنبية، في تناولها لموضوع الخدمات المصرفية الرقمية واتجاهات العملاء نحو استخدامها. كما تشترك مع الأدبيات السابقة في التركيز على دراسة العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية الرقمية مثل سهولة الاستخدام، مستوى الأمان، الثقة في المعاملات الإلكترونية، وجودة الخدمات المقدمة.

➤ أوجه الاختلاف:

تتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة من حيث مجالها التطبيقي، إذ تركز بشكل خاص على الخدمات المصرفية في الجزائر وتحديدًا في مدينتي عين تيموشنت و مستغانم. والتي لا تزال الدراسات فيها محدودة نسبياً وخاصة بالنسبة لنية تبني هاته الخدمات، كما أن هاته الدراسة حديثة.

خلاصة الفصل:

خصّص هذا الفصل لتقديم الإطار المفاهيمي والنظري الشامل حول العوامل المؤدية إلى تبني الخدمات المصرفية الرقمية، حيث تم من خلاله ضبط المفاهيم الأساسية والأدوات والأهمية المرتبطة بهذه الخدمات مع إبراز دورها في ترقية الأداء المصرفي وتلبية تطلعات العملاء وتوفير الوقت والجهد. كما تم التعرف على الأبعاد السلوكية والتقنية المفسرة لنية التبني والمتمثلة في الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، الظروف الميسرة، بالإضافة إلى عامل الحماية، لينتهي الفصل باستعراض مجموعة من الأدبيات والدراسات السابقة التي أكدت وجود توافق بحثي حول الأثر المباشر لهذه العوامل على سلوك العميل ونواياه في التبني.

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية لعملاء بعض
البنوك في مدينتي عين تموشنت و
مستغانم

تمهيد:

بعد التطرق في الفصل الأول إلى الإطار النظري لموضوع الدراسة، يأتي هذا الفصل كامتداد تطبيقي له، حيث يتم الانتقال من الجانب النظري إلى الجانب الميداني، من خلال دراسة واقع تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين، ومحاولة إبراز أهم العوامل المؤثرة في ذلك. وفي هذا السياق، يهدف هذا الفصل إلى عرض مختلف الجوانب التطبيقية للدراسة، من خلال تحليل المعطيات الميدانية ومناقشة النتائج المتوصل إليها، بما يسمح بفهم سلوك العملاء تجاه هذه الخدمات.

وعليه، سيتم تقسيم هذا الفصل على النحو التالي: المبحث الأول منهجية الدراسة، المبحث الثاني تحليل ومناقشة النتائج

المبحث الأول: منهجية الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى إظهار مدى تأثير بعض العوامل على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين، ولتحقيق هدف هذه الدراسة اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي، عبر استخدام الأسلوب المتضمن للعديد من الطرق و المعالجات الإحصائية ذات علاقة بموضوع الدراسة، و كذا استعراض مختلف النتائج المتحصل عليها من أفراد العينة.

المطلب الأول: مجتمع وعينة وحدود ومتغيرات الدراسة

❖ مجتمع و عينة الدراسة:

- **مجتمع الدراسة:** يشتمل مجتمع دراستنا على جميع عملاء البنوك الجزائرية.
- **عينة الدراسة:** لأخذ العينة تم استعمال طريقة العينات الغير احتمالية و تحديدا طريقة العينة الملائمة (Convenience sampling)، وهذا النوع من تقنيات أخذ العينات يختار بناءً على سهولة وصول الباحث إليها.

❖ حدود الدراسة:

- **البعد المكاني:** اقتصرت الدراسة على عينة مكونة من 55 فرد من عملاء بعض البنوك الجزائرية المتواجدة في مدينتي عين تيموشنت و مستغانم
- **البعد الزمني :** اقتصرت مدة توزيع الاستبيانات في الفترة الممتدة من 24/03/2026 إلى 31/03/2026

❖ متغيرات الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى متغيرين المتغير المستقل و المتغير التابع:

- **المتغير المستقل:** هناك 4 عوامل مستقلة في هاته الدراسة وهي الأداء المتوقع، الجهد المتوقع ، الظروف الميسرة و الحماية. و قد اشتملت على 15 سؤال (انظر الملحق رقم 01).
- **المتغير التابع:** وهو نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية و قد اشتمل على 4 أسئلة (انظر الملحق رقم 01).

المطلب الثاني: الأدوات المستعملة لجمع و تحليل البيانات

يشتمل هذا المطلب طريقة جمع البيانات و كذا أدوات جمع البيانات و البرامج المستخدمة في معالجة المعطيات:

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

أ-البيانات الأولية: في الجانب الميداني، تم توزيع الاستبيان بهدف جمع البيانات الضرورية المتعلقة بموضوع البحث.

• بيانات الاستبيان: قمنا بصياغة الاستبيان بناء على الدراسات السابقة

للموضوع (انظر الملحق رقم 1) و تم تقسيمه كالآتي:

○ المحور الأول: تتضمن متغيرات الدراسة الأساسية التي من خلالها

يتم استطلاع آراء أفراد العينة محل الدراسة يشمل على 19 عبارة تقييمية، مقسمة حسب مجالات الدراسة.

○ المحور الثاني: يحتوي على الخصائص العامة لعينة الدراسة و التي

تتمثل في الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة.

-نشير إلى عبارات الاستبيان مأخوذة من دراسة (Nguyen and al ,2020)

✓ المقياس المستعمل في الاستبيان: وفق هذه الدراسة تم الاعتماد على

مقياس ليكرت الخماسي لتحليل البيانات التي تم جمعها، و الذي بدوره يعتبر احد أهم أدوات القياس الكمية المستخدمة في البحوث العلمية.

الجدول رقم(01) مقياس ليكرت الخماسي

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

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على دراسة (Joshi and Pal ,2015, P 400)

ب-البيانات الثانوية: تمت مراجعة الأطروحات و المقالات و التقارير و مواقع الانترنت الموثوقة باللغتين العربية و الانجليزية المتعلقة بموضوع الدراسة.

❖ الأدوات المستخدمة في تحليل البيانات:

تم استعمال طريقة الانحدار الخطي المتعدد لاختبار الفرضيات. كما تم استعمال البرنامج الإحصائي SPSS Version 27 لتحليل البيانات.

المبحث الثاني: تحليل و مناقشة النتائج

المطلب الأول: وصف خصائص العينة

فيما يلي عرض النتائج المتحصل عليها لوصف خصائص عينة الدراسة تبعا للمتغيرات الشخصية و ذلك باستخدام التحليل الوصفي المتمثل في التكرارات و النسب المئوية.

