

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: علوم اقتصادية تجارية وعلوم التسيير
فرع: العلوم التجارية
تخصص: تسويق مصرفي



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم التجارية
رقم:

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي

تحت عنوان:

العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر الزبائن

- دراسة عينة من زبائن بنك البركة وكالة برج بوعريريج -

تحت إشراف:
د. فتيحة ديلمي

إعداد الطالبة:
كشاط نصيرة

لجنة المناقشة:

اللقب و الاسم	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
رفيق سعدون	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف المسيلة	رئيسا
فتيحة ديلمي	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مشرفا و مقرا
حسان بوبعاية	أستاذ التعليم العالي	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان: علوم اقتصادية تجارية وعلوم التسيير
فرع: العلوم التجارية
تخصص: تسويق مصرفي



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم التجارية
رقم:

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي

تحت عنوان:

العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر الزبائن

- دراسة عينة من زبائن بنك البركة وكالة برج بوعريج -

تحت اشراف:
د. فتيحة ديلمي

إعداد الطالبة:
كشاط نصيرة

لجنة المناقشة:

اللقب و الاسم	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
رفيق سعدون	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف المسيلة	رئيسا
فتيحة ديلمي	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مشرفا و مقرا
حسان بوبعاية	أستاذ التعليم العالي	جامعة محمد بوضياف المسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨ هـ

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع
لمن لهما الفضل بعد الله عز وجل في وجودي
وربياني وسهر على راحتي
إلى الوالدين الكريمين أطال الله في عمرهما
ومتعهما بالصحة والعافية
إلى جميع الأهل والأحباب
وإلى كل من حملهم القلب ولم تحملهم الأوراق

شكر وتقدير

الحمد لله حمدا كثيرا على فضله العظيم والصلاة والسلام على

حبيبي محمد صلى الله عليه وسلم وعلى جميع الأنبياء والمرسلين

أتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذة الفاضلة التي رافقتني في إنجاز هذا العمل

المتواضع الأستاذة ديلمي فتيحة

كما أتقدم بجزيل الشكر والامتنان لكل من ساهم في إتمام هذا العمل من

قريب أو من بعيد وكل من قام بالدعم لإنجاز هذه الرسالة

كما أشكر موظفي بنك البركة على حسن الاستقبال والتعاون

وتقديم يد المساعدة

ملخص:

هدفت هذه الدراسة الى معرفة اهم العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر الزبائن وذلك بالتطبيق على عينة من عملاء وكالة بنك البركة بمدينة برج بوعريريج.

تم توزيع استبيان على عينة حجمها 34 مفردة ، وبعد تحليل البيانات المجمعّة بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي spss توصلنا إلى جملة من النتائج أهمها: ان كل من (المنفعة المدركة، الخصوصية والأمان، الاستجابة السريعة، كفاءة الاستخدام الموثوقة، النية السلوكية، تصميم الخدمة الإلكترونية، التوافق، كفاءة الاستخدام) تؤثر بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول

الكلمات المفتاحية: بنك محمول، بنك البركة

summary

This study aimed to find out the most important factors affecting the adoption of the mobile bank service from the point of view of customers, by applying it to a sample of Al Baraka Bank agency clients in Bordj Bou Arreridj.

A questionnaire was distributed to a sample of 34 individuals, and after analyzing the collected data with the help of the statistical program spss, we reached a set of results, the most important of which are: that each of (perceived benefit, privacy and security, rapid response, efficient use, reliability, electronic service design, compatibility , the efficiency) affects moderately the adoption of The mobile banking service.

Keywords: mobile banking, Al baraka bank

الرقم	قائمة المحتويات
I	اهداء.....
II	كلمة شكر.....
III	الملخص.....
أ-هـ	المقدمة.....
	الفصل الاول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول
2	تمهيد.....
3	المبحث الأول: ماهية البنك المحمول.....
3	المطلب الأول مفهوم البنك المحمول والخدمات التي يقدمها.....
5	المطلب الثاني آليات عمل البنك المحمول.....
6	المطلب الثالث مزايا وتحديات البنك المحمول.....
10	المبحث الثاني: تبني خدمة البنك المحمول.....
10	المطلب الأول: مفهوم تبني خدمة البنك المحمول.....
10	المطلب الثاني: مراحل تبني خدمة البنك المحمول.....
13	المطلب الثالث: معوقات تبني خدمة البنك المحمول.....
14	المبحث الثالث: الدراسات السابقة والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول.....
14	المطلب الأول: الدراسات السابقة:.....
16	المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول.....
23	خاتمة الفصل الأول.....
	الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة
25	تمهيد.....
26	المبحث الأول: عرض ميدان الدراسة والمنهج والأدوات المستخدمة.....
26	المطلب الأول: عرض ميدان الدراسة.....
31	المطلب الثاني: منهجية الدراسة الميدانية.....
32	المطلب الثالث: أدوات الدراسة الميدانية.....
34	المبحث الثاني: التحليل الوصفي لأداة الدراسة.....
34	المطلب الأول: التحليل الوصفي لخصائص العينة.....
35	المطلب الثاني تحليل اتجاهات إجابات عينة الدراسة.....
46	المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها.....
46	المطلب الأول: اختبار الفرضيات.....
50	المطلب الثاني: مناقشة الفرضيات.....
56	خاتمة الفصل:.....
58	خاتمة:.....

الرقم	قائمة الجداول
8	الجدول رقم (01): تحديد المزايا الرئيسية الناتجة عن استخدامات الهواتف المحمولة طبقا للقوى الاستراتيجية لدى البنوك....
31	الجدول رقم (02): الاستبيانات الموزعة، المسترجعة والقابلة للمعالجة.....
32	الجدول رقم (03): سلم ليكارت الحماسي.....
33	الجدول رقم (04): لحساب ثبات المقياس.....
34	الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب البيانات الشخصية.....
35	الجدول رقم (06): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاو الاستبيان.....
36	الجدول رقم (07): الترتيب حسب الأهمية لفقرات عامل المنفعة المدركة.....
37	الجدول رقم (08): الترتيب حسب الأهمية لفقرات عامل سهولة الاستخدام والتصفح.....
38	الجدول رقم (09): الترتيب حسب الأهمية لفقرات عامل الخصوصية والأمان.....
39	الجدول رقم (10): الترتيب حسب الأهمية لفقرات عامل الاستجابة السريعة.....
40	الجدول رقم (11): الترتيب حسب الأهمية لفقرات عامل الموثوقية.....
41	الجدول رقم (12): الترتيب حسب الأهمية لفقرات عامل المخاطر.....
42	الجدول رقم (13): الترتيب حسب الأهمية لفقرات عامل كفاءة الاستخدام.....
43	الجدول رقم (14): الترتيب حسب الأهمية لفقرات عامل النية السلوكية.....
44	الجدول رقم (15): الترتيب حسب الأهمية لفقرات عامل تصميم الخدمة الالكترونية.....
45	الجدول رقم (16): الترتيب حسب الأهمية لفقرات عامل تصميم الخدمة الالكترونية.....
الرقم	قائمة الاشكال
د	شكل رقم (01): نموذج البحث.....
11	شكل رقم (02): نموذج (zhu lie) للسلوك الالكتروني.....
17	شكل رقم (03): نموذج قبول التكنولوجيا TAM (Davis1993).....
27	شكل رقم (04): الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري.....
28	شكل رقم (05): الهيكل التنظيمي لوكالة البركة برج بوعريريج.....
الرقم	قائمة الملاحق
61	الاستبيان.....
65	محكمو الاستبانة.....
66	مخرجات SPSS.....
70	تصريح شرقي.....

مقدمة

مقدمة:

أدت الثورة التكنولوجية وما رافقها من تطور سريع في مجال الاتصالات إلى التوسع في استخدام تطبيقات التجارة الإلكترونية المتنوعة ولا سيما في القطاع البنكي مما أدى إلى إحداث تطورات متسارعة في صناعة الخدمات البنكية والتي فرضت على البنوك الإستجابة السريعة والتوجه نحو تطور تقنياتها وخدماتها واستراتيجياتها لتكون قادرة على مواجهة تلك التغيرات بأبعادها المختلفة ، حيث أدى تطور التجارة الإلكترونية وما رافقها من نمو في شبكات مصارف خدماتها المختلفة إلى ظهور أشكال جديدة من الخدمات البنكية في مختلف مجالات العمل المصرفي كخدمات بنكية إلكترونية عبر الإنترنت .

نظرا للتطورات الحديثة في تكنولوجيا الاتصال فقد أصبح اقتناء الهاتف المحمول من ضروريات الحياة، مما دفع العديد من المؤسسات وخاصة المصرفية إلى استخدامه في تقديم خدماتها، حيث أصبحت البنوك تقدم خدماتها الإلكترونية وبطرق عديدة من بينها تقديم الخدمات البنكية عن طريق الهاتف المحمول، فخدمة البنك المحمول تعتبر من أحدث المفاهيم في مجال التسويق المصرفي.

ويعد مفهوم البنك المحمول من أحدث المفاهيم في مجال العمل المصرفي واحداً من أهم الخدمات البنكية الحديثة والسريعة التي تحاول البنوك تقديمها لعملائها هذا المفهوم الأخير يتوقف استخدامه من طرف العملاء على مجموعة من العوامل المختلفة وسنلقي الضوء في هذه الدراسة على أهم العوامل التي تؤثر في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية في دراسة ميدانية ركزت على تبيين هذه العوامل في بنك البركة وكالة برج بوعرييج.

أولاً: طرح الإشكالية

ماهي العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر زبائن بنك البركة وكالة برج بوعرييج؟
وتندرج تحت هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية الآتية:

1. ما أثر المنفعة المدركة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة؟
2. ما أثر سهولة التصفح والاستخدام في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة؟
3. ما أثر الخصوصية والأمان في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة؟
4. ما أثر الاستجابة السريعة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة؟
5. ما أثر الموثوقية في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة؟
6. ما أثر المخاطر في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة؟
7. ما أثر كفاءة الاستخدام في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة؟
8. ما أثر النية السلوكية في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة؟
9. ما أثر تصميم الخدمة الإلكترونية في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة؟
10. ما أثر التوافق في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة؟

ثانيا: الفرضيات

- 1- تؤثر المنفعة المدركة بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول.
- 2- تؤثر سهولة التصفح والاستخدام بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة
- 3- تؤثر الخصوصية و الأمان بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة
- 4- تؤثر الاستجابة السريعة بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة
- 5- تؤثر الموثوقية بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة
- 6- تؤثر المخاطر بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة
- 7- تؤثر كفاءة الاستخدام بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة
- 8- تؤثر النية السلوكية بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة
- 9- يؤثر تصميم الخدمة الالكترونية بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة
- 10- يؤثر التوافق بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

ثالثا: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في معرفة مستوى تبني خدمة البنك المحمول بينك البركة وكالة برج بوعريريج، والتعرف على وجهة نظر زبائن البنك بخصوص العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول.

رابعا: أهداف الدراسة

تهدف الدراسة الى ما يلي:

- معرفة أهم العوامل المؤثرة في سلوك العملاء اتجاه خدمة البنك المحمول من وجهة نظر زبائن بنك البركة وكالة برج بوعريريج.
- قياس مدى تأثير هذه العوامل على سلوك الزبائن.
- التعرف على المعوقات التي تواجه الزبائن في تبنيهم لخدمة البنك المحمول
- كما تم تقديم بعض التوصيات لمسؤولي البنك مما يساهم في تعزيز مستوى استخدام هذه الخدمة.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع

- ان من الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع ما يلي:
- الرغبة في معرفة سلوك الزبائن تجاه خدمة البنك المحمول (التبني أ الرفض).
- الرغبة في معرفة أسباب رفض او تبني الزبائن لخدمة البنك المحمول.

سادسا: منهج الدراسة

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي حيث:

في الجانب النظري:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي لدراسة الأدبيات النظرية التي تناولت هذا الموضوع من خلال الاستعانة بالمراجع العربية، رسائل الدكتوراه والماجستير، المؤتمرات، والمجلات العلمية المحكمة.

في الجانب التطبيقي:

تم استقصاء آراء عينة البحث من خلال تصميم استبيان وتوزيعه على عينة البحث، ثم تحليل البيانات من خلال البرنامج الاحصائي SPSS.

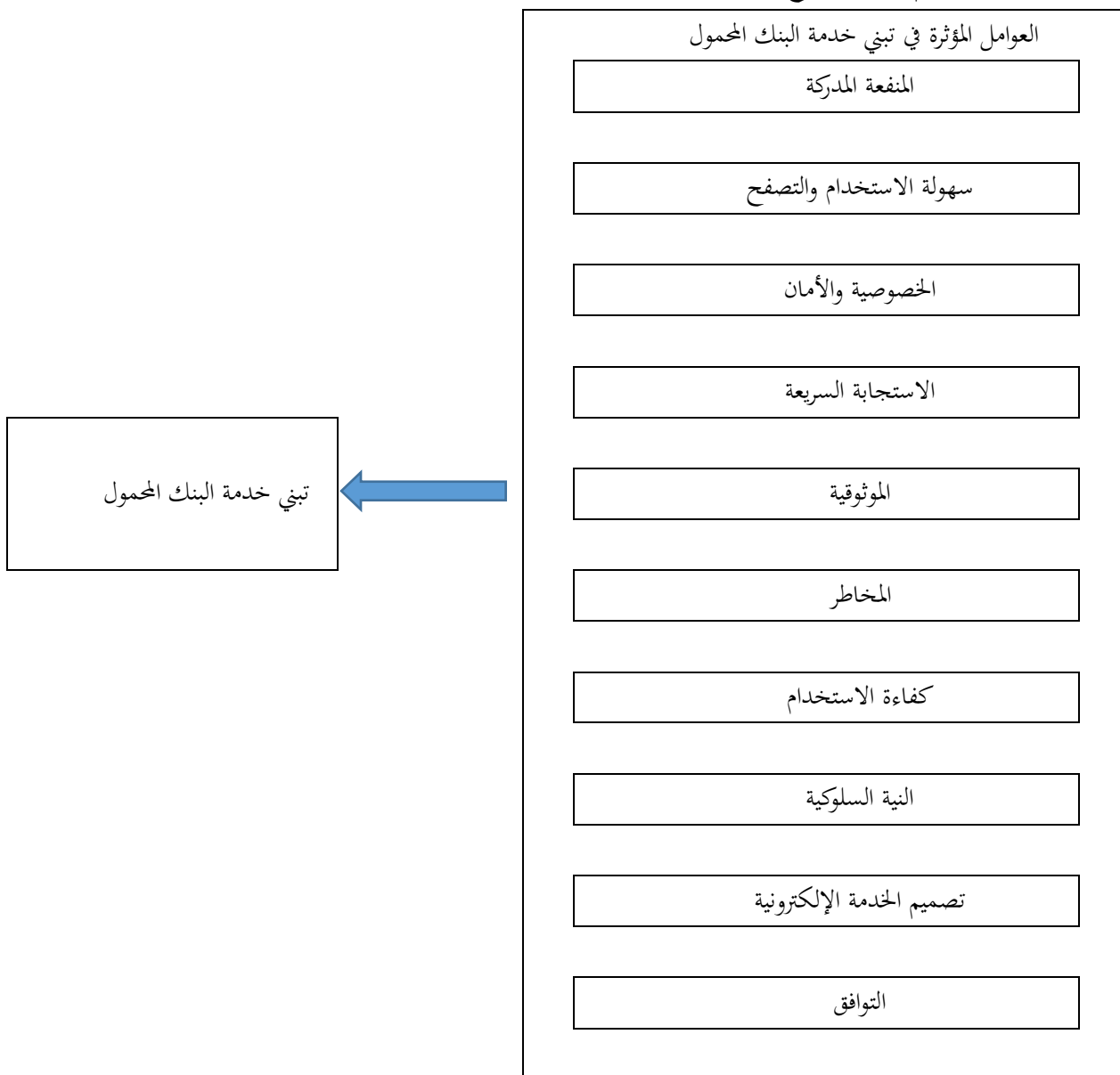
سابعا: حدود الدراسة

- 1- الحدود المكانية: تمثلت في بنك البركة وكالة برج بوعريبيج.
- 2- الحدود الزمنية: تم انجاز هذه الدراسة من 25 افريل الى 25 ماي 2023
- 3- الحدود البشرية: اقتصرت هذه الدراسة على آراء زبائن بنك البركة وكالة برج بوعريبيج

ثامنا: نموذج الدراسة

بالاعتماد على الدراسات السابقة تم تصميم نموذج البحث كما يلي:

الشكل رقم (01): نموذج البحث



المصدر من اعداد الطالبة باعتماد على الدراسات السابقة

تاسعا: صعوبات الدراسة

من أبرز الصعوبات التي واجهتنا ما يلي:

-عدم وجود مصادر كافية ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة.

-وجود صعوبة في إيجاد ميدان الدراسة.

عاشرا: هيكل الدراسة

تم تقسيم الدراسة إلى فصلين حيث ان الفصل الأول يتكون من ثلاثة مباحث، المبحث الأول يتناول مفهوم البنك المحمول والخدمات التي يقدمها وآليات عمله ومزاياه والتحديات التي يواجهها البنك المحمول، أما المبحث الثاني يتناول مفهوم عملية التبني ومراحلها والمعوقات التي تواجه تبني خدمة البنك المحمول، أما المبحث الثالث تناول الدراسات السابقة وأهم العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول حسب نموذج تقبل التكنولوجيا ونموذج نظام المعلومات .

أما الفصل الثاني يتناول الدراسة الميدانية حيث تم عرض ميدان الدراسة وبعدها تأتي الدراسة التطبيقية بتحليل محاور الاستبيان، ثم اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج، وفي الأخير بخاتمة حيث تم تقديم نتائج واقتراحات الدراسة وافاقها.

الفصل الأول

الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة

في تبني خدمة البنك المحمول

الفصل الأولالإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

تمهيد:

يتجه العالم بشكل سريع نحو استخدام الهواتف المحمولة بصورة كبيرة جدا، الامر الذي أدى الى تطور استعمالاته في العديد من الأغراض، وقد بدأ استخدامه في البنوك من خلال تقديم الخدمات البنكية بواسطته، فظهر البنك المحمول، وزاد توجه الافراد الى الاستفادة من خدماته لأنه فتح فرص عديدة للبنوك والعملاء، فقد أصبح البنك المحمول يقدم للعميل خدمات شخصية تلي احتياجاته المصرفية، فهو يعتبر قناة جديدة لتوزيع الخدمات المصرفية، وقد تم تصميم الخدمات المصرفية عبر الهواتف المحمول لتلبية احتياجات العملاء وكسب ثقتهم، والحفاظ على مكانة البنك في السوق.

وفي هذا الفصل سوف نلقي نظرة عامة حول البنك المحمول والعوامل التي تؤثر على تبني خدمة البنك المحمول، وذلك من خلال

المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية البنك المحمول

المبحث الثاني: تبني خدمة البنك المحمول

المبحث الثالث: العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

المبحث الأول: ماهية البنك المحمول.

نتيجة للتطور التكنولوجي لقد أصبحت األبية البنوك تقدم خدمة البنك المحمول حيث ان هذه الخدمة توفر لمستخدميها الوصول إلى حسابهم:

المطلب الاول: مفهوم البنك المحمول والخدمات التي يقدمها

أولاً: مفهوم البنك المحمول.

توجد عدة تعريفات نذكر منها ما يلي:

- البنك المحمول هو البنك الذي يوفر خدمة الاعمال المصرفية عبر الهاتف المحمول للعملاء مع حساباتهم في أي مكان وزمان، وغير ذلك من الخدمات الاستعلامية بشكل فوري، من خلال استخدام متصفح الانترنت على هواتفهم المحمولة، كما تشمل الخدمات المالية كتحويل النقود من حساب الى حساب وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات واغلاقها وغيرها من الاعمال والخدمات المصرفية، (قويدر، عمري، و عمري، 2019 صفحة 98)

- كما يعرف بنك الموبايل بأنه واحد من الفروع البنكية والتي تتيح لأي شخص الوصول بصورة سهلة إلى الخدمات البنكية عن طريق الأجهزة النقالة. (العنكي، 2015 ،صفحة25)

- الصيرفة الإلكترونية عبر الهواتف الذكية هي استراتيجية جديدة للعمل المصرفي التي تتيح لمستخدمي الهواتف الذكية من الوصول إلى حساباتهم عبر تطبيق المصرف الذي يتعاملون معه في أي وقت كان، وإجراء مختلف الإجراءات المصرفية بسرعة وفعالية وتكلفة منخفضة، حيث يقوم مستخدم الخدمة بالدخول إلى التطبيق المصرفي الخاص بالمصرف الذي يتعامل معه من خلال هاتفه الذكي المتصل بالإنترنت في أي وقت يريده ومن أي مكان يختاره ويجري كافة عملياته المصرفية من دون تكبد عناء الوصول إلى المصرف لإجراء العمليات بشكل تقليدي او عبر الصراف الآلي. (غانم، 2018 ،صفحة20)

- تمثل الاعمال المصرفية باستخدام الهاتف المحمول، بالنسبة للعملاء توازناً حساساً بين توافر فرصة قوية من الوجهة النظرية (هي القدرة على إنجاز المعاملات في أي وقت وفي أي مكان) وتحديات عملية (متمثلة في التسلسل الدقيق لقائمة الخيارات المتاحة على شاشة صغيرة باستخدام ازرار بالغة الصغر) (ماس و كبير ، 2008 ، صفحة01)

- ويمكن تعريف البنك المحمول على انه استخدام الهواتف المحمولة وتكنولوجيا الاتصالات الهاتفية المتنقلة لتقديم الخدمات البنكية مثل الإيداع والسحب والاستعلام عن الرصيد وغيرها. (العزیز، 2022،صفحة326)

- يعرف البنك المحمول بأنه تطبيق إلكتروني يتفاعل بموجبه العميل مع البنك، يتيح له القيام بكافة العمليات والخدمات والأنشطة البنكية التي يوفرها البنك وتنفيذ كل العمليات البنكية عن بعد في أي مكان وزمان. (عجوة، 2020، صفحة07)

- البنك المحمول هو عبارة عن الخدمات المتاحة من خلال الهاتف المحمول والمرتبطة بالمصرف عبر شبكة الانترنت بحيث يمكن للعميل الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصدة وتنفيذ أي من الأنشطة المصرفية. (الشيخ، 2019 ،صفحة 109)

- العمليات المصرفية عبر الهاتف المحمول هو مصطلح لأداء الخدمات المصرفية لعملاء البنك عن طريق الهاتف المحمول ، وتتيح للعميل من خلال هاتفه اجراء المعاملات المصرفية وبشكل فوري آمن على حساباتهم الشخصية وتلقي الرسائل النصية في العمليات التي تمت على الحساب مثل التحقيق من أرصدة الحسابات أو الحصول على أي معلومات أخرى، وبالتالي بإمكان العميل الوصول للبنك عبر

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

الدخول إلى صفحة البنك الخاصة به على شبكة الانترنت من خلال متصفح الانترنت في هاتفه المحمول أو عبر الرسائل القصيرة SMS باستخدام تطبيقات محددة يتم تحميلها على الهاتف المحمول (بربر، 2021، صفحة72-73)

من خلال ما سبق يمكن تعريف البنك المحمول بأنه مصطلح يطلق على مختلف الخدمات المالية التي يقدمها البنك لعملائه الإلكترونيا، وتتم عن طريق الهاتف المحمول، وتتم في أي وقت وأي مكان يكون فيه العميل دون اللجوء إلى البنك أو أحد فروعها، ومن بين الخدمات التي يقدمها البنك عن طريق الهاتف المحمول الدفع، الاستعلام عن الأرصدة، وتحويل النقود وغيرها

ثانيا: الخدمات التي يقدمها البنك المحمول.

