



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عين تموشنت - بلحاج بوشعيب-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

تخصص مالية المؤسسة



العوامل المؤثرة على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي في العلوم المالية والمحاسبة

تحت إشراف الأستاذ:

➤ د. زايدي أوسامة شهاب

من إعداد الطالبتان:

➤ بوداود فاطمة زهرة

➤ بودرييلة هوارية

مقدمة أمام لجنة المناقشة المكونة من :

الأستاذة: بن طوير نعيمة رئيسا

الأستاذ : زايدي أوسامة شهاب مشرفا

الأستاذة : بلغزلي جهاد ممتحنا

السنة الدراسية: 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر والتقدير

بكل فخر واعتزاز نحمد الله سبحانه وتعالى الذي وفقني واعانني على اتمام هذا العمل المتواضع والذي يمثل ثمره سنوات من الجد والاجتهاد اتوجه بخالص الشكر والامتنان الى الاستاذ "زايدى أوسامة شهاب" المشرف على هذه المذكرة لما بدله من جهد وما قدمه من توجيهات علمية دقيقة وملاحظات بناء ساهمت بشكل كبير في انجاح هذا البحث كما اتقدم بجزيل الشكر الى كافة اساتذة قسم مالية مؤسسة في "كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير" لما قدموه لنا من علم ومعرفة ولما بدلوه من جهد خلال مسيرتنا الدراسية ولا يسعني الا ان اتني على الدعم المعنوي والمادي الذي تلقينته من اسرتي الكريمة فلولا صبرهم وتشجيعهم المستمر لما تمكنت من المدي قدما واخيرا اشكر كل من ساعدني ولو بكلمه خلال الانجاز هذا العمل من زملاء واصدقاء وكل من كان له فضل فلکم مني كل التقدير والاحترام

الإهداء

﴿وَقُلْ رَبِّ أَدْخِلْنِي مُدْخَلَ صِدْقٍ وَأَخْرِجْنِي مُخْرَجَ صِدْقٍ وَاجْعَلْ لِي مِنْ لَدُنْكَ سُلْطَانًا نَصِيرًا﴾

سورة الإسراء، الآية 80

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبتوفيقه تُنال الغايات، وبه نستعين في كل حين إلى نفسي... شكرًا لك لأنك صبرت، ناضلت، وثابرت حتى وصلت، ولأنك كنت على قدر التحدي إلى أُمي الحبيبة... يا وطن القلب، يا نبع الطمأنينة والدعاء، يا من صنعت مني هذا الحلم، لك كل الشكر والامتنان والحب.

إلى أبي العزيز... شكرًا لك على دعمك المستمر، ووقوفك إلى جانبي في صمت الواثق إلى أخي وليد الغالي... شكرًا لرفقتك، لكلماتك اللطيفة، ولوجودك الثابت الذي يُشبه الحصن إلى جدتي الغالية (أم أبي)... لك في القلب محبة لا توصف، أطال الله في عمرك، وبارك فيك، فقد كنت دائمًا الحصن الدافئ والدعاء النقي والنور في لحظات الضيق. إلى جدتي العزيزة (أم أمي)... لك في القلب محبة لا توصف، وامتنان لا يُنسى، حفظك الله وأدامك نورًا في حياتنا.

إلى جدي الكريم (أب أبي)... فخر العائلة وحكيمها، شكرًا لعطفك ودعمك ومكانتك التي لا تعوض إلى جدي الحبيب (أب أمي) رحمه الله... ستبقى حيا في دعائي وذاكرتي، وذكراك الطيبة تظل ترافقني دائمًا. إلى صديقتي العزيزة هوارية... شكرًا من القلب لروحك الجميلة، ودعمك الثمين، ووفائك الذي لا يُقدَّر بثمن. كنت الأخت حين ضاقت الدنيا.

وإلى أصدقائي الأعزاء... أنتم الزهرة التي نبتت في طريق الرحلة، أنتم من جعلتم كل محطة أطف وأجمل، لكم كل الحب، وكل الامتنان، ولكم جزء من هذا الإنجاز (أمينة ورحاب)

إليكم جميعًا، أهدي هذه المذكرة... فهي ليست مجرد إنجاز، بل امتداد لحبكم ودعواتكم.

بوداود فاطمة زهرة

الإهداء

بسم الله خالقي وميسر أموري وعصمت امري؛ لك كل الحمد والامتنان لم تكن الرحلة قصيره ولا الطريق محفوفاً بالتسهيلات لكنني فعلتها فالحمد لله الذي يسر البدايات وبلغنا النهايات بفضلته وكرمه اهدي هذا النجاح لنفسي الطموحة اولا ابتدت بطموح وانتهت بنجاح ثم الى كل من ساعي معي لإتمام هذه المسيرة دمتم لي سندا لا عمرا

وبكل حب اهدي ثمره نجاحي وتخرجي

الى من دعمني بلا حدود واعطاني بلا مقابل الا من علمني ان الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة والى من غرس في روحي مكارم الاخلاق داعمي الاول في مسيرتي وقوه من بعد الله "والدي الغالي"

اهدي تخرجي الى جنه الله في الارض

الى من كانت الداعم الاول لتحقيق طموحي الى من كانت ملجئي ويدي اليمنى في هذه المرحلة الى من ابصرت بها طريقي حياتي واعتزازي بذاتي الى القلب الحنون الى من كانت دعواتها تحيطني "امي الحبيبة"

الى ملائكة رزقنا الله بهن

لأعرف من خلاهن طعم الحياة الجميلة تلك الملائكة التي غيرنا مفاهيم الحب والصدقاة والسند في حياتي اخواتي (خديجة نبيله امينه ساره كوثر) جعلني واياكن من البارئات

الى انوار المستقبل وامل الايام القادمة (ايه امينه محمد رتاج عبد الغفور بثينة محمد اسيد) أنتم النبض الذي يسري في القلب والابتسامة التي لا تغيب

الى رفيق الدربي وسند ايامي

الى من كانت الحضور الدائم في كل لحظه تعب وفرح اهديك هذه المذكرة عربون شكر وامتنان

"بوداود فاطمة زهرة"

الى عائلتي واصدقائي الاوفياء أنتم الرفقة الجميلة في درب لم يكن سهلا كنتم قوه حين ضعفت والضحكة حين تعبت

بودريبله هوارية

الملخص:

يهدف هذا البحث الى دراسة أثر التكنولوجيا المالية والعوامل الاقتصادية على نية تبني العملاء الجزائريين للطرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول، ولتحقيق أهداف البحث اتبعنا المنهج الوصفي الكمي تم الاعتماد على أسلوب الاستقصاء لجمع البيانات وزعت على عينة تتكون من 53 شخص، ولتحليل البيانات تم الاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS Version 26 بطريقة الانحدار الخطي المتعدد، توصلت نتائج الدراسة الى أنه يوجد علاقة ارتباط بين العوامل الاقتصادية و نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول وأن عامل التعقيد له تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.

الكلمات المفتاحية: طرق الدفع الرقمية، التكنولوجيا المالية، تبني الابتكار، القيمة السعرية، الميزة النسبية، الظروف الميسرة، التعقيد، نية التبني.

Abstract:

This research aims to study the impact of financial technology and economic factors on Algerian customers' intention to adopt mobile digital methods. To achieve the objectives of the study, a quantitative descriptive approach was followed. A survey method was used to collect data, which was distributed to a sample of 53 individuals. Data analysis was conducted using the statistical software SPSS Version 26 through multiple linear regression. The results of the study revealed a correlation between economic factors and Algerian customers' intention to adopt mobile digital methods. Furthermore, the complexity factor was found to have a statistically significant positive effect on the intention to adopt mobile digital methods among Algerian customers.

Keywords: Digital payment methods, Fintech, Innovation adoption, Price value, Relative advantage, Facilitating conditions, Complexity, Adoption intention.

الفهرس العام

الفهرس العام:

الصفحة	العناوين
	الدعاء الاهداء الشكر الملخص قائمة الجداول قائمة الأشكال قائمة الملاحق
أ - هـ	مقدمة
1-21	الفصل الأول: مراجعة الأدبيات المتعلقة بالدراسة
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الاطار النظري للخدمات الرقمية عبر الهاتف المحمول
3	المطلب الأول: التكنولوجيا المالية وطرق الدفع الرقمية
3	الفرع الأول: التكنولوجيا المالية وخصائصها
3	الفرع الثاني: أساسيات حول وسائل الدفع الرقمية
5	المطلب الثاني: طرق الدفع الرقمية وطرق الدفع التقليدية والعلاقة بينهما
5	الفرع الأول: أوجه التشابه
5	الفرع الثاني: أوجه الاختلاف
6	المطلب الثالث: أدوات الدفع الرقمية
6	الفرع الأول: أنواع أدوات الدفع الرقمي
8	المطلب الرابع: احصائيات حول طرق الدفع الرقمية
8	الفرع الأول: في الجزائر
10	الفرع الثاني: في بعض دول العالم
10	المبحث الثاني: العلاقة بين المتغيرات
13	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
13	المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية

16	المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية
20	المطلب الثالث: القيمة المضافة لدراستنا
20	الفرع الأول: أوجه التشابه
20	الفرع الثاني: أوجه الاختلاف
21	خلاصة الفصل الأول
22-43	الفصل الثاني: دراسة ميدانية
23	تمهيد
24	المبحث الأول: منهجية الدراسة
24	المطلب الأول: الطريقة المتبعة
24	المطلب الثاني: الأدوات المستعملة
26	المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة
26	المطلب الأول: وصف خصائص العينة
32	المطلب الثاني: تحليل النتائج
41	المطلب الثالث: مناقشة النتائج
44	خلاصة الفصل الثاني
46-47	الخاتمة العامة
49-52	قائمة المراجع
54-62	الملاحق

قائمة الجداول

قائمة الجداول:

الصفحة	العنوان	الرقم
25	درجات سلم ليكارت الخماسي	(1-2)
26	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	(2-2)
27	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب السن	(3-2)
28	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب المستوى التعليمي	(4-2)
30	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	(5-2)
31	توزيع أفراد العينة حسب المدة التي تعرفوا فيها على طرق الدفع الرقمية	(6-2)
32	ثبات الاستبيان	(7-2)
33	الارتباط بين متغيرات الدراسة	(8-2)
35	المتغيرات التي تم إدخالها أو إزالتها	(9-2)
36	معامل الارتباط ومعامل التحديد ومعامل التحديد المعدل للنموذج	(10-2)
37	تحليل التباين ANOVA	(11-2)
37	تقدير معاملات النموذج واختبارها	(12-2)
41	نتائج الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار	(13-2)
42	نتائج الانحدار الخطي المتعدد	(14-2)
43	تفسير الفرضيات	(15-2)

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
07	التقسيم الأساسي للبطاقات البلاستيكية	(1-1)
13	نموذج الدراسة	(2-1)
27	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب الجنس	(1-2)
28	توزيع أفراد العينة المدروسة حسب السن	(2-2)
29	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	(3-2)
30	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	(4-2)
31	توزيع أفراد العينة حسب المدة التي تعرفوا فيها على طرق الدفع الرقمية	(5-2)
40	التوزيع الطبيعي	(6-2)

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
52-55	الاستبيان باللغة العربية	1
56-60	مخرجات برنامج SPSS	2

قائمة المختصرات:

Gendre : الجنس

AGE: العمر

ED LV: المستوى التعليمي

MS : الحالة الاجتماعية

HD : متى تعرفت على طرق الدفع الرقمية

IOA: نية التبني

AOF: تبني الابتكار

PRV: القيمة السعرية

FAC: الظروف الميسرة

REA: الميزة النسبية

COMP : التعقيد

المقدمة العامة

توطئة

شهد العالم في السنوات الأخيرة تطورًا سريعًا في مجال التكنولوجيا المالية، والذي انعكس بشكل مباشر على طريقة تقديم واستعمال الخدمات المصرفية، وقد أدى الانتشار الواسع للهواتف الذكية إلى بروز ما يُعرف بـ "الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول"، كأحد الحلول المبتكرة لتعزيز الشمول المالي، لا سيما في المجتمعات التي تعاني من ضعف التغطية البنكية أو صعوبة الوصول إلى المؤسسات المالية التقليدية. (Donovan, 2012)

تتمثل أهمية هذا النوع من الخدمات في تمكين المستخدمين من إجراء عمليات مالية مختلفة مثل تحويل الأموال، دفع الفواتير، وإعادة شحن الرصيد، دون الحاجة إلى التنقل أو التقيّد بساعات عمل المصارف، وتُعدّ هذه الإمكانيات ذات أهمية بالغة للفئات المهمّشة أو التي تعيش في المناطق الريفية، حيث تساهم بشكل فعال في تقليص الفجوة المالية (Jack & Suri, 2011).

وبحسب تقرير البنك الدولي (bank, 2022)، فإن استخدام الهواتف المحمولة في المعاملات المالية يُعتبر أداة واعدة لتعزيز التنمية الاقتصادية وتحسين نوعية الحياة، نظرًا لما توفره من مرونة، سرعة، وأمان، غير أن تبني هذه الخدمات يظل مرهونًا بعدة عوامل، من أبرزها البنية التحتية الرقمية، درجة الثقة في مزودي الخدمة، وكفاءة الأطر التنظيمية والتشريعية.

أولاً: الإشكالية الرئيسية

وفي الجزائر هناك عدت دراسات حول طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول ولاكن لا أحد من هذه الدراسات تناولت العوامل المؤثرة على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية انطلاقاً مما سبق يمكن طرح الإشكالية التي سيتم معالجتها في بحثنا كالتالي:

ماهي العوامل التي تؤثر على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية؟

ويندرج تحت هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ ما هو تأثير تبني الابتكار على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية؟
- ✓ ما هو تأثير القيمة السعرية على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية؟
- ✓ ما هو تأثير الظروف الميسرة على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية؟
- ✓ ما هو تأثير الميزة النسبية على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية؟

✓ ما هو تأثير التعقيد على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤلات المطروحة والوصول الى النتائج المرغوبة تم صياغة الفرضيات التالية:

✓ **H1** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لتبني الابتكار على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية.

✓ **H2** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للقيمة السعرية على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية.

✓ **H3** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للظروف المسيرة نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية

✓ **H4** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للميزة النسبية على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية.

✓ **H5** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للتعقيد على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية.

ثالثا: مبررات اختيار موضوع الدراسة

نوجز مبررات اختيار الموضوع في النقاط التالية:

1. مبررات ذاتية:

✓ الميول الشخصي لكل المواضيع التي تخص التكنولوجيا المالية وطرق الدفع الرقمية.

✓ ارتباط هذا الموضوع بتخصص مالية المؤسسة الذي اخترناه لمواصلة الدراسة.

2. مبررات موضوعية:

✓ حداثة الموضوع والانتشار الواسع للخدمات المصرفية الرقمية.

✓ مدى حاجة المستخدمين الجزائريين الى دراسة العوامل الاقتصادية المؤثرة على استخدامهم لطرق الدفع الرقمية.