- **التوزيع حسب النوع:** فيما يلي عرض توزيع أفراد الدراسة حسب النوع و هذا موضح من خلال الجدول و الشكل المواليين

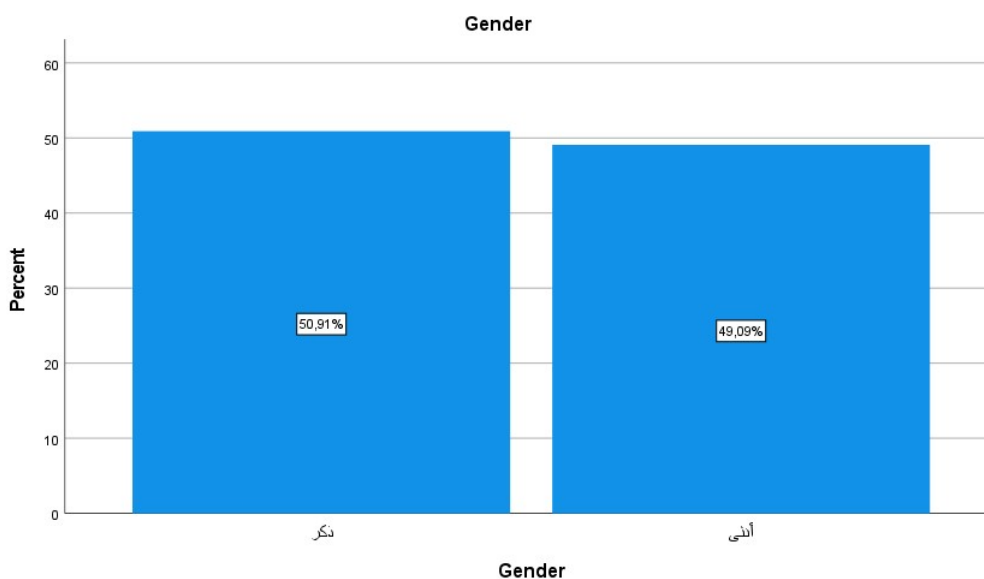
الجدول رقم(02) توزيع أفراد العينة حسب طبيعة النوع

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	28	50,9%
أنثى	27	49,1%
المجموع	55	100%

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

و يمكن توضيح معطيات الجدول رقم (02) في الشكل الآتي:

الشكل رقم (02) توزيع أفراد العينة حسب طبيعة النوع



المصدر: مخرجات برنامج SPSS V27

الفصل الثاني

نلاحظ من خلال الجدول رقم(02) و الشكل رقم(01) أن نسبة 50,9% من أفراد العينة هي ذكور، و نسبة 49,1% من أفراد العينة هي إناث و عليه نسبة الذكور و الإناث متقاربة فيما بينها.

التوزيع حسب العمر: تم تقسيم الشرائح العمرية لمفردات العينة بين

(26 إلى 35 سنة) و بين (36 إلى 45 سنة) و (أكثر من 45 سنة) ، كما هو مبين في الجدول التالي :

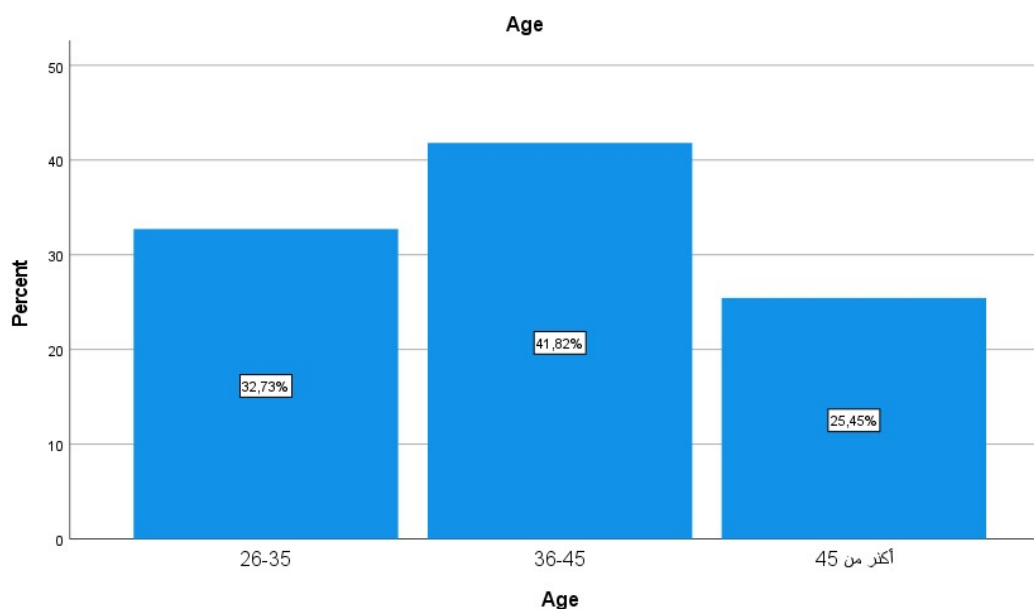
الجدول رقم(03) توزيع أفراد العينة حسب العمر لعينة الدراسة

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
26-35	18	32,7%
36-45	23	41,8%
أكثر من 45	14	25,5%
المجموع	55	100%

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

و يمكن توضيح توزيع أفراد العينة حسب العمر من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم(03) توزيع أفراد العينة حسب العمر لعينة الدراسة



المصدر: مخرجات SPSS V27

الفصل الثاني

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه و الشكل التابع له أن اكبر فئة مساهمة في العينة المدروسة تلك التي يتراوح عمرها بين (36-45 سنة) بنسبة 41,8%، تليها الفئة العمرية (26-35 سنة) بنسبة 32,7%، و من ثم تأتي الفئة الأكثر من 45 بنسبة 25,5%

• توزيع الأفراد حسب المستوى التعليمي:

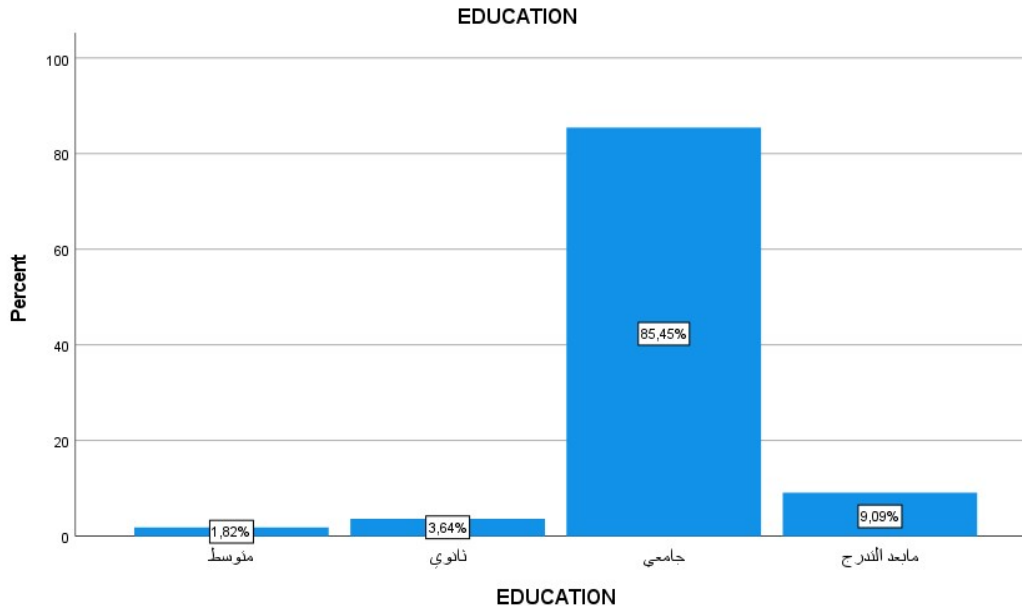
الجدول رقم(04) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
متوسط	1	1,8%
ثانوي	2	3,6%
جامعي	47	85,5%
ما بعد التدرج	5	9,1%
المجموع	55	100%

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

و يمكن توضيح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم(04)توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: مخرجات SPSS V27

نلاحظ من خلال الجدول و الشكل أعلاه أن اكبر نسبة من أفراد العينة و التي قدرت ب 85,5% لديهم مستوى الجامعي، يليها مستوى ما بعد التدرج بنسبة 9,1%، يليها المستوى الثانوي بنسبة 3,6%، و من ثم المستوى المتوسط بنسبة 1,8%.