يمكن القول ان الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول تتمثل في أداء الأنشطة البنكية المختلفة سواء: الاستعلام عن الرصيد والحصول على كشف حساب، تنبيهات الحساب، والتنبيهات الأمنية، والتذكير، تحويل الأموال من حساب الى اخر، طلب بيان المعاملة، طلب دفتر شيكات، الغاء طلب الخدمة، دفع الفواتير، الاستعلام عن المعاملات، شحن الموبايل وشراء الكهرباء، حجز التذاكر الالكترونية، تغيير كلمة المرور، معرفة تاريخ استحقاق الدفعات، اعلام العميل عند حدوث إيداع/ سحب من الحساب واي اعلام يختاره العميل برسالة في المحمول. (الشيخ، 2019، صفحة110)

وتنقسم الخدمات المالية المحمولة الى ثلاثة أنواع هي: (وفاء وعماني، 2018، صفحة09-10)

أ-المال المحمول:

تعتمد خدمة المال المحمول في القيام بالتحويلات أو التسديدات لصالح الزبائن البنكيين أو غير البنكيين، حيث يجب أن تعتمد هذه الخدمة على المعايير التالية:

- أن توفر على الأقل المنتجات التالية: التحويلات من محمول إلى محمول، تسديد الفواتير، المدفوعات التجارية أو التحويلات المالية.

- أن تعتمد على شبكة واسعة لنقاط البيع، حتى تمكن الزبائن البنكيين أو غير البنكيين من الاستفادة من الخدمة، ولا يشترط أن يتوفر هؤلاء الزبائن على حسابات مصرفية مسبقا للاستفادة من خدمة المال المحمول، كما لا تؤخذ بعين الاعتبار تلك الخدمات التي تستعمل الهاتف المحمول كقناة بسيطة للدخول الإضافي للمنتجات المصرفية التقليدية.

- أن توفر خدمة المال المحمول واجهة تسمح للزبائن القيام بمعاملاتهم انطلاقا من الهاتف المحمول الأساسي.

ب-التأمين المحمول:

تعتمد خدمة التأمين المحمول على الهاتف المحمول لتوفير خدمات التأمين المصغر لفائدة الزبائن غير البنكيين، حيث يجب أن تتوفر في هذه الخدمة المعايير التالية:

- أن تسمح لمشركيها بإدارة مخاطرهم من خلال توفير ضمان تعويضات مميزة في حالة وقوع خسارة أو ضرر أو مرض أو وفاة.

- أن تتسم بسهولة تسجيل الزبائن في عقود التأمين عن طريق الهاتف المحمول، حيث تأخذ بعين الاعتبار تلك الخدمات التي تستعمل الهاتف المحمول كقناة بسيطة للدخول الإضافي لزبائن شركات التأمين من أجل الاستفادة من المنتجات التأمينية التقليدية.

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

ج-القرض أو الادخار المحمول:

تستعمل خدمة القرض والادخار المحمول الهاتف المحمول لتوفير خدمات القرض او الادخار للزبائن الغير بنكيين بحيث يجب أن تتقيد بالمعايير التالية:

- أن تسمح لمشتريها بإدخال أموالهم في حساب آمن يمكنهم من خلال الحصول على فوائد، كما يمكنهم القيام باقتراض مبالغ نقدية يتعهدون بإرجاعها في آجال محددة.

- أن تمكن الزبائن غير البنكيين من ادخار أموالهم وطلب القروض وتسديدها، وذلك بطريقة سهلة وبواسطة الهاتف المحمول، علما أنه لا تؤخذ بعين الاعتبار تلك الخدمات التي تستعمل الهاتف المحمول كقناة بسيطة للدخول الإضافي في الحساب الادخاري أو منتجات القروض التقليدية.

المطلب الثاني: آليات عمل البنك المحمول

يقوم البنك لاسلكيا بإرسال التطبيقات الخاصة بالأعمال المصرفية الى الهاتف المحمول للعميل، وهذا بعد ان يقوم العميل بتسجيل الاشتراك في هذه الخدمة، حيث يقوم العميل من أي مكان وفي أي وقت خلال اليوم بطلب رقم معين، فيقوم جهاز محمل عليه برنامج معلومات بالرد عليه، ويطلب منه ادخال الرقم السري الذي سبق ان أعطاه له البنك، فتظهر صفحة بها التطبيقات الالكترونية عبر قائمة الاختيارات في هاتفه المحمول ومن ثم يختار العملية التي يريد القيام بها، لتظهر في شاشة هاتفه طلب لتأكيد المعاملة عن طريق اختيار ok. (قويدر، عمري، و عمري، 2019 صفحة 99)

ان استخدامات الهواتف المحمولة في عمليات البنوك يمكن استخدامها كجهاز حاسوب للدخول الى الانترنت خلال خدمة خوادم الوب، ويتم استخدامها لاستقبال الرسائل القصيرة SMS الموجهة من البنوك الى عملائها من خلال شركة الاتصالات المعتمدة، لذلك يمكن ايجاز كيفية عمل كل خدمة على حدي: (الشيخ، 2019، صفحة 122-123)

أولاً: مواقع تطبيقات البنوك المحمولة

وهي خدمة يقدمها البنك لعملائه تمكنهم من اجراء العديد من العمليات المصرفية بواسطة الهاتف المحمول، مثل الاستعلام عن الأرصدة او طلب دفتر الشيكات او تحويل من حساب الى حساب اخر في نفس البنك وغيرها من الخدمات المصرفية التي يسمح بها البنك، اما الية عمل هذه الخدمة فتتم من خلال شركة متخصصة بهذا المجال تقوم بعمل البيئة اللازمة من أجهزة وبرامج معدة لهذا الغرض، ويتم تحميلها لجهاز يسمى الخادم، تقوم بالاتصال مع النظام البنكي بطريقة امنة وغير قابلة للاختراق من خلال أنظمة حماية معدة لهذا الغرض، وتعتمد على قيام العميل بطلب معين من خلال جهازه المحمول بعد دخوله على الرابط المخصص للخدمة من الجهاز المحمول والمحجوز عالميا وبعد ذلك تقوم هذه البرمجيات بالاتصال مع النظام البنكي وطلب الرصيد مثلا للعميل بعد إدخاله الرقم السري بشكل صحيح فيجيبه النظام ويعرضها على شاشة هاتفه المحمول.

ثانياً: الرسائل القصيرة sms:

وهي خدمة يقدمها البنك بمقابل او بالجمان تساعد العميل المشترك بالخدمة الالكترونية على معرفة الحركات المالية التي تتم على حسابه بواسطة رقم الهاتف المحمول المسجل بطلب اشتراك العميل، ويتحمل العميل مسؤولية تزويد البنك برقم هاتف خطأ، حيث يختار عميل البنك نوعية الحركة المطلوب استلام الرسائل القصيرة عليها والحسابات وانواعها (كحركة الإيداع او حركة السحب من الحساب او

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

حركة تحصيل شيكات وغيرها من الحركات التي ترد على حساب العميل)، كما يمكن للعميل بتعديل هذه الخدمات في أي وقت يشاء من خلال بنك الانترنت.

ويقوم مبدا عملها على وجود جهاز خادم خاص بالرسائل القصيرة، متصل مع الخاص بالقنوات الالكترونية، ومتصل أيضا مع احدى شركات الهواتف المحمولة، فعند حدوث حركة على حساب عميل البنك المشترك بالخدمة يقوم خادم الخدمات الالكترونية بإعلام خادم الرسائل القصيرة والذي يقوم بدوره بإرسال رسالة مشفرة مزود الخدمة (شركة اتصالات خلوية)، تفيد بتفاصيل الحركة بناء، على تعريفات مسبقة مخزنة في النظام ومن ثم تقوم شركة الاتصالات الخلوية المتفق معها بإرسال هذه الرسالة الى رقم الهاتف المحمول الخاص بالعميل.

ثالثا: نظام الدفع الالكتروني:

يتم من خلال استخدام الاتصال اللاسلكي لربط كل الأجزاء الضرورية لإتمام العمليات، ويتألف هذا النظام للدفع من: (وفاء و عماني ، 2018 ، صفحة08)

1-الزبون صاحب الحساب المصرفي

2-خادم الدفع الالكتروني الموجود في البنك والمتصل بنظام البنك المركزي.

3-خادم ارتباط موجود لدي المتعامل بالشبكة الخلوية، والذي يمثل صلة الوصل بين كل من الزبون والخادم للبنك.

4-البائع الذي سيتم تحويل المبلغ لحسابه والذي يدعى نقطة البيع.

مما لا شك فيه ان سر نجاح الدفع الالكتروني عبر الهاتف المحمول يعتمد بشكل أساسي على مدى تقبل التجار والمشتريين لهذا الشكل، فمن الضروري توفر البروتوكولات المعيارية المقبولة لتوفر الأمان والسرية لعملية الدفع الالكتروني.

المطلب الثالث: مزايا وتحديات البنك المحمول

أولا: مزايا البنك المحمول

تقدم تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهواتف المحمولة مجموعة من المزايا لكل من العملاء والبنوك: (متولي، 2022 ، صفحة

03)

- تمكن هذه التطبيقات العملاء من الحصول على الخدمات المصرفية دون التقييد بوقت او مكان تقديم الخدمة مما يوفر كثيرا من وقت العملاء.

- تساعد العملاء في استخدامها على نطاق واسع في كثير من الأحيان.

-الحصول على مزيد من الخدمات المصرفية دون الحاجة الى ذهابهم الى أي فرع من فروع البنك.

-تتمتع تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهواتف المحمولة بإمكانية تحقيق كفاءة كبيرة في الخدمات البنكية المقدمة للعميل.

- يمكن للعملاء مستخدمي هذه التطبيقات الحصول على الخدمات المقدمة برسوم مالية منخفضة مقارنة بالأساليب المصرفية التقليدية الأخرى لتقديم نفس الخدمة او في بعض الأحيان بدون تكلفة.

-الراحة في الحصول على الخدمة وسهولة الاستخدام والأمان والتحكم الشخصي في الاستخدام والتفاعل السريع والخصوصية.

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

ويعني ذلك ان تقديم الوفرات السابقة يسهم في توفير حياة أفضل لمستخدمي تلك التطبيقات.

اما المزايا التي تقدمها تطبيقات الخدمات البنكية عبر الهواتف الذكية للبنوك فإنها تتمثل في: (متولي، 2022، صفحة04)

-زيادة كفاءة أنشطتها وخفض تكلفة كل من التشغيل والعنصر البشري مما يزيد من إنتاجية تلك البنوك ومن ثم تنمية إيراداتها.

-تعزيز علاقتها بالعملاء من خلال بناء قناة اتصالية جديدة تقوم على التفاعل السريع معهم.

-زيادة قدرة البنك على جمع المزيد من البيانات المتعلقة بالعمليات المصرفية للعملاء والتي تعد اهم الأصول لاستهدافهم والتفاعل معهم بشكل أكثر فاعلية.

-زيادة الحصص السوقية نتيجة اتاحة خدماتها للمناطق الحضرية التي كان وصول الخدمات البنكية التقليدية ليس من السهولة

بمكان بل ومرتفع التكلفة أيضا.

ومن بين المزايا نجد أيضا ما يلي: (قويدر، عمري، وعمري، 2019 صفحة 100)

-توفير قاعدة بيانات خادمة للأعمال في أي وقت وأي مكان، اذ تتيح إمكانيات الدخول عبر الهواتف المحمول سواء من العملاء

او من فريق الموظفين القدرة للوصول الى المعلومات محل الاحتياج.

-الغاء فكرة الموقع وعنصر المكان في تقديم الخدمة بما يتيح تقديم الخدمات في اسواق مفتوحة غير مقيدة بحدود.

-القضاء على الزحام وذلك لان البنك المحمول ينقل خدماته الى كل عميل حيثما كان دون الحاجة للحضور الشخصي.

-زيادة ربحية البنك حيث أصبح استخدام الموبايل البنكي بالعمليات البنكية لا يحتاج الى الكثير من الاستثمار في انشاء فروع

جديدة او تعديلات على البنية التحتية للفروع الحالية.

-ومن إيجابيات البنك المحمول انه يخفض من تكلفة فتح فروع بنكية في أماكن مختلفة حيث ينقل البنك خدماته المتنوعة الى

العميل في أي مكان. (اللطيف و محبوب، 2020، صفحة 202)

-الاستفادة من الخدمات المصرفية وخلق عادات تجارية جديدة، والحد من خطر السرقة والتخفيض من استخدام النقد. (وفاء و

عماني، 2018، صفحة09)

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

ويمثل الجدول التالي المزايا الرئيسية الناتجة عن استخدامات الهواتف المحمولة طبقا للقوى الاستراتيجية لدى البنوك

الجدول رقم (01): تحديد المزايا الرئيسية الناتجة عن استخدامات الهواتف المحمولة طبقا للقوى الاستراتيجية لدى البنوك

القوى الدافعة الاستراتيجية لدى البنوك

زيادة التغلغل والانتشار في السوق	بيع المزيد من الخدمات الى العملاء الحاليين	الاحتفاظ بالعملاء ذوي القيمة و المكانة العالية	الحد من تكلفة تقديم الخدمات.
استخدام الهاتف المحمول كوحدة انترنت طرفية	انجاز المعاملات عن بعد لصالح الشرائح السكانية التي لا تحصل على خدمات كافية	قناه بديلة بالنسبة للعملاء تجارب وخبرات فريدة من نوعها بالنسبة للعملاء	استخدامه بدلا من الكمبيوتر الشخصي والاتصال الواسع النطاق عبر الانترنت
استخدام الهاتف المحمول كنقطة بيع /بطاقة مصرفية فعلية	الوصول عن طريق الوكلاء الى الشرائح السكانية الخاصة على خدمات غير كافية		استخدامه بدلا بطاقة المصرفية واداة نقطة البيع
استخدام الهاتف المحمول كجهاز شخصي	تجارب وخبرات فريدة من نوعها بالنسبة للعملاء	اتخاذ اجراء فوري وتجربة الإحساس بالتحكم والسيطرة	
الوظيفة الكامنة الجديدة	استخدام وظائف بطاقة SIM كبطاقة مصرفية فعلية	استخدام خاصية تحديد الموقع في المنتجات الانية المنجزة في الوقت الحقيقي	

استخدام الهاتف المحمول

المصدر: اغناسيو ماس وكبير كومار: الاعمال المصرفية باستخدام الهاتف المحمول: لماذا وكيف ولمن؟، مذكرة مناقشة مركزة، عدد

48، يونيو/حزيران 2008، ص 09

ثانيا: تحديات البنك المحمول:

هناك جملة من التحديات التي تواجه عمليات الدفع عن طريق الهاتف المحمول والتي من أهمها: (محبوب و قرقب، 2018، صفحة

136-137)

أ-التحديات المتعلقة بإصدار النقود الالكترونية: ومن بينها

-التوسع في استخدام تلك النقود الإلكترونية بدون ضوابط يمكن ان يؤدي الى زيادة المعروض من النقد وبالتالي حدوث تضخم

والتأثير على قيمة العملة داخل الدولة

-عدم وجود ضوابط في الإصدار والتسجيل وإدارة نظم الدفع عبر الهواتف المحمولة قد يؤدي الى عدم الثقة في النقد الالكتروني

وهذا يؤدي الى تداعيات سلبية متعددة.

-عملية اصدار النقد بدون ضوابط يمكن ان تجعل المصدر يقوم ببعض عمليات الترويج، أي اصدار نقود الكترونية بدون غطاء

من النقد الحقيقي. وهذا عمل شديد الضرر والخطورة على العملة المحلية.

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

ب-التحديات المتعلقة بالتحويل من طرف الى اخر:

تميل نظم التحويل عبر الهواتف المحمولة الى ان تكون نظم منفصلة بحيث لا يتم تحويل بين نظام تابع لشركة محمول وعملية نظام خاص بشركة محمول أخرى، وقد يضعف هذا الوضع من قدرة تلك النظم بشكل عام على التوسع، وتنبع المشكلة الرئيسية لعدم تكامل تلك النظم مع بعضها البعض في عدم وجود معايير علمية موحدة للتحويل بين العملاء في نظم مختلفة للدفع عبر الهاتف المحمول مثل تلك المستخدمة في التحويل بين نظم الصرافات الالية او نقاط البيع التي تخص بنوك أخرى وحتى دول أخرى.

ت-التحديات المتعلقة بتأمين الشبكات والمعاملات المالية

يتم تأمين الشبكات والمعاملات المالية عن طريق التشفير الذي يعرف بانه عملية تحويل المعلومات الى تشفيرات غير مفهومة لمنع الأشخاص غير المرخص لهم من الاطلاع على المعلومات او فهمها، وتعتبر عملية التشفير تحديا كبيرا يواجه عمليات الدفع الالكترونية مما يجعل البنوك والشركات العاملة في مجال الاتصالات والنقد الالكتروني تعمل في كل مرة على تطوير أنظمة حماية قوية لديها القدرة على حماية أموال المودعين وضمان عدم تعرض حساباتهم للاختراق من طرف القراصنة.

ث-التحديات الثقافية

وتتعلق بمدى تحكم افراد المجتمع في الأجهزة المعلوماتية وقدرتهم على إدارة التطبيقات الالكترونية التي تدخل في صلب المعاملات المالية عبر الهواتف المحولة خاصة بالنسبة لكبار السن، ضف الى ذلك درجة اقبال الافراد على استخدام الهواتف الذكية واستعدادهم لشرائها خاصة وان أسعارها مرتفعة مقارنة بالهواتف التقليدية.

ج-التحديات القانونية

نتيجة لقلة التشريعات المتخصصة، وعدم وجود نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص العمليات المصرفية الإلكترونية، وبسبب عدم وجود اتفاقيات دولية مبرمجة حول هذا النوع من العمليات، يتطلب الامر القيام بجهود إضافية لإصدار قوانين وطنية ودولية تساعد على الاستفادة من المزايا التي تقدمها التكنولوجيا المالية في مجال الدفع عبر الهواتف المحمولة.

ح-التحديات المتعلقة بتبييض الأموال والتهرب الضريبي

وذلك في حالة استخدام النقود الالكترونية كوسيلة مثالية لاختزان قيمة نقدية غير مشروعة تمهيدا لتبييضها، وهنا يبرز الجانب السلبي لهذه الخدمة المتطورة من وسائل الدفع، بحيث تتحول التحويلات عبر الهواتف المحمولة الى وسيلة لارتكاب الجريمة على اعتبار ان مراقبة المال الافتراضي يعتبر امرا في غاية الصعوبة ، فالنقود الرقمية ليست مادة محسوسة يمكن مراقبة حركتها، خاصة اذا تعلق الامر بإصدارها من طرف جهات غير مرخص لها، زيادة على ذلك حالات التهرب الضريبي، حيث يصعب على الجهات المكلفة بتحصيل الضرائب مراقبة المبيعات والشراء التي تتم عبر الهاتف المحمول، وبالتالي يصعب فرض الضرائب على السلع التي تتم عبر المال المتنقل .

خ-ازدحام مرور البيانات

هناك مشكلة محتملة في الوصول ال الانترنت على الهواتف المحمولة "اختناقات مرور البيانات" نظرا لتوقع الزيادة في عدد الأشخاص الذين يستخدمون هواتفهم المحمولة للوصول الى الشبكة واجراء المدفوعات و القيام بأشياء أخرى ، فهذا يعني المتسللين ومجرمي الانترنت سيحاولون انتباههم الان الى الهاتف المحمول، وفقا لدوج جورس من CNN من المرجح ان ترتفع التهديدات الأمنية للهواتف الذكية بسبب الفيروسات المتنقلة والبريد العشوائي و المتسللين، والتي تهدف الى استهداف الافراد للحصول على معلومات شخصية ومالية، وقد يؤثر ذلك سلبا على ثقة الناس في نظام الدفع عن طريق الهاتف المحمول. (شعار، 2022 ، صفحة37)

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

المبحث الثاني: تبني خدمة البنك المحمول

عندما يفكر الناس في تبني منتج جديد فإنهم يقومون بتقييم هذا المنتج، فإذا كانوا يرون أن لهذا المنتج قيمة كبيرة فإنه يقون بتبني هذا المنتج.

المطلب الاول: مفهوم تبني خدمة البنك المحمول

قدمت عدة تعاريف حول عملية التبني:

-عرف rogers عملية التبني بأنها مجموعة من الإجراءات والاختيارات التي يمر من خلالها المستهلك الفرد للوصول الى قرار لتجربة او عدم تجربة المنتج الجديد، ثم الاستمرار في الاستخدام او عدم الاستمرار في استخدام المنتج الجديد. (مسلم و رابح، 2021، صفحة 1052)

-تشير عملية التبني الى مجموعة المراحل التي يمر بها الفرد منذ لحظة ادراكه للمنتج الجديد (سلعة، خدمة، فكرة) حتى الاخذ به او الاستخدام المنتظم له. (طه، 2008، صفحة150)

-التبني هو قرار المستهلك باستخدام واستهلاك المنتج الجديد على أسس دورية ومبرجة وقد يستغني عن أي بدائل أخرى متاحة. (شعار، 2022، صفحة 27)

-ويعرف التبني على أنه سلوك مرتبط بقرار فرد او مجموعة ما،حول قبول أو رفض أفكار، خدمات أو منتجات جديدة بعد تجربتها. (موصلي، 2011، صفحة44)

من خلال ما سبق يمكن القول ان تبني خدمة البنك المحمول هي قرار الزبون باستخدام هذه الخدمة، وتأتي هذه المرحلة بعد نية الاستخدام، بحيث يقوم الزبون بتجربة هذه الخدمة وبعد عملية التجربة اما ان يستمر الزبون في إعادة استخدام هذه الخدمة او رفضها والامتناع عن استخدامها.

المطلب الثاني: مراحل تبني خدمة البنك المحمول

يمر الفرد بعدد من المراحل التي تؤدي في النهاية الى تبني المنتج الجديد، وتتلخص هذه المراحل فيما يلي: (المجني و عمار، 2020، صفحة 200-201)

أولاً: مرحلة الوعي بوجود المنتج:

يدرك المستهلك في هذه المرحلة وجود المنتج في السوق، الا انه لا توجد لديه الحاجة اليه بما يدفعه الى طلب مزيد من المعلومات عنها. لذا فعلى الرغم من إدراك المستهلك خلال هذه المرحلة توافر المنتج في الأسواق، فانه لا تتوافر لديه معلومات كافية عنها.

ثانياً: مرحلة الاهتمام بخصوص المنتج:

وفي هذه المرحلة قد تنشأ بعض الظروف التي تدفع المستهلك الى الاهتمام بالمنتج كنوع من أنواع المشتريات المحتملة. لذا يبدأ البحث عن معلومات إضافية وعن خصائصها وصفاتها، وبالتالي تزيد معرفته بها وبخصائصها.

ثالثاً: مرحلة التقييم: يقوم المستهلك في هذه المرحلة بعد حصوله على المعلومات الإضافية عن المنتج بقيمة اخذا في الحسبان احتياجاته الحالية والمستقبلية، وظروفه المادية وقدرة المنتج على تأدية الخدمات المطلوبة، وفي هذه المرحلة قد تؤدي عملية التقييم الى فكرة عدم شراء المنتج الجديد من أساسها، او الى قبول الفكرة والاستعداد لاتخاذ الخطوة التالية.

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

رابعاً: مرحلة التجربة: يقوم المستهلك في هذه المرحلة بتجربة المنتج للتعرف على مدى مطابقته لما توقعه من صفات و للتعرف على خصائصه عن قرب حتى يمكنه تقرير مدى ملاءمته لمتطلباته واحتياجاته، وقد يترتب على مرحلة تجربة المنتج أيضاً قراران ، اما قرار المستهلك بعدم قبوله او القرار بقبوله ، وفي هذه الحالة الأخيرة يتخذ المستهلك الخطوة الثانية وهي تبني المنتج الجديد.

خامساً: مرحلة التبني: وهي المرحلة الأخيرة من مراحل عملية قبول المنتج الجديد، وتحدث إذا ما اقتنع المستهلك بملائمة المنتج الجديد لاحتياجاته ولظروفه الحالية والمستقبلية.

