

الاية

قَالَ تَعَالَى:

زِين لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ
الذَّهَبِ وَالْفُضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثُ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ
الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حَسَنُ الْمَآبِ (14) قُلْ أُوْنِبْكُمْ بِخَيْرٍ مِنْ ذَلِكَ لِلَّذِينَ
اتَّقَوْا عِنْدَ رَبِّهِمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا وَأَزْوَاجٌ
مُطَهَّرَةٌ وَرِضْوَانٌ مِنَ اللَّهِ وَاللَّهُ بِصِيرٍ بِالْعِبَادِ (15)

صدق الله العظيم

سورة سورة آل عمران الآيات (14 - 15) .

أهدي هذا الجهد الى من تاقت نفسي لرؤية
شفيعي يوم لا ينفع مال ولا بنون سيدنا محمد
عليه أفضل الصلاة واتم التسليم
والذي والى والدتي نبع العطاء المتدفق دوماً.
الى أفراد أسرتي الكريمة فردا فردا
والى زملائى واصدقائى.

الباحث

شكر والعرفان

قال صلى الله عليه وسلم: (من لا يشكر الناس لا يشكر الله)

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف خلق الله محمداً الهادى
الامين، الحمد لله الذى بنعمته تتم الصالحات. الشكر موصول الى جامعة
السودان للعلوم والتكنولوجيا ومكتبة اكااديمية السودان للعلوم المصرفية
والمالية كما اوجه شكري الى أسرة مصرف السلام وبنك فيصل الاسلامى
السودانى وبنك الخرطوم وبنك ام درمان الوطنى بشكل عام وبشكل خاص
اتقدم بجزيل شكرى وعظيم امتنانى الى الدكتور / عبد العظيم سليمان المهل
والى الدكتور د. محمد حمد محمود اللذان اشرفا على هذا البحث دون كلل
أو ملل فلهم منى الشكر والتقدير، والى والدي الدكتور شرف الدين الطيب
الذى اضاف بعض اللمسات المهمة لكي يخرج هذا البحث بهذه الصورة.
والى كل من فاتنا ذكره .

الباحث

المستخلص

هدف البحث الي تحليل وتقييم تجربة المصارف العاملة في السودان في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية للفترة 2007م-2012م باستخدام النظرية الموحدة لقبول التقنية بالتركيز علي تجربة بنك فيصل الإسلامي,بنك الخرطوم,بنك السلام,بنك امدرمان الوطني,حيث تم إدخال بعض التعديلات في المتغيرات المستقلة لهذه النظرية كالانتشار,السعر,والجودة,لذا تتبع أهمية البحث في التعرف علي موقف قنوات الخدمات المصرفية الالكترونية ومستوي جودتها ومدى رضا المتعاملين عنها.

بني البحث علي عدد من الفرضيات من ضمنها هل هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية والتأثيرات الاجتماعية والأسعار والجودة والنية في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية حسب العمر والنوع والخبرة.

إتبع البحث المنهج التاريخي للخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف السودانية خلال الفترة من 2007م الي 2012م والمنهج الوصفي التحليلي باستخدام برنامج التحليل الاحصائي SPSS للتحليل بيانات مجتمع الدراسة التطبيقية المتمثلة في دراسة حالة مصرف السلام وبنك الخرطوم وبنك فيصل وبنك امدرمان الوطني كمفردات للعيينة لتمثل شريحة من مجتمع الجهاز المصرفي السوداني, والمنهج الاستقرائي لدراسة الحاضر وتصوير المستقبل .

خلص البحث الي أن المقاييس التي اعتمدت عليها الدراسة تتمتع بالصدق والثبات الأمر الذي انعكس ايجابا علي صحة فرضيات الدراسة مما اعتبر مؤشرا للاعتماد عليها في تحقيق الأهداف وتحليل النتائج.أما عن قنوات اتصال الخدمات المصرفية الالكترونية فمن خلال تحليلها لوحظ بأن هنالك تنامي مطرد بها الأمر الذي يعد بمثابة مؤشر ايجابي لقبول استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية والتفاعل معها.

وقد أوصي البحث عدد من التوصيات أهمها ان علي المصارف العاملة في الجهاز المصرفي السوداني أن تقوم بتوفير متطلبات العملاء في القنوات المصرفية الالكترونية مع مراعاة انتشارها بشكل يلبي احتياجاتهم بالاضافة الي إعادة النظر في اسعارها وتقديمها لهم بجودة عالية , كما يجب الاهتمام بشريحة الاناث بمعرفة احتياجاتهم واستقطاب القطاع الخاص مع تزييل كافة المشاكل والعقبات لهم الامر الذي سيساعد كثيرا في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية .

Abstract

The research tried to analyze and evaluate the experience of banks, operating in Sudan in the field of electronic banking services ,for the period 2007 -2012 ; using a unified theory of accepting technology - focusing on the experiences of Faisal Islamic Bank , Bank of Khartoum , Al Salam Bank and Omdurman National Bank, where the researcher proposed some modifications in the independent variables for this theory such as propagation ,price and quality , what stems the importance of research in identifying the position of the channels of electronic banking services and the level of quality and customer satisfaction. The research was built on a number of hypothesis, including; Is there a statistically significant relationship between the spread of electronic banking services and social impacts of price and quality ,and the intention to use electronic banking services according to age , gender and experience. The research adopted the historical methodology to discuss the electronic banking service in Sudanese banks during the period (2007 – 2012) and then the descriptive-analytical methodology , using the statistical analysis programmed (SPSS) for applied data analysis of the banking community represented in a case study of Al Salam Bank , Bank of Khartoum , Faisal Bank and Omdurman National Bank , as terms of the sample representing a cross-section of the Sudanese community banking system, and also was adopted the inductive methodology to study the present and to predict future .The research found that the standards, which were adopted by the study were reliable and valid, this was reflected positively on the validity of hypotheses of the study, which – in turn-was considered as an indicator of adoption in achieving the objectives and results analysis. As for the communication channels of electronic banking services , it was -through the analysis- noted that there was a steadily growing development which was a positive indicator for the acceptance of the use of electronic banking services ,and interacting withthem.

The research suggested a number of recommendations; including that the banks operating in the Sudanese banking system ,should avail customer requirements in the electronic banking channels, taking into account the spread of these channels, so as to meet their needs, as well as to re-examine their prices, and provide them with high quality , also attention must be paid to females ,by knowing their needs ,and to attract private sector , by removing all problems and obstacles , as this would help them so much in the use of electronic banking services .

قائمة الموضوعات

رقم الصفحة	عنوان الموضوع
أ	استهلال
ب	الإهداء
ج	الشكر والعرفان
د	المستخلص
هـ	Abstract
و	قائمة الموضوعات
ز	قائمة الجداول
ح	قائمة الإشكال
	الفصل التمهيدي الاطار العام للدراسة والدراسات السابقة
	أولاً: الإطار العام للدراسة:
2	المقدمة
3	2 المشكلة
4	3 فرضيات الدراسة
5	4 اهداف الدراسة
6	5 أهمية الدراسة
7	6 منهجية الدراسة
7	7 حدود الدراسة
8	8 هيكل الدراسة
9	ثانياً: الدراسات السابقة
22	الفصل الأول نشأه وتطور الخدمات المصرفيه
22	المبحث الأول: نشأة وتطور الخدمات المصرفية التقليدية

24	ماهية الخدمات المصرفية التقليدية	1-1-1
25	مفهوم الخدمة المصرفية	2-1-1
26	خصائص الخدمات المصرفية التقليدية	3-1-1
28	تحديات الخدمات المصرفية التقليدية	4-1-1
29	أنواع الخدمات المصرفية التقليدية	5-1-1
31	المبحث الثاني: نشأة وتطور الخدمات المصرفية الالكترونية	
36	ماهية الخدمات المصرفية الالكترونية	1-2-1
37	مفهوم العمل المصرفي الالكتروني	2-2-1
38	خصائص الخدمات المصرفية الالكترونية	3-2-1
40	تحديات الخدمات المصرفية الالكترونية	4-2-1
46	أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية	5-2-1
54	المبحث الثالث: تأثير الخدمات المصرفية الالكترونية علي المصارف	
54	البئية الداخلية للمصرف	1-3-1
57	البئية الخارجية للمصرف	2-3-1
	الفصل الثاني	
	قبول الخدمات المصرفية الالكترونية وطرق قياسها	
60	المبحث الأول : قبول الخدمات المصرفية الالكترونية	
61	العناصر المؤثرة في قبول الخدمة المصرفية الالكترونية	1-1-2
64	تحقيق قبول الخدمة المصرفية الالكترونية	2-1-2
64	الاصغاء والتركيز لمعرفة حاجات العملاء	1-2-1-2
65	تحديد حاجات العملاء من الخدمات المصرفية الالكترونية	2-2-1-2
65	العمل علي توفير حاجيات العملاء للخدمات المصرفية الالكترونية	3-2-1-2
66	التأكد من إستمرارية العملاء في التعامل مع المصرف	4-2-1-2