• توزيع أفراد العينة حسب المهنة:

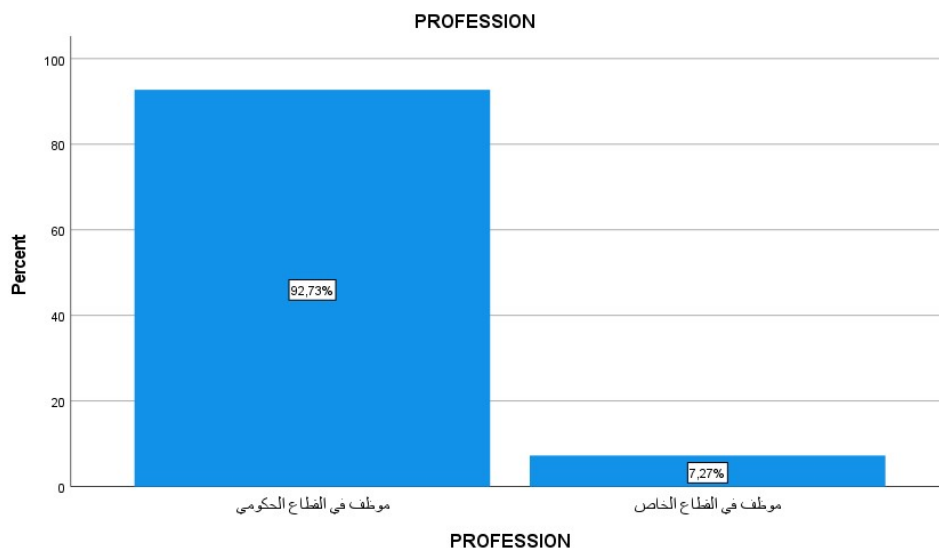
الجدول رقم(05)توزيع أفراد العينة حسب المهنة

المهنة	التكرار	النسبة المئوية
موظف في القطاع الخاص	51	92,7%
موظف في القطاع العام	4	7,3%
المجموع	55	100%

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

و يمكن توضيح معطيات الجدول رقم(05)في الشكل التالي:

الشكل رقم(05) توزيع أفراد العينة حسب المهنة



المصدر: مخرجات SPSS V27

من خلال الجدول رقم(05) و الشكل رقم(04) نلاحظ أن اكبر نسبة أفراد العينة و التي قدرت ب 92,7% تمثلت في الموظف في القطاع الحكومي تليها نسبة 7,3% لموظف في القطاع الخاص

المطلب الثاني: تحليل النتائج واختبار الفرضيات

(1) ثبات الاستبيان:

من خلال تطبيق البرنامج الإحصائي (SPSS V27) تم إجراء اختبار الثبات لإجابات العينة المدروسة و حصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم(06) ثبات الاستبيان

البيان	عدد العبارات	درجة معامل ألفا كرونباخ
جميع محاور الاستبيان	19	0,892

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن قيمة ألفا كرونباخ قد بلغت 0,892 و هي مرتفعة و هذا ما يدل على أن المقياس بعباراته 19 يتمتع بالثبات، حيث يجب أن يكون أكبر من 0,7 و هو الحد الأدنى المقبول لقيمة معامل ألفا كرونباخ(أنظر الملحق رقم02).

(2) ارتباط الاستبيان:

الجدول رقم(07) الارتباط ما بين المتغيرات

الحماية	الظروف الميسرة	الجهد المتوقع	الأداء المتوقع	نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية		
0,598	0,504	0,341	0,268	1,000	نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية	معامل بيرسون
0,240	0,239	0,396	1,000	0,268	الأداء المتوقع	
0,477	0,636	1,000	0,396	0,341	الجهد المتوقع	
0,559	1,000	0,636	0,239	0,504	الظروف الميسرة	
1,000	0,559	0,477	0,240	0,598	الحماية	
0,000	0,000	0,005	0,024	-	نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية	القيمة الاحتمالية SIG
0,039	0,039	0,001	-	0,024	الأداء المتوقع	
0,000	0,000	-	0,01	0,005	الجهد المتوقع	
0,000	-	0,000	0,039	0,000	الظروف الميسرة	
-	0,000	0,000	0,039	0,000	الحماية	

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

يتبين من خلال الجدول أعلاه:

- وجود ارتباط إيجابي ذو دلالة إحصائية بين الأداء المتوقع و نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0,268) و بلغت القيمة الاحتمالية SIG (0,024) و هي اصغر من 5%
- وجود ارتباط ايجابي ذو دلالة إحصائية بين الجهد المتوقع و نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0,341) و بلغت القيمة الاحتمالية SIG (0,005) و هي اصغر من 5%
- وجود ارتباط إيجابي ذو دلالة إحصائية بين الظروف الميسرة و نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0,504) و بلغت القيمة الاحتمالية SIG (0,000) و هي اصغر من 5%

الفصل الثاني

- وجود ارتباط إيجابي ذو دلالة إحصائية بين الحماية و نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية حيث بلغت قيمة معامل بيرسون (0,598) و بلغت القيمة الاحتمالية SIG (0,000) و هي اصغر من 5%
(3) القدرة التفسيرية النموذجية:

الجدول رقم(08) معامل الارتباط و معامل التحديد المعدل للنموذج

معامل الارتباط	معامل التحديد R^2	معامل التحديد المعدل R^2	الخطأ المعياري
0,646	0,417	0,370	0,31531

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (0,417) مما يدل أن المتغيرات المستقلة (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، الظروف الميسرة، الحماية) تفسر معاً ما نسبته 41,7% من التباين في المتغير التابع (نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية)، أما النسبة المتبقية و المقدرة بـ 58,3% تعود إلى عوامل أخرى لم يتم تناولها في دراستنا. و فيما يخص معامل التحديد المعدل R^2 فكانت قيمته مساوية لـ (0,370) و هذا معناه أنه لو كررنا الدراسة عدة مرات على عينات مأخوذة من نفس المجتمع فإن المتغيرات المستقلة (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، الظروف الميسرة، الحماية) ستفسر معاً ما نسبته 37% من التباين في المتغير التابع (نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية)(أنظر الملحق رقم 02)

المتغيرات التي تم إدخالها:

الجدول رقم(09) المتغيرات التي تم إدخالها و إزالتها

النموذج	المتغيرات التي تم إدخالها	المتغيرات التي تم إزالتها	الطريقة
1	الظروف الميسرة ،الحماية، الأداء المتوقع، الجهد المتوقع الظروف الميسرة ^b		قياسية

a: المتغير التابع النية تبني الخدمات المصرفية الرقمية

b: تم إدخال جميع المتغيرات

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

الفصل الثاني

يوضح الجدول أعلاه أن كل المتغيرات قد تم إدخالها في عملية التحليل، أي أنه لا توجد متغيرات قد تمت إزالتها. (أنظر الملحق رقم 02)

4) معنوية الانحدار تحليل التباين ANOVA:

الجدول رقم (10) تحليل التباين ANOVA

النموذج الأول	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط مجموع المربعات	F	مستوى المعنوية SI
الانحدار	3,556	4	0,889	8,942	0,000
البواقي	4,971	50	0,099	-	
الكلية	8,527	54	-	-	

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

يتضح من خلال جدول تحليل التباين (ANOVA) أعلاه أن النموذج معنوي من الناحية الكلية و ذلك بالنظر إلى قيمة F التي بلغت (8,942) و قيمة SIG التي تساوي (0,000) و هي اقل من مستوى المعنوية $\alpha=5\%$ ، و عليه فان المتغيرات الأربعة المستقلة (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع، الظروف الميسرة، الحماية) تؤثر على المتغير التابع (نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية). (أنظر الملحق رقم 02)