مع العلم أنه يوجد اختلاف واضح بين سلوك العملاء عبر القنوات التقليدية وسلوك العملاء عبر القنوات الالكترونية، قام بعض الباحثين بتقديم نماذج تفسر سلوك العملاء عبر قنوات التوزيع الالكترونية، فعلى سبيل المثال اقترح الباحث (Zhulei) وزملائه نموذج يفسر سلوك العملاء عبر القنوات الالكترونية كعملية متعاقبة متكاملة ويتضمن هذا النموذج الربط بين ثلاثة عناصر أساسية هي: (موصلي، 2011 ، صفحة 40)

-نية الاستخدام

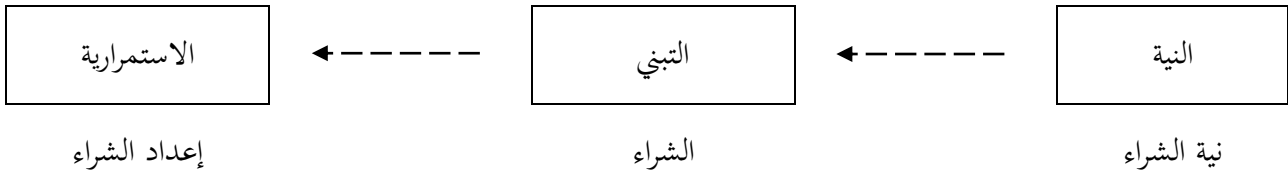
-تبني الاستخدام

-استمرارية الاستخدام

استخدم هذا النموذج في تطبيقات مختلفة منها دراسة سلوك العملاء لاستخدام خدمات المصارف الالكترونية

والشكل الموالي يوضح مراحل هذا النموذج

شكل رقم (02): نموذج (zhu lie) للسلوك الالكتروني



المصدر: إبراهيم موصلي العوامل المؤثرة في سلوك العملاء تجاه الخدمات الالكترونية للمصارف، رسالة ماجستير، كلية

الاقتصاد جامعة حلب، سنة 2011، صفحة 41

وفيما يلي تعريف كل مرحلة كالتالي:

أولاً: نية الاستخدام:

تعتبر نية الاستخدام عن التوقع الذي سوف يبنيه الفرد من اجل دعم او اتخاذ قرار الاستخدام في عقله، وتعرف أيضاً على أنها تقدير شخصي للفرد بأنه سوف يؤدي سلوك معين في مواقف معينة، وقد عرف بعض الباحثين مفهوم نية استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية على انها اهتمام العملاء حول استخدام نظام ما مقدم من قبل المصرف للقيام بعملياتهم المصرفية. (موصلي، 2011 ، صفحة 42)

من خلال التعريف السابق يمكن القول بأن نية استخدام خدمة البنك المحمول هي اهتمام العميل باستخدام هذه الخدمة، والتوقع الذي يبنيه من اجل اتخاذ قرار رغبته في استخدام خدمة البنك المحمول او عدم رغبته في استخدامها.

الفصل الأولالإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

ثانيا: تبني الاستخدام:

تأتي هذه المرحلة بعد نية الاستخدام، ففي هذه المرحلة يجرب العملاء استخدام خدمة ما وتنعكس نتيجة هذه التجربة اما يستمر العملاء في إعادة استخدام هذه الخدمة او رفضها او الامتناع عنها. (موصلي، 2011 ، صفحة 43)

ثالثا: استمرارية الاستخدام:

ان الاستمرار في استخدام منتج ما تعني إعادة الشراء من هذا المنتج

هناك تعريفات عديدة لإعادة الشراء معظمها تتفق بانه يشير الى الدرجة التي يقرر بها نفس الزبون الشراء من العلامة ذاتها بعد تجربة سابقة يكون فيها راض عن تلك العلامة، وهو ناتج عن حكم ذاتي او شخصي متعلق بالكيفية التي تنصرف فيها في المستقبل. (جسام، 2016 ،صفحة 68)

وبالتالي يمكن ان نقول ان إعادة استخدام خدمات البنك المحمول هي الدرجة التي يقرر بها نفس العميل استخدام هذه الخدمة ذاتها بعد تجربة سابقة يكون فيها راض عن هذه الخدمة.

ان الهدف الأساسي للمصرف من أجل البقاء والاستمرار هو تكرار الشراء من قبل الزبون، لذا كان لزاما عليها ان تحاول فهم سلوكه، كما ان تحقيق تكرار الشراء ومحاوله كسب ولاء الزبون بصفة دائمة عبر معرفة حاجاتهم ورغباتهم يعتبر اهم مفاتيح لنجاح أي مصرف، كما ان تحقيق ذلك يعد خطوة نحو مواجهة التطورات المختلفة لحاجات السوق، فتحول الزبون وعدم تكرار التعامل مع المصرف يؤدي الى ارتفاع تكلفة الاعمال. (جسام، 2016 ، صفحة 68)

وبالتالي فان إعادة استخدام خدمة البنك المحمول يعتبر من الأهداف الأساسية للمصرف، فلا بد من كسب ولاء الزبون، وذلك بهدف جعل الزبون يستمر في استخدام هذه الخدمة.

ان ميول الزبون لإعادة استخدام خدمة البنك المحمول هذا يعني أنهم يصرون على هذه الخدمة رغم وجود خدمات أخرى، وأنهم سوف يقومون بتزكيتهما لدى اصدقائهم وعائلاتهم ومعارفهم، وهذا قد يؤدي بهم الى الاستمرار في هذه الخدمة.

لابد للمصرف بالاهتمام بشكاوى العملاء وتحليلها. ويرجع الاهتمام بشكاوى الزبائن لعدة أسباب أهمها: (جسام، 2016 ، صفحة 69)

-العميل غير الراضي لن يصبح عميلا دائما كما سيشجع عملاء اخرين على ترك المصرف.

-العميل غير الراضي سوف يذكر ذلك الى 14 فرد على الأقل.

-تكلفة حل المشكلة تتراوح بين 10-25 بالمئة من تكلفة إيجاد عميل اخر.

-العميل الذي يقوم بالشكوى ويتم حل مشكلته يكون رضاه ثابت ويصبح ولاؤه مرتفع للمصرف.

-سوف يقوم العميل الذي يتقدم للشكوى ويتم حل مشكلته بترويج المصرف للتعامل معه الى عشرة افراد جدد على الأقل.

وبالتالي فان المصرف إذا اهتم بشكاوى العملاء المتبنين لخدمة البنك المحمول وحل مشاكلهم فان ذلك سيؤدي الى استمرار هؤلاء

الزبائن في استخدام هذه الخدمة ويقومون بترويجها لزبائن اخرين، اما العملاء غير الراضين عن هذه الخدمة فلن يستمروا في تبني هذه الخدمة وسوف يتكلمون بشكل سلبي على هذه الخدمة.

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

المطلب الثالث: معوقات تبني خدمة البنك المحمول

يواجه استخدام البنك المحمول في اجراء العمليات المصرفية عدة معوقات من أهمها ما يلي:

أولاً: المخاطر:

المخاطر التي يتعرض لها العميل تمثل اهم معوقات استخدام تكنولوجيا المعلومات، وقد أكد عدد من الباحثين على ان المخاطر لها تأثير سلبي على تبني التجارة الالكترونية، وكشفت دراسات أخرى ان هناك علاقة بين مخاطر استخدام تقنيات تكنولوجيا المعلومات وبين قلق العملاء جراء قيامهم بتنفيذ بعض العمليات البنكية وتؤثر المخاطر المدركة جراء العمليات البنكية الالكترونية تأثيراً سلبياً على درجة قلق العملاء من تبني تطبيقات الخدمات البنكية عبر الهواتف المحمولة. (متولي، 2022 ، صفحة 08)

هناك مخاطر أخرى تتمثل في أن مستخدمي البنك المحمول معرضون لخطر تلقي رسائل SMS وهمية، بالإضافة لخطر المتمثل في فقدان الهاتف المحمول، وإمكانية الوصول الى PIN للبنك المحمول الخاص بالعميل وغيرها من المعلومات الحساسة، وهناك احتمالية تعرض المصرف والزيبون الى خسائر مالية غير متوقعة وغير مخطط لها، وذلك لسوء استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من قبل الزيبون نفسه، كما ان هناك مخاطر متعلقة بالكشف عن المعلومات الشخصية والمالية ومدى توفر الأمن في استخدام البنك المحمول. (محمد، 2022 ، صفحة 279)

ثانياً: القلق:

يعد القلق من اهم معوقات الاعتماد للابتكار التكنولوجي في مجال الخدمات البنكية، ويعبر القلق عن حالة يشعر فيها العملاء بعدم الارتياح والتوتر او النفور من استخدام التكنولوجيا، وقد اثبتت عدد من الدراسات ان للقلق تأثيره السلبي على النية السلوكية لعملاء البنوك المتبنين لتطبيقات الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول، وتجدر الإشارة الى ان مستخدمي الأجهزة المحمولة قد يعبرون عن مستويات اعلى من القلق المدرك مقارنة بالمعاملات التقليدية او المعاملات الالكترونية بسبب الافتقار الى القيود الجغرافية والزمنية. (متولي، 2022 ، صفحة 08)

ثالثاً: التوصية:

يرى (leong.et al) انه عندما يكون لدى العملاء نية سلوكية اعلى تجاه الابتكار التكنولوجي، فمن المرجح انهم سيصبحون متبنين لتلك الابتكارات التكنولوجية، أيضاً نجد ان دراسة (اوليفيرا واخرون) اثبتت ان نية الافراد السلوكية لاعتماد الدفع بواسطة الهاتف المحمول تؤثر بشكل إيجابي على نيتهم السلوكية للتوصية بتقنيات الدفع بواسطة الهاتف المحمول. (متولي، 2022 ، صفحة 08)

نستخلص مما سبق ان نية الافراد قد تؤثر بشكل سلبي عندما لا تكون لديهم نية في تبني الدفع بواسطة الهاتف المحمول فيقومون بتوصية الآخرين بعدم استخدام هذه الخدمة.

رابعاً: البيئة الثقافية والاجتماعية:

يعتبر انخفاض الوعي لدى الزبائن بأهمية التكنولوجيا الحديثة من ابرز معوقات تطبيق الصيرفة الالكترونية وتطويرها، وهذا يتمثل في انعدام الخبرة او صعوبة استخدام الخدمات المصرفية عبر الانترنت، يضاف الى ذلك تفضيل بعض الزبائن التواصل مع موظفي المصرف للحصول على الخدمة المصرفية، وهذا كله يعود الى عدم قيام المصارف المعنية بنشر وتوسيق ثقافة الخدمات المصرفية الإلكترونية مما يترتب على ذلك نقص الوعي المصرفي لدى الزبائن، لذا ينبغي على المصارف التركيز على العوامل الثقافية والاجتماعية للمجتمع الذي تعمل فيه لما لها من اثر كبير في سلوك وتصور زبائن المصرف. (مزعل، 2021 ، صفحة 79)

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

المبحث الثالث: الدراسات السابقة والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

ان تبني خدمة البنك المحمول يتوقف على مجموعة من العوامل المختلفة التي تؤثر في سلوك العملاء اتجاه استخدامهم لهذه الخدمة

المطلب الاول: الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تطرقت لموضوع العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول وتناولته من زوايا مختلفة، وسوف تستعرض هذه الدراسة جملة من الدراسات التي تم الاستفادة منها مع الإشارة الى ابرز ملاحظاتها، مع تقديم تعليقا عليها يتضمن جوانب الاتفاق والاختلاف وبيان الفجوة العلمية التي تعالجها الدراسة الحالية، ونود ان نشير أن الدراسات التي سوف يتم استعراضها جاءت في الفترة الزمنية بين 2014 و2022، وشملت جملة من الأقطار والبلدان مما يشير الى تنوعها الزمني والجغرافي.

أولا: دراسة رشيد شباح ورضا دحماني (2022) بعنوان: أثر المخاطر المتصورة على تبني

الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول في الجزائر. مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية 06 (02)

هدفت الدراسة الى تحديد أثر المخاطر التي يمكن أن تصنع تخوفات لدى الزبائن التي تحول دون اقبالهم على التكنولوجيا المالية عبر الهاتف المحمول، ومعرفة أثر هذه المخاطر على موقف الزبون من هذه التكنولوجيا ، ومعرفة ما اذا كان الزبائن يغلبون الفائدة المرجوة من قبول الهاتف المصرفي وسهولة استخدامه على هذه المخاطر، وقد تم استخدام المنهج الوصفي في تحديد المفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا المالية والبنوك المحمولة وكذا أهم المخاطر التي تواجه المعاملات البنكية من خلال الهاتف المحمول، أما في الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على المنهج الاستقرائي من خلال نموذج المعادلات الهيكلية (SEM) باستخدام برنامج AMOS لقياس نتائج أثر المخاطر على موقف الزبون من الهاتف البنكي عن طريق كلا من الفائدة المرجوة والسهولة المتصورة، وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية: المخاطر المتصورة تؤثر بشكل سلبي قوي على الفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام المتصورة، كما تؤثر الفائدة المتصورة بشكل كبير وإيجابي على اتجاه الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول، وتؤثر سهولة الاستخدام على الفائدة المتصورة بشكل إيجابي وقوي، كما أن تأثير الموقف على الاستخدام الفعلي قوي جدا.

ثانيا: دراسة عبد القادر محمد عبد القادر وآخرون (2022) بعنوان: محددات نية الاستمرار في

تبني خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول: الدور المعدل لابتكارية العميل. مجلة المصرية للدراسات

التجارية 46 (04)

هدفت الدراسة الى معرفة دور كل من أبعاد الجودة المدركة المتمثلة في (جودة المعلومات المدركة، جودة المدركة، وجودة الخدمة المدركة)، وأبعاد القيمة المدركة المتمثلة في (الفائدة المدركة، سهولة النظام الاستخدام المدركة، راحة التعاملات المدركة، وسرعة التعاملات المدركة) على اتجاه العملاء نحو استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول، بالإضافة الى معرفة دور اتجاه العملاء على نية الاستمرار في تبني هذه الخدمات، وذلك بالاعتماد على الدمج بين نموذج قبول تكنولوجيا الهاتف المحمول (MTAM) ونموذج نجاح نظام المعلومات (ISS) كما قامت الدراسة ببحث الدور المعدل لابتكارية العميل بين متغيرات الدراسة، وقد بلغ حجم العينة 430 مفردة من عملاء المحافظ الالكترونية بمحافظة الدقهلية، وقد تم تحليل البيانات باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية بالمربعات الصغرى الجزئية-PLS اعتمادا على البرنامج الاحصائي Warp PLS7k، وقد توصلت نتائج الدراسة الى وجود تأثير معنوي إيجابي لجميع أبعاد الجودة المدركة وأبعاد القيمة المدركة على اتجاه العملاء نحو استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول على نية الاستمرار في تبني هذه الخدمات، كما تشير نتائج الدراسة أن ابتكارية العميل تلعب دورا معدلا إيجابيا في العلاقة بين أبعاد كل من الجودة المدركة و القيمة المدركة من جهة وبين اتجاه العملاء نحو استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول من جهة أخرى.

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

ثالثا: دراسة أمجد مارديني (2018) بعنوان: العوامل المؤثرة في نية استخدام الخدمات المصرفية

الإلكترونية عبر الهاتف المحمول (الموبايل البنكي) في سورية. رسالة ماجستير، الجامعة الاقتصادية السورية

هدفت هذه الدراسة الى اكتشاف العوامل المؤثرة في نية العملاء استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول (الموبايل البنكي) في سورية في محاولة لمساعدة المصارف لمعرفة العوامل التي تساعدهم في زيادة اقبال العملاء على استخدام هذه الخدمة، حيث ان مجتمع الدراسة يتكون من عملاء كافة المصارف المقدمة وعددها أربعة مصارف، أما عينة الدراسة مكونة من عملاء مصرفين فقط، تم توزيع 140 استبانة على عملاء هذين المصرفين وتم استرداد 127 استبانة، وتم تصفيتها لتكون عينة الدراسة 120 عميل. وقد استخدم الباحث عددا من الأساليب الإحصائية في spss، من اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة أ العوامل الأربعة المدروسة وبالترتيب التالي: الثقة-المنافع المدركة-سهولة الاستخدام-التأثير الاجتماعي تؤثر إيجابا تجاه استخدام الخدمة

رابعا: دراسة محمد خليل السميريات ورائد محمد العضائلة (2017) بعنوان: العوامل المؤثرة في

استخدام الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء: دراسة ميدانية إقليم

الجنوب-الأردن. مجلة جامعة الشارقة للدراسات الإنسانية والإجتماعية 14 (01)

هدفت الدراسة الى معرفة العوامل المؤثرة على تبني الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء في البنوك العاملة في إقليم الجنوب في الأردن، حيث ان مجتمع الدراسة يتكون من عملاء البنوك العاملة في إقليم الجنوب-الأردن، حيث تم اختيار عينة عشوائية منهم بهدف جمع بيانات الدراسة وذلك من خلال توزيع 350 استبانة، تم استرجاع 339 استبانة منهم، واستخدمت الدراسة حزمة التحليل الاحصائي للعلوم الاجتماعية spss لتحليل بيانات الدراسة وقد أظهرت نتائج الدراسة ان العوامل (المهارة التقنية، الثقة) كان لها أثر واضح في تبني العملاء للخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول، كما أظهرت النتائج أن مستوى تبني العملاء للخدمات البنكية الإلكترونية عبر لهاتف المحمول لا يزال منخفضا.

خامسا: دراسة الحر سامي عباس العنكي (2015) بعنوان: العوامل المؤثرة في تبني بنك الموبايل من

وجهة نظر زبائن البنوك التجارية العاملة في الأردن. رسالة الماجستير، قسم الأعمال الإلكترونية، جامعة الشرق الأوسط

هدفت الدراسة الى بيان أهمية العوامل المؤثرة في تبني بنك الموبايل من وجهة نظر زبائن البنوك التجارية العاملة في الأردن، يتكون مجتمع الدراسة من جميع زبائن البنوك التجارية العاملة في الأردن التي تقدم خدمات بنك الموبايل، تم اختيار عينة من مجتمع الدراسة وعددها 385 للحصول على نتائج الدراسة، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وكانت نتائج الدراسة كما يلي: أن موثوقية الخدمات المصرفية عبر بنك الموبايل جاءت بدرجة منخفضة، أما درجة الخصوصية مرتفعة، بينما يرى أفراد عينة الدراسة أن فاعلية الذات والتوافق والتعقيد والمخاطر جاءت جميعها بدرجة متوسطة.

سادسا: دراسة عبد العزيز علي حسن (2014) بعنوان: العوامل المؤثرة على تبني الخدمات المصرفية

عبر التلفون المحمول: دراسة تطبيقية على مستخدمي التلفون المحمول بمحافظة الدقهلية في مصر. المجلة العلمية

للبحوث التجارية 04 (العدد الأول والثاني والثالث والرابع)

هدفت هذه الدراسة الى معرفة العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية عن طريق التلفون المحمول، بالتطبيق على مستخدمي التلفون المحمول في محافظة الدقهلية بمصر، تم استخدام المنهج الوصفي الكمي في هذه الدراسة، كما تم تصميم قائمة استقصاء لجميع

الفصل الأولالإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

البيانات عن طريق المقابلة الشخصية من عينة عشوائية حجمها 384 مفردة من مستخدمي التلغراف المحمول بمحافظة الدقهلية، بلغ عدد الاستمارات التي تم إدخالها للتحليل 312 استمارة ، وقام الباحث بتحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة عن طريق البرنامج الإحصائي SPSS، ومن أهم ما توصلت إليها نتائج الدراسة أن أهم العوامل المؤثرة تأثيراً معنوياً على تبني العملاء للخدمات المصرفية على الهاتف المحمول هي: لمصداقية المدركة، الثقة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، الفائدة المدركة، التكلفة المدركة، والخطر المدرك على الترتيب.

أوجه التشابه والاختلاف مع الدراسة الحالية:

اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية على هدف مشترك وهو معرفة العوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول باستثناء دراسة رشيد شباح (2022) التي هدفت الى تحديد المخاطر التي تحول دون استخدام خدمات البنك عبر الهاتف المحمول، ودراسة عبد القادر محمد عبد القادر وآخرون (2022) التي هدفت الى معرفة دور أبعاد الجودة المدركة وأبعاد القيمة المدركة على اتجاه العملاء نحو استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول.

اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في أداة الدراسة المتمثلة في الاستبانة لجمع البيانات واستخدمت حزمة التحليل الإحصائي spss لتحليل بيانات الدراسة باستثناء دراسة رشيد شباح ورضا دحماني (2022) حيث تم استخدام نموذج المعادلات الهيكلية (SEM) باستخدام برنامج AMOS

اتفقت الدراسات السابقة في توظيف المنهج الوصفي في تحديد المفاهيم النظرية اما بالنسبة الدراسة الميدانية فقد اختلفت دراسة رشيد شباح ورضا دحماني حيث استخدمت هذه الدراسة المنهج الاستقرائي.

اختلفت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في عينتها ومجتمع الدراسة حيث أن الدراسة الحالية تطبق على عينة من زبائن بنك البركة الجزائري وكالة برج بوعريش، أما بقية الدراسات طبقت على عينة من عدة بنوك.

كذلك تختلف الدراسة عن الدراسات السابقة في بيئة التطبيق او البلد التي تمت فيه (سوريا، مصر، الأردن) ماعدا دراسة رشيد شباح ورضا دحماني (2022)

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في تحديد اهم العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول.

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

أولاً: العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول وفق نموذج تقبل التكنولوجيا

1- التعريف بالنموذج:

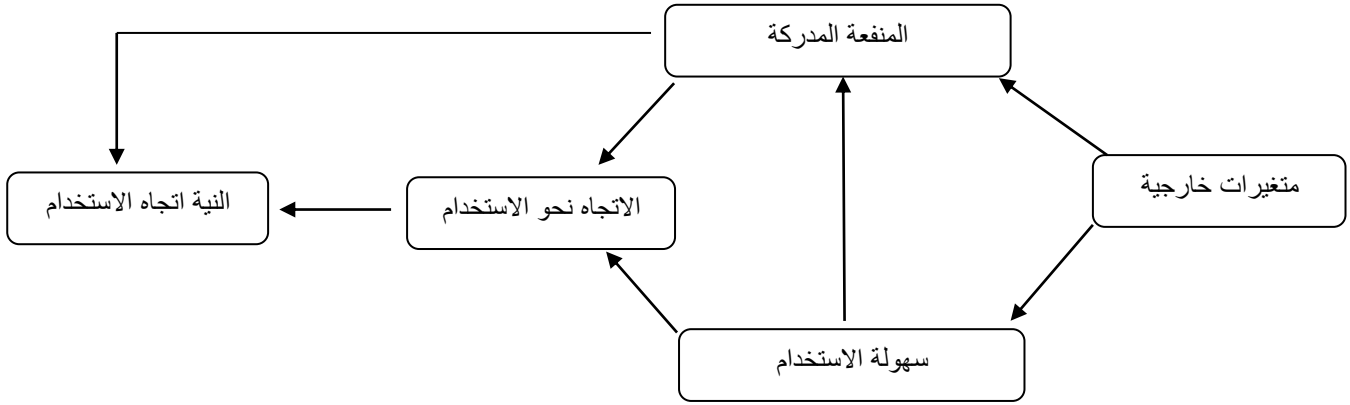
يعد نموذج قبول التكنولوجيا من النماذج الصادقة والموثوقة لتفسير قبول نظم المعلومات بحيث يعد من أكثر النماذج استعمالاً في العديد من الدراسات والهدف من هذا النموذج هو تفسير سلوك المستخدم تجاه نظم المعلومات (نصري، 2015 ، صفحة 671). وفي النموذج الأصلي اقترح Davis انه يمكن تقسيم حافز المستخدم لنظام المعلومات من خلال ثلاثة عوامل: المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة والموقف تجاه استخدام النظام، وافترض ان موقف المستخدم يعتبر عاملاً محددًا رئيسياً للاستخدام الفعلي او عدم الاستخدام، ويتأثر موقف المستخدم بدوره بعاملين: المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة، حيث ان سهولة الاستخدام المدركة تأثير مباشر على المنفعة المدركة، وأخيراً يتأثر العاملان بمتغيرات خارجية (باكير و محمد المايل ، 2022 ، صفحة 28) وفي عام 1993 قام

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

Davis بتعديل نموذج قبول التكنولوجيا TAM باعتبار ان المنفعة المدركة لها تأثير مباشر على النية تجاه الاستخدام الفعلي. (نصري، 2015 ، صفحة 672)

ويوضح الشكل الموالي نموذج قبول التكنولوجيا المعدل:

شكل رقم (03): نموذج قبول التكنولوجيا TAM (Davis1993)



المصدر: وديع نصري، نموذج تبني استخدام الأنترنت في الخدمات المصرفية في تونس، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 11، عدد 03، سنة 2015، صفحة

شرح النموذج : هناك مجموعة من العوامل الخارجية تؤثر على المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام ولهما تأثير على الاتجاه نحو استخدام، وبالتالي يؤثر على نية اتجاه استخدام ، ويوجد تأثير لسهولة استخدام على المنفعة المدركة ، كما يوجد تأثير مباشر للمنفعة المدركة على نية اتجاه الاستخدام .

