

## قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	العنوان
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	قائمة الملاحق
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الإنجليزية
	<b>الفصل الأول : الإطار العام للدراسة</b>
1	المقدمة 1-1
2	مشكلة الدراسة وأسئلتها 2-1
3	أهداف الدراسة 3-1
4	أهمية الدراسة 4-1
6	فرضيات الدراسة 5-1
6	منهج الدراسة 6-1
7	التعريفات الإجرائية 7-1
8	هيكل الدراسة 8-1
	<b>الفصل الثاني : نظريات ونماذج قبول التقنية</b>
9	تمهيد 1-2
10	نظرية التصرفات المسببة Theory Of Reasoned Action 2-2

11	Theory of Planned Behavior (TPB) نظرية السلوك المخطط	3-2
12	Technology Acceptance Model (TAM) نموذج قبول التقنية	4-2
14	Innovation Diffusion Theory (IDT) نظرية نشر الابتكارات	5-2
17	The Social Cognitive Theory(Sct) نظرية المعرفة الإجتماعية	6-2
17	Motivational Model (MM) النموذج التحفيزي	7-2
19	Triandis Model نموذج ترندز	8-2
20	The Unified Theory of Acceptance and Use نظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية of Technology (UTAUT)	9-2
25	EXTENDING THE UNIFIED THEORY تنويع النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT2)	10-2
28	الدراسات السابقة	11-2
45	الاطار النظري المقترح	12-2
45	تطوير الفرضيات من الإطار النظري للدراسة	-12-2 1
67	نموذج الدراسة المقترح	-12-2 2
<b>الفصل الثالث : المراجعة الأدبية للخدمة المصرفية عبر الإنترنت</b>		
69	تمهيد	1-3
71	أنماط الخدمة المصرفية عبر الإنترنت	2-3
73	أقسام الخدمة المصرفية عبر الإنترنت	3-3
75	دواعي تقديم الخدمة المصرفية عبر الإنترنت	4-3

81	مميزات الخدمة المصرفية عبر الإنترنت	5-3
84	عيوب الخدمة المصرفية عبر الإنترنت	6-3
84	مقارنة بين الخدمة المصرفية عبر الإنترنت والخدمة التقليدية	7-3
87	واقع الخدمة المصرفية عبر الإنترنت في السودان	8-3
90	المخاطر المتعلقة بتقديم الخدمة المصرفية عبر الإنترنت	9-3
92	التحديات التي تواجه تطبيق الخدمة المصرفية عبر الإنترنت	10-3
<b>الفصل الرابع : تحليل البيانات</b>		
99	تمهيد	1-4
99	تصميم الاستبانة	2-4
99	مجتمع وعينة الدراسة	3-4
100	مجتمع الدراسة	1-3-4
102	عينة الدراسة	2-3-4
106	الإعتبارات الأخلاقية	4-4
106	الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة	5-4
109	توسطات و انحرافات متغيرات الدراسة	6-4
112	التحليل العاملي الاستكشافي	7-4
113	التحليل العاملي الاستكشافي للمتغير المستقل جودة الموقع الالكتروني	1-7-4
114	التحليل العاملي الاستكشافي للمتغيرات المستقلة	2-7-4
116	التحليل العاملي الاستكشافي لكل المتغيرات	3-7-4
117	التحليل العاملي التوكيدي	8-4
119	التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المستقل (جودة الموقع الإلكتروني)	1-8-4

121	التحليل العملي التوكيدي للمتغيرات المستقلة	2-8-4
123	الاعتمادية والكفاءة العملية لمقاييس الدراسة	9-4
124	نموذج الدراسة المعدل	10-4
126	الإرتباطات بين متغيرات الدراسة	11-4
128	إختبار فرضيات الدراسة	12-4
<b>الفصل الخامس : مناقشة النتائج ومستخلص الدراسة</b>		
	تمهيد	1-5
	خلاصة نتائج الدراسة	2-5
	مناقشة النتائج	3-5
	قياس جودة الموقع الإلكتروني ومدى تأثيرها	1-3-5
	قياس التأثيرات الإجتماعية ومدى تأثيرها	2-3-5
	قياس العوامل المساعدة ومدى تأثيرها	3-3-5
	قياس قيمة السعر ومدى تأثيرها	4-3-5
	اسهامات الدراسة	4-5
	الإسهامات النظرية للدراسة	1-4-5
	الإسهامات التطبيقية للدراسة	2-4-5
	محددات الدراسة	5-5
	التوصيات	6-5
	مقترحات لبحوث مستقبلية	7-5
	الخلاصة	8-5
	قائمة المراجع	