رابع: أهداف الدراسة

نظرا للتطور السريع في مجال الخدمات الرقمية عبر الهاتف المحمول أصبح من الضروري فهم العوامل التي تؤثر على نية تبني العملاء لهذه الطرق في الجزائر، تهدف هذه الدراسة الى:

- ✓ التعرف على مفهوم الخدمات المصرفية الرقمية عامة وعبر الهاتف المحمول خاصة.
- ✓ دراسة نمط استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- ✓ التعرف على العوامل المؤثرة على اعتماد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- ✓ فهم أفضل لاعتماد الخدمات القائمة على التكنولوجيا، وسلوك العملاء في سياق الخدمات المصرفية الرقمية عبر الهاتف المحمول.

خامسا: أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من:

- ✓ تناول الدراسة مفاهيم الخدمات المصرفية الرقمية والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- ✓ تعالج الدراسة موضوعاً ذو أهمية بالغة وهو تحديد العوامل التي تدفع أو تعيق المواطنين الجزائريين عن استخدام الخدمات المصرفية الرقمية عبر هواتفهم.
- ✓ تهدف الدراسة الى تسليط الضوء على العوامل الهامة التي تؤثر في قرار الجزائريين بتبني واستخدام الخدمات المصرفية المتنقلة.
- ✓ تعتبر هذه الدراسة إضافة أخرى للدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع وخاصة العربية منها.

سادسا: مجال وحدود الدراسة

- ✓ الحدود المكانية: تم توزيع الاستبيان على عينة من العملاء وذلك على مستوى ولاية عين تموشنت.
- ✓ الحدود الزمنية: تم توزيع الاستبيان واسترجاعه خلال شهر أفريل 2025، مما يحدد الفترة الزمنية التي تم من خلالها جمع البيانات وتحليلها.
- ✓ الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة موضوع العوامل المؤثرة على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.

سابعاً: منهج الدراسة

ان طبيعة الموضوع فرضت علينا اتباع المنهج التالي:

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

ثامنا: 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 للبحث نذكر منها:

✓ قلة الدراسات السابقة العربية الخاصة بموضوعنا.

✓ قلة الوقت المخصص للدراسة.

تاسعا: هيكل الدراسة

بغرض تحقيق أهداف الدراسة وجب تقسيم البحث الى فصلين وفق منهجية IMRAD، فصل نظري واخر تطبيقي بالإضافة الى المقدمة والخاتمة، لذا يتمثل هيكل الدراسة كما يلي:

الفصل الأول: يختص بدراسة الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة وهو بدوره قسم الى ثلاثة مباحث الأول يختص بدراسة الإطار النظري للخدمات المصرفية الرقمية عبر الهاتف المحمول من مفاهيم وخصائص وأنواع وطرق، أما المبحث الثاني قد خصص لدراسة العلاقة بين المتغيرات، أما المبحث الثالث قد خصص لعرض ومناقشة بعض الدراسات السابقة حسب التصنيف العربي والأجنبي وتحديد ما جاء باختصار من أهداف ونتائج،

أما الفصل الثاني: فتطرقنا فيه الى الدراسة الميدانية من خلال مبحثين، بدءا بعينة وأدوات الدراسة في المبحث الأول أما المبحث الثاني فيتعلق بعرض نتائج الدراسة ومناقشتها، وفي الأخير تم عرض أهم النتائج المتوصل اليها بالإضافة الى جملة من التوصيات والاقتراحات.

الفصل الأول: مراجعة الأدبيات

المتعلقة بالدراسة

تمهيد:

تُعتبر أنظمة الدفع عن مجموعة المؤسسات والتنظيمات والقواعد والأدوات التي تتم من خلالها عملية الدفع ما بين الوحدات الاقتصادية من أجل تسوية التزاماتهم في التعاملات المالية والمبادلات التجارية، غير أن التطورات الاقتصادية لم تسمح لأنظمة الدفع بالاستقرار على شكل معين، بل تطورت على عدة مراحل لتتخذ أشكال معروفة، بدأت بنظام المقايضة ثم نظام المعدنين الذهب والفضة، وبسبب محدودية هذين النظامين كان من الضروري الاستعانة بوسيلة أخرى، فبدأ المجتمع في استعمال النقود الورقية التي تستمد قوتها من القانون وبإيداع هذه الأخيرة لدى الصيرفة ظهر نوع جديد من النقود الكتابية وأصبحت تعرف هذه الأشكال بـنظم الدفع التقليدية، ومع التطورات التكنولوجية وزيادة تطبيقها تم استخدام أنظمة دفع حديثة تختلف عن سابقتها والتي تتلاءم مع طبيعة العمليات والصفقات الإلكترونية التي ظهرت بظهور التجارة الإلكترونية.

حيث تم تقسيم هذا الفصل الى ثلاثة مباحث:

- ❖ المبحث الأول: الإطار النظري للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.
- ❖ المبحث الثاني: العلاقة بين المتغيرات.
- ❖ المبحث الثالث: الدراسات السابقة.

المبحث الأول: الإطار النظري لطرق الدفع الرقمية

المطلب الأول: التكنولوجيا المالية وطرق الدفع الرقمية:

الفرع الأول: التكنولوجيا المالية وخصائصها

أولاً: تعريف التكنولوجيا المالية

تُعد التكنولوجيا المالية وليدة ما خلفه التقدم التكنولوجي في الجانب المالي للاقتصاد العالمي، ومنه يمكن تعريفها بأنها: "هي اختراع تكنولوجي يتم توظيفه في الخدمات المالية، وهذه الابتكارات التي استُخدمت في هذه الصناعة طورت تكنولوجيات جديدة تُنافس الأسواق المالية التقليدية، وكان للشركات الناشئة دور كبير في عملية ابتكار تكنولوجيات جديدة، ولكن العديد من البنوك العالمية الكبيرة مثل HSBC وكريدي سويس طوروا أفكار الفينتك الخاصة بهم" (أوقاسم وحمدى، 2019، ص 401).

ثانياً: خصائص التكنولوجيا المالية

هي عبارة عن مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المالية والمصرفية التي تمكن المصارف من تلبية احتياجات ورغبات الزبائن خاص وتُعد كذلك التكنولوجيا المالية بمفاهيمها المختلفة ليست هدفاً في حد ذاته، بل وسيلة تستخدمها المؤسسات المالية والمصرفية لتحقيق أهدافها المتمثلة في توظيف ابتكارات التكنولوجيا لتلبية حاجات الأفراد والشركات فلا يقتصر تطبيق التكنولوجيا المالية على أداء الخدمة المالية والمصرفية، بل يمتد إلى الأساليب الإدارية المختلفة (الرضا و اخرون ، 2024 ، ص 129).

الفرع الثاني: أساسيات حول وسائل الدفع الرقمية

أولاً: تعريف وسائل الدفع الرقمية :

تُعرّف وسيلة الدفع الإلكترونية على أنها نظام تقني يتيح للأطراف المتعاملة تنفيذ العمليات المالية عبر الوسائط الإلكترونية، بديلاً عن استخدام الوسائط التقليدية كالعملات الورقية والمعدنية، وتمتاز هذه الوسائط بسهولة الاستخدام، وسرعة الإنجاز، فضلاً عن مستوى الأمان الذي توفره. (عمر، 1997، ص 39).

تُعرّف بأنها كل عملية تحويل أموال خلاف العمليات المنشأة بموجب شيك أو سند أو ورقة مالية أخرى، ويتم تنفيذ التعليمات بواسطة جهاز إلكتروني أو أي وسيلة اتصال. (الطائي، 2010، ص 178).

إن وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، حسب اللجنة الأوروبية، هي عبارة عن قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً على حامل إلكتروني، مثل بطاقة ذات رقاقة أو ذاكرة حاسوب، تصدر مقابل إيداع مبلغ مالي لا يقل عن القيمة النقدية

الصادرة. يتم قبولها كوسيلة دفع من قبل كل المؤسسات، عدا تلك المصدرة لها، وتكون تحت تصرف مستعملها كبديل إلكتروني للقطع والأوراق المالية. (الشمري و العبد اللات ، 2008، ص 25)

ثانيا: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية :

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بالخصائص التالية: (حسين، 2009، ص 150)

- يقسم نظام الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنها وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامها لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الإلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو ذاكرة رئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.
- يُستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الإنترنت أو من خلال مسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية.
- يعطى أمر الدفع وفقاً لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

ويتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:

الأسلوب الأول: من خلال نقود مخصصة سلفاً لهذا الغرض، ومن ثم فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية معاملات أخرى بغير هذه الطريقة، ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعاً مقدماً.

الأسلوب الثاني: من خلال النطاقات البنكية العادية، حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقاً لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب بوسائل أخرى كشيك التسوية، أي معاملات مالية.

المطلب الثاني: طرق الدفع التقليدية وطرق الدفع الرقمية والعلاقة بينهم

نظرًا للاختلاف الكبير بين العمليات التي تتم في أنظمة الدفع الإلكترونية وتلك التي تتم عبر الأنظمة التقليدية، فإنه لا يمكن تطبيق النصوص والأحكام القانونية الموضوعية لتنظيم وحماية نظم الدفع التقليدية على طرائق ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة.

وبصدد المقارنة بين أنظمة الدفع الإلكترونية وأنظمة الدفع التقليدية، وبما أن النقود هي الوسيلة الأساسية في الدفع التقليدي والبطاقات الإلكترونية هي الوسيلة الأكثر شهرة واستعمالاً في الدفع الإلكتروني، سوف نجري المقارنة بينهما حيث نجد أن هناك أوجه تشابه وأوجه اختلاف بينهما. (سفر، 2008، ص 22)

الفرع الأول: أوجه التشابه

تمثل النقود وسيلة يسعى الأفراد لكسبها من أجل استخدامها في الحصول على ما يرغبون من سلع وخدمات حاضرة أو مستقبلية، وتتمتع النقود بالقبول من قبل أفراد المجتمع، وهذا يعني أن هناك وظائف للنقود من بينها استخدامها كوسيط للمبادلات، بمعنى تحلي حائز النقود عن كمية معينة من النقود مقابل حصوله على سلعة أو خدمة معينة يقدمها له الطرف الآخر (الكيلاني، 2007، ص 467)

الفرع الثاني: أوجه الاختلاف

أما أوجه الاختلاف فهي تتمثل في (بھوائل، 2005، ص 305):

- أن حائز النقود يتخلى عنها للبائع نهائيًا مقابل السلعة أو الخدمة، وبالتالي فإن النقود قيمة نقدية ذاتية، ذلك لأن هذه القيمة تتمثل في أن البائع يستطيع استخدامها مباشرة في الحصول على ما يحتاجه من سلع وخدمات، أما في بطاقات الدفع الإلكترونية فلا يتخلى المشتري عن البطاقة بصفة نهائية للبائع، وليس لهذه البطاقة قيمة نقدية ذاتية، لأنها مجرد وسيلة يستطيع بواسطتها البائع الحصول على النقود مقابل السلع أو الخدمات التي يقدمها حامل البطاقة في وقت لاحق وبعد أن يصدر فاتورة.
- أن النقود تتمتع بالقبول العام من جانب أفراد المجتمع، إذ هي وسيلة لإبراء الذمة وتستمد قوتها بهذه الوظيفة من القانون الذي يلزم كل أفراد المجتمع بقبولها في معاملاتهم، وهذا التزام قانوني يميز النقود عن غيرها من وسائل المبادلات أو وسائل الدفع الأخرى، لذلك فإن بطاقات الدفع الإلكترونية لا تعد نقودًا ولا تتمتع بالقبول الإلزامي بمقتضى القانون، وهي إذ تتمتع بالقبول الاختياري فإنها تتمتع لدى شريحة معينة

من المجتمع بالقبول الإلزامي بقوة العقد وليس بقوة القانون، لأن البائع الذي يقدم الخدمة أو السلعة يمكنه قبول البطاقة أو لا، ذلك لأن القانون لا يفرض عليه قبولها كالتزام قانوني، في حين لا يستطيع مقدم السلعة أو الخدمة عدم قبول النقود كمقابل محل عقد البيع، وبذلك إذا كان المشتري قد ألزم البائع بقبول النقود ثمناً للسلعة أو الخدمة فإنه لا يلزمه بقبول بطاقات الدفع الإلكترونية سداداً لثمن السلعة أو الخدمة.

- أن من وظائف النقود تخزين القيمة، بما يعني أنه يمكن لحائز النقود أن يذخرها ليستخدمها في الحصول على ما يحتاجه في أي وقت وفي المستقبل، ولا يتصور أن تكون هذه الوظائف ملائمة للبطاقات لأنها ليست أدوات تقوم مقام النقود.

- أن وسائل الدفع الإلكترونية تختلف عن وسائل الدفع التقليدية في طبيعة كل منهما، فالأولى تعتمد كلياً على الوسائل والوسائط الإلكترونية وأجهزة وآلات وبرامج كلها إلكترونية، في حين أن الثانية تعتمد أساساً على العنصر البشري في كل مراحل عمليات الدفع.

المطلب الثالث: أدوات الدفع الرقمية

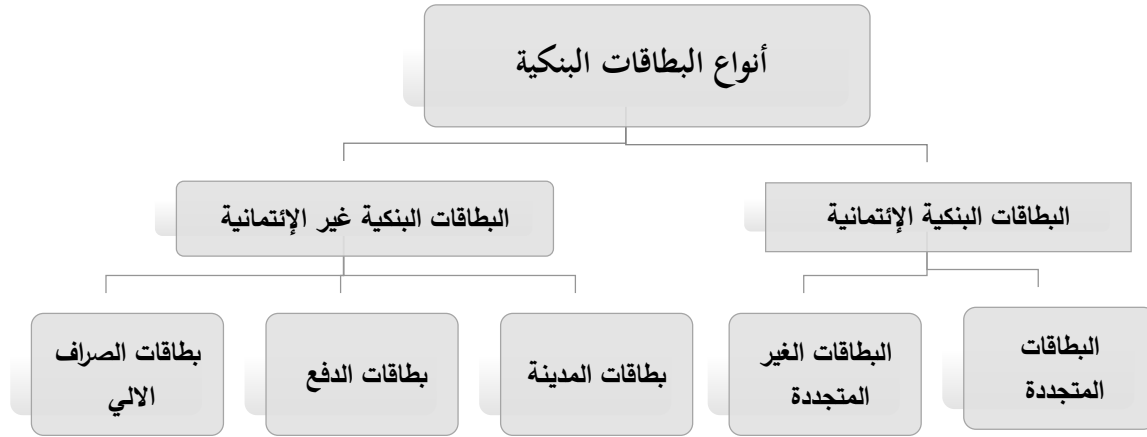
الفرع الأول: أنواع أدوات الدفع الرقمي

1. **البطاقات البنكية:** تعرف البطاقات البنكية على أنها بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلاً من حمل النقود، فهي بطاقة بلاستيكية مستطيلة الشكل تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها وشعارها وتوقيع حاملها، وبشكل بارز رقمها واسم حاملها ورقم حسابه وتاريخ انتهاء الصلاحية. وهي وسيلة دفع حديثة تقدم مميزات أفضل من تلك التي تقدمها وسائل الدفع التقليدية، ولذلك انتشر استعمالها عبر العالم. (بصلة، 1995، ص 14).