68	نموذج قبول التقنية (TAM)	3-1-2
70	نموذج قبول التقنية (TAM2)	4-1-4
73	النظرية الموحدة لقبول التقنية (UTAUT)	5-1-2
78	نموذج قبول التقنية (TAM3)	6-1-2
84	التحديات التي تواجه قبول المستخدم من الخدمات المصرفية الالكترونية	7-1-2
84	آليات التسويق كمبدأ للاحتفاظ بعملاء المصرف	8-1-2
89	المبحث الثاني : نشأة وتطور جودة الخدمة المصرفية الالكترونية	
90	تعريف جودة الخدمة	1-2-2
91	مفهوم جودة الخدمة	2-2-2
93	أهمية جودة الخدمة	3-2-2
95	المبحث الثالث : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية	
97	مقياس جودة الخدمة المصرفية	1-3-2
99	مقياس فجوة الخدمة	3-3-2
102	مقياس الرضا	4-3-2
102	مقياس الاداء الفعلى	5-3-3
102	مقياس القيمة	6-3-3
103	نموذج أداء الخدمة	7-3-2
	الفصل الثالث:-تحليل وتقويم تجربة الخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف السودان	
106	المبحث الاول لمحة تاريخية حول نشأة المصارف السودانية	1-3
108	عدد المصارف والفروع العاملة في الجهاز المصرفي السوداني	1-1-3
109	عدد العاملين في الجهاز المصرفي السوداني	2-1-3
110	تحليل قنوات الاتصال للخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف السودانية	3-1-3

	المبحث الثاني إجراءات الدراسة الميدانية	
122	مجتمع وعينة الدراسة	1-2-3
123	تصميم أداة الدراسة	2-2-3
124	اسلوب التحليل الإحصائي المستخدم في الدراسة	3.2.3
127	تحليل بيانات الدراسة الميدانية	4-2-3
138	المبحث الثالث مناقشة فرضيات الدراسة	3-3
	الخاتمة	
163	النتائج	1-4
165	التوصيات	2-4

فهرس الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	رقم الصفحة
1.	فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والانترنت	56
2.	اثر الخدمات المصرفية الإلكترونية علي قنوات الاتصال	57
3.	مؤشرات تقييم جودة الخدمة المصرفية	99
4.	عدد المصارف وعدد الفروع في الجهاز المصرفي السوداني	108
5.	عدد العاملين في الجهاز المصرفي السوداني	110
6.	عدد رسائل سويفت	111
7.	عدد البطاقات المصدرة للمصارف	114
8.	اجمالي عدد ماكينات الصرافات الالية	115
9.	عدد المعاملات المالية عبر الصرافات الالية في محول القيود القومي	116
10.	اجمالي عدد العمليات الناجحة التي تتم في الصرافات الالي في المصارف السودانية عن العام 2010م	117
11.	عدد العمليات غير الناجحة في المصارف السودانية تقارير 2007-2008 - 2009-2010-2011	118
12.	عدد المعاملات عبر نقاط البيع في محول القيود القومي	119
13.	عدد نقاط البيع في محول القيود القومي	119
14.	عدد الشيكات المتداولة في المقاصة الالكترونية	121
15.	الاستبانات الموزعة والمعادة	122
16.	الوزن والوسط المرجح لمقياس الدراسة	124
17.	معاملات الثبات لعبارات المقياس بطريقة ألفا كرونباخ	126
18.	صدق المحك لعبارات الاستبانة	127
19.	التوزيع التكرارى لافراد العينة وفق متغير العمر	128
20.	التوزيع التكرارى لافراد العينة وفق متغير الحالة الاجتماعية	129
21.	التوزيع التكرارى لافراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمى	130
22.	التوزيع التكرارى لافراد عينة الدراسة وفق متغير المهنة	131
23.	التوزيع التكرارى لافراد عينة الدراسة وفق متغير الدخل الشهرى	131
24.	التوزيع التكرارى لافراد عينة الدراسة وفق التعامل مع الحاسب الالى	132