معنوية المعاملات تقدير معاملات النموذج و اختبارها:

الجدول رقم (11) تقدير معاملات النموذج و اختبارها

المعاملات الغير المعيارية B	الخطأ المعياري	المعاملات المعيارية Beta	قيمة T	مستوى المعنوية SIG
الحد الثابت	1,912	0,594	-	3,221
الأداء المتوقع	0,164	0,144	0,134	1,137
الجهد المتوقع	-0,099	0,131	-0,114	-0,761
الظروف الميسرة	0,188	0,099	0,288	1,902
الحماية	0,325	0,094	0,460	3,455

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

الفرضية الأولى H₁: يوجد اثر ايجابي للأداء المتوقع على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية حيث بلغت قيمة $B=0,164$ مما يدل على أن الزيادة في الأداء المتوقع يزيد من نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية، و بالنظر إلى قيمة $\text{sig}=0,261$ هي اكبر من $\alpha=5\%$ مما يعني أن هذا الأثر غير دال إحصائياً، و بالتالي لا يمكننا الجزم بوجود تأثير حقيقي للأداء المتوقع على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية.

الفرضية الثانية H₂: يوجد اثر سلبي للجهد المتوقع على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية حيث بلغت قيمة $B=-0,099$ مما يدل على أن أي الزيادة في الجهد المتوقع يؤدي إلى انخفاض جدا على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية، و بالنظر إلى قيمة $\text{Sig}=0,450$ و هي اكبر من $\alpha=5\%$ مما يعني أن هذا الأثر غير دال إحصائياً، و بالتالي لا يمكننا الجزم بوجود تأثير حقيقي للجهد المتوقع على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية.

الفرضية الثالثة H₃: يوجد اثر ايجابي للظروف الميسرة على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية حيث بلغت قيمة $B=0,188$ مما يدل على أن أي الزيادة في توفير الظروف الميسرة يؤدي إلى زيادة في نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية بنسبة، و بالنظر إلى قيمة $\text{Sig}=0,063$ و هي اكبر من $\alpha=5\%$ مما يعني أن هذا الأثر غير دال إحصائياً، و بالتالي لا يمكننا الجزم بوجود تأثير حقيقي للظروف الميسرة على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية.

الفرضية الرابعة H₄: يوجد اثر ايجابي للحماية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية حيث بلغت قيمة $B=0,325$ مما يدل على أن أي الزيادة في توفر الحماية يؤدي إلى زيادة في نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية بنسبة، و بالنظر إلى قيمة $\text{Sig}=0,001$ و هي اقل من مستوى المعنوية $\alpha=5\%$ فان هذا الأثر دال إحصائياً، و بالتالي يمكننا الاستنتاج أن الحماية تؤثر و بشكل ايجابي ذو دلالة إحصائية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية.

معادلة الانحدار الخطي المتعدد:

بهدف تحديد العلاقة بين المتغيرات المستقلة و المتغير التابع يمكن كتابة معادلة الانحدار الخطي المتعدد كما يلي:

$$Y=B_0+B_1X_1+B_2X_2+B_3X_3+B_4X_4+ \varepsilon$$

حيث:

Y: متغير تابع يمثل نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية.

X1: تمثل المتغير المستقل الأول و هو الأداء المتوقع.

X2: تمثل المتغير المستقل الثاني و هو الجهد المتوقع.

X3: تمثل المتغير المستقل الثالث و هو الظروف الميسرة .

X4: تمثل المتغير المستقل الرابع و هو الحماية.

B0: الثابت في المعادلة.

B1, B2, B3, B4: تمثل معاملات التأثير لكل من المتغيرات المستقلة.

ϵ : تمثل الخطأ العشوائي في النموذج.

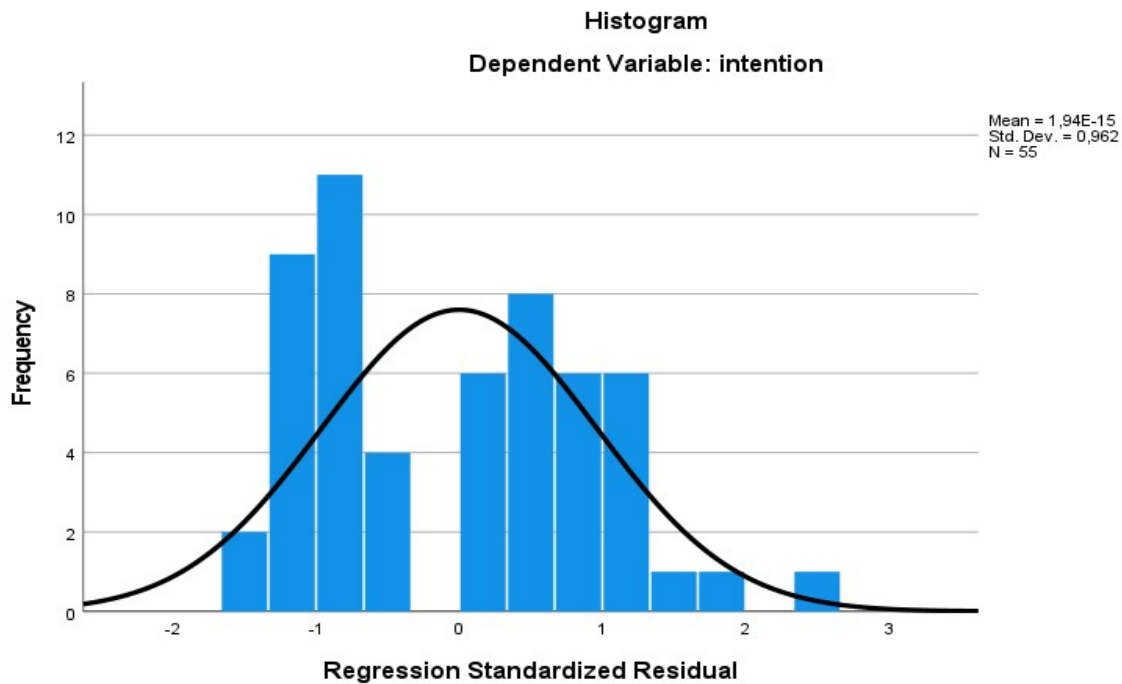
وبناءا تكون المعادلة بالشكل التالي:

$$\text{نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية} = 1.912 + 0.164 (\text{الأداء المتوقع}) - 0.099 (\text{الجهد المتوقع}) + 0.188 (\text{الظروف الميسرة}) + 0.325 (\text{الحماية}) + \epsilon$$

-أو يمكن كتابتها بالاعتماد على معاملات "Beta" المعيارية كما يلي:

$$\text{نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية} = 0.134 (\text{الأداء المتوقع}) - 0.114 (\text{الجهد المتوقع}) + 0.288 (\text{الظروف الميسرة}) + 0.460 (\text{الحماية}) + \epsilon$$

الشكل رقم(06) التوزيع الطبيعي للبواقي



المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V27

من الشكل رقم(05) يتضح أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي و هو شرط من شروط صحة إجراء الانحدار الخطي المتعدد.