2- العوامل المؤثرة على تبني خدمة البنك المحمول حسب هذا النموذج :

حسب هذا النموذج فان العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول كالتالي:

1-المنفعة المدركة:

يمكن القول بانها تعبر عن التصور الذي يكون لدى المستخدم والمتعلق بتكنولوجيا معينة والذي يرتبط بالمزايا التي يمكن ان يستفيد منها عند استخدامه لهذه التكنولوجيا. (شباح و دحماني، 2022 ، صفحة 419

ب-سهولة الاستخدام المدركة:

تعتبر سهولة الاستخدام أيضا من العوامل المهمة في TAM والتي لها تأثير كبير في قبول او رفض التكنولوجيا، وتعتبر سهولة الاستخدام وفقا ل DAVIS ، عن الدرجة التي يتوقع بها المستخدم المحتمل ان يكون النظام المستهدف خاليا من الجهد. (شباح و دحماني، 2022 ، صفحة 419)

3- أهمية استخدام نموذج قبول التكنولوجيا TAM

تتجلى أهمية استخدام نموذج قبول التكنولوجيا فيما يلي: (مصطفى، 2016، صفحة 30)

- فهم العادات وبيئة المستخدم كونها عامل مهم في تحديد سلوك المستخدم تجاه التكنولوجيا المستخدمة ومدى قبوله على تعلمها وتراكم خبراته او عزوفه عنها والإبقاء على الأساليب التي اعتاد عليها.
- ضرورة توضيح الفائدة للمستخدم من استخدامه للتكنولوجيا وهو الامر الذي يجذب بالمنتجين ومصنعي التكنولوجيا حذوها ويؤخذ بعين الاعتبار عند تصميم نظام الموبايل المصرفي والتعامل مع الخدمات المصرفية.
- استخدام التكنولوجيا وتراكم الخبرة يرتبط أيضا بالإدراك المسبق لأهمية التكنولوجيا وكسر حاجز مقاومة التغيير في عقلية المستخدم، وإزالة أي تحوفات لديه سواء من حيث حماية البيانات او السرية او الخصوصية.
- ان إدراك الفائدة من استخدام التكنولوجيا وتراكم الخبرة يأتي من التكيف والتعلم والسلوك العملي لهذا المستخدم وادراكه للأهمية.
- ان نماذج القبول لاستخدام التكنولوجيا بالتأكيد تحمل عوامل أخرى غير الفائدة وسهولة الاستخدام والادراك، يتوجب على مصنعي التكنولوجيا فهمها وفهم توقع سلوك المستخدم حيالها.

4- الانتقادات الموجهة للنموذج

من بين انتقادات ماتسيو لنموذج قبول التقنية ما يلي: (مصطفى، 2016، صفحة 40)

- لا يوفر نموذج TAM فهم كافي لمصممي التكنولوجيا وذلك لخلق بيئة مناسبة لقبول التقنية
- سهولة الاستخدام والفائدة المحسوسة ليست العوامل الوحيدة التي تفسر قبول العميل لاستخدام التقنية فهي تعتبر عوامل تنبئية وليست الزامية حيث ان سهولة الاستخدام تؤثر بصورة غير مباشرة على استخدام التقنية.
- اهمال النموذج للعوامل الخارجية التي تلعب دورا هاما لقبول واستخدام التقنية.
- يغض النموذج النظر عن التأثير الاجتماعي الذي يلعب دورا هاما في قبول واستخدام التقنية

ثانيا: العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول باستخدام نموذج تقبل تكنولوجيا الهاتف

المحمول

1- التعريف بالنموذج

قد أشار kim et Al الى ان نموذج قبول التكنولوجيا TAM من الممكن ان يتم تطويره للتعرف على نوايا المستخدمين نحو استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول، ونتيجة لذلك تم تطوير نموذج قبول تكنولوجيا الهاتف المحمول للتعامل مع بيئة الهاتف المحمول في الأبحاث المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات، وتشير الدراسات الى ان نموذج قبول تكنولوجيا الهاتف المحمول MTAM يتكون من متغيرين هما: (القادر، خشان، و السطوحي، 2022 صفحة 08) فائدة الهاتف المحمول المدركة وسهولة استخدام الهاتف المحمول المدركة، وتعتبر هذه المتغيرات في الأصل تابعة لنموذج قبول التكنولوجيا ولكن في صورة متعلقة بالهاتف المحمول

وعلى الرغم من كون الابعاد السابقة قد تحدد النية نحو التبني الا ان (Teo et al (2015) قد أشار انها قد تكون غير قادرة وحدها على توضيح الصورة الكلية للتنبؤ بتبني خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول، وذلك بسبب ان عملية الدفع عن طريق الهاتف

الفصل الأولالإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

المحمول تقوم على عناصر اخرى مثل الراحة والسرعة في نقل الأموال والدفع والتي قد لا توجد في خدمات تكنولوجياية أخرى (القادر، خشان، و السطوحي، 2022 ، صفحة 09)، فقد أشارت العديد من الدراسات الى ان هناك متغيرين رئيسيين لهما ارتباط كبير بالتعاملات المالية، وهما راحة التعاملات المدركة وسرعة التعاملات المدركة .

2-العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول حسب هذا النموذج

العوامل المؤثرة حسب هذا النموذج كما يلي: (القادر، خشان، و السطوحي، 2022 ، صفحة 08)

1-المنفعة او الفائدة المدركة:

فيما يتعلق باستخدام التكنولوجيا القائمة على الهاتف المحمول فقد أشار (Ooi and Tan (2016 ان الفائدة المدركة تعني استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول تعتبر أكثر راحة وأسرع من خدمات الدفع التقليدية القديمة.

ب-سهولة الاستخدام المدركة:

فيما يتعلق باستخدام التكنولوجيا القائمة على الهاتف المحمول، فقد أشار (Ooi and Tan (2016 ان سهولة الاستخدام تعني ان استخدام خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول لا تتطلب جهدا ا وتعلما شاقا عند الاستخدام وذلك مقارنة بخدمات الدفع التقليدية.

ت-راحة التعاملات المدركة:

تشير الى مدى اعتقاد العميل بان عملية الدفع عن طريق الهاتف المحمول قد تكون مريحة وتوفر الرفاهية، فيما يتعلق بعملية الدفع عن طريق الهاتف المحمول فان راحة التعاملات المدركة تشير الى مدى إدراك المستخدم الى ان عملية الدفع عن طريق الهاتف المحمول سوف تزيد من الراحة والسهولة في عملية الدفع بشكل عام.

ث-سرعة التعاملات المدركة:

تشير الى إدراك العميل بان عملية الدفع عن طريق الهاتف المحمول تزيد من سرعة عملية الدفع، وفقا لكل من yan and al (2021) فان سرعة التعاملات المدركة تشير الى إدراك العميل بان استخدام كود الاستجابة السريعة كوسيلة للدفع عن طريق الهاتف المحمول سوف يحسن من سرعة التعاملات في عملية الدفع.

ثالثا: العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول باستخدام نموذج نظام المعلومات

1-التعريف بالنموذج :

حدد النموذج ستة عوامل لنجاح نظم المعلومات وهي: «جودة الأنظمة» التي تقيس النجاح الفني، "جودة المعلومات" التي تقيس النجاح الدلالي، "والاستخدام، رضا المستخدم، والتأثيرات الفردية، والتأثيرات التنظيمية" التي تقيس نجاح الفعالية، تفترض هذه النظرية العامة لنظام المعلومات انه إذا شعر المستخدم بالرضا عن استخدام نظام ما، فمن المرجح ان يتأثر الأداء بشكل إيجابي بجودة المعلومات وجودة النظام. (شعار، 2022 ، صفحة ، صفحة 25)

قام كل من (Delone and Mclean(2003 بتطوير النموذج وادراج متغير جديد يتمثل في جودة الخدمة كمتغير سابع في النموذج، فهم يؤكدون على ان نظام جودة الخدمة يستحق اضافتها الى كل من جودة المعلومات وجودة النظام كعناصر لنموذج نجاح نظم

الفصل الأولالإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

المعلومات ،منذ ذلك الحين تم استخدام نموذج نجاح المعلومات بصورة واسعة لفحص تبني المستخدمين لمجموعة متنوعة من أنظمة المعلومات ،وفقا لكل من (2003) Delon and Mclean فان الجودة لها ثلاثة ابعاد رئيسية لا بد من قياسها او التحكم بها بشكل منفصل، وذلك بسبب انهم سواء كانوا منفصلين او مجتمعين فانهم سوف يؤثرون على الاستخدام وعلى رضا العملاء، وفقا لذلك فان هناك ثلاث ابعاد رئيسية لنجاح نظام المعلومات الجديد، يمكن استعراضهم كما يلي: (القادر، خشان، و السطوحى، 2022 ، صفحة 06-07)

أ- جودة المعلومات المدركة:

تعتبر جودة المعلومات عن شكل، كفاءة، ودقة المعلومات التي يقدمها المحتوى التقني، كما تشير جودة المعلومات الى ان تكون المعلومات ذات صلة كافية، دقيقة، ومعروضة في الوقت المناسب.

ب- جودة النظام المدركة:

تعكس جودة النظام سرعة الوصول، السهولة، التنقل داخل النظام بسهولة، والتصميم الجذاب، وتقاس جودة النظام عن طريق إتمام النظام للوظيفة المطلوبة، الموثوقية، إمكانية التنقل، التكامل، المرونة والاهمية.

ت- جودة الخدمة المدركة:

تعكس جودة الخدمة الموثوقية، الاستجابة السريعة، الضمان، إضفاء الشخصي، كما تقاس جودة الخدمة عن طريق الضمان، التعاطف، المسؤولية والدعم الكامل.

2- العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول حسب هذا النموذج

أ- سهولة التصفح:

يحتوي الموقع على وظائف تساعد الزبائن للحصول على ما يحتاجونه من دون صعوبة، يمتلك محرك بحث جيد يتيح للزبائن سهولة وسرعة الانتقال ذهابا وإيابا بين الصفحات (مسعودي، 2013/2014 ، صفحة112)، وتشير الى درجة اعتقاد الزبائن بمدى سهولة التصفح في استخدام النظام المقدم دون عناء او جهد والذي يمثل كلا من الجهد البدني والجهد العقلي، وكم درجة السهولة لتعلم كيفية استخدام النظام. (العنكي، 2015 ،صفحة 19)

ب- التعقيد:

هي الدرجة التي تعبر عن مدى صعوبة فهم واستخدام خدمة البنك المحمول يحرص البنك على ان تكون المعاملات المصرفية عبر البنك المحمول هي الطريق الأكثر سهولة، لأنها خالية من أي جهد فسهولة الاستخدام تعكس درجة عدم التعقيد. (عجوة، 2020 ، صفحة 08)

ت- المخاطر:

تلعب المخاطر دورا محوريا في قرار تبني أنظمة المعلومات من خلال المشاعر المرتبطة بعدم اليقين، عدم الراحة أو القلق، الانزعاج النفسي، الصراع الداخلي، وهي تصرفات تنشأ عند تقييم منتج ما بناء على التكاليف والمنفعة والفوائد والمخاطر، ونظرا لاختلاف المخاطر التي يمكن ان تواجه العملاء، فقد حاولت مجموعة من الدراسات حصر هذه المخاطر في مجموعات رئيسية أهمها: مخاطر الأداء، المخاطر النفسية، المخاطر المالية، مخاطر الخصوصية، مخاطر الوقت، المخاطر الاجتماعية والمخاطر الشاملة، وباعتبار المخاطر المتصورة أهم العقبات

الفصل الأولالإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

التي تؤثر على نية المستخدم (العميل) في تبني الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول فقد أجمعت العديد من الدراسات على التأثير السلبي للمخاطر المتصورة على نية الاستخدام. (شباح و دحماني، 2022 ، صفحة 418)

احتمالية ان يتعرض البنك او العميل الى خسائر مالية غير متوقعة وغير مخطط لها وذلك لسوء استخدام خدمات بنك الموبايل من قبل الزبائن والناتج عن قلة المعرفة في استخدام الخدمات المتوفرة، وهناك مخاطر باستخدام خدمة بنك الموبايل أهمها: (العنكي، 2015 ، صفحة 22-23)

-مستخدمي خدمة بنك الموبايل معرضون لتلقي رسائل SMS وهمية.

-فقدان جهاز الهاتف النقال للشخص غالبا ما يمكن المجرمين إمكانية الوصول الى PIN بنك الموبايل الخاص بالعميل وغيرها من المعلومات الحساسة.

ث-الموثوقية:

تعد الموثوقية احدى الخصائص الحرجة لجودة الخدمة، وهي تشير لاحتمال انجاز النظام المصرفي لأهدافه المختلفة بنجاح خلال فترة زمنية محددة، أي احتمال وجود عملية مصرفية خالية من الأخطاء والعيوب خلال الفترة الزمنية المحددة. (الصرف، 2007 ، صفحة 220)

وتعني الموثوقية القدرة على الالتزام بالخدمات المقدمة بطريقة تمكن المستخدم بالاعتماد عليها باستمرار وبدقة عالية، وتحقيق الوعود التي التزم بها البنك بتقديم الخدمات بشكل متكامل، ففي قطاع البنوك يجب تقديم كل خدمة بشكل متكامل لأن الفشل في تقديم الخدمات يقود الى تدمير الزبائن من هذه الخدمة. (العنكي، 2015 ، صفحة 18)

ج-الخصوصية:

وهي إدراك الزبائن بقدرة البنك على حماية المعلومات الشخصية من الاستخدام غير المصرح به، واستحالة الكشف عن البيانات المرسله او المخزنة لدى البنك لتغييرها من قبل شخص ثالث دون اذن. (العنكي، 2015 ، صفحة 18)

ح-الأمان:

أي تخفيض درجة المخاطرة في المعاملات المصرفية. كما يرتبط الأمان بسرية معلومات الزبائن بحساباتهم ودرجة تعاملهم مع المصرف (الصرف، 2007 ، صفحة 232)، وتعني مدى تصور الزبائن من الحماية التي يوفرها البنك ضد تهديدات الأمن والسيطرة على المعلومات الشخصية المرسله من والى البنك عند استخدام بنك الموبايل، وتشير أيضا الى توفير الثقة للمستخدم في سلامة الخدمة واستمراريتها في مجال تقديم الخدمات كخدمات بنك الموبايل. (العنكي، 2015 ، صفحة 20)

خ-التوافق:

هي الدرجة التي تعبر عن مدى توافق خدمات بنك الموبايل التي يطرحها البنك مع قيم وتصورات وتطلعات الزبائن (عجوة، 2020 ، صفحة 08)، ينظر اليها كمؤشر على مدى تلاقي الخدمة المقدمة التي تتناسب مع تطلعات الزبائن من قدرتهم على التحكم في الخدمة المقدمة ومدى التوفير المالي ومدى تناسبها مع نمط حياته. (العنكي، 2015 ، صفحة 21)

الفصل الأول الإطار النظري للبنك المحمول والعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول

د- الاستجابة:

الاستجابة السريعة وقدرة الحصول على مساعدة في حالة وجود مشكلة أو سؤال، (مسعودي، 2013/2014 ، صفحة 112) وهي القدرة على التعامل مع كل متطلبات الزبائن والاستجابة لشكاويهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة عالية (اسماعيل و عبد العزيز، 2017 ، صفحة 05)

ذ- الكفاءة:

وهو عملية تقديم عدة خدمات الى أكثر من عميل عبر تطبيق بنك الموبايل حيث يمكن التحقق من معلومات الحساب، الكشوفات البنكية، العمليات الشرائية، التجارة الالكترونية، دفع الفواتير، وان استخدام الخدمات المصرفية تتم عن طريق تثبيت تطبيق على الهواتف النقالة وبعد ذلك يتم استخدام الخدمات المصرفية دون التقييد بزمن او مكان معين. (العنكي، 2015 ، صفحة 19)

هـ- فعالية الذات:

وتعني قدرة العميل على استخدام خدمات بنك الموبايل بإتقان، وهي شكل من اشكال الثقة بالذات أي على البنك عندما يتقدم الى الزبائن بخدمة جديدة يجب ان تكون موثوقة للبنك نفسه من جهة وتساعد على بناء الثقة بالذات لدى الزبائن، من جهة ثانية ويمكن تطوير فعالية الذات لدى العميل من خلال: (العنكي، 2015 ، صفحة 20-21)

- خبرات الاتقان: فخبرات النجاح للمنظمة تدعم الكفاءة الذاتية لدى العميل فاذا كرر نجاح العميل في استخدام خدمات معينة ازداد شعوره بالكفاءة الذاتية، في ان تكرار الفشل للعميل في استخدام الخدمات سوف يقلل من شعوره بكفاءته الذاتية.
- الاقناع: فمعتقدات الكفاءة الذاتية لدى العميل تتأثر بالإقناع الذي يتلقاه العميل من المنظمة التي يثق بقدراتها على انجاز مهامه.

و- تصميم الخدمة الالكترونية:

يرى الباحثون أن عامل تصميم الخدمة الالكترونية يلعب دورا مهما في استخدام العملاء للخدمات الالكترونية سواء تصميم الخدمة على الهاتف المحمول أو تصميم الموقع الإلكتروني للمصرف الذي يقدم الخدمة، كما تبين أن تصميم محتويات الموقع الإلكتروني للمصرف تؤثر في تحول العملاء نحو الصيرفة الالكترونية حيث ان المعلومات التي يقدمها الموقع واللغة التي يعبر بها عن محتويات الموقع وسهولة الاستخدام سوف تؤثر في رضا العملاء. (العضايلة، المبيضين، و السميرت، 2016 ، صفحة 536)

خاتمة الفصل الاول

بناء على ما تقدم في الفصل الاول، يمكن القول ان التطور التكنولوجي ساعد البنوك على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهذا ما جعلها تقدم خدماتها بطرق جديدة، ومن بين هذه الطرق تقديم الخدمات عن طريق الهاتف المحمول، حيث تعرفنا في هذا الفصل على البنك المحمول، حيث أنه من خلاله يتم تقديم الخدمات المصرفية عن طريق الهاتف المحمول، ومن بين المزايا التي يقدمها البنك المحمول أنه يوفر الجهد والوقت، كما أنه يمكن للعملاء الاستفادة من خدمات البنك المحمول دون الحاجة إلى الذهاب للبنك، وايضا دون التقييد بوقت او مكان، كما تعرفنا على عملية تبني خدمة البنك المحمول والمراحل التي تمر بها عملية تبني خدمة البنك المحمول والمتمثلة في: نية تبني خدمة البنك المحمول، تبني خدمة البنك المحمول ، الاستمرار في تبني خدمة البنك المحمول

توجد مجموعة من العوامل تؤثر في تبني خدمة البنك المحمول، حيث توجد عدة نماذج تحدد هذه العوامل من بين هذه النماذج نجد نموذج قبول التكنولوجيا ونموذج نظام المعلومات، ومن بين العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول نجد الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام والتصفح، الاستجابة السريعة، تصميم الخدمة الالكترونية، التوافق، الموثوقية، وغيرها.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة
البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

تمهيد:

بعدها تطرقنا لأهم المفاهيم النظرية للبنك المحمول وأهم العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول، سنقوم في هذا الفصل بإجراء دراسة ميدانية حول العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى عينة من عملاء بنك البركة وكالة برج بوعريبيج، موضحين في ذلك منهجية الدراسة الميدانية بالإضافة إلى استعراض نتائج الدراسة واختيار الفرضيات، وسيتم معالجة هذا الفصل من خلال المباحث الآتية:

المبحث الأول: عرض ميدان الدراسة والمنهج والأدوات المستخدمة

المبحث الثاني: التحليل الوصفي لأداة الدراسة

المبحث الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشتها

المبحث الأول: عرض ميدان الدراسة والمنهج والأدوات المستخدمة

المطلب الأول: عرض ميدان الدراسة

أولاً: تعريف بنك البركة الجزائري: هو بنك تابع ل "مجموعة البركة المصرفية"

بنك البركة الجزائري هو أول بنك إسلامي في الجزائر برأس مال مختلط (عام وخاص)، تم انشاءه في 20 ماي 1991 برأسمال 50.000.000 دج، وبدأ بمزاولة نشاطاته بصفة فعلية خلال شهر سبتمبر 1991، أما فيما يخص المساهمين فهما: (-www.albaraka-bank.dz، بلا تاريخ)

-مجموعة البركة المصرفية(البحرين)

-بنك الفلاحة والتنمية الريفية (الجزائر)

وهناك عدة مراحل مر بها بنك البركة كالتالي:

- 1991: تأسيس بنك البركة الجزائري

- 1994: الاستقرار والتوازن المالي للبنك.