133	25.	التوزيع التكرارى لافراد عينة الدراسة وفق المعرفة مع الحاسب الالى
134	26.	التكرارى لافراد العينة وفق متغير سنوات التعامل مع الحاسب
135	27.	التكرارى لعبارات محور انتشار الخدمة المصرفية الالكترونية
136	28.	التأثير الاجتماعى للخدمة المصرفية الالكترونية
137	29.	التوزيع التكرارى لعبارات أسعار الخدمة المصرفية الالكترونية
139	30.	جودة الخدمة المصرفية الالكترونية(جودة خدمة الصراف الالى)
141	31.	جودة الخدمة المصرفية الالكترونية (جودة الخدمة عبر الانترنت)
143	32.	التوزيع التكرارى لعبارات : نية استخدام التكنولوجيا
144	33.	التوزيع التكرارى لعبارات : سلوك الاستخدام
145	34.	الاحصاء الوصفى لعبارات الفرضية الأولى
147	35.	نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الاولى
148	36.	الاحصاء الوصفى لعبارات الفرضية الثانية
150	37.	نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الثانية
151	38.	الاحصاء الوصفى لعبارات الفرضية الثالثة
153	39.	نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الثالثة
154	40.	نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الرابعة جودة الخدمة المصرفية (الصراف الالى)
156	41.	الاحصاء الوصفى لعبارات الفرضية الرابعة (جودة الخدمة المصرفية عبر الانترنت)
158	42.	نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الرابعة جودة الخدمة عبر الصراف الالى
159	43.	نتائج تحليل الانحدار لفرضية الدراسة الرابعة جودة الخدمة المصرفية (عبر الانترنت)
159	44.	نتائج اختبار (F) لدلالة الفروق

قائمة الاشكال

رقم الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
4	نموذج الدراسة	1.
68	نموذج تام (TAM)	2.
71	نموذج قبول التقنية (TAM2)	3.
75	النظرية الموحدة لقبول التقنية	4.
79	نموذج قبول التقنية TAM 3	5.
82	النظرية الموحدة لقبول التقنية	6.
87	خبرة الزبون وموقف الشركة أو المؤسسة المصرفية	7.
90	المراحل الزمنية لتطور مفهوم الجودة	8.
92	مفهوم جودة الخدمة	9.
100	نموذج فجوات جودة الخدمة	10.
109	عدد المصارف في الجهاز المصرفي السوداني	11.
110	عدد العاملين في الجهاز المصرفي	12.
111	عدد رسائل سوفت التي تتم في شركة الخدمات المصرفية الالكترونية	13.
114	عدد البطاقات المصرفية المصدرة من المصارف السودانية	14.
115	اجمالي عدد ماكينات الصراف الالي في المصارف السودانية	15.
116	عدد المعاملات المالية عبر الصرافات الالية في محول القيود القومي	16.
117	اجمالي عدد العمليات الناجحة في المصارف السودانية	17.
118	عدد العمليات الغير الناجحة في المصارف السودانية	18.
119	عدد العمليات التي تتم في نقاط البيع في المصارف السودانية	19.
120	عدد نقاط البيع في المصارف السودانية	20.
121	عدد الشيكات المتداولة في المقاصة الالكترونية	21.
128	توزيع أفراد العينة حسب النوع	22.
129	توزيع أفراد العينة حسب العمر	23.

129	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	24.
130	توزيع افراد العينة حسب المؤهل العلمى	25.
131	توزيع افراد العينة حسب المهنة	26.
132	توزيع افراد العينة حسب الدخل الشهرى	27.
132	توزيع افراد العينة حسب التعامل مع الحاسوب	28.
133	توزيع افراد العينة حسب المعرفة مع الحاسوب	29.
134	توزيع افراد العينة حسب سنوات التعامل مع الحاسوب	30.

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا

تقويم تجربة تطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية بواسطة
المصارف التجارية العاملة في السودان باستخدام النظرية الموحدة
لقبول واستخدام التقنية (2007م- 2012م)

**Evaluation of Experience Of Applying E-banking By Sudanese Commercial
Banks Using Unified Theory Of Acceptance and use of
Technology (UTAUT) (2007-2012)**

بحث مقدم للاستيفاء الكلي لمتطلبات درجة الدكتوراة في الفلسفة في الدراسات المصرفية

إشراف:

إعداد الطالب:

دكتور/عبد العظيم سليمان المهمل

محمد شرف الدين الطيب

1435هـ – 2013م