حيث تمكن هذه البطاقات حاملها من الحصول على النقود بسهولة عن طريق الآلات المصرف الذاتي (ATM)، كما تسمح له بشراء أغلب احتياجاته أو القيام بما يريده من خدمات دون أن يحتاج إلى مبالغ كبيرة من الأموال التي يمكن أن تتعرض للسرقة أو التلف. (غنيم، 2008، ص 242).

وهناك عدة أنواع من البطاقات البنكية والشكل التالي يوضح ذلك :

الشكل رقم (1-1): التقسيم الأساسي للبطاقات البلاستيكية



المصدر: نواف عبد الله، 1999 ص 47

2. **البطاقات الذكية smart cards**: تعتبر نوعًا من البطاقات الجديدة التي تسمح للعميل باختيار طريقة التعامل، سواء كانت ائتمانية أو دفعًا فوريًا، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تُستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية. ومن الأمثلة على البطاقات الذكية، بطاقة مون دكس (Mondex card) التي تم طرحها لعملاء المصارف وتوفر لهم العديد من المزايا. ظهرت هذه البطاقات تماشيًا مع التطورات التكنولوجية. ويمكن تعريفها أيضًا على أنها عبارة عن بطاقة بلاستيكية تتشابه في الحجم والشكل مع بطاقات الائتمان، لكنها مزودة بحاسوب صغير به ذاكرة تسمح بتخزين بيانات يمكن استدعاؤها بطريقة منظمة. وتسمح البطاقة الذكية كذلك بتخزين نقود أو وحدات إلكترونية يمكن استخدامها في دفع أثمان السلع والخدمات. (الطائي، 2010، ص 187)
3. **النقود الإلكترونية**: هي مجموعة من البروتوكولات التي تتيح للرسالة والتوقعات الرقمية الإلكترونية أن تحل فعليًا محل تبادل العملات التقليدية، وبعبارة أخرى فالنقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها (منير وممدوح، 2004، ص 09).

ويمكن القول بأنها عبارة عن نقود غير ملموسة، تأخذ صورة وحدات إلكترونية وتُخزن في مكان آمن على Disk Hard لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل ويعرف باسم "المحفظة الإلكترونية" (عبدالوهاب، 1998، ص

4. الشيكات الإلكترونية: يعتبر الشيك الإلكتروني من أهم وسائل الدفع والتي تعتمد على استخدام الحسابات الآلية، حيث ينتقل هذا الشيك بالبريد الإلكتروني إلى المستفيد وذلك بعد أن يتم توقيعه الكترونياً فيحصل عليه المستفيد ويقوم بتوقيعه الكترونياً أيضاً مصحوباً بإشعار إيداع الكتروني في حساب البنك (السيسي، 2003، ص 47)
5. التحويلات المالية الإلكترونية: نظام التحويلات المالية الإلكترونية (EFT) هو جزء بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الانترنت (on line banks)، تتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية آمنة، نقل المعلومات التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، إضافة إلى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات (السيسي، 2003، ص 50).
6. المحافظ الإلكترونية: المحفظة الإلكترونية أو الرقمية هي نظام مبني على أساس رقمي للقيام بالتبادلات والمعاملات التجارية الرقمية، و باستخدامها يمكن بسهولة القيام بعمليات الشراء من خلال الحواسيب أو الهواتف الذكية أو أجهزة التابلت، وبشكل عام يتم ربط حسابات الأفراد في البنوك مع محافظتهم الرقمية، والتي يتم فيها توثيق و حماية أموال المستهلك ومعاملاته التجارية من شراء وتبادل. (يسعد واخرون ، 2021، ص 405).

المطلب الرابع: احصائيات حول طرق الدفع الرقمية في الجزائر وبعض الدول الأخرى

الفرع الأول: في الجزائر

يمكن الاطلاع على حجم استعمال وسائل الدفع في الجزائر من خلال الإحصائيات الموجودة في التقارير السنوية لسنتي 2022-2023 لبنك الجزائر والمعروضة على غرف المقاصة، ولتوضيح الصورة أكثر ستناول كل وسيلة بمفردها: (banque d'Algérie, 2023, 87)

1. الشيكات: يعتبر الشيك من أكثر وسائل الدفع استعمالاً في الجزائر. وفقاً لتقرير بنك الجزائر لعام 2023، تم معالجة 8.034 مليون شيك في غرف المقاصة خلال عام 2023، مما يمثل 46.2% من إجمالي العمليات المعالجة عبر هذه الغرف. في المقابل، تم معالجة 7.667 مليون شيك في عام 2022، أي ما يمثل 44.9% من إجمالي العمليات.

تُظهر هذه الأرقام استقرارًا نسبيًا في استخدام الشيك كوسيلة دفع، على الرغم من التوجه العام نحو استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الأخرى. يُلاحظ أن نسبة الشيكات من إجمالي العمليات المعالجة قد انخفضت من 90.7% في عام 2006 إلى 46.2% في عام 2023، مما يعكس التحول التدريجي نحو وسائل الدفع الحديثة.

2. **التحويلات:** وفقًا للتقرير السنوي لبنك الجزائر لعام 2023، تُعتبر التحويلات من أبرز وسائل الدفع في الجزائر، حيث تم إحصاء 5.227 مليون عملية تحويل خلال العام 2023، مما يمثل 30% من إجمالي العمليات التي تمت عبر غرف المقاصة خلال نفس السنة في المقابل، شهدت التحويلات زيادة ملحوظة مقارنة بالعام 2022، حيث تم إحصاء 4.406 مليون عملية تحويل، مما يمثل 25.8% من إجمالي العمليات في ذلك العام، تُظهر هذه البيانات تزايدًا في استخدام التحويلات كوسيلة دفع، مما يعكس التوجه نحو تبني الوسائل الإلكترونية في النظام المالي الجزائري.

3. **البطاقة البنكية:** يتذبذب التعامل بالبطاقة البنكية في الجزائر بين الارتفاع والانخفاض، حيث تم إحصاء 3,953 مليون عملية دفع بواسطة البطاقات البنكية سنة 2023، تمثل نسبة 18.5% من مجموع عمليات الدفع، في حين تم إحصاء 4,848 مليون عملية سنة 2022، تمثل نسبة 28.49% من مجموع عمليات الدفع في نفس السنة، بمبلغ يقترب من 4,862.667 مليار دج.

4. **السفتجة والسند الأمر:** إن استعمال السفتجة والسند الأمر يبقى ضعيفًا في محيط المعاملات التجارية الجزائرية، حيث لم يتجاوز نسبة قليلة من مجموع العمليات التي تمت عبر نظام المقاصة الآلية لسنة 2023، في حين لم تتجاوز نسبتها 0.8% من مجموع العمليات في نظام المقاصة الآلية لسنة 2022، بمبلغ يقدر بـ 0.1364496 مليار دج.

5. **المقاصة الإلكترونية:** على العموم، أحصت غرف المقاصة لدى البنك المركزي 17.387 مليون عملية سنة 2023 بمبلغ يقدر بـ 11,766.1 مليار دج، في حين تم إحصاء 17.062 مليون عملية سنة 2022 بمبلغ يقدر بـ 10,581.6 مليار دج. وعلى الرغم من هذا التطور التدريجي، وصفه خبراء البنك المركزي بأنه غير كافٍ مقارنة بعدة دول.

الفرع الثاني: بعض دول العالم (Bank for International Settlements, 2024,P6)

نظراً للزيادة المستمرة في المدفوعات الرقمية، زاد حجم المدفوعات غير النقدية بشكل ملحوظ في عام 2022 وارتفع متوسط عدد المدفوعات غير النقدية السنوية للفرد من 426 إلى 468 (+10%) في الاقتصادات المتقدمة، ومن 246 إلى 291 (+18%) في الأسواق الناشئة والاقتصادات النامية وباستثناء الأرجنتين، كانت بطاقات الدفع أكثر أدوات الدفع استخداماً، تليها التحويلات الائتمانية. واستمرت مدفوعات الشيكات في الانخفاض في كل مكان تقريباً، ففي المتوسط أجرى المستخدمون في الأسواق الناشئة خمس مدفوعات شيكات للشخص الواحد في عام 2022 (بانخفاض من ست مدفوعات في عام 2021)، أما في الأسواق الناشئة والاقتصادات النامية، حيث كان استخدام الشيكات محدوداً بالفعل، فقد انخفض المتوسط إلى أقل من شيك واحد. وبشكل عام، أجرى المستهلكون والشركات في الأسواق الناشئة والاقتصادات النامية في المتوسط ضعف عدد المعاملات غير النقدية مقارنةً بالأسواق الناشئة والاقتصادات النامية، في المتوسط، ارتفعت قيمة المدفوعات غير النقدية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي الاسمي بنسبة 4% في الاقتصادات المتقدمة، وانخفضت بنسبة 2% في الاقتصادات الناشئة والنامية في كلتا المجموعتين الاقتصاديتين، استمرت التحويلات الائتمانية في تمثيل معظم قيمة المدفوعات وبينما لم تشكل قيمة المدفوعات النقدية الإلكترونية سوى حصة صغيرة من الإجمالي، إلا أنها نمت بشكل أقوى، سواء في الاقتصادات المتقدمة (+15%) أو في الاقتصادات الناشئة والنامية (+22%).

المبحث الثاني: العلاقة بين المتغيرات

توصل (lin and al 2020) الى أن هناك عدة عوامل تؤثر ايجابيا على نية العملاء لاستخدام الدفع عن طريق الهاتف، من بينها الابتكار

تُعرّف قيمة السعر بأنها المفاضلة المعرفية بين الفوائد المِصوّرة للتطبيقات والتكلفة المالية لاستخدامها (Venkatesh and al, 2012). تلعب التكلفة المالية دورًا حاسمًا في تشكيل رغبة العملاء في استخدام التكنولوجيا الجديدة وقبولها (Mallat and al, 2006).

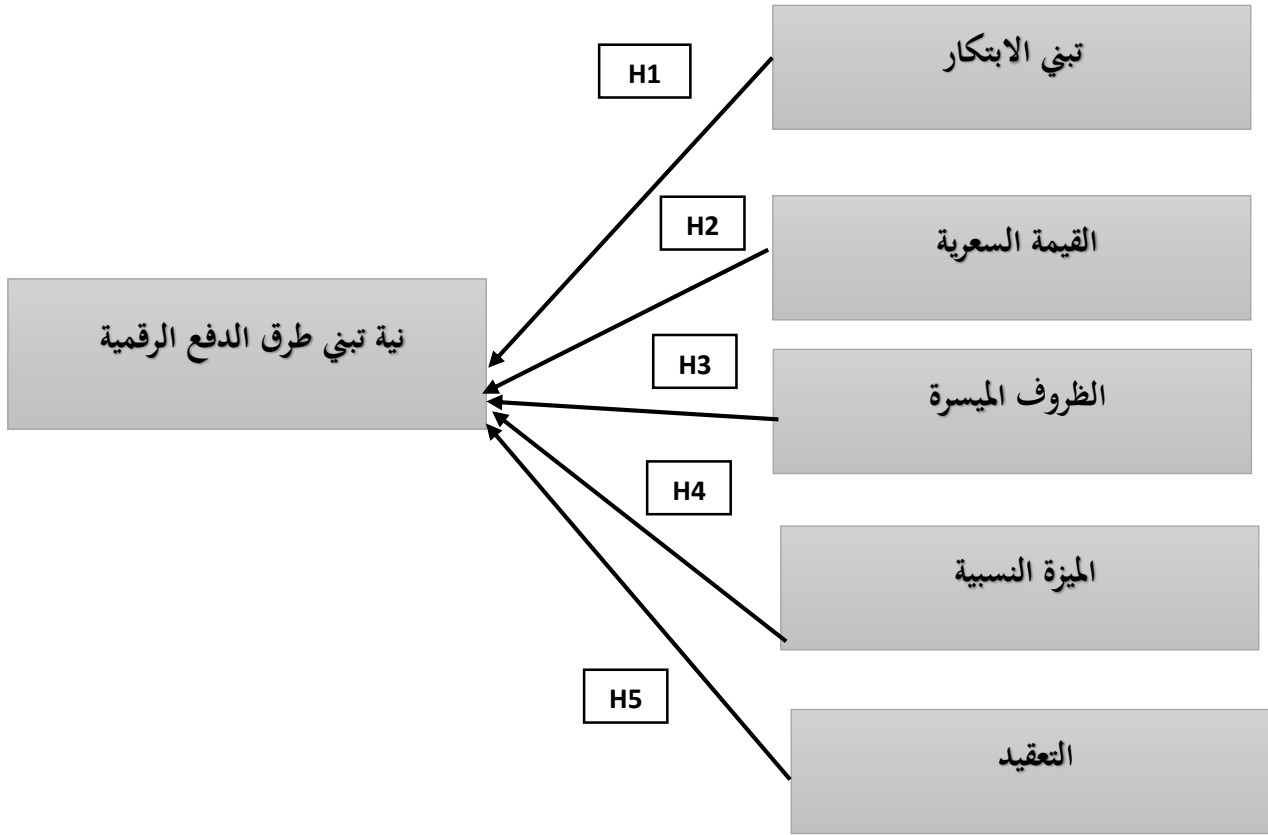
تشير الميزة النسبية أيضًا إلى الدرجة التي يوفر بها الابتكار المزيد من الفوائد، ويحسن الكفاءة والفوائد الاقتصادية والمكانة (Rogers, 2003). يُعرّف التعقيد بأنه الدرجة التي يُعتقد أن الابتكار يصعب فهمه واستخدامه عندها، وعندما يكون الابتكار معقدًا للغاية، يحتاج المستخدمون المحتملون إلى مزيد من المعرفة والتعليمات ذات الصلة لتشغيل المنتج أو الخدمة أو فهمهما (Lin and al, 2020)

تُعرّف الظروف الميسرة بأنها مدى اعتقاد الفرد بوجود بنية تحتية تنظيمية وتقنية تدعم استخدام النظام (Venkatesh and al, 2003). بمعنى آخر، تُمثّل هذه الظروف وجهة نظر المستهلك تجاه الموارد والسلوكيات الداعمة للاستخدام (Brown and Venkatesh, 2005). وأظهرت دراسة (Lin and al, 2020) أن الظروف الميسرة لها تأثير إيجابي على نية استخدام العملاء التايوانيين للدفع عن طريق الهاتف. مما سبق يمكننا وضع الفرضيات التالية:

- H1** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لتبني الابتكار على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية.
- H2** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للقيمة السعيرية على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية.
- H3** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للظروف الميسرة نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية.
- H4** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للميزة النسبية على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية.
- H5** يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للتعقيد على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية.