المطلب الثالث: مناقشة النتائج

الجدول رقم (12): قبول أو رفض

الفرضيات	القبول أو الرفض
الفرضية H1	مرفوضة
الفرضية H2	مرفوضة
الفرضية H3	مرفوضة
الفرضية H4	مقبولة

المصدر: من إعداد الطالبتين

بناء على النتائج المتوصل إليها يمكن القول أن:

- للحماية اثر ذو دلالة إحصائية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية، و عليه تم قبول الفرضية الرابعة. و النتيجة المتوصل إليها تتوافق مع نتائج دراسة (Patel and Patel, 2018).
- الأداء المتوقع له تأثير ايجابي و لكن ليس ذو دلالة إحصائية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية، و عليه تم رفض الفرضية الأولى و النتيجة المتوصل إليها تختلف مع نتائج دراسة (Zhou et al, 2010).
- الجهد المتوقع له تأثير سلبي و ليس له دلالة إحصائية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية، و عليه تم رفض الفرضية الثانية. و النتيجة المتوصل إليها تختلف مع نتائج دراسة كل من (Riquelme and Rios, 2010) و (Gu and al, 2009).
- الظروف الميسرة لها تأثير ايجابي و لكن ليس ذو دلالة إحصائية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية، و عليه تم رفض الفرضية الثالثة و النتيجة المتوصل إليها تختلف مع نتائج دراسة كل من (Zhou and al, 2010) و (Alalwan and al, 2014).

و كإجابة على إشكالية الدراسة نجد أن الحماية هي المتغير الوحيد الذي له تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين. أما المتغيرات المستقلة الأخرى (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع و الظروف الميسرة) فتؤثر على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية ولكن التأثير غير دال إحصائيا.

ويمكن تفسير تأثير عامل الحماية فقط على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية بأن العميل الجزائري يُولي أهمية أكبر لعامل الحماية والأمان عند استخدام الخدمات المصرفية الرقمية مقارنة بعوامل الأداء المتوقع أو الجهد المتوقع. ويعود هذا التوجه إلى تزايد استخدام الإنترنت وانتشار المخاطر الإلكترونية المرتبطة بسرقة البيانات والاحتيال الرقمي، إضافةً إلى بعض الحوادث التي مست مستخدمي البطاقات البنكية. وعليه، أصبح الشعور بالأمان وحماية المعلومات الشخصية من أبرز المحددات المؤثرة في تبني هذه الخدمات واستخدامها.

خلاصة الفصل:

تم في هذا الفصل عرض نتائج الدراسة التطبيقية المتعلقة بالعوامل المؤثرة على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى عملاء البنوك، وذلك بالاعتماد على مخرجات الـ SPSS V27، والذي يوضح صدق وثبات الأداة المستخدمة، وكذا إتباع نموذج الانحدار الخطي المتعدد لتحليل كل من الفرضيات الرئيسية للدراسة، والتي تم التوصل من خلالها إلى جملة من النتائج التي تتمحور حول وجود أثر إيجابي وذو دلالة إحصائية لعامل الحماية على نية تبني الخدمات.

الخاتمة

في نهاية هذا البحث، الذي حاولنا من خلاله تسليط الضوء على "العوامل المؤدية إلى نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين"، يمكننا القول إن هذه الدراسة مكنتنا من ملامسة الواقع الفعلي للتحويل الرقمي في البنوك الجزائرية. ومن خلال تحليلنا الإحصائي للبيانات باستعمال طريقة الانحدار الخطي المتعدد، تم التوصل إلى النتائج التالية:

- أظهرت النتائج أن عامل (الحماية) يظل هو المحدد الأبرز، حيث كان له تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية.
- كما اتضح لنا المتغيرات المستقلة الأخرى (الأداء المتوقع، الجهد المتوقع و الظروف الميسرة) فتؤثر على نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية ولكن التأثير غير دال إحصائيا.

التوصيات الدراسة:

- بناء على ما توصلنا إليه من خلال النتائج المتحصل عليها في هذه الدراسة، و الذي سعيانا من خلاله نحو تقديم مجموعة من الاقتراحات التالية:
- ضرورة قيام البنوك الجزائرية بتطوير تطبيقات أكثر بساطة لتلائم كافة فئات المجتمع، مع تدعيمها بأنظمة تشفير متطورة لتعزيز مستويات الحماية و الأمان. و محاولة توظيف متخصصين في هذا المجال.
 - التركيز على تحسين (الظروف الميسرة) من خلال توفير دعم فني وتدفق الانترنت المستقر داخل الوكالات البنكية وخارجها.
 - تعزيز برامج التكوين و التدريب المستمر للموظفين لرفع كفاءتهم في استخدام التقنيات الرقمية الحديثة.
 - العمل على تطوير البنية التحتية التكنولوجية لضمان تقديم خدمات مصرفية رقمية أكثر كفاءة و سرعة.

أفاق الدراسة:

مثل كل الدراسات لا تخلو دراستنا من بعض النقائص و بناءا عليه ننصح الدراسات المستقبلية بما يلي:

- توسيع حجم العينة.
- إجراء الدراسة في عدد أكبر من المدن الجزائرية.
- إضافة متغيرات أخرى للدراسة مثل الثقافة أو الوعي الرقمي
- إجراء دراسة مقارنة بين العملاء الجزائريين وعملاء بلدان أخرى مثل مصر وتونس..الخ.
- الاعتماد على طرق وبرامج أخرى

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

أولا :المراجع باللغة العربية

1. أحمد محمد حرز الله, وسام دار سمارة. (2025). العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل معتمدي البنوك الفلسطينية في فلسطين. *مجلة الإدارة والاقتصاد*, 50(149), 105-120.
2. خولة مرسي(2025)، دور التحول الرقمي في تحسين الخدمات المصرفية دراسة حالة، أطروحة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر3
3. بن موسى اعمر, علماوي أحمد. (2020). التكنولوجيا المالية كمدخل لتطوير الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنوك العمومية-دراسة تجربة الإمارات المتحدة. *مجلة البحوث الاقتصادية والمالية*, 7(2), 176-197.
4. حافظ جعفر حسن. (2026). العوامل المؤثرة على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية السودانية. *مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا*, 22(1), 76-93.
5. ورود خالد محمد(2023)،الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال،جامعة الانبار،مجلة كلية القانون و العلوم السياسية،(10)،267-286
6. حياة نجار. (2023). تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية مطلب لتعزيز الشمول المالي: حالة الجزائر. *مجلة اقتصاد المال و الأعمال*, 7(4), 98-113
7. يوسف بلمهدي, عادل علام, أمينة خليفي. (2018). الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية-دراسة تقييمية للخدمات المصرفية الإلكترونية البنك الوطني الجزائري. *المجلة الجزائرية للأداء الاقتصادي*, 3(1), 14-32
8. دينا فايز, محمد الغباري. (2023). دورُ الذكاء الاصطناعيّ في جودة تقديم الخدمات المصرفيّة والمُنتجات الرقميّة البنكيّة. *المجلة القانونية*, 18(3), 1055-1076.
9. دريد حنان, غريب الطاوس. (2022). الصيرفة الرقمية كتوجه حديث للبنوك الجزائرية-دراسة إحصائية. *المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي*, 10(1), 598-615.