- 1999: المساهمة في تأسيس شركة التأمينات "البركة والأمان"

- 2000: المرتبة الأولى بين البنوك ذات الرأس المال الخاص

- 2002: إعادة الانتشار في قطاعات جديدة في السوق بالخصوص المهنيين والأفراد

- 2003: انشاء شركة للترقية العقارية "دار البركة" براس مال قدره 1.550.000.000 دينار جزائري

- 2006: زيادة رأسمال البنك 2,5 مليار دينار جزائري

- 2009: زيادة ثانية لرأسمال البنك الى 10مليار دينار جزائري

- 2015: انشاء معهد للبحوث والتدريب في الصيرفة الإسلامية(IRFI)

- 2015: انشاء شركة للخبرات العقارية "SATEC IOMMO" براس مال قدره 15.000.000 دينار جزائري

- 2016: الريادة في التمويل الاستهلاكي على مستوى القطر الجزائري

- 2017: زيادة ثالثة لرأسمال البنك الى 15 مليار دينار جزائري

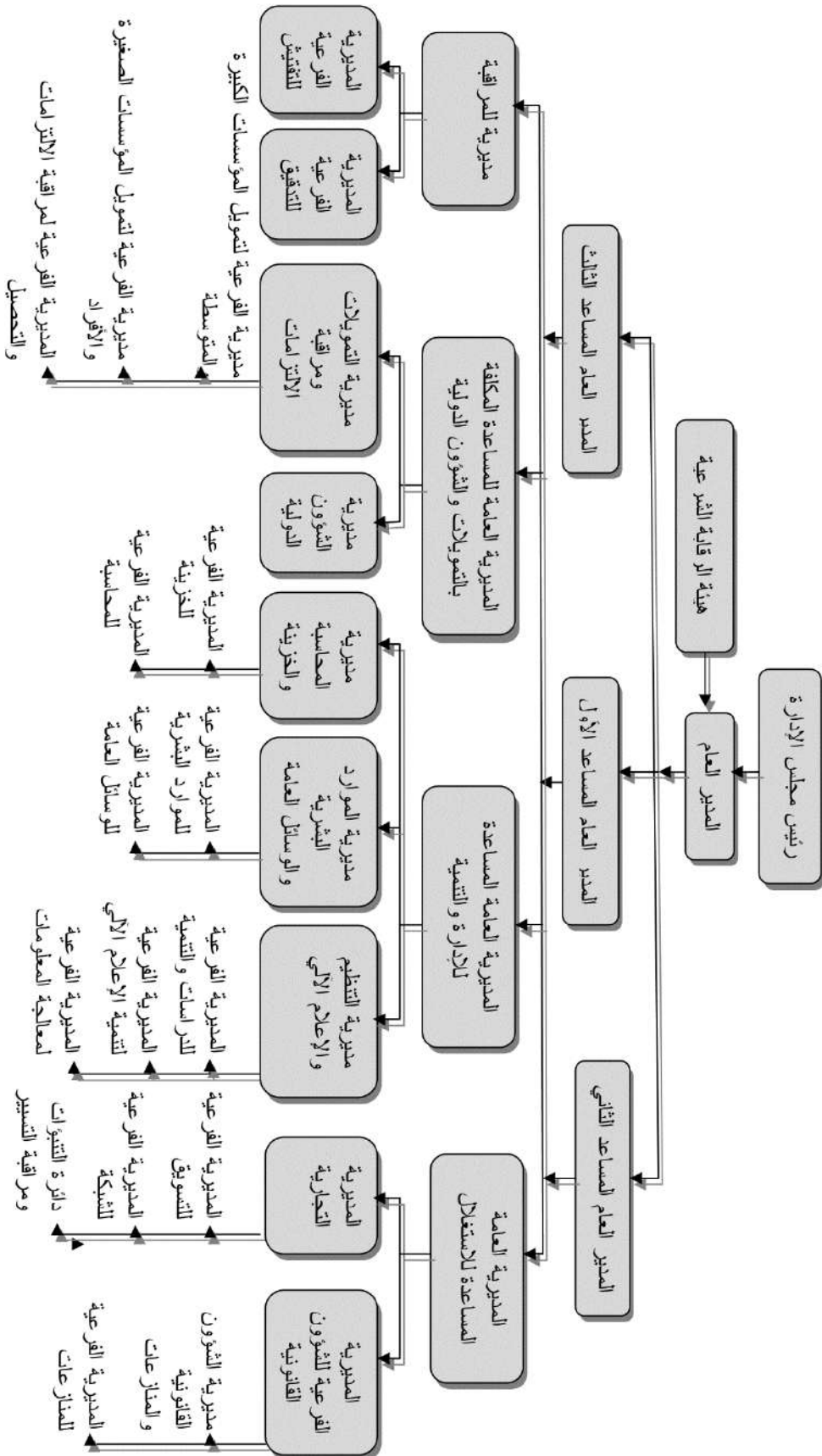
- 2018: أحسن مصرف إسلامي في الجزائر للسنة السادسة على التوالي (تصنيفGlobalfinance)

- 2019: من أبرز البنوك على مستوى الساحة المصرفية الجزائرية

- 2020: زيادة رابعة لرأسمال البنك الى 20 مليار دينار جزائري

والشكل الموالي يوضح الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري:

شكل رقم (04): الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري

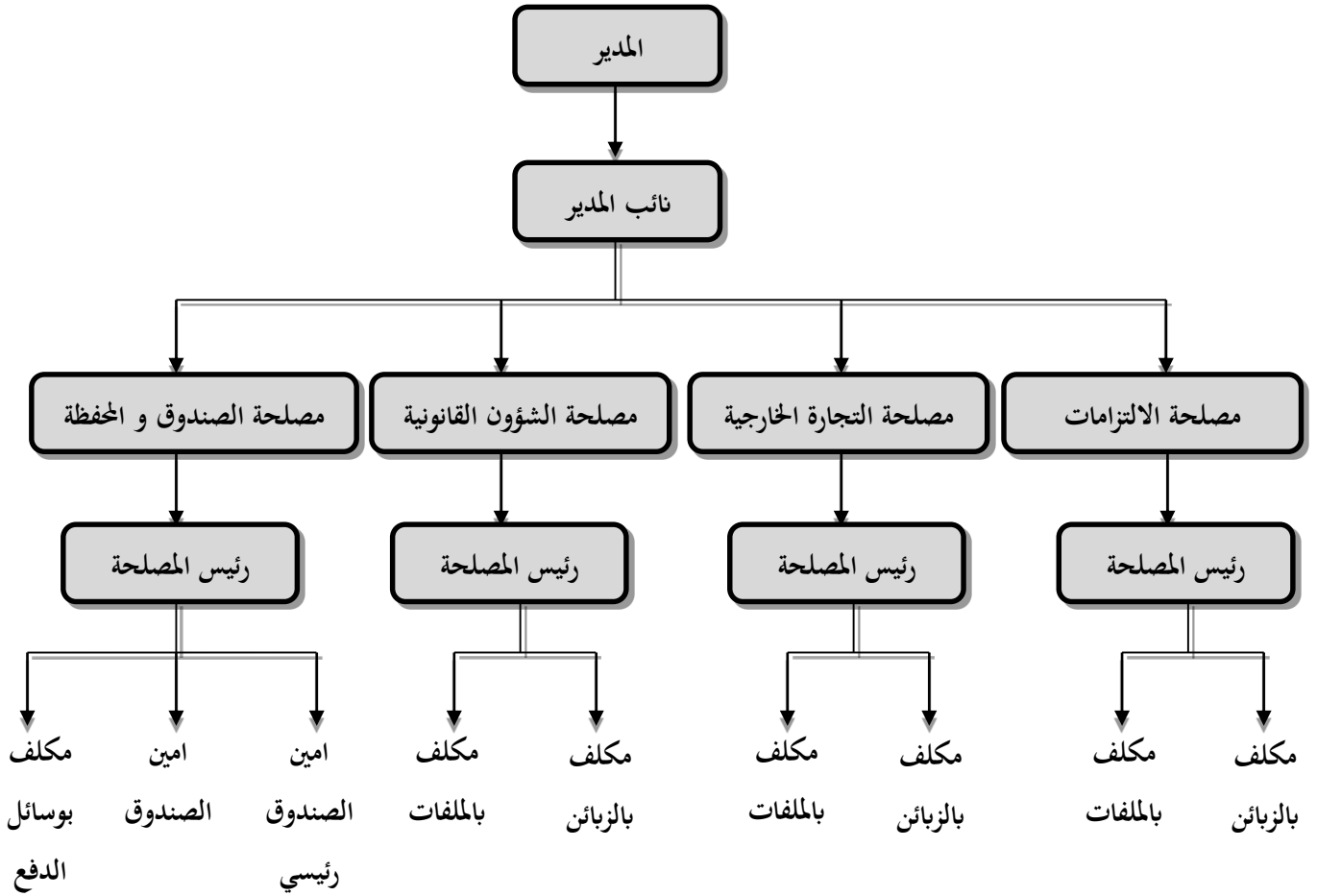


ثانيا: تعريف وكالة بنك البركة وكالة برج بوعريبيج:

هي أحد فروع بنك البركة الكائن مقرها الاجتماعي في حي 01 نوفمبر 1954 الجباس برج بوعريبيج فتحت أبوابها في 01 مارس 2011

والشكل الموالي يوضح الهيكل التنظيمي لوكالة برج بوعريبيج:

شكل رقم (05): الهيكل التنظيمي لوكالة البركة برج بوعريبيج



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على المقابلة التي أجريت مع المكلف بوسائل الدفع و المحفظة بتاريخ 28 ماي 2023 على الساعة 14:30

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

ثالثا: الخدمات المصرفية المقدمة من خلال البنك المحمول لبنك البركة:

أ- خدمة البنك عبر الهاتف النقال ALBARAKA DZ : خدمة جديدة تأتي بعد خدمة البركة نت، حيث تتيح للبنك تقديم الخدمات المصرفية لعملائه في أي مكان وفي أي وقت عبر الأجهزة اللوحية أو الهواتف الذكية بنظام (ISOA,Android)، بفضل تطبيق ALBaraka App.dz يتمكن الزبون من العمليات المصرفية أدناه 7 أيام/24 سا: (www.albaraka-bank.dz، بلا تاريخ)

-فحص رصيد حساباته

- فحص ومتابعة العمليات السابقة

-فحص ومتابعة العمليات الحديثة

-البحث عن العمليات المصرفية المسجلة في حسابه البنكي

-تحميل وطبع كشوف الحساب

-تحميل بطاقة الهوية المصرفية RIB

-الاستفادة من خدمة البريد الالكتروني

-اجراء تحويلات من حساب الى حساب داخل البنك

-اجراء تحويلات ما بين البنوك في الجزائر

متابعة العمليات المصرفية التي تم تنفيذها باستعمال بطاقة CIB البركة

ب-تطبيق M-Pay للدفع عبر الهواتف الذكية:

يتيح هذا التطبيق لمستهلميه من تجار وزبائن القيام بعمليات استقبال والدفع مقابل المشتريات في وقت وجيز جدا دون الحاجة لاستعمال النقود أو البطاقات البنكية، حيث تتم عملية استقبال والدفع عبر اصدار التاجر لرمزية الاستجابة السريعة QR CODE وارسالها لهاتف الزبون من أجل إتمام العملية. (WWW.albaraka-bank.ayrad.dz، 2021)

الميزة الرئيسية التي يوفرها هذا الحل للمستخدمين من تجار وعملاء على حد سواء هي إزالة الطابع المادي للدفع مقابل المشتريات، كما أنه يسمح أيضا ب: (WWW.albaraka-bank.ayrad.dz، 2021)

-القضاء على مشكلة الأوراق النقدية المزورة والأوراق المهترئة والقطع النقدية الصغيرة

-الدفع بدون تلامس

-إمكانية التتبع في الوقت الحقيقي للنشاط التجاري

-فحص ومتابعة المشتريات السابقة

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

- سرية تامة لبيانات المبيعات

ولطلب خدمة الدفع M-PAY بالنسبة ل: (WWW.albaraka-bank.ayrad.dz، 2021)

-التجار:

ملئ الطلب (نموذج البنك) للحصول على حساب مستخدم M-PAY

-الزبائن :

تنزيل التطبيق M-PAY على الهاتف الذكي المزود بمنصة اندرويد

ادخال بيانات البطاقة البنكية: الاسم واللقب، شهر وسنة انتهاء صلاحية البطاقة، ثم رمز التحقق من البطاقة (CVV)

ج -خدمة الرسائل القصيرة للبركة:

من خلال خدمة الرسائل النصية القصيرة، يمكن الحصول على المعلومات المصرفية على الهاتف المحمول على مدار 24 ساعة في اليوم،

7أيام في الأسبوع، بعض المعلومات التي تصل عبر خدمة الرسائل القصيرة للبركة: (www.albaraka-bank.dz، بلا تاريخ)

-الحركات الدائنة والمدينة

-رصيد الحسابات

-جاهزية دفتر الشيكات، البطاقة الالكترونية على مستوى فرع

-العروض الترويجية للبنك

-السحب النقدي من الصرافات، تسديد المشتريات والدفع الالكتروني عبر الانترنت

-التذكير بالاقساط الشهرية

-أقساط غير مسددة

-رفض شيك

-قبول تمويل

-.....الخ

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

المطلب الثاني: منهجية الدراسة الميدانية

في هذا المطلب سوف نحاول إبراز منهجية الدراسة بمختلف جوانبها، بعرض الأسلوب المتبع ومجتمع وعينة الدراسة

أولاً: مجتمع الدراسة وعينة الدراسة

يمكن إيجاز مجتمع وعينة الدراسة كما يلي:

أ-مجتمع الدراسة:

يشتمل مجتمع دراستنا في جميع عملاء بنك البركة وكالة برج بوعريريج

ب-عينة الدراسة:

تم اختيار عينة عشوائية من 34 شخص من زبائن بنك البركة، وزعنا عليها استمارة استبيان تتضمن محاور تتعلق بالعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول.

الجدول رقم (02): الاستبيانات الموزعة، المسترجعة والقابلة للمعالجة

النسبة المئوية %	العدد	الاستبيانات
100	51	الاستبيانات الموزعة
68.62	35	الاستبيانات المسترجعة
66.66	34	الاستبيانات القابلة للمعالجة

المصدر: من إعداد الطالبة

ثانياً: تحديد متغيرات الدراسة

تتضمن الدراسة العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر عملاء مصرف البركة وكالة برج بوعريريج، حيث نحاول في هذه الدراسة تبيان العوامل المؤثرة على تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، وتتمثل هذه العوامل فيما يلي:

- عامل المنفعة المدركة: شمل هذا العامل العبارات من 01 إلى 04.
- عامل سهولة التصفح والاستخدام: شمل هذا البعد العبارات من 05 إلى 09.
- عامل الخصوصية والامان: شمل هذا العامل العبارات من 10 إلى 13.
- عامل الاستجابة السريعة: شمل هذا العامل العبارات من 14 إلى 17.
- عامل الموثوقية: شمل هذا العامل العبارات من 18 إلى 22.

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

- عامل المخاطر: شمل هذا العامل العبارات من 23 إلى 25.
- عامل كفاءة الاستخدام: شمل هذا العامل العبارات من 26 إلى 30.
- عامل النية السلوكية: شمل هذا العامل العبارات من 31 إلى 33.
- عامل تصميم الخدمة الالكترونية: شمل هذا العامل العبارات من 34 إلى 37.
- عامل التوافق: شمل هذا العامل العبارات من 38 إلى 40.

المطلب الثالث: أدوات الدراسة الميدانية

اعتمدنا في إجراء هذه الدراسة الميدانية على الأدوات التالية:

أولاً: الأدوات المستخدمة في جمع البيانات:

في موضوعنا هذا سيتم الاعتماد على الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، حيث خصص الاستبيان لمعرفة العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول، من وجهة نظر عينة من زبائن بنك البركة وكالة برج بوعريبيج وهو مكون من محورين كما يلي:

المحور الأول: يتعلق بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة، كالجنس، السن، المستوى الدراسي، الدخل.

المحور الثاني: ويتعلق بالعوامل المؤثرة على تبني خدمة البنك المحمول، والذي ارتأينا تقسيمه إلى 10 محاور فرعية.

وللإجابة على العبارات الخاصة بالمحاور تم الاعتماد على مقياس ليكارت الخماسي كما يلي:

الجدول رقم (03): سلم ليكارت الخماسي

المتوسط الحسابي]1.8-1]]2.6-1.8]]3.4-2.6]]4.2-3.4]	[5-4.2]
الاتجاه	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
درجة التقييم	منخفض جدا	منخفض	متوسط	عالية	عالية جدا

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الدراسات السابقة.

ثانياً: الأدوات الإحصائية المستخدمة:

من أجل تحليل البيانات التي تم تجميعها من الاستبيانات تم الاستعانة ببرنامج SPSS. 22، حيث يتم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية: وذلك على النحو التالي:

- استخدام التكرارات والنسب المئوية: تم الاستعانة بالتكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، وكذا تحديد إجابات الأفراد اتجاه محاور الاستبيان.

- استخدام المتوسطات الحسابية: تم استعمال المتوسط لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابة أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغير الدراسة.

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

- معامل الثبات: معامل الفاكرونباخ.
- اختبار One-simple T test: لمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على العوامل المؤثرة على تبني خدمة البنك المحمول مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكارت الحماسي المستخدم.

ثالثا: ثبات وصدق أداة الدراسة:

تم إجراء اختبار للتأكد من صحة وثبات أداة الدراسة، وتم تحكيم الاستبيان من خلال محكمين متخصصين في هذا الموضوع، بالإضافة للاختبار اللازمة للتحقق من الصدق والثبات.

1-صدق المحكمين : لغرض التأكد من مدى وضوح أسئلة الاستبيان فقد تم عرضها على الأستاذ المشرف للتعرف على توجيهاته، وكذلك كأستاذة متخصصة متخصصين في مجال التسويق والمنهجية و الإحصاء، وبعد ذلك تم صياغة العبارات بشكل ملائم وأكثر وضوح لتظهر في شكلها النهائي. انظر الملحق رقم (03) صفحة: 69

2-ثبات الاستبيان : تم فحص عبارات الاستبيان من خلال معامل الفاكرونباخ،. الموضح في الجدول الموالي،

الجدول رقم (04): ثبات المقياس.

المحور	عدد العبارات	معامل الثبات
المنفعة المدركة	4	0.965
سهولة التصفح والاستخدام	5	0.931
الخصوصية والأمان	4	0.949
الاستجابة السريعة	4	0.926
الموثوقية	5	0.951
المخاطر	3	0.796
كفاءة الاستخدام	5	0.901
النية السلوكية	3	0.927
تصميم الخدمة الالكترونية	4	0.931
التوافق	3	0.918

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن معامل الثبات لمحاور أداة جمع البيانات مرتفع وهو معامل ثبات جيد، لأنه يتجاوز 0.6 ويقترّب من (1) وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات، ويمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني للدراسة. ومنه نستنتج أن أداة الدراسة التي أعدناها لمعالجة المشكلة المطروحة هي صادقة وثابتة في جميع فقراتها، وجاهزة للتطبيق على عينة الدراسة.

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

المبحث الثاني: التحليل الوصفي لأداة الدراسة

في هذا المبحث سنتطرق الى ما يلي:

سيتم في هذا المبحث عرض نتائج الدراسة المتوصل إليها بناء على البيانات التي تم تجميعها، وتلخيصها ومعالجتها من خلال البرنامج الإحصائي SPSS.

المطلب الاول: التحليل الوصفي لخصائص العينة

لغرض التعرف على خصائص افراد عينة الدراسة، تناول الجزء الأول من الاستبيان البيانات الشخصية لأفراد العينة، وهي: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الدخل.

الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب البيانات الشخصية.

الخصائص	التكرار	النسب المئوية	الخصائص	التكرار	النسب المئوية
الجنس	ذكر	31	أقل من 30 سنة	4	11.8 %
	أنثى	3	من 30 إلى 40 سنة	15	44.1 %
			أكثر من 40 سنة	15	44.1 %
المستوى التعليمي	ثانوي فأقل	15	أقل من 40000 دج	3	8.82 %
	جامعي	14	من 40000 الى 60000 دج	9	26.47 %
	دراسات عليا	5	أكثر من 60000	22	64.7 %

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ ان ما يمثل نسبة (91.17 %) من عينة الدراسة هم من الذكور، أما نسبة الإناث فقد شكلت نسبة ضعيفة (3 %).

من الجدول أعلاه نلاحظ أن 19 فردا من المبحوثين هم من فئة الشباب حيث أن أعمارهم هي من 40 سنة فأقل وهم يشكلون (55.9 %) من إجمالي العينة، (11.8 %) منهم في اقل من 30 سنة، أما المبحوثون الذين تتراوح أعمارهم أكثر من 40 سنة فقد مثلوا ما يعادل (44.1 %) وهي نسبة معتبرة.

مثل المبحوثون الذين يحوزون على مستوى ثانوي فأقل نسبة (44.11 %)، تلتها فئة المبحوثين الذين يحوزون على مستوى جامعي بنسبة (41.17 %)، ثم تأتي بعد ذلك فئة المبحوثين الذين لديهم مستوى دراسات عليا، إذ مثلوا نسبة (14.7 %).

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن الأفراد الذين دخلهم أكثر من 60000 دج يشكلون غالبية أفراد العينة بنسبة تقدر بـ (64.7 %)، أما الأفراد الذين دخلهم محصور ما بين 40000 دج و60000 دج فيشكلون نسبة (26.47 %) من حجم العينة، وفي الأخير فقد مثلت فئة الأفراد الذين دخلهم أقل من 40000 دج نسبة (8.82 %) من إجمالي حجم العينة.

المطلب الثاني: تحليل اتجاهات إجابات عينة الدراسة

أولاً: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

يجب تحديد ما إذا كان بيانات أفراد العينة لأجابتهم على متغيرات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي أم من التوزيعات الاحتمالية، وهناك عدة طرق إحصائية للكشف عن نوع التوزيع منها حساب معاملي الالتواء والتفطح وطريقة اختبار komogorov-smirnov واختبار shapiro-wilk.

والجدول يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي حيث سوف نستخدم اختبار shapiro-wilk باعتبار العينة أقل من 50، حيث أنه إذا كان مستوى الدلالة لكل محور أكبر من 0.05 فهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

الجدول رقم (06): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الاستبيان

المحور	قيمة Z	مستوى المعنوية
المنفعة المدركة	0.876	0.0511
سهولة التصفح والاستخدام	0.9379	0.0543
الخصوصية والأمان	0.8776	0.0512
الاستجابة السريعة	0.9182	0.0644
الموثوقية	0.9455	0.0900
المخاطر	0.9667	0.3757
كفاءة الاستخدام	0.9391	0.0580
النية السلوكية	0.8767	0.0512
تصميم الخدمة الالكترونية	0.9268	0.0652
التوافق	0.8926	0.0629

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن مستوى الدلالة لكل محور أكبر من 0.05 فهذا يدل على أن إجابات العينة على محاور الاستبيان تتبع التوزيع الطبيعي، وهو ما يتوافق مع نظرية النهاية المركزية في الإحصاء التي تعتبر أن العينة إذا كانت أكبر من 30 مفردة، فإن البيانات آليا تتبع التوزيع الطبيعي.

ثانيا: تحليل فقرات محاور الاستبيان

1- تحليل محور المنفعة المدركة

الجدول رقم (07): الترتيب حسب الأهمية لفقرات محور المنفعة المدركة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة
01	تفيدك خدمة البنك المحمول لبنك البركة في انجاز العمليات المصرفية بسرعة ما يجعلك توفر الكثير من الوقت	3.85	1.37	1	موافق
02	تفيدك خدمة البنك المحمول في انجاز العمليات المصرفية بسهولة ما يجعلك توفر الكثير من الجهد	3.76	1.23	2	موافق
03	العمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول متاحة 24 ساعة وعلى مدار الأسبوع	3.64	1.34	3	موافق
04	يمكن اجراء المعاملات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول من اي مكان خارج البنك	3.61	1.32	4	موافق
المحور ككل					موافق
		3.72	1.25		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

جاءت الإجابات عن فقرات هذا المحور في مجال الموافقة، حيث حازت الفقرة " تفيدك خدمة البنك المحمول لبنك البركة في انجاز العمليات المصرفية بسرعة ما يجعلك توفر الكثير من الوقت" على الرتبة الأولى من بين باقي عبارات محور المنفعة المدركة، حيث جاءت بالموافقة بمتوسط حسابي قدره (3.85) وانحراف معياري قدره (1.3736)، أما آخر فقرة فقد كانت "يمكن اجراء المعاملات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول من اي مكان خارج البنك" بمتوسط حسابي قدره (3.61) وانحراف معياري بلغ (1.3260). على العموم فقد جاءت الإجابات عن فقرات هذا البعد بالموافقة، بمتوسط حسابي قدره (3.72) وانحراف معياري يساوي (1.256).

2- تحليل محور سهولة الاستخدام والتصفح

الجدول رقم (08): الترتيب حسب الأهمية لفقرات محور سهولة الاستخدام والتصفح

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة
05	الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول سهلة	3.55	1.25	3	موافق
06	الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول واضحة	3.64	1.15	1	موافق
07	يمكن اجراء العملية المصرفية في بنك البركة من خلال البنك المحمول بلغات مختلفة	3.58	1.18	2	موافق
08	لا تتطلب معرفة متخصصة للقيام بالعمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول	3.38	1.015	5	محايد
09	يمكن انجاز أكثر من عملية مصرفية في وقت قصير من خلال البنك المحمول لبنك البركة	3.52	1.23	4	موافق
المحور ككل		3.54	1.039		موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

جاءت الإجابات عن فقرات هذا المحور في مجال الموافقة ، حيث حازت الفقرة " الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول واضحة " على الرتبة الأولى من بين باقي عبارات محور سهولة التصفح والاستخدام، حيث جاءت بالموافقة بمتوسط حسابي قدره (3.64) وانحراف معياري قدره (1.15)، أما آخر فقرة فقد كانت " لا تتطلب معرفة متخصصة للقيام بالعمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول " بمتوسط حسابي قدره (3.38) وانحراف معياري بلغ (1.015). على العموم فقد جاءت الإجابات عن فقرات هذا البعد بالموافقة، بمتوسط حسابي قدره (3.54) وانحراف معياري يساوي (1.039).