ومنه يمكننا رسم نموذج الدراسة:

الشكل رقم (1-2): نموذج الدراسة



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الدراسات السابقة

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية

1. دراسة (مسموس و بورايو، 2023) بعنوان: "تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجزائر كحافز لتطوير المعاملات المالية عن طريق استخدام وسائل الدفع الإلكترونية": هدفت هذه الدراسة الى محاولة التعرف على المعاملات المالية الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية بالإضافة الى دراسة العلاقة بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ونمو التجارة الإلكترونية في الجزائر وقد شملت العينة 200 مستخدم للإنترنت تشمل أفراداً من مختلف الفئات العمرية و الخلفيات الاقتصادية، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث تم جمع البيانات من خلال الاستبيانات وتحليلها باستخدام أساليب احصائية للوصول الى نتائج موثوقة وتوصلت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين تطوير وسائل الدفع الإلكترونية وزيادة الطلب على التجارة الإلكترونية، حيث أدت وسائل الدفع الآمنة و المريحة الى زيادة الإقبال على التسوق الإلكتروني، كما توصلت الدراسة الى أن هناك حاجة ملحة لتطوير البنية التحتية التكنولوجية والتشريعات المتعلقة بالمدفوعات الإلكترونية لتعزيز هذا القطاع.
2. دراسة (عبد العظيم السطوحي 2023) بعنوان: "محددات نية الاستمرار في تبني خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول: الدور المعدل لابتكارية العميل في مصر": تهدف هذه الدراسة الى تحديد تأثير أبعاد الجودة المتحركة والقيمة المتحركة على نية المستخدمين في الاستمرار باستخدام خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي باستخدام استبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات و تم توزيعها على عينة مكونة من 432 مستخدم، وتوصلت النتائج أن جميع أبعاد الجودة المتحركة و القيمة المتحركة تؤثر إيجابية على رغبة الاستمرار في الاستعمال خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول، كما أشارت الدراسة أن لابتكارية العميل دوراً معدلاً يعزز من قوة العلاقة بين المتغيرات المستقلة و التابعة .
3. دراسة (تقوى محمد، 2023) بعنوان: "العوامل المؤثرة نحو قبول الدفع بالعملات المشفرة من وجهة نظر السائحين و الشركات السياحية في مصر": هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة على استعمال السائح للعملات الرقمية كوسيلة دفع حديثة، إضافة إلى التعرف على التحديات والإمكانيات التي تواجه الشركات السياحية عند اعتماد هذا النمط من الدفع، اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي حيث تم الاعتماد على استمارة استقصاء (استبيان) كأداة رئيسية لجمع البيانات و تم توزيعها على

131 سائحاً من جنسيات مختلفة و 59 شركة سياحية، تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS ، توصلت النتائج الى أن العملات المشفرة وسيلة دفع مستقبلية مٌبشرة في المجال السياحي و أن هناك اهتمام متزايد من السياح في استعمال هذه الوسائل خصوصاً من ناحية الأمان و الخصوصية و أوصت الدراسة أنه يجب تقوية البنية التحتية الرقمية في الشركات السياحية و كذلك يجب نشر الوعي و التثقيف حول استعمال العملات المشفرة و تدريب العاملين على التقنيات الحديثة .

4. دراسة (شريفى و بلخضر ، 2023) بعنوان : "استعمال وسائل الدفع الإلكتروني لمواجهة أزمة السيولة في الجزائر" : هدفت هذه الدراسة الى توضيح كيفية مواجهة أزمة السيولة في الجزائر باستعمال وسائل الدفع الإلكترونية في سياق التنظيم ساري المفعول و كيفية تأثيرها على الاقتصاد المحلي ،اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لشرح و تفسير متغيرات الدراسة بالإضافة الى منهج دراسة حالة قصد اختبار واقع استعمال وسائل الدفع الإلكتروني في بيئة الأعمال الجزائرية ، وتوضح نتائج الدراسة أهمية استعمال وسائل الدفع الإلكتروني في تسيير الكتلة النقدية ، مما يسهل التنبؤ باحتمال حدوث أزمة السيولة والتصرف لمنع حدوثها باستعمال آليات السياسة النقدية ، كما توصي الدراسة بضرورة استحداث وسائل دفع إلكترونية تلائم ثقافة المواطنين والمتعاملين الاقتصاديين وتستجيب في نفس الوقت لمتطلبات التجارة الإلكترونية .

5. دراسة (يسعد و آخرون ، 2023) بعنوان : "تحديات المستهلك الإلكتروني مع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر" : هدفت هذه الدراسة الى تحديد طبيعة و أنواع تحديات عمليات الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية ، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال التطرق الى التجارة الإلكترونية وعمليات الدفع الإلكتروني ، حيث أظهرت الدراسة أن هناك علاقة طردية بين تطور وسائل الدفع الإلكتروني ونمو تحديات وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية في الجزائر ، وأوصت الدراسة بتعزيز الوعي لدى المستخدمين بمخاطر الهجمات الإلكترونية وسبل الوقاية منها والعمل على تطوير أداء الكادر الوظيفي و تدريب العاملين للارتقاء بمستوى الخدمات المصرفية المقدمة .

6. دراسة (مداحي و بورداش ، 2022) بعنوان : "وسائل الدفع الإلكترونية كمدخل لعصرنة نظام الدفع الإلكتروني بالبنوك" : هدفت هذه الدراسة الى تقييم فعالية أدوات الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية و تسهيل المعاملات المالية و تعزيز جودة الخدمات المقدمة من قبل المصارف ،اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي لتحليل البيانات حيث تم استخدام استبيان كأداة لجمع البيانات

تم توزيعه في الجزائر ، و شملت عينة تتكون من 200 مشارك ، تم استخدام الانحدار المتعدد لتحليل تأثير المتغيرات المستقلة على استخدام الدفع الإلكتروني ، وتوصلت النتائج أن هناك ارتباطاً إيجابياً بين استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وكفاءة الخدمات البنكية ، مما يظهر ضرورة مساعدة التطور الرقمي و تقوية البنية الأساسية الضرورية لمواكبة التغيرات في تقنية المعلومات .

7. دراسة (حيدر، 2021) بعنوان: "واقع وسائل الدفع الإلكترونية في العراق لمدة (2010-2018)

" : هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على وسائل الدفع الإلكترونية و أنواعها و آلية عملها في المصارف العراقية بالإضافة إلى إبراز أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في توسيع نطاق أعمال المصارف العراقية في مجال التجارة الإلكترونية ، وتم استخدام المنهج الاستقرائي و المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية و كذلك دراسة المكونات الرئيسية لمشروع تطوير و تحديث نظام الدفع في العراق ، وأظهرت النتائج إلى أن استخدام وسائل الدفع الإلكترونية يساهم في تعزيز السيولة المصرفية و تسريع المعاملات و تقليل الاعتماد على النقد ، وأوصت الدراسة بضرورة دعم البنك المركزي لتطوير البنية التحتية لأنظمة الدفع الإلكتروني ، وزيادة التوعية المجتمعية حول فوائدها ، وتشجيع المصارف على تبني هذه الأنظمة الإلكترونية .

8. دراسة (بن سعيد، 2021) بعنوان : "عقبات و تحديات وسائل الدفع الإلكتروني" :هدفت هذه

الدراسة الى تسليط الضوء على العقبات و التحديات التي تواجه استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر و كيف تؤثر هذه العوائق على النمو الاقتصادي و تحسين الخدمات ،اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ،و أظهرت النتائج أن الدفع الإلكتروني يُشكل استجابة فعّالة للتطورات التكنولوجية حيث ساهم في تحسين سرعة و كفاءة الخدمات المالية ،و مع ذلك لاتزال هناك صعوبات متعلقة بالقوانين في مجال وسائل الدفع الإلكترونية ،و أوصت الدراسة بضرورة تجديد التشريعات و تعزيز البنية التحتية الرقمية الى جانب دعم الثقافة المالية الرقمية لضمان انتشار آمن وفعال لوسائل الدفع الإلكترونية .

9. دراسة (لعلوي، 2019) بعنوان : "واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر للفترة 2016

2021 " تهدف هذه الدراسة إلى الدور التي تلعبه وسائل الدفع الإلكتروني في تسوية مختلف المعاملات التجارية في إطار التجارة التقليدية و التجارة الإلكترونية على حد سواء ،وتشخيص تجربة الجزائر في تحديث نظام الدفع الذي يعاني من التأخر في تطبيق وسائل الدفع الإلكترونية ،و تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لعرض مختلف الجوانب ، وأظهرت النتائج أن هناك حاجة ملحة لتحديث المنظومة

المصرفية في الجزائر لمواكبة التطورات العالمية في وسائل الدفع الإلكتروني ، و أوصت الدراسة بضرورة تعميم استخدام وسائل الدفع الإلكترونية و تسهيل الوصول إليها من قبل جميع المتعاملين الاقتصاديين و كذلك تعزيز الثقة و تحسين الوعي و تطوير البنية التحتية المعلوماتية لدعم الإستراتيجية الرقمية .

المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية

1. دراسة (Hasan and al, 2024) بعنوان "Determinants of Behavioral

Intention to Use Digital Payment among Indian Youngsters : هدفت هذه الدراسة الى بناء نموذج متكامل لتحديد مختلف العوامل وتحليل تأثيرها على نية سلوك العملاء في استخدام أو عدم استخدام محافظ الدفع الإلكتروني (M-wallets) في عمليات الدفع لدى فئة الشباب في الهند، اعتمدت الدراسة على منهجية كمية، حيث تم توزيع 600 استبيان اعتُبر منها 482 استجابة صالحة للتحليل، وقد تم استخدام نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) لإثبات استقرار النموذج المقترح واختبار فرضيات البحث، و أظهرت النتائج أن كلاً من القيمة المتصورة، والثقة، والتوافق، والتأثير الاجتماعي تؤثر بشكل كبير على نية الاستخدام السلوكي، في حين تبين أن عامل الاستمتاع المتصور له تأثير أقل وبيّنت الدراسة أن الثقة كانت العامل الأقوى تأثيراً تليها درجة التوافق مما يشير إلى أهمية هذه المتغيرات في تشكيل نية المستهلك لاستخدام أنظمة الدفع الرقمية ، وأوصت الدراسة مزودي خدمات الدفع الإلكتروني بضرورة تبني استراتيجيات استباقية تأخذ في الاعتبار هذه العوامل لتعزيز ثقة المستخدمين وزيادة معدل استخدامهم للمحافظ الإلكترونية.

2. دراسة (rahayu ، 2022) بعنوان : factors that influence the behavioural

intention to use e-payments in indonesia هدفت هذه الدراسة الى دراسة العوامل المؤثرة على نية استخدام الدفع الإلكتروني في إندونيسيا ، في هذه الدراسة تم تحديد ثمانية متغيرات كعوامل مؤثرة وهي الفائدة المدركة و سهولة الاستخدام المدركة و الإدراك المستهلك و المتعة و الثقة والتأثير الاجتماعي و الأمان المدرك و الموقف اتجاه السلوك ، و استخدمت الدراسة منهجية جمع البيانات من 403 مُستجيباً جُمعت من خلال استبيان إلكتروني ، و تم تحليل النتائج باستخدام lisrel 8.8 ، وُجدت الدراسة أن ستة من المتغيرات و هي : سهولة الاستخدام المدركة و المتعة و الثقة و التأثير الاجتماعي و الأمان المدرك و الموقف اتجاه السلوك لها علاقة وثيقة بالنية السلوكية لاستخدام نظام الدفع الإلكتروني

، كذلك وجدت الدراسة أن النية السلوكية تؤدي بشكل كبير الى تبني الدفع الإلكتروني كما أن الدفع الإلكتروني يؤثر بشكل كبير على نية الاستمرار في استخدامه .

3. دراسة (Ohman & Dimitrova ، 2022) بعنوان : **Barriers to bank customers: intention to fully adopt digital payment methods**

هدفت هذه الدراسة الى دراسة العلاقة تجريبياً بين مجموعة من العوائق الوظيفية و الاجتماعية و النفسية و نية عملاء البنوك في تبني وسائل الدفع الرقمية بالكامل ، استخدمت الدراسة منهجية جمع البيانات من خلال استبيان إلكتروني أرسل الى عيّنتين من عملاء البنوك السويدية وهما : المتبنون المقبلون (أي عملاء البنوك الشباب) و المتبنون المقاومون (أي المجموعة المعارضة لمجتمع بلا نقد) ، واختبرت الفرضيات بتطبيق نموذج الانحدار الترتيبي ، و أظهرت النتائج إلى أن الحواجز مثل الخصوصية وصعوبة الوصول تؤثر سلباً على نية التبني الكامل للنماذج المصرفية الرقمية (DPMS) لدى المتبنين القابلين، في حين يرى المتبنون المقاومون أن جميع الحواجز ذات تأثير، مع بروز "اللامبالاة" كأكثرها تأثيراً. كما أظهرت النتائج أن تأثير الحواجز يزداد لدى الأفراد ذوي الخبرة العالية في استخدام هذه النماذج، ما يبرز أهمية تبني المصارف لاستراتيجيات مخصصة تعزز استخدام الخدمات الرقمية.

4. دراسة (Lin and al ,2020) بعنوان : **Factors Affecting the Behavioral Intention to Adopt Mobile Payment: An Empirical Study in Taiwan**

هدفت هذه الدراسة الى فهم العوامل المؤثرة في نية المستهلكين لاستخدام خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول في تايوان ، استخدمت الدراسة المنهجية النظرية الموحدة والموسعة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT2) و نظرية انتشار الابتكار (DOI) ، وجمعت البيانات وتم تحليلها باستخدام طريقة المربعات الجزئية (Partial Least Squares - PLS) ، و أظهرت نتائج الدراسة أن كل من التأثير الاجتماعي وتسهيلات الاستخدام والدافع الترفيهي والتوافق والابتكار والمزايا النسبية وقابلية الملاحظة لها تأثير إيجابي ودال إحصائياً على نية المستهلك لاستخدام الدفع عبر الهاتف المحمول.

5. دراسة (Aseng ، 2020) بعنوان : **Factors Influencing Generation Z Intention to Use FinTech Digital Payment Services**

هدفت هذه الدراسة الى تحليل العوامل التي تؤثر على نية الجيل Z في استخدام خدمات الدفع الرقمية ، استخدمت الدراسة منهجية جمع البيانات

من خلال استبيانات تم توزيعها إلكترونياً عبر الإنترنت باستخدام عيني كرة الثلج (snowball) والعينة المريحة (convenient sampling) بلغ عدد المشاركين في الدراسة 266 فرداً من جيل Z ، توصلت الدراسة إلى أن جميع العوامل الخمسة (الثقافة ، الأمان المدرك ، توقع الأداء ، توقع الجهد ، التأثير الاجتماعي) لها تأثير إيجابي ومعنوي على نية استخدام جيل Z لخدمات الدفع الرقمي مما يشير إلى أهمية هذه المتغيرات في تشكيل سلوك هذا الجيل في المجال المالي الرقمي.