10. بللعماء أسماء, سيد اعمر زهرة. (2023). الخدمات المصرفية الرقمية ودورها في تعزيز الشمول المالي بمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا. *التكامل الاقتصادي*, 11(2), 57-72.
11. بن صالح ماجدة. (2021). *العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية-دراسة حالة البنوك الجزائرية*. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، الجزائر.
12. موساوي سليم, لعور عبد الحفيظ. (2025). التحول الرقمي للخدمات المالية في القطاع المصرفي الجزائري، بين واقع التطبيق وتحديات التطوير. *مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال*, 14(1), 30-47.
13. محمد عبد الحميد فرحان, صادق عبد الحكيم الماوري. (2017). العوامل المؤثرة في تبني العملاء للخدمات المصرفية النقالة في البنوك اليمنية: دراسة حالة بنك التسليف التعاوني والزراعي كاك بنك. *مجلة جامعة الملكة أروى*, 19(19), 05-34.
14. أ. قروي عبد الرحمان. (2018). *العوامل المؤثرة في تبني الصيرفة الإلكترونية في الجزائر من وجهة نظر الزبائن-مدينة قالمة*. *مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية*, 2(43), 269-283.
15. بوخاري فاطنة. (2020). *واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية وآليات تفعيلها في البنوك الجزائرية دراسة حالة الجزائر (2002-2017)*. *مجلة العلوم الإدارية والمالية*, 4(2), 130-153.
16. محمد مفتاح الشيخ رحيل. (2023). *العوامل المؤثرة في الخدمات المصرفية الإلكترونية من وجهة نظر عملاء المصارف التجارية: حالة القطاع المصرفي الليبي*. *مجلة البحوث الأكاديمية*, 27, 93-113.
17. سلامة زهراو جبر سراي. (2024). *تأثير التكنولوجيا على تطور الخدمات المصرفية والمالية في العالم العربي: دراسة تجربة مصر والكويت*. *مجلة واسط للعلوم الإنسانية*, 20(4), 451-468.

ثانيا :المراجع باللغة الأجنبية

1. Alalwan, A. A., Dwivedi, Y. K., & Rana, N. P. (2017). Factors influencing adoption of mobile banking by Jordanian bank customers: Extending UTAUT2 with trust. *International journal of information management*, 37(3), 99-110.
2. Alalwan, A., Dwivedi, Y. K., & Williams, M. D. (2014). Examining factors affecting customer intention and adoption of Internet banking in Jordan. In *Proceedings of United Kingdom academy of information systems UKAIS conference*.
3. Algeria Invest, 2025, Transactions électroniques en Algérie : Les chiffres clés de GIE Monétique. <https://algeriainvest.com> (acces on 23/04/2026 at 19 :38).
4. Benahmed, K, Souman, M. O, & Ouali N. (2024). The Digital Transformation In Algeria's Banking Sector: What Opportunities For The Country's Economy?. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(8), 455–461.
5. Bhatt, A., & Bhatt, S. (2016). Factors affecting customers adoption of mobile banking services. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 21(1), 1-22.
6. Bouziani, N. E. H., & Tahraoui Douma, A. (2024). The evolution of digital wallets ecosystems: A comparative analytical study of the experience of India and Pakistan towards financial inclusion during 2010-2022. *Management & economics research journal* (2)6 . 589-609.
7. Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.

8. Do, T. D., Pham, H. A. T., Thalassinou, E. I., & Le, H. A. (2022). The impact of digital transformation on performance: Evidence from Vietnamese commercial banks. *Journal of risk and financial management*, (21).01-15.
9. Gu, J. C., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2009). Determinants of behavioral intention to mobile banking. *Expert Systems with Applications*, 36(9), 11605–11616.
10. Jenkins, H., Hesami, S., & Yesiltepe, F. (2022). Factors affecting internet banking adoption: An application of adaptive LASSO. *Computers, Materials and Continua*, 72(3), 6167-6184.
11. Joshi, A., Kale, S., Chandel, S., & Pal, D. K. (2015). Likert scale: Explored and explained. *British journal of applied science & technology*, 7(4), 396-403.
12. Matlala, N. P. (2023). Understanding the factors influencing adoption of digital banking in emerging markets: the role of perception and personality antecedents. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets*, 17(2), 32-45.
13. Musaev, E., & Yousoof, M. (2015). A review on internet banking security and privacy issues in Oman. In *Proceedings of the 7th International Conference on Information Technology (ICIT 2015)*, Chiang Mai, Thailand (pp. 29-30).
14. Nguyen, T. T., Nguyen, H. T., Mai, H. T., & Tran, T. T. M. (2020). Determinants of digital banking services in Vietnam: Applying utaut2 model. *Asian Economic and Financial Review*, 10(6), 680-697
15. Patel, K. J., & Patel, H. J. (2018). Adoption of internet banking services in Gujarat: An extension of TAM with perceived security

- and social influence. *International Journal of Bank Marketing*, 36(1), 147-169.
16. Priyangika, R. D., Perera, M. S. S., & Rajapakshe, D. P. (2019). CUSTOMER ATTITUDE AND INTENTION TOWARDS INTERNET BANKING: A CASE OF LICENSED COMMERCIAL BANKS IN COLOMBO DISTRICT, SRI LANKA. *Sri Lankan Journal of Business Economics*, 8(1), 126-142.
 17. Radio Algérienne, 2026, L'e-paiement en Algérie en hausse de 46% en 2025. <https://radioalgerie.dz> (acces on 23/04/2026 at 13 :00).
 18. Rashid, S. N. M., Noranee, S., & Bahtar, A. Z. (2023). Digital banking adoption intention model in Malaysia: A pilot study. *Information Management and Business Review*, 15(3), 244-250.
 19. Riquelme, H. E., & Rios, R. E. (2010). The moderating effect of gender in the adoption of Mobile banking. *International Journal of Bank Marketing*, 28(5), 328–341.
 20. Salisbury, W. D., Pearson, R. A., Pearson, A. W., & Miller, D. W. (2001). Perceived security and World Wide Web purchase intention. *Industrial management & data systems*, 101(4), 165-177.
 21. Sugihyanto, T., & Arsjah, R. J. (2023). The effect of digital banking, digital transformation on the efficiency of commercial banks in Indonesia. *International Journal of Islamic Education, Research and Multiculturalism (IJIERM)*, 5(2), 387-408.
 22. Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G., & Davis, F. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.

23. Zhou, T., Lu, Y., & Wang, B. (2010). Integrating TTF and UTAUT to explain Mobilebanking user adoption. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 760–767

الملاحق

الملحق رقم 01 :

الاستبيان

الاستبيان

السلام عليكم دراستنا الحالية هي بعنوان العوامل المؤدية إلى تبني الخدمات المصرفية الرقمية لدى العملاء الجزائريين نرجو منكم الإجابة على هذا الاستبيان بشكل كامل علما أن هذه المعلومات لن تستخدم إلا لغرض الدراسة نشكر لكم حسن التعاون

I. يرجى وضع علامة x في الخانة المناسبة

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
الأداء المتوقع (Performance Expectancy)					
					الخدمات المصرفية الرقمية متنوعة و مفيدة لعملية
					استخدام الخدمات المصرفية الرقمية يساعدني على انجاز المهام بسرعة اكبر
					استخدام الخدمات المصرفية الرقمية سيساعدني على انجاز المهام بسهولة اكبر
					استخدام الخدمات المصرفية الرقمية سيساعدني على زيادة إنتاجيتي
الجهد المتوقع (Effort Expectancy)					
					سأجد الخدمات المصرفية الرقمية سهلة الاستخدام
					اعتقد أنني سأتعلم استخدام الخدمات المصرفية الرقمية بسرعة
					تفاعلي مع الخدمات المصرفية الرقمية واضح و مفهوم
					سيكون من السهل علي إتقان استخدام الخدمات المصرفية الرقمية
الظروف الميسرة (Facilitating Conditions)					
					أملك الموارد اللازمة لاستخدام الخدمات المصرفية الرقمية