	المراجع العربية	أولاً
	المراجع الأجنبية	ثانياً
	قائمة الملاحق	
	نتائج تحليل SPSS	أولاً
	أداة الدراسة (الإستبانة)	ثانياً

## قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
21	المتغيرات المكونة لمتغير الأداء المتوقع	1-2
22	المتغيرات المكونة لمتغير الجهد المتوقع	2-2
22	المتغيرات المكونة لمتغير التأثيرات الإجتماعية	3-2
23	المتغيرات المكونة لمتغير العوامل المساعدة	4-2
72	أنماط المصارف الإلكترونية ومحتوى الخدمات الموافقة لكل نمط منها	1-3
84	فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والانترنت	2-3
85	تقدير تكلفة الخدمات عبر قنوات مختلفة	3-3
88	نمو أعداد مشتركى شبكات الإتصالات العامة ( ثابت وسيار) و الكثافة الهاتفية الكلية	4-3
89	الحصة السوقية للشركات في سوق الإتصالات في نهاية الربع الاول للعام 2016	5-3
90	نسبة استخدام الإنترنت والنمو السكاني	6-3
103	عدد العملاء المسجلين والمستخدمين للخدمة المصارف السودانية التي شملتها الدراسة حتى نهاية العام 2016	1-4
104	معدل استجابة المبحوثين (حجم العينة = 500)	2-4
106	عدد الاستبانات الصالحة للتحليل	3-4
107	الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة	4-4
110	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة	5-4
111	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات متغيرات الدراسة	6-4
113	التحليل العاملي الإستكشافي للمتغير المستقل جودة الموقع الإلكتروني	7-4
114	التحليل العاملي الإستكشافي للمتغيرات المستقلة	8-4
116	التحليل العاملي الإستكشافي لكل المتغيرات	9-4

120	مؤشرت جودة المطابقة للمتغير المستقل جودة الموقع الإلكتروني	10-4
122	مؤشرت جودة المطابقة للمتغيرات المستقلة	11-4
123	معامل الإعتماذية ألفا كرونباخ لعبارات الإستبيان (حجم العينة :387)	12-4
126	الإرتباطات بين متغيرات الدراسة	13-4
128	فرضيات الدراسة	14-4
131	نتائج الفرضية الاولى هنالك علاقة ايجابية بين جودة الموقع الالكتروني ونية استخدام الخدمة المصرفية عبر الانترنت	15-4
133	نتائج الفرضية الاولى (أ-د) هنالك علاقة ايجابية بين أبعاد جودة الموقع الالكتروني و نية استخدام الخدمة المصرفية عبر الانترنت	16-4
136	نتائج الفرضية الثانية هنالك علاقة ايجابية بين التأثيرات الإجتماعية ونية استخدام الخدمة المصرفية عبر الانترنت	17-4
137	نتائج الفرضية الثالثة هنالك علاقة ايجابية بين العوامل المساعدة ونية استخدام الخدمة المصرفية عبر الانترنت	18-4
138	نتائج الفرضية الرابعة هنالك علاقة ايجابية بين قيمة السعر ونية استخدام الخدمة المصرفية عبر الانترنت	19-4
		20-4