6. دراسة (Patil & al ، 2018) بعنوان : Digital payments adoption research : A

review of factors influencing consumer's attitude intention and usage

هدفت هذه الدراسة الى مراجعة الأدبيات المتعلقة بتبني وسائل الدفع الرقمية (DPMs) مع التركيز على تحديد العوامل المؤثرة في مواقف المستهلكين وتبنيهم السلوكية واستخدامهم الفعلي لهذه الوسائل ، ولتحليل هذه الدراسة تم استخدام نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) و نظرية التوحيد لقبول و استخدام التكنولوجيا (UTAUT) وكذلك التركيز على العوامل المشتركة في هذه الدراسات مثل الثقة و المخاطرة المتصورة ، و أظهرت نتائج الدراسة أن أكثر العوامل تأثيراً في تبني المستهلكين لوسائل الدفع الرقمية تتمثل في الفائدة المتصورة، وسهولة الاستخدام، والثقة، والمخاطر المتصورة. كما تبين أن نماذج (TAM) و (UTAUT) هي الأطر النظرية الأكثر استخداماً في تحليل سلوك المستخدمين، وأن هذه العوامل تؤثر بشكل مباشر على نية الاستخدام والاستخدام الفعلي لتقنيات الدفع الرقمي، لا سيما في البيئات النامية .

7. دراسة (Singh & Srivastava ، 2018) بعنوان : Predicting the Intention to Use

Mobile Banking in India

المصرفية عبر الهاتف المحمول في الهند و لك من خلال تطوير نموذج نظري وتحريبي لتفسير النية السلوكية لاستخدام هذه الخدمات ، شمل النموذج المقترح ستة متغيرات رئيسية هي: سهولة الاستخدام المتصورة، الكفاءة الذاتية في استخدام الحاسوب، التأثير الاجتماعي، التكلفة المالية المتصورة، الأمان، والثقة، استخدمت الدراسة منهجية كمية قائمة على أسلوب المسح وشملت عينة مكونة من 855 عميلاً مصرفياً من بنوك متنوعة (عامة، خاصة، أجنبية، وتعاونية) و تم تحليل هذه البيانات باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) عبر برنامج AMOS 16.0 ، أظهرت نتائج الدراسة أن الأمان والكفاءة الذاتية

وسهولة الاستخدام والتكلفة المالية المتصورة كانت من أبرز العوامل المؤثرة في نية العملاء لاستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

8. دراسة (Vinitha & Vasantha ، 2017) بعنوان : **Factors Influencing**

Consumer's Intention to Adopt Digital Payment - Conceptual Model

هدفت هذه الدراسة الى العوامل المؤثرة على نية المستهلك في تبني أنظمة الدفع الرقمية من خلال مراجعة أدبيات سابقة ، واعتمدت الدراسة على المنهج النظري من خلال مراجعة الأدبيات السابقة لبناء نموذج مفاهيمي يوضح العوامل المؤثرة في التبني ، وقد أظهرت نتائج الدراسة إلى أن العوامل الرئيسة المؤثرة تشمل المنفعة المتصورة، وسهولة الاستخدام المتصورة، والمخاطر المتصورة، بالإضافة إلى عامل الثقة، كما أشارت النتائج إلى أن وعي المستهلك، وتوفير بيئة آمنة، وسهولة الوصول إلى أدوات الدفع، والحوافز، ووجود إطار قانوني واضح، تُعد من أبرز المحفزات لتوسيع استخدام أنظمة الدفع الرقمي.

9. دراسة (Sfenrianto & al ، 2017) بعنوان : **The analysis of consumer's**

intention model for using E-payment system in Indonesia

الدراسة الى هدف الدراسة إلى تحديد العوامل التي تشجع المستهلكين في إندونيسيا على استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني في معاملات التجارة الإلكترونية ، طوّرت هذه الدراسة بناءً على نموذج للعوامل المؤثرة على نية المستهلك لاستخدام الدفع الإلكتروني، وهي: الثقافة، والأمان المتصور، وتوقع الأداء، وتوقع الجهد، والتأثير الاجتماعي ، اعتمدت الدراسة على تحليل بيانات رقمية تم جمعها من المشاركين عبر استبيانات تم توزيعه على عينة مكوّنة من 110 مستخدمين لنظام الدفع الإلكتروني في إندونيسيا ، تم تحليل البيانات المجمّعة باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) ، أظهرت النتائج أن جميع هذه العوامل تؤثر بشكل كبير على قيمة استخدام الدفع الإلكتروني وقد بيّنت نتائج التحليل أن سهولة الاستخدام المتوقعة كانت العامل الأكثر تأثيراً، تليها الثقافة، ثم التأثير الاجتماعي، بينما كان لكل من توقعات الأداء والأمان المتصور تأثير أقل نسبياً، تعكس هذه النتائج أهمية تصميم أنظمة دفع إلكتروني سهلة الاستخدام، مع مراعاة الجوانب الثقافية والاجتماعية للمستخدمين .

المطلب الثالث: القيمة المضافة لدراستنا

الفرع الأول: أوجه التشابه

من خلال ما تم تناوله من دراسات سابقة حول موضوع دراستنا، نجد أن الدراسات العربية على العموم تطرقت الى دور أو أثر العوامل الاقتصادية على نية التبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول أي أنها عاجلت جانب من جوانب الدراسة أما بالنسبة للدراسات الأجنبية كانت أكثر تخصص وشملت موضوع الدراسة بصفة مباشرة إلا أنها كانت أكثر توسعا من حيث العينة والمتغيرات المعتمد عليها.

الفرع الثاني: أوجه الاختلاف

الدراسات السابقة تمت في بلدان كثيرة كالعراق وأندونيسيا والهند والأردن، ولكن ولا واحدة من هاته الدراسات تمت في الجزائر وبشكل خاص عينة من ولاية عين تموشنت بنفس متغيرات دراستنا.

توضيح أثر العوامل الاقتصادية للخدمات المصرفية بالاعتماد على المؤشرات (تبني الابتكار، القيمة السعرية، الظروف الميسرة، الميزة النسبية، التعقيد) على نية تبني طرق الدفع الرقمية على الهاتف المحمول من خلال الاعتماد على إثراء تطبيقي.

خلاصة الفصل:

يستعرض هذا الفصل مجموعة من المقاربات النظرية والمفاهيم المتعلقة بالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول مع تسليط الضوء على الدور الذي تلعبه هذه الخدمات في تسيير المعاملات المالية الإلكترونية عن بعد من خلال تمكين العملاء من التحكم الكامل في بياناته وعملياتهم المالية مع توفير خيارات متنوعة لتلبية احتياجاتهم؛ ومن خلال ما توصلت اليه الدراسات السابقة تبين ان العوامل الاقتصادية تؤثر بشكل واضح على نية المستخدمين الجزائريين لاستخدام هذه الخدمات فبهذا سنقوم بدراسة اهم العوامل الاقتصادية المؤثرة على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد

في إطار توطيد التكامل بين الجانبين النظري و التطبيقي و بعد أن تم التطرق في الفصل الأول الى الأدبيات النظرية الخاصة بالعوامل الاقتصادية و كذا نية تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول مبرزين بذلك جميع الجوانب و عليه سوف يتم التطرق في هذا الفصل الى توظيف ما تم تناوله في الجانب النظري وذلك بالقيام بدراسة ميدانية لعينة عشوائية من الأشخاص بولاية عين تموشنت وذلك من خلال القيام باستبيان كأداة لجمع البيانات و الاعتماد على برنامج SPSS Version 26 موضحين بذلك العوامل المؤثرة على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.

حيث تم تقسيم هذا الفصل الى مبحثين:

❖ المبحث الأول: منهجية الدراسة.

❖ المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية.

المبحث الأول: منهجية الدراسة

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

تشمل الطريقة المتبعة مجتمع الدراسة وعينة الدراسة وكذا أهم المتغيرات.

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

أولاً: مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في العملاء الجزائريين الذين لهم حسابات بنكية .

ثانياً: عينة الدراسة

اختبرت العينة العشوائية حيث وزعت الاستثمارات بطريقة عشوائية على مجموعة من المستخدمين لديهم حسابات بنكية في ولاية عين تموشنت وبلغ عددها 53 استمارة وكل عدد الاستثمارات صالحة للدراسة أي أنها مناسبة للدراسة.

الفرع الثاني: متغيرات الدراسة

تم تقسيم الدراسة الى متغيرين:

أولاً: المتغيرات المستقلة

تبني الابتكار، القيمة السعرية، الظروف الميسرة، الميزة النسبية، التعقيد.

ثانياً: المتغير التابع

نية تبني طرق الدفع الرقمية.

المطلب الثاني: الأدوات المستعملة في جمع وتحليل البيانات

الفرع الأول: أدوات جمع البيانات

أولاً: البيانات الأولية

من خلال البحث في الجانب الميداني بتوزيع الاستبيان لتجميع المعلومات الميدانية اللازمة لموضوع البحث.

1. **بيانات الاستبيان:** قمنا بصياغة الاستبيان بناء على الدراسات السابقة للموضوع (أنظر الى الملحق رقم 01)، وتم تقسيم الاستبانة كالآتي:
- **المحور الأول:** يتضمن متغيرات الدراسة الأساسية التي من خلالها يتم استطلاع آراء افراد العينة محل الدراسة، وهو يشتمل على (25) عبارة تقييمية، مقسمة حسب متغيرات الدراسة الأربعة
 - **المحور الثاني:** يحتوي على الخصائص العامة لعينة الدراسة وهي تشمل على: النوع، العمر، الوظيفة، المستوى التعليمي.
2. **المقياس المستعمل في الاستبيان:** وفق هذه الدراسة تم الاعتماد على مقياس **ليكارت الخماسي** لتحليل البيانات التي تم تجميعها، باعتباره مقياس شائع الاستخدام لقياس الآراء نظرا لسهولة فهمه وتوازن درجاته، حيث يترجم خمس احتمالات للإجابة على الأسئلة المطروحة من خلال الاستبيان و المتمثلة في (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة) وعلى المجيب على الأسئلة وضع علامة X أمام الإجابة المناسبة التي يختارها، حيث أن الاختيار غير موافق بشدة يعني (1)، غير موافق يعني (2)، محايد يعني (3)، موافق يعني (4)، موافق بشدة يعني (5).

الجدول رقم (2-1): درجات سلم ليكارت الخماسي

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

المصدر: أبوزيد 2005، ص 22.

ثانيا: البيانات الثانوية

تمت مراجعة الكتب، المجلات، الملتقيات، التقارير، أطروحات الدكتوراه ومواقع الأترنيت الموثوقة المتعلقة بموضوع قيد الدراسة.

الفرع الثاني: أدوات تحليل البيانات

تم استعمال البرنامج الإحصائي SPSS Version 26 لتحليل البيانات، وقد تم استخدام طريقة الانحدار الخطي المتعدد لاختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

المطلب الأول: 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.

1. التوزيع حسب النوع: فيما يلي يتم عرض توزيع أفراد الدراسة حسب الجنس.

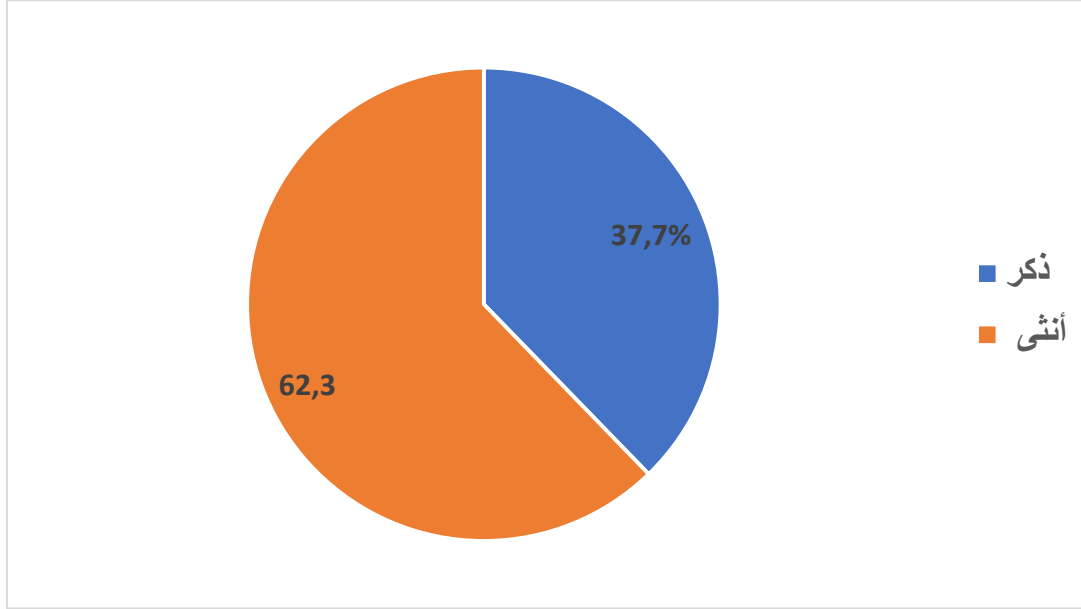
الجدول رقم (2-2): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
37,7%	20	ذكور
62,3%	33	إناث
100%	53	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

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

الشكل رقم (2-1): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب الجنس.



المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

نلاحظ من الجدول (2-2) والشكل (2-1) أعلاه أن نسبة الذكور تتمثل في 37,7% ونسبة الإناث تتمثل في 62,3% وبالتالي فإن الإناث أكثر من الذكور في الفئة العشوائية المدروسة.

2. التوزيع حسب العمر: تم تقسيم الشرائح العمرية لمفردات العينة بين (من 18 سنة الى 25 سنة)، (من 26 سنة الى 35 سنة)، (من 36 سنة الى 45 سنة)، (أكثر من 45 سنة)، كما هو مبين في الجدول التالي:

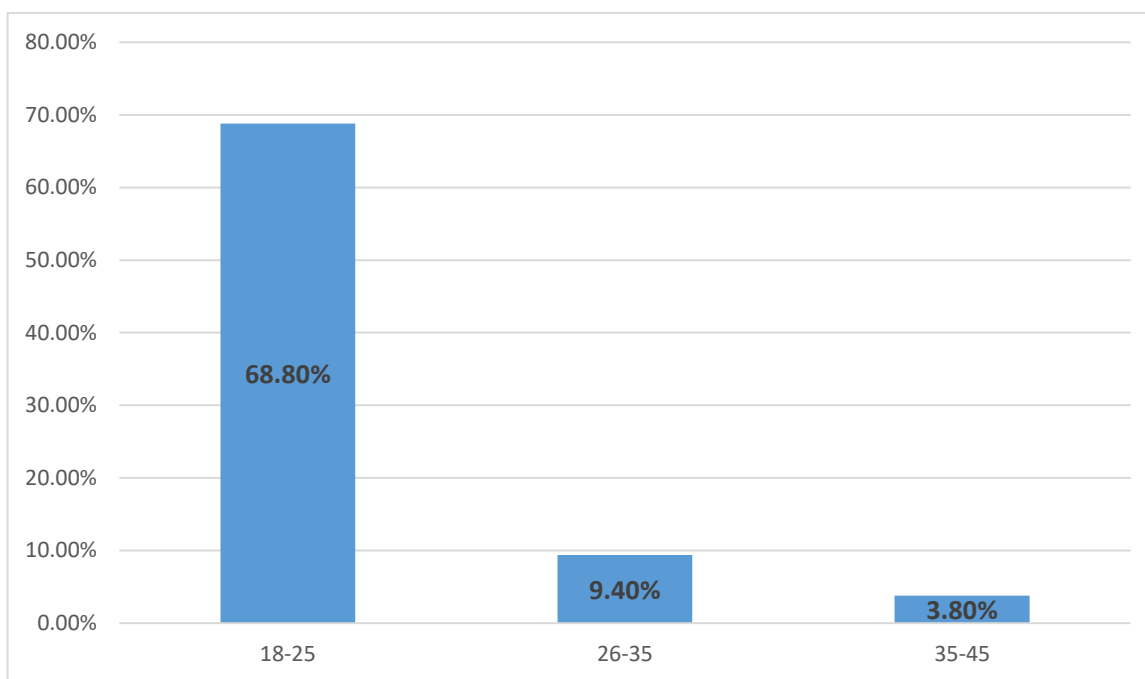
الجدول رقم (2-3): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب السن

الرقم	الفئة العمرية	التكرار	النسبة %
1	18-25	46	68,8%
2	26-35	5	9,4%
3	36-45	2	3,8%

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

يمكن توضيح أيضا توزيع أفراد العينة حسب السن من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم (2-2): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن أكبر الشرائح مساهمة في العينة المدروسة تلك التي يتراوح عمرها بين (18 و25 سنة) بنسبة 68,8% تليها الفئة العمرية التي يتراوح سنها ما بين 26 إلى 35 سنة بنسبة 9,40%، في حين مثلت الفئة العمرية التي يتراوح أعمارها من 35 إلى 45 سنة أقل نسبة مئوية تمثلت في 3,80% فقط، و هذا راجع لعدم تعامل هذه الفئة كثيرا مع البنوك.