3- تحليل محور الخصوصية والأمان

الجدول رقم (09): الترتيب حسب الأهمية لفقرات محور الخصوصية والأمان

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة
10	بنك البركة يضمن حماية المعلومات الشخصية في خدمة البنك المحمول من الاستخدام غير المصرح به	3.64	1.32	1	موافق
11	يحافظ بنك البركة على سرية معاملات الزبائن عند استخدام خدمة البنك المحمول	3.64	1.27	1	موافق
12	الخدمات المصرفية لبنك البركة التي تتم من خلال البنك المحمول تتم بشكل آمن	3.52	1.21	2	موافق
13	تشعر بالأمان والحماية من اختراق الحساب الشخصي في بنك البركة عند استخدام خدمات البنك المحمول	3.47	1.33	3	موافق
المحور ككل		3.57	1.19		موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

جاءت الإجابات عن فقرات هذا المحور في مجال الخصوصية والأمان، حيث حازت الفقرة " يحافظ بنك البركة على سرية معاملات الزبائن عند استخدام خدمة البنك المحمول " على الرتبة الأولى من بين باقي عبارات عامل المنفعة المدركة، حيث جاءت بالموافقة بمتوسط حسابي قدره (3.64) و إنحراف معياري قدره (1.27)، أما آخر فقرة فقد كانت " تشعر بالأمان والحماية من اختراق الحساب الشخصي في بنك البركة عند استخدام خدمات البنك المحمول " بمتوسط حسابي قدره (3.47) وانحراف معياري بلغ (1.33). على العموم فقد جاءت الإجابات عن فقرات هذا البعد بالموافقة، بمتوسط حسابي قدره (3.57) وانحراف معياري يساوي (1.19).

4- تحليل فقرات محور الاستجابة السريعة

الجدول رقم (10): الترتيب حسب الأهمية لفقرات محور الاستجابة السريعة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة
14	مختلف العمليات المصرفية في بنك البركة التي تقوم بها من خلال البنك المحمول تتم بسرعة	3.5	1.13	2	محايد
15	يتعامل بنك البركة بسرعة مع الاخطاء في استخدام البنك المحمول	3.47	1.16	3	موافق
16	يستجيب بنك البركة بسرعة في حل المشكلات التي تواجهك في المعاملات المصرفية من خلال البنك المحمول	3.52	1.079	1	موافق
17	يتعامل بنك البركة مع الشكاوي التي تقدمها حول خدمة البنك المحمول بشكل سريع	3.35	1.01	4	محايد
المحور ككل					موافق
		3.46	0.994		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

جاءت الإجابات عن معظم فقرات هذا البعد في مجال الموافقة، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.52) بالنسبة للفقرة (16) "يستجيب بنك البركة بسرعة في حل المشكلات التي تواجهك في المعاملات المصرفية من خلال البنك المحمول" و (3.47) بالنسبة للفقرة (15) "يتعامل بنك البركة بسرعة مع الاخطاء في استخدام البنك المحمول" أما الفقرة (17) "يتعامل بنك البركة مع الشكاوي التي تقدمها حول خدمة البنك المحمول بشكل سريع" فقد جاءت في مجال الحياد بمتوسط حسابي قدره (2.35)، وعموما فقد ورد هذا البعد في مجال الموافقة بوسط حسابي يساوي (3.46) وانحراف معياري قدره (0.994).

5- تحليل فقرات محور الموثوقية

الجدول رقم (11): الترتيب حسب الأهمية لفقرات محور الموثوقية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة
18	تتق بسلامة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك البركة من خلال البنك المحمول	3.61	1.155	1	موافق
19	لديك ثقة في دقة خدمات بنك البركة من خلال البنك المحمول	3.41	1.104	4	موافق
20	لديك ثقة بان بنك البركة يلتزم بتقديم خدماته من خلال البنك المحمول كما يعد بها	3.52	1.186	2	موافق
21	يقدم بنك البركة من خلال البنك المحمول خدمات خالية من الاخطاء	3.44	1.049	3	موافق
22	يقدم بنك البركة من خلال البنك المحمول خدمات خالية من العيوب	3.38	1.181	5	محايد
المحور ككل		3.47	1.039		موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

جاءت الإجابات عن معظم فقرات هذا البعد في مجال الموافقة، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.61) بالنسبة للفقرة (18) " تتق بسلامة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك البركة من خلال البنك المحمول " و (3.41) بالنسبة للفقرة (19) " لديك ثقة في دقة خدمات بنك البركة من خلال البنك المحمول " أما الفقرة (22) " يقدم بنك البركة من خلال البنك المحمول خدمات خالية من العيوب " فقد جاءت في مجال الحياد بمتوسط حسابي قدره (3.38) وانحراف معياري قدره (1.18)، وعموما فقد ورد هذا البعد في مجال الموافقة بوسط حسابي يساوي (3.47) وانحراف معياري قدره (1.039).

6- تحليل فقرات محور المخاطر

الجدول رقم (12): الترتيب حسب الأهمية لفقرات محور المخاطر

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة
23	تستخدم خدمة البنك المحمول لبنك البركة بحذر خوفا من تلقي رسالة SMS وهمية	3.02	1.218	1	محايد
24	تشعر بالخوف من الوصول الى حسابك البنكي في بنك البركة ومعلوماتك الشخصية في حال فقدان هاتفك	2.61	1.255	2	محايد
25	تشعر بخطر كشف سرية المعلومات والمعاملات المصرفية في بنك البركة عند ارسالها من خلال البنك المحمول	2.73	1.136	3	محايد
المحور ككل		2.79	1.015		محايد

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

جاءت الإجابات عن معظم فقرات هذا البعد في مجال الحياد، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.02) بالنسبة للفقرة (23) " تستخدم خدمة البنك المحمول لبنك البركة بحذر خوفا من تلقي رسالة SMS وهمية " و (2.61) بالنسبة للفقرة (24) " تشعر بالخوف من الوصول الى حسابك البنكي في بنك البركة ومعلوماتك الشخصية في حال فقدان هاتفك ،" أما الفقرة (25) " تشعر بخطر كشف سرية المعلومات والمعاملات المصرفية في بنك البركة عند ارسالها من خلال البنك المحمول، " فقد جاءت أيضا في مجال الحياد بمتوسط حسابي قدره (2.73) وانحراف معياري (1.136) وعموما فقد ورد هذا البعد في مجال الحياد بوسط حسابي يساوي (2.79) وانحراف معياري قدره (1.015).

7- تحليل فقرات محور كفاءة الاستخدام

الجدول رقم (13): الترتيب حسب الأهمية لفقرات محور كفاءة الاستخدام

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة
26	يمكنك القيام بالعمليات المصرفية في بنك البركة من خلال البنك المحمول دون مساعدة من أحد	3.67	1.147	2	موافق
27	تتقن استخدام البنك المحمول لبنك البركة في اجراء العمليات المصرفية بعد شرحها مرة واحدة من قبل الاخرين	3.52	1.248	4	موافق
28	يمكنك القيام بالعمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول مباشرة بعد مشاهدتك لشخص يقوم بذلك امامك	3.64	1.124	3	موافق
29	تطلب المساعدة عند استخدامك لخدمات بنك البركة من خلال البنك المحمول في كل مرة	3.26	1.286	5	محايد
30	خدمات البنك المحمول بأكثر من لغة تسهل اجراء العمليات المصرفية	3.88	1.273	1	موافق
المحور ككل		3.6	1.038		موافق

جاءت الإجابات عن معظم فقرات هذا البعد في مجال الموافقة، حيث تراوحت متوسطاتها الحسابية بين (3.88) بالنسبة للفقرة (30) " خدمات البنك المحمول بأكثر من لغة تسهل اجراء العمليات المصرفية " حيث جاءت في الرتبة الأولى من حيث الأهمية و (3.52) بالنسبة للفقرة (27) " تتقن استخدام البنك المحمول لبنك البركة في اجراء العمليات المصرفية بعد شرحها مرة واحدة من قبل الاخرين "، حيث جاءت في الرتبة الرابعة من حيث الأهمية، أما الفقرة (29) " تطلب المساعدة عند استخدامك لخدمات بنك البركة من خلال البنك المحمول في كل مرة " فقد جاءت في مجال الحياد بمتوسط حسابي قدره (3.26) وانحراف معياري قدره (1.273)، وعموما فقد ورد هذا البعد في مجال الموافقة بوسط حسابي يساوي (3.6) وانحراف معياري قدره (1.038).

8- تحليل فقرات محور النية السلوكية

الجدول رقم (14): الترتيب حسب الأهمية لفقرات محور النية السلوكية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة
31	لديك نية في استخدام الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول	4.00	1.180	1	موافق
32	لديك رغبة في استخدام الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول مستقبلا	3.85	1.258	2	موافق
33	تنصح الآخرين باستخدام البنك المحمول في العمليات المصرفية لبنك البركة	3.70	1.268	3	موافق
المحور ككل					موافق
		3.85	1.155		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

جاءت الإجابات عن فقرات هذا المحور في مجال الموافقة، حيث حازت الفقرة " لديك نية في استخدام الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول " على الرتبة الأولى من بين باقي عبارات محور التوافق، حيث جاءت بالموافقة بمتوسط حسابي قدره (4) وانحراف معياري قدره (1.180)، أما الفقرة رقم (32) " لديك رغبة في استخدام الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول مستقبلا " فقد جاءت في الرتبة الثانية من حيث الأهمية بمتوسط حسابي قدره (3.85) وانحراف معياري بلغ (1.258)، وجاءت الفقرة (33) في الرتبة الثالثة من حيث الأهمية بمتوسط حسابي قدره (3.70) وانحراف معياري (1.268)، و على العموم فقد جاءت الإجابات عن فقرات هذا البعد بالموافقة، بمتوسط حسابي قدره (3.85) وانحراف معياري يساوي (1.155).

9- تحليل فقرات محور تصميم الخدمة الالكترونية

الجدول رقم (15): الترتيب حسب الأهمية لفقرات محور تصميم الخدمة الالكترونية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة
34	تصميم الخدمة المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول جذاب	3.55	1.259	3	موافق
35	تصميم الخدمة المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول متميز	3.58	1.131	2	موافق
36	موقع الخدمة المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول يحتوي على ادوات مساعدة	3.47	1.211	4	موافق
37	يحتوي تصميم الخدمة المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول على كتابة واضحة من السهل قراءتها	3.61	1.181	1	موافق
المحور ككل		3.55	1.090		موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

جاءت الإجابات عن فقرات هذا المحور في مجال الموافقة، حيث حازت الفقرة " يحتوي تصميم الخدمة المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول على كتابة واضحة من السهل قراءتها " على الرتبة الأولى من بين باقي عبارات محور تصميم الخدمة الالكترونية، حيث جاءت بالموافقة بمتوسط حسابي قدره (3.61) و انحراف معياري قدره (1.181)، أما آخر فقرة فقد كانت " موقع الخدمة المصرفية لبنك البركة من خلال بنك المحمول يحتوي على ادوات مساعدة " بمتوسط حسابي قدره (3.47) وانحراف معياري بلغ (1.211)، على العموم فقد جاءت الإجابات عن فقرات هذا البعد بالموافقة، بمتوسط حسابي قدره (3.55) وانحراف معياري يساوي (1.090).

10- تحليل فقرات محور التوافق

الجدول رقم (16): الترتيب حسب الأهمية لفقرات محور تصميم الخدمة الالكترونية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الموافقة
38	يناسبك اجراء العمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول أكثر من الخدمات المصرفية التقليدية	3.76	1.156	2	موافق
39	اجراء العمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول تتوافق مع تطلعاتك ورغباتك	3.67	1.147	3	موافق
40	اجراء العمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول تتوافق مع ظروفك	3.79	1.148	1	موافق
المحور ككل					موافق
		3.74	1.066		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

جاءت الإجابات عن فقرات هذا المحور في مجال الموافقة، حيث حازت الفقرة " اجراء العمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول تتوافق مع ظروفك " على الرتبة الأولى من بين باقي عبارات محور التوافق، حيث جاءت بالموافقة بمتوسط حسابي قدره (3.79) و انحراف معياري قدره (1.148)، أما آخر فقرة فقد كانت " اجراء العمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول تتوافق مع تطلعاتك ورغباتك " بمتوسط حسابي قدره (3.67) وانحراف معياري بلغ (1.147)، على العموم فقد جاءت الإجابات عن فقرات هذا البعد بالموافقة، بمتوسط حسابي قدره (3.74) وانحراف معياري يساوي (1.066).

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها

يهدف اختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها سنتطرق في هذا المبحث إلى ما يلي :

المطلب الاول: اختبار الفرضيات

أولاً: إختبار الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الفرعية الأولى على تؤثر المنفعة المدركة بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، ولغرض التحقق من الفرضية نقوم بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على هذا البعد مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكارت الخماسي المستخدم، واختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار One Sample T-test، والنتائج موضحة في الإختبار أدناه:

- الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكارت الخماسي ($\mu = 3$).
- الفرضية البديلة H_1 : توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكارت الخماسي ($\mu \neq 3$).
- مستوى الدلالة: ($\alpha = 5\%$)
- منطقة الرفض: قيمة (T) الجدولية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 5\%$) ودرجة الحرية (33) تساوي (2.037)، أي 2.037

$$T_{33}^{\alpha=5\%} =$$

الدلالة	مستوى دلالة ت	قيمة اختبار ت	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
دال	0.0	7.8657	موافق	1.373612	3.852941	1م 1س
دال	0.0	8.3497	موافق	1.232362	3.764706	2م 1س
دال	0.0	7.1365	موافق	1.345753	3.647059	3م 1س
دال	0.0	7.1131	موافق	1.326072	3.617647	4م 1س
دال	0.0	7.9850	موافق	1.256445	3.720588	المنفعة المدركة

نلاحظ أن $(T_{cal}=7.9850) > (T_{33}^{\alpha=5\%} = 2.037)$ ، ومنه نرفض الفرضية الصفرية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكارت الخماسي ($\mu = 3$).

وبالتالي فالفرضية التي تنص على: تؤثر المنفعة المدركة بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول فرضية محققة

ثانياً: إختبار الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على تؤثر سهولة التصفح والاستخدام بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، ولغرض التحقق من الفرضية نقوم بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على هذا البعد مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكارت الخماسي المستخدم، واختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار One Sample T-test، والنتائج موضحة في الإختبار أدناه:

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

الدلالة	مستوى دلالة ت	قيمة اختبار ت	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
دال	0.0	7.2144	موافق	1.259898	3.558824	م2س5
دال	0.0	8.3396	موافق	1.151609	3.647059	م2س6
دال	0.0	7.8239	موافق	1.183668	3.588235	م2س7
دال	0.0	7.9376	محايد	1.015477	3.382353	م2س8
دال	0.0	7.2111	موافق	1.236694	3.529412	م2س9
دال	0.0	8.6470	موافق	1.039265	3.541176	سهولة التصفح والاستخدام

نلاحظ أن $(T_{33}^{\alpha=5\%} = 2.037) > (T_{cal}=8.6470)$ ، ومنه نرفض الفرضية الصفرية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة

إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu=3$).

وبالتالي فإن الفرضية التي تنص على: تؤثر سهولة الاستخدام والتصنفح بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول فرضية محققة.

ثالثا: اختبار الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة على تؤثر الخصوصية والأمان بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، ولغرض التحقق من الفرضية نقوم بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على هذا البعد مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي المستخدم، واختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار One Sample T-test، والنتائج موضحة في الإختبار أدناه:

الدلالة	مستوى دلالة ت	قيمة اختبار ت	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
دال	0.0	7.2590	موافق	1.323044	3.647059	م3س10
دال	0.0	7.5241	موافق	1.276414	3.647059	م3س11
دال	0.0	7.3584	موافق	1.211943	3.529412	م3س12
دال	0.0	6.4420	موافق	1.331103	3.470588	م3س13
دال	0.0	7.6523	موافق	1.199004	3.573529	الخصوصية والأمان

نلاحظ أن $(T_{33}^{\alpha=5\%} = 2.037) > (T_{cal}=7.6523)$ ، ومنه نرفض الفرضية الصفرية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية

بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu=3$).

وبالتالي فإن الفرضية التي تنص على: تؤثر الخصوصية والأمان بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول فرضية محققة.

رابعا: اختبار الفرضية الرابعة:

تنص الفرضية الرابعة على تؤثر الاستجابة السريعة بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، ولغرض التحقق من الفرضية نقوم بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على هذا البعد مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي المستخدم، واختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار One Sample T-test، والنتائج موضحة في الإختبار أدناه:

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

الدلالة	مستوى دلالة ت	قيمة اختبار ت	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
دال	0.0	7.7071	موافق	1.134847	3.500000	14س4م
دال	0.0	7.3867	موافق	1.160859	3.470588	15س4م
دال	0.0	8.2596	موافق	1.079711	3.529412	16س4م
دال	0.0	7.7991	محايد	1.011520	3.352941	17س4م
دال	0.0	8.5788	موافق	0.994554	3.463235	الاستجابة السريعة

نلاحظ أن $(T_{cal}=8.5788) > (T_{33}^{\alpha=5\%} = 2.037)$ ، ومنه نرفض الفرضية الصفرية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu=3$).

وبالتالي فإن الفرضية التي تنص على: تؤثر الاستجابة السريعة بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول فرضية محققة.

خامسا: إختبار الفرضية الخامسة:

تنص الفرضية الخامسة على تؤثر الموثوقية بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، ولغرض التحقق من الفرضية نقوم بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على هذا المحور مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي المستخدم، ولاختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار One Sample T-test، والنتائج موضحة في الإختبار أدناه:

الدلالة	مستوى دلالة ت	قيمة اختبار ت	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
دال	0.0	8.1660	موافق	1.155086	3.617647	18س5م
دال	0.0	7.4551	موافق	1.104197	3.411765	19س5م
دال	0.0	7.5150	موافق	1.186676	3.529412	20س5م
دال	0.0	8.0033	موافق	1.049998	3.441176	21س5م
دال	0.0	6.8249	محايد	1.181029	3.382353	22س5م
دال	0.0	8.2795	موافق	1.039831	3.476471	الموثوقية

نلاحظ أن $(T_{cal}=8.2795) > (T_{33}^{\alpha=5\%} = 2.037)$ ، ومنه نرفض الفرضية الصفرية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu=3$).

وبالتالي فإن الفرضية التي تنص على: تؤثر الموثوقية بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول فرضية محققة

سادسا: إختبار الفرضية السادسة:

تنص الفرضية الخامسة على تؤثر المخاطر بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، ولغرض التحقق من الفرضية نقوم بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على هذا المحور مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي المستخدم، ولاختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار One Sample T-test، والنتائج موضحة في الإختبار أدناه:

الدلالة	مستوى دلالة ت	قيمة اختبار ت	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
دال	0.0000	4.9274	محايد	1.218178	3.029412	23س6م
دال	0.0071	2.8682	محايد	1.255647	2.617647	24س6م
دال	0.0006	3.7728	محايد	1.136417	2.735294	25س6م
دال	0.0001	4.5616	محايد	1.015087	2.794118	المخاطر

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

نلاحظ أن $(T_{cal} = 4.5616) > (T_{33}^{\alpha=5\%} = 2.037)$ ، ومنه نرفض الفرضية الصفرية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية

بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$).

وبالتالي فإن الفرضية التي تنص على: تؤثر المخاطر بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول فرضية غير محققة

سابعاً: إختبار الفرضية السابعة:

تنص الفرضية السابعة على تؤثر كفاءة الاستخدام بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، ولغرض التحقق من الفرضية نقوم

بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على هذا المحور مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي المستخدم، ولإختبار

هذه الفرضية نستخدم اختبار $One\ Sample\ T-test$ ، والنتائج موضحة في الإختبار أدناه:

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	قيمة اختبار ت	مستوى دلالة ت	الدلالة
3.676471	1.147344	موافق	8.5200	0.0	دال
3.529412	1.284766	موافق	6.9413	0.0	دال
3.647059	1.124988	موافق	8.5369	0.0	دال
3.264706	1.286499	محايد	5.7322	0.0	دال
3.882353	1.273618	موافق	8.6179	0.0	دال
3.600000	1.038647	موافق	8.9824	0.0	دال

نلاحظ أن $(T_{cal} = 8.9824) > (T_{33}^{\alpha=5\%} = 2.037)$ ، ومنه نرفض الفرضية الصفرية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية

بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$).

وبالتالي فإن الفرضية التي تنص على: تؤثر كفاءة الاستخدام بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول فرضية محققة

ثامناً: إختبار الفرضية الثامنة:

تنص الفرضية الثامنة على تؤثر النية السلوكية بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، ولغرض التحقق من الفرضية نقوم بمقارنة

المتوسط الحسابي للإجابات على هذا المحور مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي المستخدم، ولإختبار هذه

الفرضية نستخدم اختبار $One\ Sample\ T-test$ ، والنتائج موضحة في الإختبار أدناه:

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	قيمة اختبار ت	مستوى دلالة ت	الدلالة
4.000000	1.180652	موافق	9.8775	0.0	دال
3.852941	1.258483	موافق	8.5853	0.0	دال
3.705882	1.268008	موافق	7.8445	0.0	دال
3.852941	1.155258	موافق	9.3524	0.0	دال

نلاحظ أن $(T_{cal} = 9.3524) > (T_{33}^{\alpha=5\%} = 2.037)$ ، ومنه نرفض الفرضية الصفرية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية

بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$).

وبالتالي فإن الفرضية التي تنص على: تؤثر النية السلوكية بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول فرضية محققة

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

تاسعا: إختبار الفرضية التاسعة:

تنص الفرضية التاسعة على تؤثر تصميم الخدمة الالكترونية بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول ، ولغرض التحقق من الفرضية نقوم بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على هذا المحور مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي المستخدم، ولاختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار **One Sample T-test**، والنتائج موضحة في الإختبار أدناه:

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	قيمة اختبار ت	مستوى دلالة ت	الدلالة
3.558824	1.259898	موافق	7.2144	0.0	م9س34
3.588235	1.131308	موافق	8.1860	0.0	م9س35
3.470588	1.211943	موافق	7.0754	0.0	م9س36
3.617647	1.181029	موافق	7.9866	0.0	م9س37
3.558824	1.090696	موافق	8.3336	0.0	تصميم الخدمة الالكترونية

نلاحظ أن $(T_{cal} = 8.3336) > (T_{33}^{\alpha=5\%} = 2.037)$ ، ومنه نرفض الفرضية الصفرية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$).

وبالتالي فإن الفرضية التي تنص على: يؤثر تصميم الخدمة الالكترونية بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول فرضية محققة

عاشرا: إختبار الفرضية العاشرة:

تنص الفرضية العاشرة على تؤثر التوافق بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، ولغرض التحقق من الفرضية نقوم بمقارنة المتوسط الحسابي للإجابات على هذا المحور مع المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي المستخدم، ولاختبار هذه الفرضية نستخدم اختبار **One Sample T-test**، والنتائج موضحة في الإختبار أدناه:

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	قيمة اختبار ت	مستوى دلالة ت	الدلالة
3.764706	1.156243	موافق	8.8994	0.0	م10س38
3.676471	1.147344	موافق	8.5200	0.0	م10س39
3.794118	1.148897	موافق	9.1056	0.0	م10س40
3.745098	1.066979	موافق	9.5368	0.0	التوافق

نلاحظ أن $(T_{cal} = 9.5368) > (T_{33}^{\alpha=5\%} = 2.037)$ ، ومنه نرفض الفرضية الصفرية، أي أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط إجابات أفراد العينة والمتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$).