					املك المعرفة اللازمة لاستخدام الخدمات المصرفية الرقمية
					الخدمة المصرفية الرقمية متوافقة مع التقنيات الأخرى التي استخدمها
					احصل على المساعدة من الآخرين عندما أواجه صعوبات في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية
الحماية (Security)					
					اشعر بالاطمئنان عند إجراء المعاملات المصرفية الرقمية
					اعتقد أن معلوماتي الشخصية ستكون محمية عند استخدام الخدمات المصرفية الرقمية
					اعتقد أن المعاملات المصرفية الرقمية يمكن إجرائها بدقة
نية تبني الخدمات المصرفية الرقمية (Intention to adopt digital Banking services)					
					سأستخدم الخدمات المصرفية الرقمية عندما تتوفر لدي الظروف المناسبة
					اعتقد أنني سأستمر في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية
					سأستخدم المزيد من الخدمات المصرفية الرقمية في المستقبل
					سأعرف الآخرين بالتأكيد على الخدمات المصرفية الرقمية

II. نرجو الإجابة على الأسئلة التالية بوضع x في الخانة المناسبة

1. الجنس

- ذكر ☐

- أنثى ☐

2. العمر

- 18-25 ☐

- ☐ 26- 35

- ☐ 36- 45

- أكثر من 45 سنة ☐

3. المستوى التعليمي

- ابتدائي ☐

- متوسط ☐

- ثانوي ☐

- ما بعد التدرج ☐

4. المهنة

- موظف في القطاع الحكومي ☐

- موظف في القطاع الخاص ☐

- أخرى مع التحديد ☐

ملحق رقم 02 : مخرجات الـ V27SPSS

Gender

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	28	50,9	50,9	50,9
	أنثى	27	49,1	49,1	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

Age

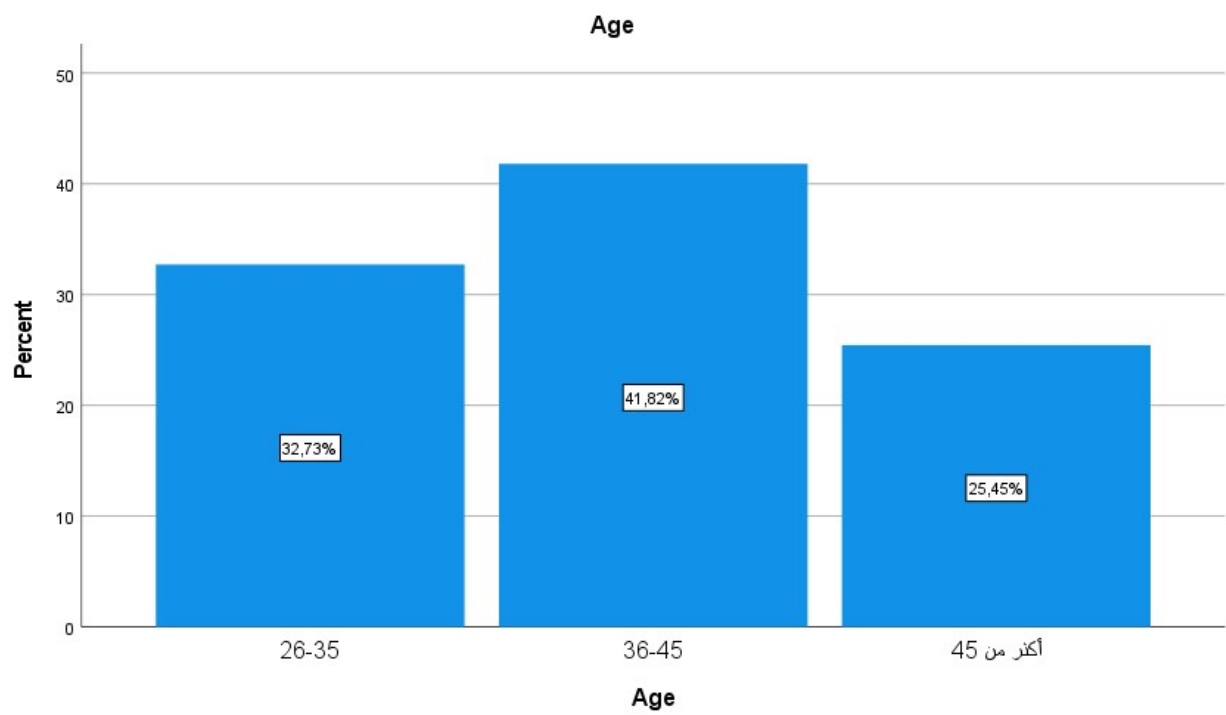
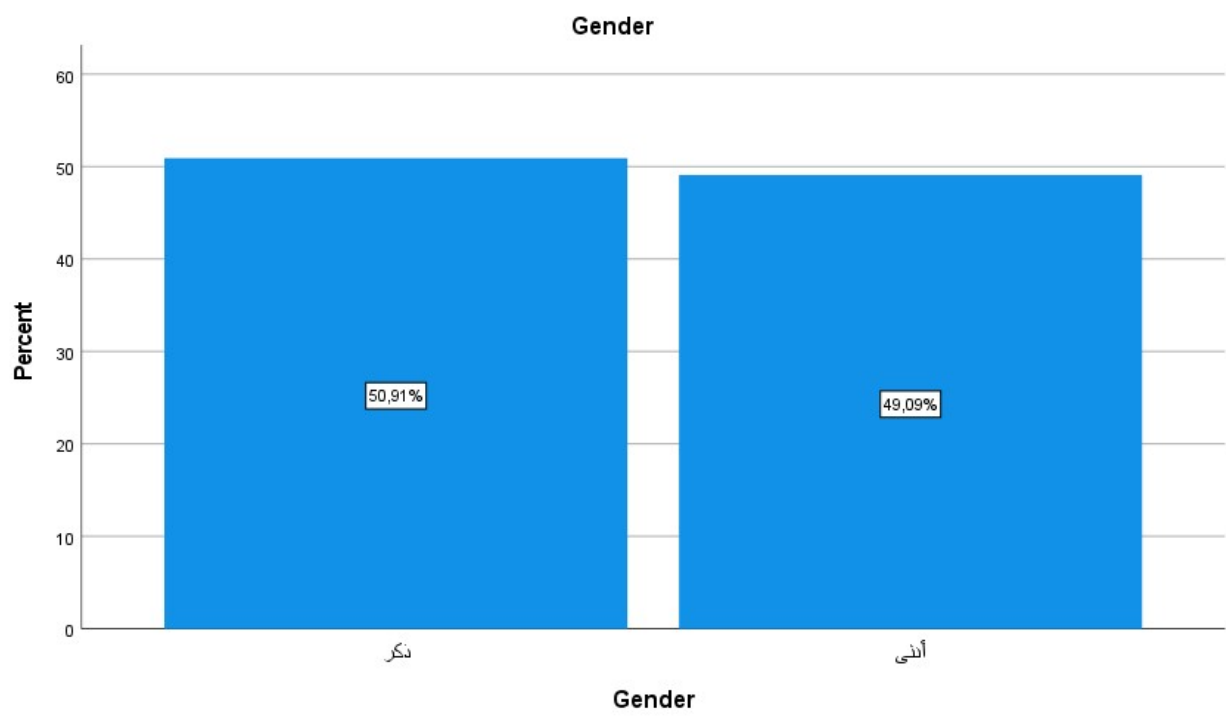
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	26-35	18	32,7	32,7	32,7
	36-45	23	41,8	41,8	74,5
	أكثر من 45	14	25,5	25,5	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