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

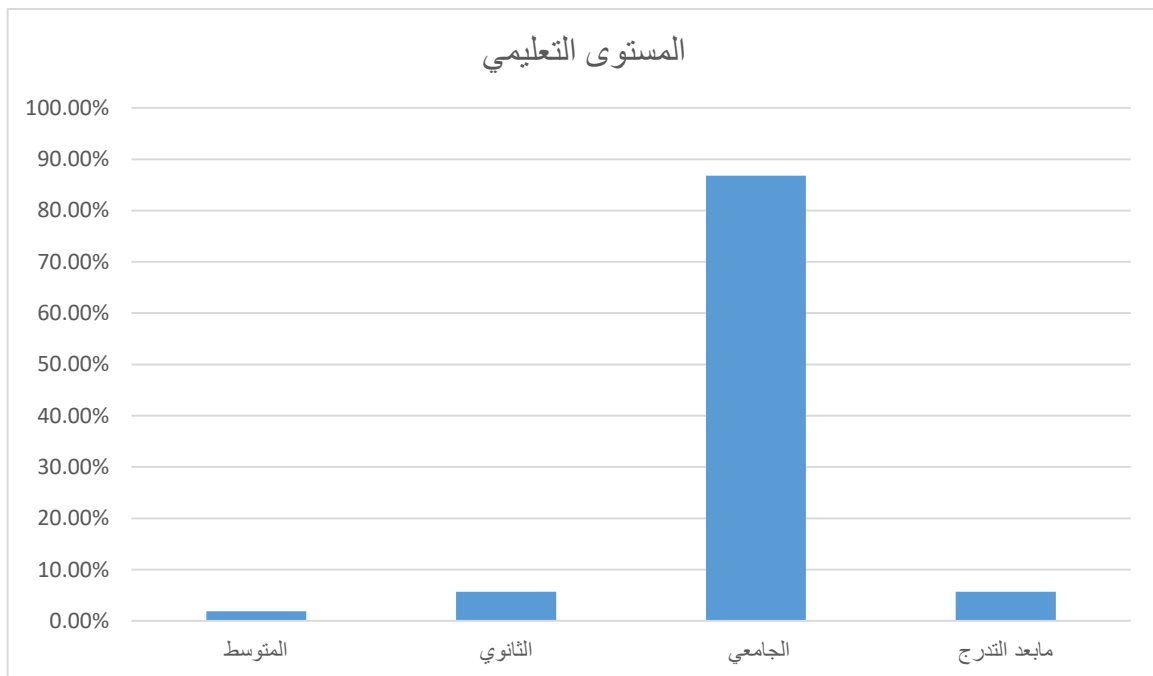
الجدول رقم (2-4): توزيع أفراد العينة المدروسة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الدراسي
1,9%	1	المتوسط
5,7%	3	الثانوي
86,8%	46	الجامعة
5,7%	3	ما بعد التدرج

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

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

الشكل رقم (2-3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

من خلال الجدول رقم (2-4) والشكل رقم (2-3) نلاحظ أن المستوى التعليمي الجامعي يمثل أكبر نسبة

بمعدل 86,8% من حاملي الشهادات الجامعية اما ليسانس أو ماستر، ثم تليها فئة الشهادات الثانوية وما بعد

التدرج بنسبة 5,7%، ثم تليها أصغر فئة وهي فئة حاملي الشهادات المتوسط بنسبة 1,9%.

4. توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية: فيما يلي يتم عرض توزيع أفراد العينة حسب الحالة

الاجتماعية.

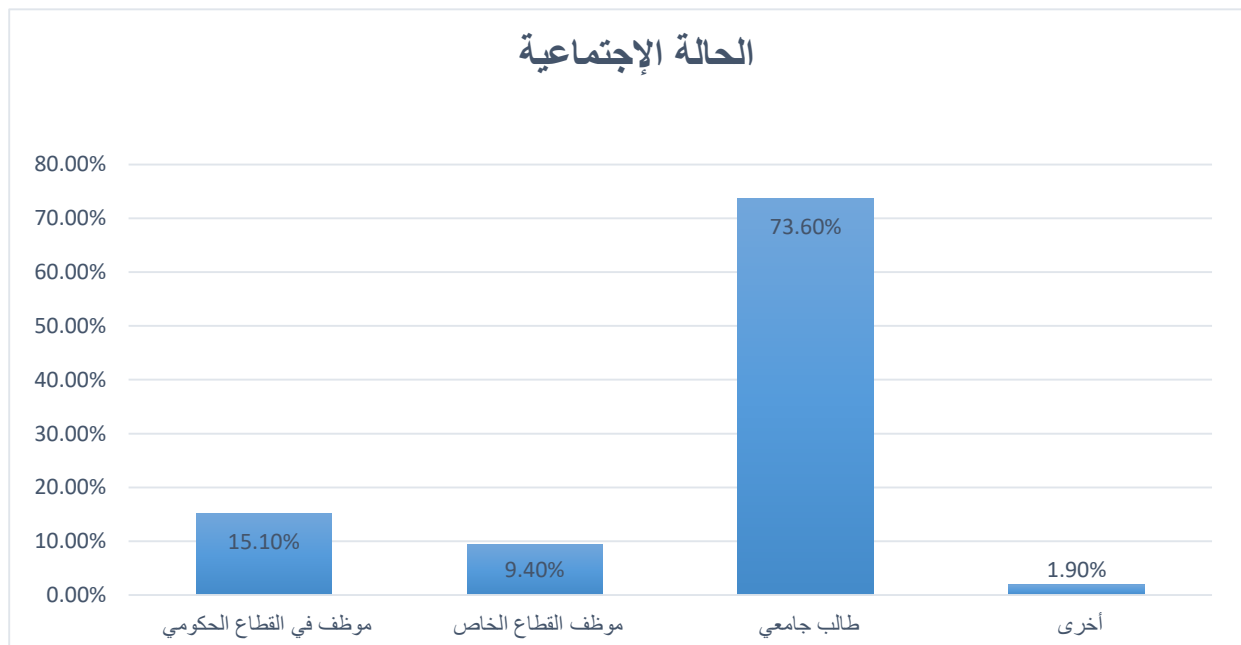
الجدول رقم (2-5): توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الوظيفة	الرقم
15,1%	8	موظف في القطاع الحكومي	1
9,4%	5	موظف في القطاع الخاص	2
73,6%	39	طالب جامعي	3
1,9%	1	اخرى	4

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

الشكل رقم (2-4): يبين توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26



5. توزيع أفراد العينة حسب المدة التي تعرفت فيها على طرق الدفع الرقمية: فيما يلي يتم عرض توزيع

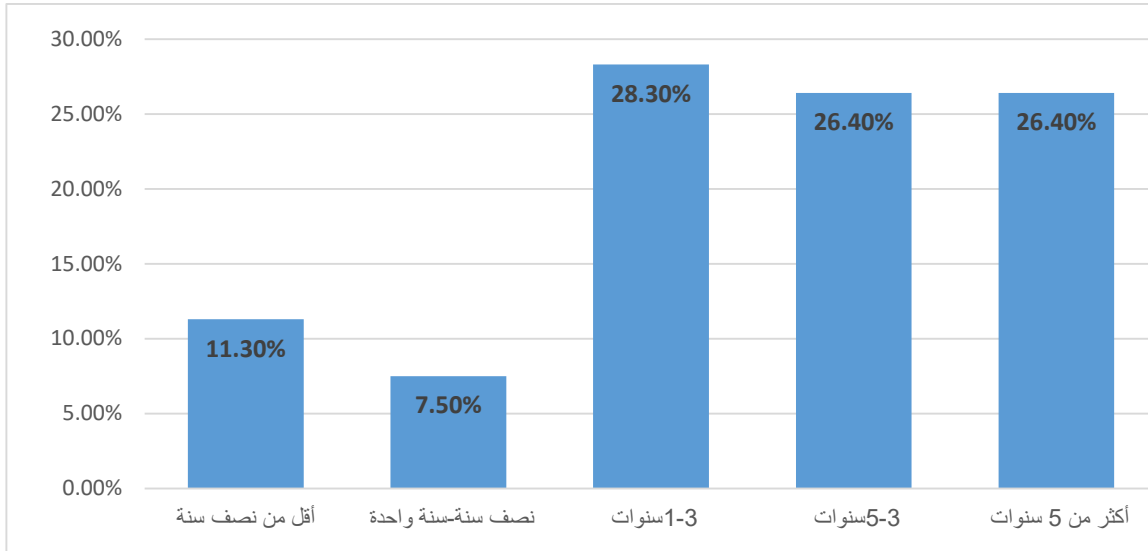
أفراد العينة حسب المدة التي تعرفوا فيها على طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.

الجدول رقم (2-6): توزيع أفراد العينة حسب المدة التي تعرفوا فيها على طرق الدفع الرقمية

الرقم	المدة	التكرار	النسبة المئوية
1	أقل من نصف سنة	6	11,3%
2	نصف سنة-سنة	4	7,5%
3	1-3 سنوات	15	28,3%
4	3-5 سنوات	14	26,4%
5	أكثر من 5 سنوات	14	26,4%

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

الشكل رقم (2-5): توزيع أفراد العينة حسب المدة التي تعرفوا فيها على طرق الدفع الرقمية



المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2-5) والشكل رقم (2-6) أن معظم الناس تعرفوا على طرق

الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول من سنة الى ثلاثة سنوات بنسبة 28,3% وفئة أخرى تعرف على

طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول أكثر من خمس سنوات بنسبة 26,4%

المطلب الثاني: تحليل النتائج

ثبات الاستبيان

من خلال تطبيق البرنامج الإحصائي SPSS Version 26 تم اجراء اختبار الثبات لإجابات العينة

المدرسة وتوصلنا على النتائج التالية:

الجدول رقم (2-7): ثبات الاستبيان

البيان	عدد العبارات	درجة معامل الفا كرونباخ
جميع محاور الاستبيان	25	0,907

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

نلاحظ من خلال الجدول المبين أعلاه أن قيمة ألفا كرونباخ قد بلغت قيمته 0,907 وهي مرتفعة وهذا ما يدل على أن المقياس بعباراته 25 يتمتع بالثبات، حيث يجب أن يكون أكبر من 0.7 وهو الحد الأدنى المقبول لقيمة معامل ألفا كرونباخ.

الارتباط بين المتغيرات

الجدول رقم (2-8): الارتباط بين متغيرات الدراسة

نية التبنّي	تبنّي	القيمة	الظروف	الميزة	التعقيد	
1,000	0,572	0,371	0,449	0,601	0,695	
تبنّي الابتكار	1,000	0,443	0,571	0,529	0,445	
القيمة السعرية	0,443	1,000	0,416	0,301	0,296	
الظروف	0,571	0,416	1,000	0,269	0,353	
الميسرة	0,449	0,416	0,571	1,000	0,269	
الميزة النسبية	0,601	0,301	0,529	0,269	1,000	
التعقيد	0,695	0,445	0,445	0,353	0,296	1,000

0,000	0,000	0,000	0,003	0,000		نية التبني	القيمة الاحتمالية SIG
0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	تبني الابتكار	
0,016	0,014	0,001		0,000	0,003	القيمة السعرية	
0,005	0,026		0,001	0,000	0,000	الظروف الميسرة	
0,000		0,026	0,014	0,000	0,000	الميزة النسبية	
	0,000	0,005	0,016	0,000	0,000	التعقيد	

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

يتضح من الجدول أعلاه وجود ارتباط موجب ومعنوي من الناحية الإحصائية بين المتغيرات الاقتصادية و نية تبني طرق الدفع الرقمية وذلك عند مستوى دلالة $SIG (p\text{-value}) < 5\%$ ، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بين تبني الابتكار ونية تبني طرق الدفع الرقمية (0,572) إذ بلغت القيمة الاحتمالية $SIG (0,000)$ وهي أصغر من 5% ، وبين القيمة السعرية و نية تبني طرق الدفع الرقمية بلغت (0,371) إذ بلغت القيمة الاحتمالية $SIG (0,003)$ وهي أصغر من 5% ، بالإضافة الى أن القيمة بين الظروف الميسرة و نية تبني طرق الدفع الرقمية بلغت (0,449) إذ بلغت القيمة الاحتمالية $SIG (0,000)$ وهي أصغر من 5% ، وبلغت القيمة بين الميزة النسبية و نية تبني طرق الدفع الرقمية (0,601) إذ بلغت القيمة الاحتمالية $SIG (0,000)$ وهي أصغر من 5% ، وأخيرا بلغت قيمة معامل الارتباط بين التعقيد و نية تبني طرق الدفع الرقمية ب(0,695) إذ بلغت القيمة الاحتمالية $SIG (0,000)$ وهي أصغر من 5%.

المتغيرات التي تم إدخالها:

الجدول رقم (2-9): المتغيرات التي تم إدخالها أو إزالتها

النموذج	المتغيرات التي تم إدخالها	المتغيرات التي تم إزالتها	الطريقة
1	تبني الابتكار القيمة السعرية الظروف الميسرة الميزة النسبية التعقيد نية التبني		قياسية

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

يوضح الجدول رقم (2-9) أعلاه أسماء المتغيرات التي أدخلت في معادلة الانحدار (نية تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول كمتغير تابع)، و(تبني الابتكار والقيمة السعرية والظروف الميسرة والميزة النسبية والتعقيد كمتغيرات مستقلة) والتحليل يستبعد أي متغير، كما أن الطريقة المستخدمة في النموذج هي الانحدار القياسي.