وبالتالي فإن الفرضية التي تنص على: يؤثر التوافق بدرجة متوسطة في تبني خدمة البنك المحمول فرضية محققة

المطلب الثاني: مناقشة الفرضيات

أولاً: مناقشة الفرضية الأولى

تبين نتائج الاختبار أن المتوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة لمحور المنفعة المدركة (3.72) وبانحراف معياري قدر بـ: (1.256) يختلف عن المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكارت الخماسي ($\mu = 3$)، وهذا يؤكد صحة الفرضية البديلة الأولى المتمثلة في: تؤثر المنفعة المدركة بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، بناء على إجابات أفراد العينة حول محور المنفعة المدركة، تبين أن مستواه كان متوسطاً، أي أن المستجوبين كانوا موافقين نوعاً ما على أن المنفعة المدركة محور مؤثر في تبني خدمة البنك المحمول.

بناء على ما سبق في اختبار الفرضيات تم تأكيد صحة الفرضية الأولى المتعلقة بأثر المنفعة المدركة في تبني خدمة البنك المحمول.

وبناء على ما سبق يمكن القول أنه يوجد تأثير لمحور المنفعة المدركة ولكن بدرجة متوسطة، وهذا عكس ما جاء في الدراسات السابقة حيث كان تأثير المنفعة المدركة بدرجة مرتفعة.

توجد عدة منافع نتيجة استخدام خدمة البنك المحمول، حيث من خلال خدمة البنك المحمول يمكن إجراء العمليات المصرفية في أي وقت وأي مكان، كما أن هذه الخدمة توفر الكثير من الجهد والوقت، ولكي يقوم العميل بتبني هذه الخدمة لا بد أن يدرك العميل هذه المنافع، لذلك على البنك أن يقوم بتعريف العميل بهذه المنافع.

ثانياً: مناقشة الفرضية الثانية

تبين نتائج الإختبار أن المتوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة لمحور سهولة التصفح والاستخدام قد بلغ (3.54) وبانحراف معياري قدر بـ: (1.0392) يختلف عن المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكارت الخماسي ($\mu = 3$)، وهذا يؤكد صحة الفرضية البديلة الأولى المتمثلة في تؤثر سهولة التصفح والاستخدام بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، تبين أن مستواه كان دون المتوسط، أي أن المستجوبين كانوا موافقين نوعاً ما على أن سهولة التصفح والاستخدام في تبني خدمة البنك المحمول.

بناء على ما سبق في اختبار الفرضيات، حيث تم تأكيد عدم صحة الفرضية الأولى المتعلقة بأثر سهولة التصفح والاستخدام في تبني خدمة البنك المحمول.

وبناء على ما سبق يمكن القول أنه يوجد تأثير لمحور سهولة التصفح والاستخدام ولكن بدرجة دون المتوسط، وهذا عكس ما أكدته دراسة (عبد القادر محمد عبد القادر وآخرون، 2022) ودراسة (المجد ماريني، 2018) ودراسة (عبد العزيز على حسن، 2014) ودراسة (رشيد شباح ورضا دحماني، 2022) حيث تأثير سهولة التصفح والاستخدام حسب هذه الدراسات كان مرتفعاً.

ان سهولة استخدام الخدمات المصرفية ووضوحها من خلال البنك المحمول، وقدرة العميل في إجراء أكثر من عملية في وقت قصير، هذا يؤثر في سلوك العميل اتجاه تبني خدمة البنك المحمول، لذلك يعتبر عامل سهولة الاستخدام والتصفح عامل مؤثر في تبني خدمة البنك المحمول، لذلك على البنك أن يحاول ان يقدم خدماته عن طريق البنك المحمول بطريقة تكون سهلة وواضحة وغير معقدة.

ثالثا: مناقشة الفرضية الثالثة

تبين نتائج الإختبار أن المتوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة لمحو الخصوصية والأمان قد بلغ (3.57) وبانحراف معياري قدر بـ: (1.199) يختلف عن المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكارت الخماسي ($\mu = 3$)، وهذا يؤكد صحة الفرضية الأولى المتمثلة في: تؤثر الخصوصية والأمان بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول. بناء على إجابات أفراد العينة الخصوصية والأمان، تبين أن مستواه كان متوسطا، أي أن المستجوبين كانوا موافقين نوعا ما على أن الخصوصية والأمان من العوامل المؤثرة على تبني خدمة البنك المحمول.

بناء على ماسبق في اختبار الفرضيات تم تأكيد صحة الفرضية الأولى المتعلقة باثر الخصوصية والأمان في تبني خدمة البنك المحمول. وبناء على ماسبق يمكن القول أنه يوجد تأثير لمحور الخصوصية والأمان ولكن بدرجة متوسطة، وهذا عكس ما أكدته دراسة (الحر سامي عباس العنكي، 2015) حيث أنه حسب هذه الدراسة فإن الخصوصية والأمان محور مؤثر بدرجة مرتفعة.

ان عدم رغبة العميل في اجراء المعاملات المصرفية من خلال البنك المحمول يكون بسبب أنه يشعر بأن البنك المحمول ليس بيئة امنة لهذا النوع من المعاملات، لذلك فإن العميل اذا اطمئن بأن معاملاته من خلال البنك المحمول تكون بسرية تامة، وأن حسابه الشخصي يكون محمي من أي اختراق، وان البنك يحمي معلوماته الشخصية من خلال خدمات البنك المحمول، لذلك فإن عامل الخصوصية والأمان عامل مهم في تبني خدمة البنك المحمول.

رابعا: مناقشة الفرضية الرابعة

تبين نتائج الإختبار أن المتوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة لمحور الاستجابة السريعة قد بلغ (3.46) وبانحراف معياري قدر بـ: (0.994) يختلف عن المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكارت الخماسي ($\mu = 3$)، وهذا يؤكد صحة الفرضية المتمثلة في: تؤثر الاستجابة السريعة بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، بناء على إجابات أفراد العينة حول محور الاستجابة السريعة، تبين أن مستواه كان متوسطا، أي أن موافقة المبحوثين على أن الاستجابة السريعة لمحور مؤثر في تبني خدمة البنك المحمول كانت موافقة بسيطة.

بناء على ماسبق في اختبار الفرضيات تم تأكيد صحة الفرضية الأولى المتعلقة باثر الاستجابة السريعة في تبني خدمة البنك المحمول. وبناء على ماسبق يمكن القول أنه يوجد تأثير لمحور الاستجابة السريعة ولكن بدرجة متوسطة، وهذا عكس ما تؤكدته دراسة (عبد القادر محمد عبد القادر واخرون، 2022) حيث أن الاستجابة السريعة تؤثر بدرجة مرتفعة

ان تقديم الخدمات البنكية ومعالجة الاخطاء، ومحاولة حل المشكلات التي تواجه العميل، والتعامل مع شكاوي الزبائن بشكل سريع سيؤدي بالعملاء الى تبني خدمة البنك المحمول، لذلك فإن عامل الاستجابة السريعة عامل مهم في تبني العميل لخدمة البنك المحمول.

خامسا: مناقشة الفرضية الخامسة

تبين نتائج الإختبار أن المتوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة لمحور الموثوقية قد بلغ (3.47) وبانحراف معياري قدر بـ: (1.039) يختلف عن المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$). وهذا يؤكد صحة الفرضية الخامسة المتمثلة في: تؤثر الموثوقية بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، بناء على إجابات أفراد العينة حول محور الموثوقية، تبين أن مستواه كان متوسطا، أي أن موافقة المبحوثين على أن محور الموثوقية محور مؤثر في تبني خدمة البنك المحمول كانت موافقة بسيطة. بناء على ماسبق في اختبار الفرضيات تم تأكيد صحة الفرضية المتعلقة باثر الموثوقية في تبني خدمة البنك المحمول.

وبناء على ماسبق يمكن القول أنه يوجد تأثير لمحور الموثوقية ولكن بدرجة متوسطة، وهذا عكس ما أكدته دراسة (المجد مارديني، 2018) ودراسة (محمد خليل سميرات ورائد محمد العضايمة، 2016) ودراسة (عبد العزيز على حسن، 2014)، حيث أكدت هذه الدراسات ان الموثوقية تؤثر بدرجة مرتفعة، اما دراسة (الحر سامي عباس العنكي، 2015) فقد أكدت الدراسة أن تأثير الموثوقية كان منخفضا.

يعتبر عامل الموثوقية عاملا مهما في تبني خدمة البنك المحمول، حيث ان اجراء العملاء لمعاملتهم المصرفية عبر البنك المحمول يتوقف على مدى ثقتهم بهذه الخدمة، حيث كلما زادت ثقة العملاء بهذه الخدمة زاد استخدامهم لهذه الخدمة، لذلك من الضروري كسب ثقة العملاء من أجل الحفاظ عليهم وجذب عملاء جدد.

سادسا: مناقشة الفرضية السادسة

تبين نتائج الإختبار أن المتوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة لمحور المخاطر قد بلغ (2.79) وبانحراف معياري قدر بـ: (1.015) أقل من المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$)، وهذا ما يؤكد عدم صحة الفرضية البديلة السادسة المتمثلة في: تؤثر المخاطر بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، بناء على إجابات أفراد العينة حول محور المخاطر، تبين أن مستواه كان محايدا، أي أن رأي المبحوثين على أن محور المخاطرة محور مؤثر في تبني خدمة البنك المحمول كان محايدا وهو ما يؤكد عدم صحة الفرضية من وجهة نظر أفراد العينة.

بناء على ماسبق في اختبار الفرضيات تم تأكيد عدم صحة الفرضية الاولى المتعلقة باثر المخاطر في تبني خدمة البنك المحمول. وبناء على ماسبق يمكن القول أنه لا يوجد تأثير لمحور المخاطر في تبني خدمة البنك المحمول، وهذا ما أكدته دراسة (عبد العزيز على حسن، 2014)، اما حسب دراسة (الحر سامي عباس العنكي، 2015) فإن تأثير المخاطر جاء بدرجة متوسطة ان خوف العميل من استخدام البنك المحمول قد يؤثر سلبا على سلوك العميل في تبني خدمة البنك المحمول، فخوفه من ضياع هاتفه المحمول او ان يخترق احدهم حسابه الشخصي هذا سيؤثر على سلوك العميل اتجاه تبني خدمة البنك المحمول سلبا. ورغم أنه في دراستنا توصلنا الى ان المخاطر لا تؤثر في تبني خدمة البنك المحمول الا أنه على البنك يحاول اشعار الزبون بانه لا يوجد مخاطر من خلال تنبيهه لخدمة البنك المحمول.

سابعاً: مناقشة الفرضية السابعة

تبين نتائج الإختبار أن المتوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة لعامل كفاءة الاستخدام قد بلغ (3.6) وبانحراف معياري قدر بـ: (1.038) يختلف عن المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$)، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية السابعة المتمثلة في: تؤثر كفاءة الاستخدام بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، بناء على إجابات أفراد العينة حول محور كفاءة الاستخدام، تبين أن مستواه كان متوسطاً، أي أن رأي المبحوثين على أن محور كفاءة الاستخدام محور مؤثر في تبني خدمة البنك المحمول كان موافقة بدرجة متوسطة.

بناء على ماسبق في اختبار الفرضيات تم تأكيد صحة الفرضية الأولى المتعلقة بأثر كفاءة الاستخدام في تبني خدمة البنك المحمول. وبناء على ماسبق يمكن القول أنه يوجد تأثير محور كفاءة الاستخدام ولكن بدرجة متوسطة. تلعب كفاءة استخدام تطبيقات البنك المحمول دوراً أساسياً في استخدام العملاء لخدمة البنك المحمول، حيث لا بد أن يمتلك العميل مهارات التعامل واستخدام الخدمات البنكية عن طريق البنك المحمول، حيث كلما زادت كفاءة العميل زاد تبنيه لخدمة البنك المحمول.

ثامناً: مناقشة الفرضية الثامنة

تبين نتائج الإختبار أن المتوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة لمحور النية السلوكية قد بلغ (3.85) وبانحراف معياري قدر بـ: (1.155) يختلف عن المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$)، وهذا ما يؤكد صحة الفرضية البديلة الثامنة المتمثلة في: تؤثر النية السلوكية بشكل متوسط على تبني خدمة البنك المحمول، بناء على إجابات أفراد العينة حول محور النية السلوكية، تبين أن مستواه كان متوسطاً، أي أن رأي المبحوثين على أن محور النية السلوكية محور مؤثر في تبني خدمة البنك المحمول كان موافقاً بدرجة متوسطة.

بناء على ماسبق في اختبار الفرضيات تم تأكيد صحة الفرضية الأولى المتعلقة بأثر النية السلوكية في تبني خدمة البنك المحمول. وبناء على ماسبق يمكن القول أنه يوجد تأثير محور النية السلوكية ولكن بدرجة متوسطة، وهذا عكس ما أكدته دراسة (عبد العزيز على حسن، 2014) حيث التأثير كان مرتفعاً.

بالرغم من أن العميل لديه ثقة في خدمات البنك المحمول، وأنه يدرك المنافع التي يمكن أن يتحصل عليها من خلال البنك المحمول، إلا أنه لا بد من وجود نية في استخدام خدمة البنك المحمول من طرف العميل، لذلك فإن النية السلوكية تعتبر عامل مهم في تبني خدمة البنك المحمول.

تاسعاً: مناقشة الفرضية التاسعة

تبين نتائج الإختبار أن المتوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة لمحور تصميم الخدمة الالكترونية قد بلغ (3.55) وبانحراف معياري قدر بـ: (1.0906) يختلف عن المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$)، وهذا يؤكد صحة الفرضية التاسعة المتمثلة في: تؤثر تصميم الخدمة الالكترونية بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، بناء على إجابات أفراد العينة حول محور تصميم

الفصل الثاني الدراسة الميدانية للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول لدى زبائن بنك البركة

الخدمة الالكترونية، تبين أن مستواه كان متوسطا، أي أن موافقة الباحثين على أن محور تصميم الخدمة الالكترونية محور مؤثر في تبني خدمة البنك المحمول كانت موافقة بسيطة.

بناء على ماسبق في اختبار الفرضيات تم تأكيد صحة الفرضية الاولى المتعلقة باثر تصميم الخدمة الالكترونية في تبني خدمة البنك المحمول. وبناء على ماسبق يمكن القول أنه يوجد تأثير لمحور تصميم الخدمة الالكترونية ولكن بدرجة متوسطة، وهذا عكس ما اكدته دراسة (محمد خليل سميرات ورائد محمد العضاييلة، 2016) حيث اكدت أن تأثير تصميم الخدمة الالكترونية كان تأثيرا واضحا يعتبر تصميم الخدمة الالكترونية عامل مهم في تبني خدمة البنك المحمول، حيث أنه من خلاله يمكن التنقل والوصول الى الخدمة ببساطة، كما ان تميز الموقع وجاذبيته تؤثر في سلوك العملاء نحو تبني خدمة البنك المحمول.

عاشرا: مناقشة الفرضية العاشرة

تبين نتائج الاختبار أن المتوسط الحسابي لإجابات العبارات المكونة لمحور التوافق قد بلغ (3.74) وبانحراف معياري قدر بـ: (1.0669) يختلف عن المتوسط الحسابي للأداة على أساس مقياس ليكرت الخماسي ($\mu = 3$)، وهذا يؤكد صحة الفرضية العاشرة المتمثلة في: تؤثر التوافق بدرجة متوسطة على تبني خدمة البنك المحمول، بناء على إجابات أفراد العينة حول محور التوافق، تبين أن مستواه كان متوسطا، أي أن موافقة الباحثين على أن محور التوافق كمحور مؤثر في تبني خدمة البنك المحمول كانت موافقة بسيطة.

بناء على ماسبق في اختبار الفرضيات تم تأكيد صحة الفرضية الاولى المتعلقة باثر التوافق في تبني خدمة البنك المحمول. وبناء على ماسبق يمكن القول أنه يوجد تأثير لمحور التوافق ولكن بدرجة متوسطة، وهذا ما اكدته دراسة (المجد مارديني، 2018)، اما دراسة (عبد العزيز علي حسن، 2014) فانه لا يوجد تأثير التوافق

اذا كان اجراء العمليات المصرفية من خلال البنك المحمول يتوافق مع ظروف ورغبات وتطلعات العميل فانه سيقدر تبني خدمة البنك المحمول، لذلك فإن التوافق عامل مهم في تبني خدمة البنك المحمول.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل نظرة موجزة عن بنك البركة محل اجراء الدراسة التطبيقي، واهم الخدمات التي يقدمها البنك عن طريق خدمة البنك المحمول، ويهدف الاجابة على اشكالية الدراسة تم تصميم استبانة وتوزيعها على عينة الدراسة المتكونة من 34 مفردة، واعتمدنا في تحليل البيانات على مجموعة من أدوات التحليل الاحصائي بالاعتماد على البرنامج الاحصائي SPSS، حيث قمنا في البداية باختبار ثبات وصدق الأداة المستخدمة في الدراسة، واجراء التحليل الوصفي لخصائص عينة الدراسة، كما تم إجراء تحليل عبارات محاور الاستبيان من حيث الأهمية، ومن خلال النتائج المتحصل عليها تم اختبار الفرضيات المقدمة في مقدمة هذا البحث من خلال اختبار ستودنت و مقارنة المتوسطات الحسابية لمحاور الاستبيان بالمتوسط الحسابي لسلم ريكارت.

الخاتمة

من خلال دراستنا للعوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول، حاولنا الاحاطة بأهم المفاهيم المتعلقة بخدمة البنك المحمول، كما تطرقنا الى اهم العوامل المؤثرة في توجه نحو خدمة البنك المحمول، وانطلاقا من الدراسة السابقة قمنا بضبط هذه العوامل، لنسقط فيما بعد الدراسة النظرية ميدانيا على زبائن بنك البركة وكالة برج بوعرييج، قصد تليل اشكالية البحث والتحقق من فرضياته، لتستقر الدراسة على مجموعة من النتائج، نريدها فيما يلي:

اولا النتائج:

النتائج النظرية:

- البنك المحمول مصطلح يطلق على الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك عن طريق الهاتف المحمول، بحيث يستطيع العميل اجراء عملياته المصرفية دون اللجوء الى البنك، وتتم في أي وفي أي مكان
- من بين الخدمات التي يقدمها البنك المحمول خدمة الدفع، السحب، الاستعلام عن الرصيد وتحويل النقود وغيرها
- ان سلوك العملاء في تبني المنتجات عبر القنوات الالكترونية يختلف عن سلوكه عبر القنوات التقليدية.
- تمر عملية تبني خدمة البنك المحمول باعتباره منتج الكتروني حسب zhulie بثلاث مراحل وهي: نية الاستخدام، تبني الاستخدام، واستمرارية الاستخدام.
- يواجه استخدام البنك المحمول في اجراء العمليات المصرفية عدة معوقات منها: المخاطر، القلق، البيئة الثقافية والاجتماعيات.
- توجد عدة نماذج مستخدمة والتي تشير الى الكيفية التي ينظر لها المستخدم في قبول واستخدام التكنولوجيا من عدمها، حيث نجد من هذه النماذج نموذج قبول التكنولوجيا ونموذج نظام المعلومات.
- من اهم العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول عامل الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام والتصفح، الخصوصية والامان، الاستجابة السريعة، الامان، المخاطر، النية السلوكية، تصميم الخدمة، التوافق.

النتائج الميدانية:

بعد الدراسة الميدانية التي تم القيام بها لمعرفة العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول وذلك من جهة زبائن بنك البركة وكالة برج بوعرييج، توصلنا الى جملة من النتائج التالية:

- تبين أن تأثير المنفعة المدركة في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر زبائن البنك كان بدرجة متوسطة.
- تبين أن تأثير سهولة التصفح والاستخدام في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر الزبائن كان بدرجة دون المتوسط.
- تبين أن تأثير الخصوصية والأمان في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر زبائن البنك كان بدرجة متوسطة.
- تبين أن تأثير الاستجابة السريعة في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر زبائن البنك كان بدرجة متوسطة.

- تبين أن تأثير الموثوقة في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر الزبائن كان بدرجة متوسطة.
- تبين أن تأثير كفاءة الاستخدام في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر الزبائن كان بدرجة متوسطة.
- تبين أن تأثير عامل النية السلوكية في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر زبائن البنك كان بدرجة متوسطة.
- تبين أن تأثير عامل تصميم الخدمة الالكترونية في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر الزبائن كان بدرجة متوسطة.
- تبين أن تأثير عامل التوافق في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر الزبائن كان بدرجة متوسطة.
- تبين انه لا يوجد تأثير للمخاطر في تبني خدمة البنك المحمول من جهة نظر زبائن بنك البركة

ثانيا الاقترحات:

على ضوء النتائج يمكن تقديم جملة من الاقتراحات التي يمكن الاخذ بها من أجل زيادة عدد الزبائن الذين يتبنون خدمة البنك المحمول وهي كالتالي:

- ضرورة توعية العملاء بفوائد ومنافع الخدمات المصرفية المقدمة من خلال البنك المحمول، حيث أنها توفر الوقت والجهد والتكلفة.
- ضرورة استخدام وسائل لشرح طريقة استخدام خدمة البنك المحمول مع مراعاة عامل السن والمستوى التعليمي الزبائن.
- ضرورة اهتمام البنك بالاستجابة السريعة لاستفسارات وطلبات الزبائن لأنها عامل مهم في التأثير على الزبائن من أجل تبني خدمة البنك المحمول.
- ضرورة الاستعانة بالأساليب التسويقية الحديثة في التعامل مع الزبائن واقناعهم بأهمية استخدام خدمة البنك المحمول.
- القيام بحملة تسويقية تهدف الى جذب وزيادة عدد الزبائن المستخدمين للخدمات المصرفية المقدمة من خلال خدمة البنك المحمول.
- ضرورة التركيز على عامل الموثوقية بحيث يدرك الزبون بأن استخدام خدمة البنك المحمول تكون موثوقة وامنة.
- لابد من اعطاء اهمية كبيرة لطريقة تقديم الخدمة البنك المحمول وتصميمها بحيث تكون سهلة الاستخدام وغير معقدة.
- مراعاة ان تكون خدمة البنك المحمول متوافقة مع متطلبات الزبائن.

ثالثا الافاق:

- من خلال معالجتنا لهذا الموضوع وجدنا عدة مواضيع تستحق التعمق بالدراسة
- العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول (دراسة مقارنة)
- دراسة العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول من وجهة نظر خبراء المصارف، وكذلك من وجهة نظر العاملين بالبنوك.

المراجع

الكتب :

1. رانيا المجني، و نريمان عمار. (2020). سلوك المستهلك. الجمهورية العربية السورية: الجامعة الافتراضية السورية.
2. رعد حسن الصرف. (2007). عولمة جودة الخدمات المصرفية. دمشق، سوريا: دار التواصل العربي للطباعة والنشر والتوزيع.
3. طارق طه. (2008). ادارة التسويق. الاسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي .

رسائل دكتورا والماجستير :

- 1 ابراهيم موصلي. (2011). العوامل المؤثرة في سلوك العملاء تجاه الخدمات الالكترونية للمصارف"دراسة ميدانية"(رسالة ماجستير في ادارة الاعمال). حلب، كلية الاقتصاد قسم ادارة الاعمال، سوريا: جامعة حلب.
- 2 الحر سامي عباس العنكبي. (2015). العوامل المؤثرة في تبني بنك الموبايل من وجهة نظر زبائن البنوك العاملة في الاردن (رسالة ماجستير). قسم الاعمال الالكترونية: جامعة الشرق الاوسط.
- 3 راوية مسعودي. (2014/2013). التسويق الالكتروني واثره على جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة: القرض الشعبي الجزائري.(رسالة ماجستير في العلوم التجارية). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير: قسم العلوم التجارية، الجزائر: جامعة الجزائر-3.
- 4 عماد احمد اسماعيل النونو. (2007). التسويق عبر الانترنت-دوافع التبني او الرفض دراسة ميدانية(رسالة دكتوراه). 1-146. جامعة العالم الامريكي، فلسطين.
- 5 فرح شعار. (2022). دراسة العوامل المؤثرة في نظام الدفع بواسطة الهاتف المحمول دراسة حالة: سيرين تيل كاش(بحث مقدم استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير التاهيل والتخصص في ادارة الاعمال mba. الجامعة الافتراضية السورية.
- 6 محمد برير التوم الشيخ. (2019). التوجهات الحديثة في تأمين المعاملات المصرفية عبر الاجهزة المحمولة(بحث لنيل درجة الدكتوراه). كلية علوم الحاسوب، السودان: جامعة النيلين.
- 7 مضوي موسى علي مصطفى. (2016). اثر جودة الخدمة المصرفية في تبني الموبايل المصرفي باستخدام نموذج قبول التقنية(دراسة على بعض المصارف العاملة بالسودان). (رسالة ماجستير في الدراسات المصرفية). السودان: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- 8 همسة اصف غانم. (2018). الصيرفة عبر الهواتف النقالة ودورها في تحسين خدمة العملاء، دراسة ميدانية في المصارف العاملة السورية(بحث لنيل درجة الماجستير). الجامعة الافتراضية السورية.

المجلات :

- 1 اغناسيو ماس، و كومار كبير . (يونيو/حزيران، 2008). الاعمال المصرفية باستخدام الهاتف المحمول: لماذا وكيف ولمن؟ مذكرة مناقشة مركزة(48).
- 2 باري عبد اللطيف، و مراد محبوب. (15 سبتمبر، 2020). الحكومة الالكترونية ومتطلباتها، دراسة نموذج البنوك الجزائرية. مجلة المفكر للدراسات القانونية والسياسية، 03(03).
- 3 بورقية قويدر، مريم عمري، و سامي عمري. (جوان، 2019). المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اطار الاقتصاد الرقمي، دراسة حالة البنك المحمول الامريكي-wingspan.com banki-. مجلة المعيار، 10(02).
- 4 رائد محمد العضايلة، هشام عثمان المبييضين، و محمد خليل السميرات. (2016). العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت من وجهة نظر العملاء-دراسة ميدانية على اقليم الجنوب- الاردن. المجلة الاردنية في ادارة الاعمال، 12(03) .

- 5 رشيد شباح، و رضا دحماني. (2022). اثر المخاطر المتصورة على تبني الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول في الجزائر. مجلة المنتدى للدراسات والابحاث الاقتصادية، 06(02).
- 6 سارة محمود عبد العزيز. (افريل, 2022). دور الموبايل البنكفي تعزيز مستوى ثقة العملاء في الخدمات البنكية الالكترونية. المجلة العربية لبحوث الاعلام و الاتصال، 2022(37) .
- 7 عادل محمد باكير، و عبد السلام محمد المايل . (15, 01, 2022). استخدام نموذج قبول التكنولوجيا(TAM)واختباره على موظفي الادارة العامة بجامعة مصراتة. مجلة افاق اقتصادية، 08(15).
- 8 عبد القادر محمد عبد القادر، محمد عبد النبي خشان، و محمد محمد عبد العظيم السطوح. (اكتوبر, 2022). محددات نية الاستمرار في تبني خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول: الدور المعدل لابتكارية العميل. المجلة المصرية للدراسات التجارية، 46(4) .
- 9 فرح علي جسام. (2016). البيئة المادية للقاء الخدمي ودورها في اعادة الشراء للخدمة المصرفية دراسة تطبيقية في المصرف العراقي للتجارة(TBI). مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، 18(02) .
- 10 محمد مسلم، و اوكيل راجح. (2021). قرار تبني المستهلك للمنتجات الجديدة في ظل الابتكار التسويقي، دراسة ميدانية لعينة من مستخدمي خدمةG4لمؤسسة موبليس بولاية بويرة. مجلة معهد العلوم الاقتصادية، 24(01).
- 11 مراد اسماعيل، و عبدوس عبد العزيز. (15 مارس, 2017). قياس مستوى جودة الخدمات الهاتفية بنموذج(ServPerF) دراسة حالة مؤسسة موبليس-. مجلة البشائر الاقتصادية، 03(01).
- 12 مراد محبوب، و مبارك قرقب. (13, 09, 2018). التحويلات المالية عبر الهواتف المحمولة، بين المتطلبات والتحديات. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 07(03).
- 13 مهند عبد الحفيظ حسين بربر. (01, 07, 2021). دور الهاتف المصرفي في التوزيع المصرفي، دراسة حالة بنك الخرطوم. مجلة العلوم الانسانية والطبيعية، 02(07).
- 14 وديع نصري. (30 سبتمبر, 2015). نموذج تبني استخدام الانترنت في الخدمات المصرفية في تونس. المجلة الاردنية في ادارة الاعمال، 11(3).
- 15 ورود خالد محمد. (20, 07, 2022). الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. مجلة كلية القانون والعلوم السياسية(10).
- 16 وفاء جثير مزعل. (08, 09, 2021). المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الالكترونية دراسة استطلاعية لاراء عينة من موظفي المصارف العاملة في مدينة الناصرية. مجلة دراسات محاسبية ومالية، 16(57).

المؤتمرات:

- 1 حسام ابو عجوة. (2020). اثر الموبايل البنكي على ادارة علاقات عملاء بنك فلسطين في قطاع غزة. المؤتمر الدولي الاول في تكنولوجيا المعلومات والاعمال(ICITB) غزة: جامعة غزة.
- 2 حمدوش وفاء، و لمياء عماني . (2018). الصيرفة المحمولة كمدخل معاصر للاقتصاد الرقمي: واقع وافاق الملتنقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية. المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف-ميلة.
- 3 مديحة متولي. (2022). اثر الابداع التكنولوجي في الخدمات البنكية على التحول السلوكي للعملاء نحو اعتماد تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهواتف المحمولة. المؤتمر العلمي السنوي لقسم التمويل والمحاسبة شعبة ادارة الاعمال:الخدمات البنكية في ظل ابتكارات التكنولوجيا المصرفي(الفرص والتحديات). 01، الاكاديمية الدولية للعلوم والهندسة.

الملاحق



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار تحضير مذكرة ماستر تخصص "تسويق مصرفي" تحت عنوان "العوامل المؤثرة في تبني خدمة البنك المحمول"، بالتطبيق على عينة من عملاء بنك البركة - وكالة برج بوعريبيج - نضع بين يديكم هذا الاستبيان والذي نرجو منكم الإجابة عليه، مع تأكيد التزامنا باستخدام البيانات المحصول عليها فقط في إطار هذه الدراسة، شاكرين لكم تعاونكم.

الطالبة : نصيرة كشاط

تعريف البنك المحمول: هو عبارة عن الخدمات المتاحة من خلال الهاتف المحمول والمرتبط بالمصرف حيث يتم من خلاله القيام بالعمليات المصرفية مثل الایداع السحب والاستعلام عن الرصيد وغيرها.

I - البيانات الشخصية:

فيما يلي مجموعة من الأسئلة الخاصة بكم الرجاء وضع إشارة (x) أمام الإجابة المناسبة:

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- العمر

أقل من 30 سنة من 30 الى 40 سنة أكبر من 40 سنة

3- المستوى التعليمي

ثانوي فأقل جامعي دراسات عليا

4- الدخل:

أقل من 40000 دج من 40000 دج الى 60000 دج أكثر من 60000 دج

5- هل تستخدم الخدمة المصرفية الالكترونية خلال تعاملك مع البنك؟

نعم لا

في حالة بالإجابة بنعم ماهي الخدمات التي تمت الكترونيا؟

السحب والایداع الاستعلام عن الرصيد تسديد الفواتير

تحويل الاموال من حساب لحساب آخر

طلب دفتر شيكات.

الاستعلام عن المعاملات

اخرى:

II- الأسئلة المتعلقة بالعوامل المؤثرة على تبني خدمة البنك المحمول

أولا : المنفعة المدركة :

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تفيدك خدمة البنك المحمول لبنك البركة في انجاز العمليات المصرفية بسرعة ما يجعلك توفر الكثير من الوقت					
2	تفيدك خدمة البنك المحمول في انجاز العمليات المصرفية بسهولة ما يجعلك توفر الكثير من الجهد					
3	العمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول متاحة 24 ساعة وعلى مدار الأسبوع					
4	يمكن اجراء المعاملات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول من اي مكان خارج البنك					

ثانيا : سهولة التصفح و الاستخدام

5	الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول سهلة					
6	الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول واضحة					
7	يمكن اجراء العملية المصرفية في بنك البركة من خلال البنك المحمول بلغات مختلفة					
8	لا تتطلب معرفة متخصصة للقيام بالعمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول					
9	يمكن انجاز أكثر من عملية مصرفية في وقت قصير من خلال البنك المحمول لبنك البركة					

ثالثا : الخصوصية والأمان

10	بنك البركة يضمن حماية المعلومات الشخصية في خدمة البنك المحمول من الاستخدام غير المصرح به					
11	يحافظ بنك البركة على سرية معاملات الزبائن عند استخدام خدمة البنك المحمول					
12	الخدمات المصرفية لبنك البركة التي تتم من خلال البنك المحمول تتم بشكل آمن					

					تشعر بالأمان والحماية من اختراق الحساب الشخصي في بنك البركة عند استخدام خدمات البنك المحمول	13
--	--	--	--	--	---	----

رابعا : الاستجابة السريعة

					مختلف العمليات المصرفية في بنك البركة التي تقوم بها من خلال البنك المحمول تتم بسرعة	14
					يتعامل بنك البركة بسرعة مع الاخطاء في استخدام البنك المحمول	15
					يستجيب بنك البركة بسرعة في حل المشكلات التي تواجهها في المعاملات المصرفية من خلال البنك المحمول	16
					يتعامل بنك البركة مع الشكاوي التي تقدمها حول خدمة البنك المحمول بشكل سريع	17

خامسا : الموثوقية

					تثق بسلامة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك البركة من خلالالبنك المحمول	18
					لديك ثقة في دقة خدمات بنك البركة من خلال البنك المحمول	19
					لديك ثقة بان بنك البركة يلتزم بتقديم خدماته من خلال البنك المحمول كما يعد بها	20
					يقدم بنك البركة من خلال البنك المحمول خدمات خالية من الاخطاء	21
					يقدم بنك البركة من خلال البنك المحمول خدمات خالية من العيوب	22

سادسا : المخاطر :

					تستخدم خدمة البنك المحمول لبنك البركة بحذر خوفا من تلقي رسالة SMS وهمية	23
					تشعر بالخوف من الوصول الى حسابك البنكي في بنك البركة ومعلوماتك الشخصية في حال فقدان هاتفك	24
					تشعر بخاطر كشف سرية المعلومات والمعاملات المصرفية في بنك البركة عند ارسالها من خلال البنك المحمول	25

سابعا : كفاءة الاستخدام :

					يمكنك القيام بالعمليات المصرفية في بنك البركة من خلال البنك المحمول دون مساعدة من احد	26
					تتقن استخدام البنك المحمول لبنك البركة في اجراء العمليات المصرفية بعد	27

					شرحها مرة واحدة من قبل الآخرين
					28 يمكنك القيام بالعمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول مباشرة بعد مشاهدتك لشخص يقوم بذلك أمامك
					29 تطلب المساعدة عند استخدامك لخدمات بنك البركة من خلال البنك المحمول في كل مرة
					30 خدمات البنك المحمول باكثر من لغة تسهل اجراء العمليات المصرفية

ثامنا : النية السلوكية:

					31 لديك نية في استخدام الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول
					32 لديك رغبة في استخدام الخدمات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول مستقبلا
					33 تنصح الآخرين باستخدام البنك المحمول في العمليات المصرفية لبنك البركة

تاسعا : تصميم الخدمة الإلكترونية

					34 تصميم الخدمة المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول جذاب
					35 تصميم الخدمة المصرفية لبنك البركة من خلال بنك المحمول متميز
					36 موقع الخدمة المصرفية لبنك البركة من خلال بنك المحمول يحتوي على أدوات مساعدة
					37 يحتوي تصميم الخدمة المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول على كتابة واضحة من السهل قراءتها

عاشرا : التوافق

					38 يناسبك اجراء العمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول أكثر من الخدمات المصرفية التقليدية
					39 إجراء العمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول تتوافق مع تطلعاتك ورغباتك
					40 إجراء العمليات المصرفية لبنك البركة من خلال البنك المحمول تتوافق مع ظروفك

محكمو الاستبانة:

الرقم	الاسم	الصفة او الرتبة العلمية
01	بلفيطح ريمة	أ مساعد أ
02	بن سالم امال	أ مساعد أ
03	سعدون رفيق	أستاذ محاضر أ
04	رحماني سناء	أستاذ محاضر أ
05	بوعافية سمير	أستاذ محاضر أ

مخرجات SPSS:

قيمة الفا كرونباخ ومجال الثقة الخاص به للمحور : المنفعة المدركة

المنفعة المدركة	
	0.965138 ألفا كرونباخ
	[0.981 ,0.941] مجال الثقة

الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور المنفعة المدركة والفقرات المكونة له

power	BF10	p-unc	CI95%	r	n	alternative	method	Y	X
1.0	3.291e+13	1.240209e-16	[0.97 ,0.88]	0.941168	34	two-sided	pearson	م1س1	0 المنفعة المدركة
1.0	1.127e+20	1.296302e-23	[0.99 ,0.96]	0.978818	34	two-sided	pearson	م1س2	1 المنفعة المدركة
1.0	1.602e+16	1.663663e-19	[0.98 ,0.92]	0.961442	34	two-sided	pearson	م1س3	2 المنفعة المدركة
1.0	2.483e+12	1.968149e-15	[0.96 ,0.86]	0.929707	34	two-sided	pearson	م1س4	3 المنفعة المدركة

قيمة الفا كرونباخ ومجال الثقة الخاص به للمحور : سهولة التصفح والاستخدام

سهولة التصفح والاستخدام	
	0.931724 ألفا كرونباخ
	[0.962 ,0.887] مجال الثقة

الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور سهولة التصفح والاستخدام والفقرات المكونة له

power	BF10	p-unc	CI95%	r	n	alternative	method	Y	X
1.000000	1.536e+09	5.391355e-12	[0.94 ,0.78]	0.882166	34	two-sided	pearson	م2س5	0 سهولة التصفح والاستخدام
1.000000	3.179e+11	1.776516e-14	[0.96 ,0.84]	0.918948	34	two-sided	pearson	م2س6	1 سهولة التصفح والاستخدام
1.000000	1.816e+10	3.812723e-13	[0.95 ,0.81]	0.901015	34	two-sided	pearson	م2س7	2 سهولة التصفح والاستخدام
0.999978	6.03e+05	2.499173e-08	[0.89 ,0.62]	0.791485	34	two-sided	pearson	م2س8	3 سهولة التصفح والاستخدام
1.000000	7.819e+12	5.768648e-16	[0.97 ,0.87]	0.935056	34	two-sided	pearson	م2س9	4 سهولة التصفح والاستخدام

قيمة الفا كرونباخ ومجال الثقة الخاص به للمحور : الخصوصية والأمان

الخصوصية والأمان	
	0.949576 ألفا كرونباخ
	[0.972 ,0.915] مجال الثقة

الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور الخصوصية والأمان والفقرات المكونة له

power	BF10	p-unc	CI95%	r	n	alternative	method	Y	X
1.0	2.149e+12	2.297669e-15	[0.96 ,0.86]	0.929001	34	two-sided	pearson	م3س10	0 الخصوصية والأمان
1.0	2.826e+18	6.632552e-22	[0.99 ,0.95]	0.972840	34	two-sided	pearson	م3س11	1 الخصوصية والأمان
1.0	1.644e+14	2.221484e-17	[0.97 ,0.9]	0.947310	34	two-sided	pearson	م3س12	2 الخصوصية والأمان
1.0	1.984e+09	4.096511e-12	[0.94 ,0.78]	0.884286	34	two-sided	pearson	م3س13	3 الخصوصية والأمان

موافق	محايد	غير موافق
(3 - 2.34)	(2.33 - 1.67)	(1.66 - 1)
مجال المتوسط الحسابي		

المتوسطات الحسابية واختبارات المحور : الاستجابة السريعة

الدلالة	مستوى دلالة ت	قيمة اختبارات	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
دال	0.0	7.7071	موافق	1.134847	3.500000	م4س14
دال	0.0	7.3867	موافق	1.160859	3.470588	م4س15
دال	0.0	8.2596	موافق	1.079711	3.529412	م4س16
دال	0.0	7.7991	موافق	1.011520	3.352941	م4س17
دال	0.0	8.5788	موافق	0.994554	3.463235	الاستجابة السريعة

قيمة الفا كرونياخ ومجال الثقة الخاص به للمحور : الموثوقية

الموثوقية	0.951317	أنفا كرونياخ
	[0.973 , 0.92]	مجال الثقة

الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور الموثوقية والفقرات المكونة له

power	BF10	p-unc	CI95%	r	n	alternative	method	Y	X	
1.0	5.987e+09	1.252932e-12	[0.95 , 0.79]	0.892977	34	two-sided	pearson	م5س18	الموثوقية	0
1.0	4.781e+17	4.422256e-21	[0.98 , 0.94]	0.969373	34	two-sided	pearson	م5س19	الموثوقية	1
1.0	6.576e+08	1.340049e-11	[0.94 , 0.76]	0.874839	34	two-sided	pearson	م5س20	الموثوقية	2
1.0	6.558e+11	8.182157e-15	[0.96 , 0.85]	0.922922	34	two-sided	pearson	م5س21	الموثوقية	3
1.0	6.657e+11	8.052468e-15	[0.96 , 0.85]	0.923002	34	two-sided	pearson	م5س22	الموثوقية	4

قيمة الفا كرونياخ ومجال الثقة الخاص به للمحور : المخاطر

المخاطر	0.79606	أنفا كرونياخ
	[0.891 , 0.64]	مجال الثقة

لاارتباط بين الدرجة الكلية للمحور المخاطر والفقرات المكونة له

power	BF10	p-unc	CI95%	r	n	alternative	method	Y	X	
0.999934	1.951e+05	8.473237e-08	[0.88 , 0.59]	0.772899	34	two-sided	pearson	م6س23	المخاطر	0
1.000000	3.24e+11	1.740584e-14	[0.96 , 0.84]	0.919056	34	two-sided	pearson	م6س24	المخاطر	1
0.999999	1.511e+07	7.743003e-10	[0.92 , 0.69]	0.835717	34	two-sided	pearson	م6س25	المخاطر	2

قيمة الفا كرونباخ ومجال الثقة الخاص به للمحور : كفاءة الاستخدام

كفاءة الاستخدام	
	0.901933 أنفا كرونباخ
	[0.946 ,0.838] مجال الثقة

الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور كفاءة الاستخدام والفقرات المكونة له

power	BF10	p-unc	CI95%	r	n	alternative	method	Y	X
1.000000	1.165e+09	7.250731e-12	[0.94 ,0.77]	0.879833	34	two-sided	pearson	م7س26	0 كفاءة الاستخدام
1.000000	5.453e+10	1.173778e-13	[0.95 ,0.82]	0.908352	34	two-sided	pearson	م7س27	1 كفاءة الاستخدام
1.000000	5.355e+09	1.412139e-12	[0.95 ,0.79]	0.892131	34	two-sided	pearson	م7س28	2 كفاءة الاستخدام
0.999640	3.259e+04	5.903879e-07	[0.86 ,0.53]	0.739309	34	two-sided	pearson	م7س29	3 كفاءة الاستخدام
0.999999	1.293e+07	9.159016e-10	[0.91 ,0.69]	0.833835	34	two-sided	pearson	م7س30	4 كفاءة الاستخدام

قيمة الفا كرونباخ ومجال الثقة الخاص به للمحور : النية السلوكية

النية السلوكية	
	0.927358 أنفا كرونباخ
	[0.961 ,0.872] مجال الثقة

الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور النية السلوكية والفقرات المكونة له

power	BF10	p-unc	CI95%	r	n	alternative	method	Y	X
1.0	1.951e+14	1.849330e-17	[0.97 ,0.9]	0.947925	34	two-sided	pearson	م8س31	0 النية السلوكية
1.0	2.407e+12	2.034797e-15	[0.96 ,0.86]	0.929556	34	two-sided	pearson	م8س32	1 النية السلوكية
1.0	1.772e+12	2.823577e-15	[0.96 ,0.86]	0.928049	34	two-sided	pearson	م8س33	2 النية السلوكية

قيمة الفا كرونباخ ومجال الثقة الخاص به للمحور : تصميم الخدمة الالكترونية

تصميم الخدمة الالكترونية	
	0.931885 أنفا كرونباخ
	[0.963 ,0.885] مجال الثقة

الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور تصميم الخدمة الالكترونية والفقرات المكونة له

power	BF10	p-unc	CI95%	r	n	alternative	method	Y	X
1.0	1.042e+14	3.616454e-17	[0.97 ,0.89]	0.945639	34	two-sided	pearson	م9س34	0 تصميم الخدمة الالكترونية
1.0	9.087e+16	2.605388e-20	[0.98 ,0.93]	0.965727	34	two-sided	pearson	م9س35	1 تصميم الخدمة الالكترونية
1.0	3.892e+09	1.988297e-12	[0.94 ,0.79]	0.889674	34	two-sided	pearson	م9س36	2 تصميم الخدمة الالكترونية
1.0	4.102e+07	2.642387e-10	[0.92 ,0.71]	0.847231	34	two-sided	pearson	م9س37	3 تصميم الخدمة الالكترونية

قيمة الفا كرونباخ ومجال الثقة الخاص به للمحور : التوافق

التوافق	
	0.918319 أنفا كرونباخ
	[0.956 ,0.856] مجال الثقة

الارتباط بين الدرجة الكلية للمحور التوافق والفقرات المكونة له

power	BF10	p-unc	CI95%	r	n	alternative	method	Y	X
1.0	5.057e+10	1.272510e-13	[0.95 ,0.82]	0.907867	34	two-sided	pearson	م10س38	0 التوافق
1.0	1.977e+16	1.328944e-19	[0.98 ,0.92]	0.961989	34	two-sided	pearson	م10س39	1 التوافق
1.0	9.342e+10	6.593615e-14	[0.96 ,0.83]	0.911733	34	two-sided	pearson	م10س40	2 التوافق



تصريح شرقي

بالالتزام بمعايير الأمانة و النزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر


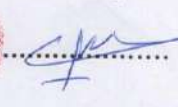
أنا الممضي اسفله:

الطالب (ة) : آيات نصيرة المولود(ة) بتاريخ: 1982/06/28 بـ: برج بركريرج
الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أ.و.س.) رقم: 108212982 الصادرة بتاريخ: 01/11/2018 عن: بلدية رزقوة
المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم تجارية تخصص: تسيير مصرفي خلال السنة الجامعية: 2021/2022
والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: العوامل المؤثرة في تبنّي خدمة البنك المحمول
من وجهة نظر الزبائن - دراسة ميدانية من خلال بنك البركة
وكتابة: برج بركريرج

أصبح بشرفي أني إلتزمت بمراعاة معايير الأمانة و النزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2023/05/08

التوقيع و البصمة

شهدت بما أكد تصديق امضاء
السيد: طاهر
مطابقا لـ: 08 جوان 2023
رئيس المجلس العلمي الجامعي