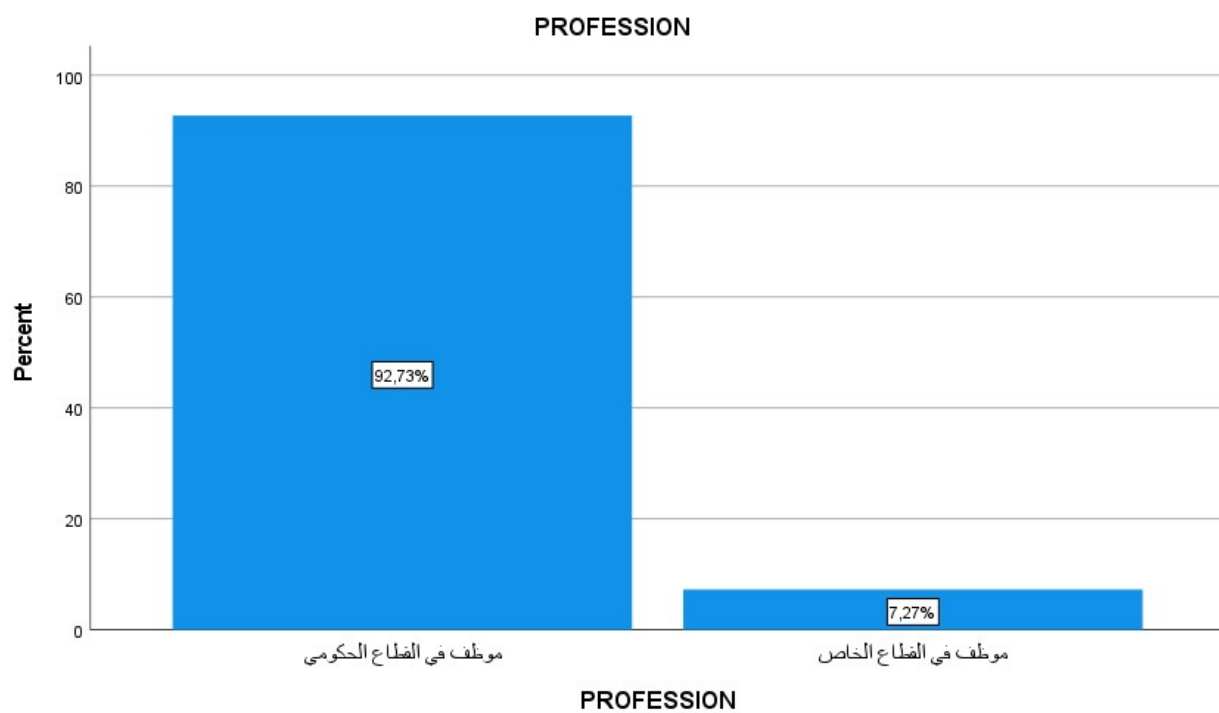
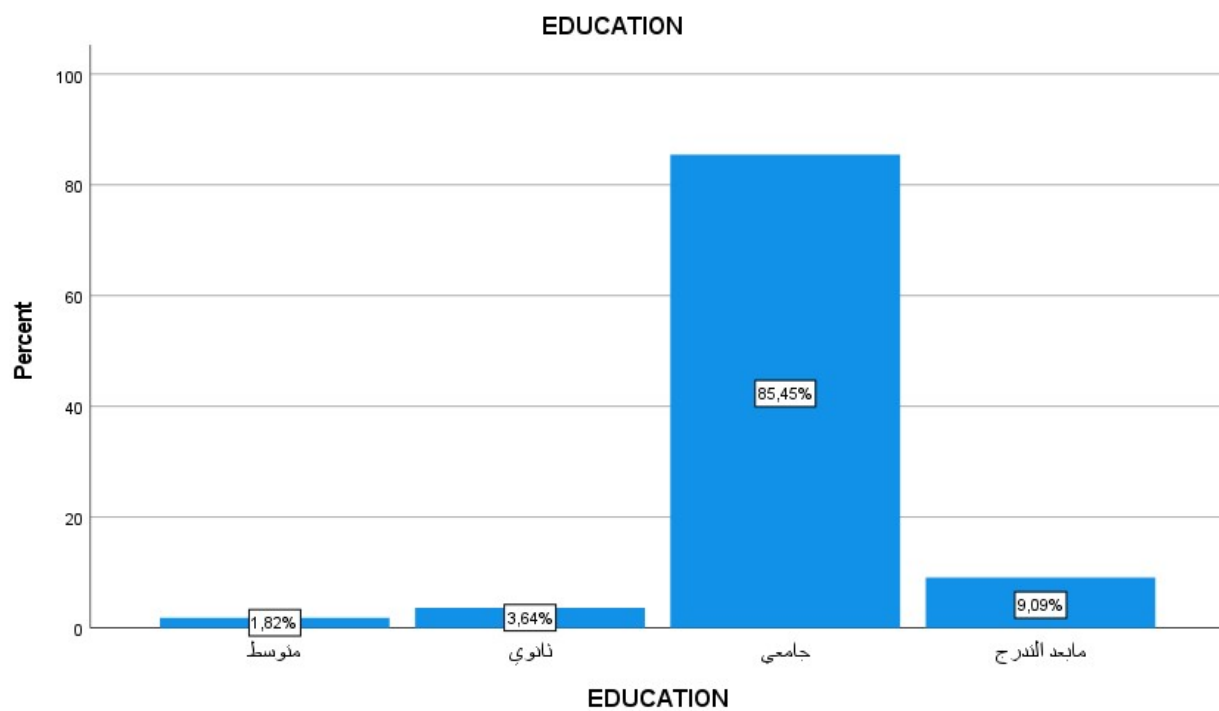
EDUCATION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	متوسط	1	1,8	1,8	1,8
	ثانوي	2	3,6	3,6	5,5
	جامعي	47	85,5	85,5	90,9
	ما بعد التدرج	5	9,1	9,1	100,0
	Total	55	100,0	100,0	

PROFESSION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موظف في القطاع الحكومي	51	92,7	92,7	92,7
	موظف في القطاع الخاص	4	7,3	7,3	100,0
	Total	55	100,0	100,0	





Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,892	19

Correlations

		intention	performance	effort	conditions	Security
Pearson Correlation	intention	1,000	,268	,341	,504	,598
	performance	,268	1,000	,396	,239	,240
	effort	,341	,396	1,000	,636	,477
	conditions	,504	,239	,636	1,000	,559
	security	,598	,240	,477	,559	1,000
Sig. (1-tailed)	intention	.	,024	,005	,000	,000
	performance	,024	.	,001	,039	,039
	effort	,005	,001	.	,000	,000
	conditions	,000	,039	,000	.	,000
	security	,000	,039	,000	,000	.
N	intention	55	55	55	55	55
	performance	55	55	55	55	55
	effort	55	55	55	55	55
	conditions	55	55	55	55	55
	security	55	55	55	55	55

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	security, performance, effort, conditions ^b		Enter

a. Dependent Variable: intention

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,646 ^a	,417		,31531

a. Predictors: (Constant), security, performance, effort, conditions

b. Dependent Variable: intention

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3,556	4	,889	8,942	,000 ^b
Residual	4,971	50	,099		
Total	8,527	54			

a. Dependent Variable: intention

b. Predictors: (Constant), security, performance, effort, conditions

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Beta		
1 (Constant)	1,912		3,221	,002
performance	,164	,134	1,137	,261
effort	-,099	-,114	-,761	,450
conditions	,188	,288	1,902	,063
security	,325	,460	3,455	,001

a. Dependent Variable: intention