القدرة التفسيرية النموذجية:

من أجل اختيار قدرة النموذج على التفسير تم استخدام كل من معامل الارتباط R ، معامل التحديد R^2

والأهم معامل التحديد R^{-2} الذي يقدم تفسير أدق وأقرب للصحة، وهذا ما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم (2-10): معامل الارتباط ومعامل التحديد ومعامل التحديد المعدل للنموذج

الخطأ المعياري	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد R^2	معامل الارتباط R
	R^2		
0,41038	0,555	0,598	0,773a

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

يوضح الجدول أعلاه معامل الارتباط بيرسون بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة حيث بلغ قيمة مرتفعة تقدر بـ **0,773** وهذا يعني وجود علاقة ارتباط قوية وطرديّة بين المتغيرات المستقلة مجتمعة والمتغير التابع، وقد بلغت قيمة معامل التحديد R^2 (**0,555**) وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة تفسر معا ما نسبته **55,5%** من التباين في المتغير التابع (نية تبني طرق الدفع الرقمية)، أما النسبة المتغيرة والمقدرة بـ **44,5%** فتعود الى عوامل أخرى لا يمكن لدراستنا تفسيرها.

معنوية الانحدار لتحليل التباين ANOVA:

من خلال تحليل التباين يظهر لنا الجدول أدناه:

الجدول رقم (2-11): جدول تحليل التباين ANOVA

النموذج الأول	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط مجموع المربعات	مستوى المعنوية
الانحدار	5	11,764	2,353	0,000
البواقي	47	7,915	0,168	
الكلي	52	19,679		

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

بما أن $F=13,970$ ومستوى المعنوية أقل فإن النموذج لديه (فائدة) تنبؤية

1. معنوية المعاملات: تقدير معاملات النموذج واختبارها

الجدول رقم (2-12): تقدير معاملات النموذج واختبارها

مستوى المعنوية	المعاملات غير معيارية		المعاملات المعيارية
	β	الانحراف المعياري	Beta
0,567	0,323	0,560	
0,157	0,162	0,113	0,188
0,615	0,053	0,104	0,054
0,342	0,137	0,143	0,113
0,146	0,202	0,136	0,187

0,001	0,442	0,111	0,407	التعقيد
-------	-------	-------	-------	---------

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

- وجود أثر موجب لمتغير تبني الابتكار على نية تبني طرق الدفع الرقمية، حيث بلغت قيمة $Beta(0,188)$ وهذا معناه أن تبني الابتكار يؤثر بنسبة $18,8\%$ في نية تبني طرق الدفع الرقمية، وبالنظر الى قيمة SIG والتي تساوي $0,157$ وهي أكبر من مستوى المعنوية $5\% \alpha$ وهذا ما يدل على أن هذا الأثر غير معنوي من الناحية الإحصائية، وبالتالي يمكننا أن نستنتج أن تبني الابتكار لا يؤثر على نية تبني طرق الدفع الرقمية.
- وجود أثر موجب لمتغير القيمة السعرية على نية تبني طرق الدفع الرقمية، حيث بلغت قيمة $Beta(0,054)$ وهذا معناه أن القيمة السعرية تؤثر بنسبة $5,4\%$ في نية تبني طرق الدفع الرقمية، وبالنظر الى قيمة SIG غير معنوي بحيث تساوي قيمته $0,615$ فهي أكبر من مستوى المعنوية $5\% \alpha =$ وهذا ما يدل على أن هذا الأثر غير معنوي من الناحية الإحصائية، وبالتالي يمكننا أن نستنتج أن القيمة السعرية لا تؤثر على نية تبني طرق الدفع الرقمية.
- وجود أثر موجب لمتغير الظروف الميسرة على نية تبني طرق الدفع الرقمية، حيث بلغت قيمة $Beta(0,113)$ وهذا معناه أن الظروف الميسرة تؤثر بنسبة $11,3\%$ في نية تبني طرق الدفع الرقمية، وبالنظر الى قيمة SIG غير معنوي بحيث تساوي قيمته $0,342$ فهي أكبر من مستوى المعنوية $5\% \alpha =$ وهذا ما يدل على أن هذا الأثر غير معنوي من الناحية الإحصائية، وبالتالي يمكننا أن نستنتج أن الظروف الميسرة لا تؤثر على نية تبني طرق الدفع الرقمية.

- وجود أثر موجب لمتغير الميزة النسبية على نية تبني طرق الدفع الرقمية، حيث بلغت قيمة Beta (0,187) وهذا معناه أن الظروف الميسرة تؤثر بنسبة 18,7% في نية تبني طرق الدفع الرقمية، وبالنظر الى قيمة SIG غير معنوي بحيث تساوي قيمته 0,146 فهي أكبر من مستوى المعنوية $\alpha = 5\%$ وهذا ما يدل على أن هذا الأثر غير معنوي من الناحية الإحصائية، وبالتالي يمكننا أن نستنتج أن الميزة النسبية لا تؤثر على نية تبني طرق الدفع الرقمية.

- وجود أثر موجب لمتغير التعقيد على نية تبني الخدمة المصرفية، حيث بلغت قيمة Beta (0,442) وهذا معناه أن الظروف الميسرة تؤثر بنسبة 44,2% في نية تبني طرق الدفع الرقمية، وبالنظر الى قيمة SIG بحيث تساوي قيمته 0,001 فهي أقل من مستوى المعنوية $\alpha = 5\%$ وهذا ما يدل على أن هذا الأثر معنوي من الناحية الإحصائية، وبالتالي يمكننا أن نستنتج أن التعقيد يؤثر على نية تبني طرق الدفع الرقمية.

النموذج الرياضي:

بناء على ما سبق يتبين لنا أن النموذج معنوي وهذا بدوره يدفعنا الى رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة لنموذج الدراسة والتي مفادها وجود أثر موجب وذو دلالة إحصائية للمتغيرات الاقتصادية للخدمة المصرفية المتمثلة في (تبني الابتكار، القيمة السعرية، الظروف الميسرة، الميزة النسبية، التعقيد) على نية تبني الخدمة المصرفية.

قمنا بتحديد علاقة العوامل التي في دراستنا بدلالة نية تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول بالمعادلة التالية:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + \dots + \epsilon$$

Y: متغير تابع يمثل على نية تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول

X_T: تمثل المتغيرات المستقلة التي تشرح الانحدار وتتمثل في تبني الابتكار، القيمة السعرية، الظروف

الميسرة، الميزة النسبية، التعقيد.

B₀: المستوى المتوسط نية تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول عندما تكون المتغيرات المستقلة معدومة.

B_T: تمثل معاملات المتغيرات المستقلة.

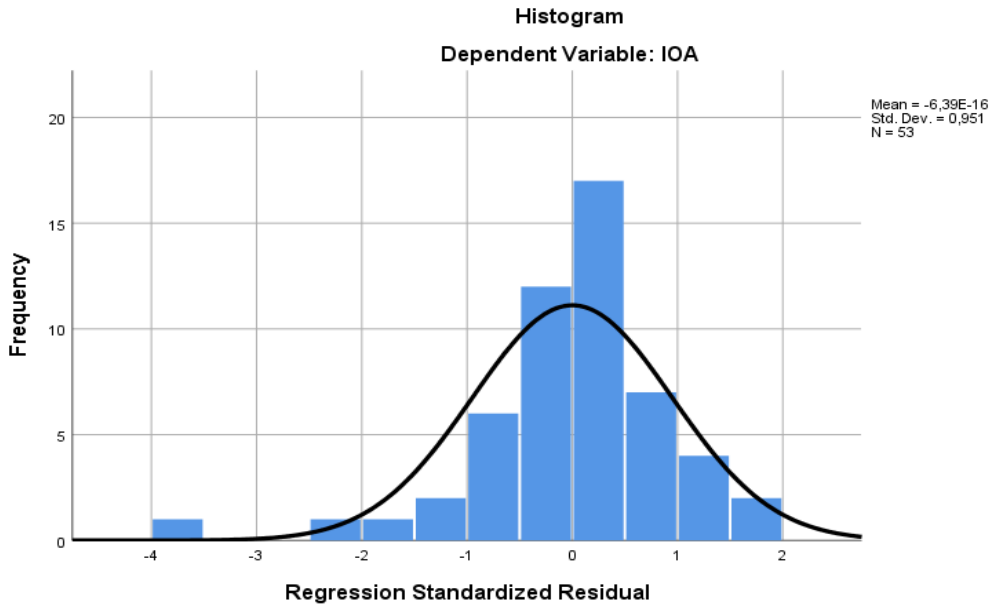
£: الخطأ العشوائي

ومما سبق يمكن تشكيل نموذج للانحدار الخطي المتعدد على النحو التالي:

نية تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول = $0,323 + 0,053$ القيمة السعرية + $0,137$ الظروف

الميسرة + $0,162$ تبني الابتكار + $0,202$ الميزة النسبية + $0,407$ للتعقيد + $£$

الشكل رقم (2-6): التوزيع الطبيعي



المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

يتضح من الشكل رقم (2-7) يتضح أن البواقي تتبع التوزيع الطبيعي وهو شرط من شروط صحة الانحدار الخطي.

المطلب الثالث: مناقشة النتائج

الجدول رقم (2-13): نتائج الارتباط بين متغيرات نموذج الانحدار

القيمة الاحتمالية SIG	معامل بيرسون PERSON	
	1,000	نية تبني الخدمة المصرفية
0,000	0,572	تبني الابتكار
0,000	0,371	القيمة السعرية
0,000	0,449	الظروف الميسرة
0,000	0,601	الميزة النسبية
0,000	0,695	التعقيد

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

أظهرت نتائج مصفوفة الارتباط وجود ارتباط إيجابي من خلال قيمة معامل بيرسون بدلالة إحصائية معنوية من خلال قيمة SIG بين المتغير التابع نية التبني والمتغيرات المستقلة (تبني الابتكار، القيمة السعرية، الظروف الميسرة، الميزة النسبية، التعقيد).

الجدول رقم (2-14): نتائج الانحدار الخطي المتعدد

مستوى المعنوية	المعاملات غير المعيارية		معامل التحديد المعدل	الفاكرو نباخ		
	الانحراف المعياري	β				
0,567	0,560	0,323	0,555		نية تبني الخدمة المصرفية	المتغير التابع
0,157	0,113	0,162			تبني الابتكار	المتغيرات المستقلة
0,615	0,104	0,053			القيمة السعرية	
0,342	0,143	0,137			الظروف الميسرة	
0,146	0,136	0,202			الميزة الوظيفية	
0,001	0,111	0,407			التعقيد	

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS Version 26

أظهرت نتائج الانحدار الخطي المتعدد مايلي:

- النموذج يتمتع بالثبات وهذا من خلال قيمة ألفا كرونباخ التي بلغت **0,907** وهي مرتفعة.

- المتغيرات المستقلة تفسر معا ما نسبته 55,5% في المتغير التابع (نية تبني طرق الدفع الرقمية) من خلال معامل التحديد المعدل R^{-2} أما النسبة المتبقية من التباين والمقدرة ب 44%5, فتعود الى عوامل أخرى لا يمكن لدراستنا تفسيرها.

- معنوية نموذج الانحدار من خلال قيمة SIG (0,000) وهي أصغر من مستوى المعنوية 0,005.
 - يوجد أثر إيجابي (من خلال قيمة t) ذو دلالة إحصائية معنوية (من خلال القيمة الاحتمالية SIG) للمتغير المستقل على المتغير التابع لدى عينة الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي المتعدد ما يلي:

$$\text{نية تبني الخدمة المصرفية} = 0,323 + 0,162(\text{تبني الابتكار}) + 0,053(\text{القيمة السعرية}) +$$

$$0,137(\text{الظروف الميسرة}) + 0,202(\text{الميزة الوظيفية}) + 0,407(\text{التعقيد}) + \text{£}$$

ومنه نستخلص من الجدول رقم (2-15) المتعلق بتفسير الفرضيات أن:

الفرضيات	
الفرضية H1	مرفوضة
الفرضية H2	مرفوضة
الفرضية H3	مرفوضة
الفرضية H4	مرفوضة
الفرضية H5	مقبولة

وللإجابة على إشكالية الدراسة نجد أن فقط عامل التعقيد هو الذي يؤثر على نية تبني العملاء لطرق الدفع الرقمية فأما بقية العوامل فهي لاتؤثر على الدراسة

- ❖ الابتكار المالي له أثر موجب ليس ذو دلالة إحصائية على نية تبني طرق الدفع الرقمية، وعليه تم رفض الفرضية الأولى، والنتيجة المتوصل إليها تختلف مع نتائج دراسة (Lin and al,2020)
- ❖ القيمة السعرية لها أثر موجب ليس ذو دلالة إحصائية على نية تبني طرق الدفع الرقمية، وعليه تم رفض الفرضية الثانية، والنتيجة المتوصل إليها تختلف مع نتائج دراسة (Mallat and al,2006)
- ❖ الميزة النسبية لها أثر موجب ليس ذو دلالة إحصائية على نية تبني طرق الدفع الرقمية، وعليه تم رفض الفرضية الثالثة، والنتيجة المتوصل إليها تختلف مع نتائج دراسة (Rogers,2003)
- ❖ الظروف الميسرة لها أثر موجب ليس ذو دلالة إحصائية على نية تبني طرق الدفع الرقمية، وعليه تم رفض الفرضية الرابعة، والنتيجة المتوصل إليها مع نتائج دراسة (Venkatesh and al,2003)
- ❖ التعقيد له أثر موجب ذو دلالة إحصائية على نية تبني طرق الدفع الرقمية وعليه تم قبول الفرضية الخامسة، والنتيجة المتوصل إليها تختلف مع نتائج دراسة (Lin and al,2020)

خلاصة الفصل:

تناول هذا الفصل الجانب التطبيقي من الدراسة حيث تم اعتماد المنهج الوصفي الكمي من خلال تصميم استبيان وتوزيع على عينة مكونة من 53 شخص تم تحليل البيانات المتحصل عليها باستخدام برنامج SPSS V26 وذلك لاستخلاص المؤشرات الإحصائية اللازمة للإجابة على اشكاليات الدراسة، كما تم عرض النتائج ومناقشتها بشكل مفصل بما يخدم اهداف البحث.

الخاتمة العامة

الخاتمة:

من خلال هذه الدراسة التي قمنا بها والمتعلقة بالعوامل المؤثرة على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول تطرقنا الى المفاهيم العامة للخدمات المصرفية الرقمية وكذلك الخدمات الرقمية عبر الهاتف المحمول وعلى ضوء الجانب النظري تمحورت دراستنا التطبيقية في الفصل الثاني على دراسة أهم العوامل الاقتصادية المؤثرة على نية تبني العملاء لطرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول كونها الأقرب لمجال تخصصنا، كما حاولنا أن نجد العلاقة التي تربط بين المتغيرات ومعرفة ان كانت هناك علاقة ارتباط أم لا.

قمنا بدراسة على شكل استبيان في ولاية عين تموشنت اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي قمنا بتحليل بياناتنا عن طريق البرنامج الإحصائي SPSS Version 26، وقد توصلنا الى النتائج التالية:

أولاً: اختبار الفرضيات

ومن خلال الدراسة الميدانية توصلنا الى النتائج التالية:

- ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الأولى أن تبني الابتكار له تأثير سلبي ليس ذو دلالة إحصائية على نية تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.
- ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الثانية أن القيمة السعرية لها تأثير سلبي ليس ذو دلالة إحصائية على نية تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.
- ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الثالثة أن الظروف الميسرة لها تأثير سلبي ليس ذو دلالة إحصائية على نية تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.
- ✓ أظهرت نتائج اختبار الفرضية الرابعة أن التعقيد له تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على نية تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.
- ✓ لا يؤيّل العملاء الجزائريين للخدمات المصرفية اهتماماً كبيراً لتبني الابتكار والقيمة السعرية والظروف الميسرة على نيتهم في تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.
- ✓ يؤيّل العملاء الجزائريين للخدمات الرقمية اهتماماً كبيراً للتعقيد على نيتهم في تبني طرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول.

ثانياً: التوصيات

على أساس النتائج الرئيسية وتحليل للعوامل الاقتصادية المؤثرة على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية عبر الهاتف المحمول نقدم التوصيات التالية للمستخدمين:

- ✓ ادخال ثقافة الدفع الإلكتروني وتشجيعها عن طريق التوعية وتبسيط واجهة الاستخدام وتقليل درجة التعقيد.
- ✓ إطلاق برامج تدريبية وتوعوية لرفع مستوى الكفاءة الرقمية وتعزيز القدرة على استخدام الخدمات الرقمية بثقة وفعالية.
- ✓ زيادة عدد العمال في البنوك.
- ✓ اعتماد اليات مبتكرة لزيادة عدد العملاء النشيطين مثل التواصل مع حاملي البطاقات البنكية وتحفيزهم على استخدام الخدمات الرقمية.
- ✓ استبدال البطاقات التقليدية ببطاقات ذكية قابلة للعمل ضمن شبكات الدفع الحديثة لتوفير خدمات أكثر أماناً وكفاءة.
- ✓ تعزيز قنوات الاتصال بين البنوك والربائز لتسهيل تلبية احتياجاتهم.

ثالثاً: الدراسات المستقبلية (افاق الدراسة)

- ✓ إضافة متغيرات أخرى للدراسة مثل (التأثير الاجتماعي، المجهود المتصور، التحفيز، التوافق).
- ✓ القيام بتوسيع حجم العينة.
- ✓ يستطيع الباحثين المستقبليين أن يقوموا بإجراء مقارنة بين ولايات مختلفة أو بين الذكور والاناث أو بين دول أخرى مثل تونس، مصر.
- ✓ يستحسن استخدام برامج أخرى لتحليل البيانات مثل AMOS وطرق أخرى لاختبار الفرضيات.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع والمصادر باللغة العربية

1. أبو العز علي محمد أحمد. (2008). التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
2. أبو سليمان عبد الوهاب. (1998). البطاقة البنكية. سوريا: دار القلم. ص62.
3. أحمد سفر. (2008). أنظمة الدفع الإلكترونية (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.
4. أحمد محمد غنيم. (2008). التسويق والتجارة الإلكترونية. المنصورة-مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
5. رحيم حسين. (2009). الاقتصاد المصرفي. الجزائر: دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، ص150.
6. رياض فتح هلالا بصلة. (1995). جرائم بطاقات الائتمان. القاهرة، مصر: دار الشروق للنشر، ص14.
7. زهير بشناق. (2006). العمليات المصرفية الإلكترونية. بيروت: اتحاد المصارف العربية.
8. سميحة القليوبي. (2007). وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية) (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت، لبنان: دار الحلبي للنشر.
9. صالح الدين حسن السيسي. (2003). الخدمات المصرفية الحديثة. مصر: دار الوسام للطباعة والنشر. ص47.
10. عبد الرضا، م. س.، كريم، ح. م.، & حرجان، س. ع. (2020). التكنولوجيا المالية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة استطلاعية لعينة من موظفي مصرفي بغداد التجاري والتجارة العراقية. مجلة جامعة جيهان أربيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 4(2)، 127-135.
11. غنيم أحمد محمد. (2008). التسويق والتجارة الإلكترونية. مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، ص242.

12. الاتحاد العربي للمصارف. (1999). أجهزة الصراف الآلي: الآفاق والتحديات. مجلة الدراسات المالية والمصرفية ص، 79.
13. محمد أبوزيد. (2005). أساليب التحليل الإحصائية باستخدام برمجية SPSS. الأردن: دار الصفاء للنشر. ص 22
14. الزهراء أوقاسم، و نسرين وحمدى. (2019). التكنولوجيا المالية في دول الخليج بين حداثة الظاهرة وسرعة الاستيعاب. مجلة دراسات اقتصادية، الصفحات 401-402.
15. الزهراء أوقاسم، و زينب حمدي. (2019). مفاهيم أساسية حول التكنولوجيا المالية. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية المجلد، 401-402.
16. بورزق إبراهيم فوزي. (2008). دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA . الجزائر، آلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير : جامعة الجزائر .
17. تسيم بوكحيل ، و زبير عياش. (2017). تطوير وعصرنة الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة "حالة الجزائر". مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، 587.
18. عبدالرحمان يسعد ، بوعبدالله ودان ، و فريال قيراط. (2021). دور المحفظة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي، تجارب دولية. مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية ، 405
19. محمود الكيلاني. (2007). الموسوعة التجارية والمصرفية - المجلد الثاني: التشريعات التجارية والإلكترونية - دراسة مقارنة. عمان، ص 467.
20. أحمد سفر. (2008). أنظمة الدفع الإلكترونية (الإصدار الطبعة الأولى). بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.

ثانياً: المراجع والمصادر باللغة الأجنبية

1. Di Lorio, A., Kosse, A., Szemere, R. (2024). *Tap, click and pay: how digital payments seize the day. BIS Quarterly Review.*
2. Banque d'Algérie. (2024). *Rapport annuel 2023.* Alger : Banque d'Algérie h <https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2024/08/Rapport-annuel-2023-Fr.pdf>
3. Bank for International Settlements. (2024). *Annual Economic Report 2024* (p. 6). Basel, Switzerland: BIS.
4. Banque d'Algérie. (2023). *Rapport annuel 2022.* Alger : Banque d'Algérie
5. Brown, S. A., & Venkatesh, V. (2005). Model of adoption of technology in households: A baseline model test and extension incorporating household life cycle. *MIS quarterly*, 399-426.
6. Demirgüç-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Ansar, S. (2022). *The Global Findex Database 2021: Financial inclusion, digital payments, and resilience in the age of COVID-19.* World Bank Publications.
7. Donovan, K. (2012). *Mobile Money for Financial Inclusion.* Washington, DC: World Bank
8. Jack, W., & Suri, T. (2011). *Mobile Money: The Economics of M-PESA.* Cambridge, Massachusetts: National Bureau of Economic Research.
9. Lin, W. R., Lin, C. Y., & Ding, Y. H. (2020). Factors affecting the behavioral intention to adopt mobile payment: An empirical study in Taiwan. *Mathematics*, 8(10), 1-19.

10. Mallat, N., Rossi, M., Tuunainen, V. K., & Öörni, A. (2008). An empirical investigation of mobile ticketing service adoption in public transportation. *Personal and Ubiquitous Computing*, 12, 57-65..
11. Rogers, E.M. *Diffusion of Innovation*, 5th ed.; Free Press: New York, NY, USA, 2003.
12. Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS quarterly*, 425-478.
13. Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178.

الملاحق

الملحق رقم 1: استمارة استبيان

الاستبيان

السلام عليكم دراستنا الحالية هي بعنوان "العوامل المؤثرة على نية تبني العملاء الجزائريين لطرق الدفع الرقمية بشكل كامل"، نرجو منكم الإجابة على هذا الاستبيان بشكل كامل، علماً أن هاته المعلومات لن تستخدم الا لغرض الدراسة، نشكر لكم حسن التعاون

ا-يرجى وضع علامة x في الخانة المناسبة

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
تبني الابتكار (The Adoption of Innovation)					
					عادةً ما أكون أول من يجرب التقنيات الجديدة بين من هم في نفس عمري.

					يسعدني تجربة التقنيات الجديدة
					حتى لو لم أكن أعرف إن كان أي شخص آخر قد خاض هذه التجربة من قبل، ما زلت أستخدم الدفع عبر الهاتف المحمول للاستهلاك
					أشعر أنني أعرف عن الدفع عبر الهاتف المحمول أكثر من أصدقائي
القيمة السعرية (Price value)					
					مقارنةً بالدفع العادي (نقدًا، بطاقة ائتمان)، أعتقد أن سعر الدفع عبر الهاتف المحمول معقول
					مقارنةً بالدفع العادي (نقدًا، بطاقة ائتمان)، فإن الدفع عبر الهاتف المحمول أفضل من الدفع نقداً
					مقارنةً بالدفع العادي (نقدًا، بطاقة ائتمان)، فإن الدفع عبر الهاتف المحمول يوفر قيمة اقتصادية جيدة مقارنةً بأسعار السوق الحالية
					بالنسبة لي، استخدام الدفع عبر الهاتف المحمول للدفع عند التسوق عبر الإنترنت يستحق أكثر من تكلفته.
الظروف الميسرة (Facilitating conditions)					
					لديّ الموارد اللازمة لاستخدام الدفع عبر الهاتف المحمول (مثال: جهاز محمول، بطاقة ائتمان، تطبيق دفع عبر الهاتف المحمول).
					الدفع عبر الهاتف المحمول متوافق مع الأنظمة الأخرى التي استخدمتها
					أعتقد أن الدفع عبر الهاتف المحمول يمكن أن يتوافق مع التقنيات الأخرى التي أستخدمها (مثال: بطاقة سهلة).
					لديّ المعرفة اللازمة بالدفع عبر الهاتف المحمول.
					عندما أواجه صعوبات في استخدام الدفع عبر الهاتف المحمول، يمكنني طلب المساعدة من أصدقائي.

الميزة النسبية (Relative advantage)					
					أعتقد أن الدفع عبر الهاتف المحمول أكثر ملاءمة من الدفع العادي (نقدًا، بطاقة ائتمان)
					أعتقد أن الدفع عبر الهاتف المحمول أسرع من الدفع العادي (نقدًا، بطاقة ائتمان)
					أعتقد أن الدفع عبر الهاتف المحمول أكثر فائدة من الدفع العادي (نقدًا، بطاقة ائتمان)
					أعتقد أن الدفع عبر الهاتف المحمول أكثر فعالية في إدارة حسابات الدفع من الدفع العادي (نقدًا، بطاقة ائتمان).
					أعتقد أن استخدام خدمة الدفع عبر الهاتف المحمول يُسهّل التسوق.
التعقيد (Complexity)					
					أعتقد أن تعلم الدفع عبر الهاتف المحمول سهل.
					وجدت أن الدفع عبر الهاتف المحمول سهل الاستخدام.
					أعتقد أن واجهة استخدام الدفع عبر الهاتف المحمول واضحة وسهلة الفهم
نية التبني (Intention to adopt)					
					أعتقد أنني سأتبني الدفع عبر الهاتف المحمول للاستهلاك مستقبلاً
					أرغب في ربط بطاقة الائتمان أو حسابي المالي بالدفع عبر الهاتف المحمول
					بعد أن أصبح معظم أصدقائي يستخدمون الدفع عبر الهاتف المحمول، سأفكر في استخدامه
					سأستخدم الدفع عبر الهاتف المحمول بشكل أكثر تكرارًا في المستقبل

II- أرجو الإجابة على الأسئلة التالية بوضع x في الخانة المناسبة:

1-الجنس:

-ذكر

-أنثى

2-السن:

25- 18-

35- 26-

45- 36-

أكثر من 45 سنة

3-المستوى التعليمي:

-ابتدائي

-متوسط

-ثانوي

-جامعي

-ما بعد التدرج

4-المهنة (الحالة الاجتماعية):

-موظف في القطاع الحكومي

-موظف في القطاع الخاص

-طالب جامعي

-أخرى مع التحديد

5-منذ متى سمعت عن طرق الدفع الرقمية (الدفع عن طريق الهاتف مثلا):

-أقل من نصف سنة

-نصف سنة- سنة واحدة

-1-3 سنوات

-3-5 سنوات

-أكثر من 5 سنوات

الملحق رقم 2: مخرجات SPSS

أولاً: الاحصائيات الوصفية للمعلومات الديمغرافية والشخصية لعينة الدراسة

الجنس

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	20	37,7	37,7	37,7
	أنثى	33	62,3	62,3	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 - 25	46	86,8	86,8	86,8
	26 - 35	5	9,4	9,4	96,2
	36 - 45	2	3,8	3,8	100,0
	Total	53	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid متوسط	1	1,9	1,9	1,9
ثانوي	3	5,7	5,7	7,5
جامعي	46	86,8	86,8	94,3
مابعد التدرج	3	5,7	5,7	100,0
Total	53	100,0	100,0	

الحالة الإجتماعية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid موظف في القطاع الحكومي	8	15,1	15,1	15,1
موظف في القطاع الخاص	5	9,4	9,4	24,5
طالب جامعي	39	73,6	73,6	98,1
أخرى	1	1,9	1,9	100,0
Total	53	100,0	100,0	

منذ متى سمعت عن طرق الدفع الرقمية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أقل من نصف سنة	6	11,3	11,3	11,3
نصف سنة - سنة واحدة	4	7,5	7,5	18,9
سنوات 1 - 3	15	28,3	28,3	47,2
سنوات 3 - 5	14	26,4	26,4	73,6
أكثر من 5 سنوات	14	26,4	26,4	100,0
Total	53	100,0	100,0	

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
IOA	4,1462	,61518	53
AOF	3,6698	,71349	53
PRV	3,7075	,62737	53
FAC	3,8755	,50570	53
REA	4,0642	,56944	53
COMP	4,1195	,66697	53

Correlations

		IOA	AOF	PRV	FAC	REA	COMP
Pearson Correlation	IOA	1,000	,572	,371	,449	,601	,695
	AOF	,572	1,000	,443	,571	,529	,445
	PRV	,371	,443	1,000	,416	,301	,296
	FAC	,449	,571	,416	1,000	,269	,353
	REA	,601	,529	,301	,269	1,000	,607
	COMP	,695	,445	,296	,353	,607	1,000
	Sig. (1-tailed)	IOA	.	,000	,003	,000	,000
AOF		,000	.	,000	,000	,000	,000
PRV		,003	,000	.	,001	,014	,016
FAC		,000	,000	,001	.	,026	,005
REA		,000	,000	,014	,026	.	,000
COMP		,000	,000	,016	,005	,000	.

N	IOA	53	53	53	53	53	53
	AOF	53	53	53	53	53	53
	PRV	53	53	53	53	53	53
	FAC	53	53	53	53	53	53
	REA	53	53	53	53	53	53
	COMP	53	53	53	53	53	53

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	COMP, PRV, FAC, REA, AOF ^b	.	Enter

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,773 ^a	,598	,555	,41038	1,744

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,764	5	2,353	13,970	,000 ^b
	Residual	7,915	47	,168		
	Total	19,679	52			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,323	,560		,577	,567
	AOF	,162	,113	,188	1,439	,157
	PRV	,053	,104	,054	,506	,615
	FAC	,137	,143	,113	,961	,342
	REA	,202	,136	,187	1,478	,146
	COMP	,407	,111	,442	3,662	,001

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,907	25