## قائمة الأشكال

رقم الصفحة	الموضوع	رقم الشكل
10	نظرية التصرفات المسببة (TRA) Theory Of Reasoned Action	1-2
11	نظرية السلوك المخطط (TPB) Theory of Planned Behavior	2-2
12	نموذج قبول التقنية (TAM) Technology Acceptance Model	3-2
13	نموذج قبول التقنية 2 (ETAM) (Extension of TAM)	4-2
13	النسخة المعدلة الثانية لنموذج قبول التقنية	5-2
14	النسخة المعدلة الاخيرة لنموذج قبول التقنية	6-2
16	مخطط لنموذج نشر الابتكارات Diffusion of Innovation	7-2
17	مخطط نظرية المعرفة الاجتماعية (Sct) The Social Cognitive Theory	8-2
18	مخطط النموذج التحفيزي Motivational Model	9-2
19	مخطط لنموذج ترندز Triandis Model	10-2
24	مخطط لنموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية UTAUT	11-2
27	مخطط لنموذج امتداد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية UTAUT2	12-2
68	النموذج المقترح للدراسة باستخدام نموذج UTAUT2	13-2
78	تطوير تقنيات العمل في المؤسسات المالية الإسلامية	1-3
119	التحليل العاملي التوكيدي للمتغير المستقل جودة الموقع الإلكتروني	1-4
121	التحليل العاملي التوكيدي للمتغيرات المستقلة	2-4
124	نموذج الدراسة المعدل	3-4
127	الإرتباطات بين متغيرات الدراسة	4-4
132	نتائج الفرضية الاولى هنالك علاقة ايجابية بين جودة الموقع الالكتروني ونية استخدام الخدمة المصرفية عبر الانترنت	5-4
134	نتائج الفرضية الاولى هنالك علاقة ايجابية بين أبعاد جودة الموقع الالكتروني ونية استخدام الخدمة المصرفية عبر الانترنت	6-4
136	نتائج الفرضية الثانية هنالك علاقة ايجابية بين التأثيرات الإجتماعية ونية استخدام الخدمة المصرفية عبر الانترنت	7-4
137	نتائج الفرضية الثالثة هنالك علاقة ايجابية بين العوامل المساعدة ونية استخدام الخدمة المصرفية عبر الانترنت	8-4
139	نتائج الفرضية الرابعة هنالك علاقة ايجابية بين قيمة السعر ونية استخدام الخدمة المصرفية عبر الانترنت	9-4
	نموذج الدراسة النهائي	1-5

قائمة الإختصارات

المصطلح	الاسم	رقم
الإنترنت المصرفي	الخدمة المصرفية عبر الإنترنت	
UTAUT	النظرية الموحدة لقبول وإستخدام التقنية	
UTAUT2	إمتداد النظرية الموحدة لقبول وإستخدام التقنية	
نية الإستخدم	نية إستخدام الخدمة المصرفية عبر الإنترنت	
الجودة التقنية	الجودة التقنية لموقع المصرف على شبكة الإنترنت	
جودة المحتوى العام	جودة المحتوى العام لموقع المصرف على شبكة الإنترنت	
جودة المحتوى الخاص	جودة المحتوى الخاص لموقع المصرف على شبكة الإنترنت	
جودة الخصائص الشكلية	جودة الخصائص الشكلية لموقع المصرف على شبكة الإنترنت	

## المستخلص :

تعتبر الخدمات المصرفية عبر الإنترنت واحدة من التقنيات الحديثة في الصناعة المصرفية، والتي لديها العديد من الفوائد لكل من العملاء والصناعة المصرفية نفسها. وعلى الرغم من الزيادة في أعداد المصارف التي تقدم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت إلا أن قبول الخدمات المصرفية عبر الإنترنت بين المستهلكين السودانيين لا يزال منخفضاً جداً. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على العوامل المؤثرة في استخدام الخدمة المصرفية عبر الإنترنت في السودان وذلك بتطوير نموذج امتداد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية (UTAUT2)، وإختبرت الدراسة عدداً من الفرضيات تمحورت حول مدى تأثير هذه العوامل في استخدام العملاء للخدمة. إتبعنا الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات الأولية من خلال توزيع إستبانة على عينة من المستخدمين الفعليين للخدمة في ثلاثة مصارف عاملة بالسودان.

تم استخدام العديد من التقنيات الإحصائية متعددة المتغيرات، بما في ذلك التحليل العاملي الإستكشافي، التحليل العاملي التوكيدي، ونمذجة المعادلة البنائية لتحليل والتحقق من صحة نموذج البحث المطور، ومن ثم ذلك إستخدم نمذجة المعادلة البنائية، وبرنامج التحليل الإحصائي (AMOS) الإصدار 22.0 لدراسة إرتباطات النموذج المقترح.

وخلصت الدراسة إلى أن النموذج المقترح يفسر 65.22% من التغير في نية الاستخدام عند مستوى ثقة 99% مع دلالة إحصائية قدرها (0.000). وبالتالي، فإن النموذج المقترح يعطي مؤشرات أكثر قوة من النموذج الأساسي (UTAUT) و (UTAUT2) ويساهم بشكل كبير في فهم العوامل التي تؤثر في نية استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في السودان، كما أظهرت النتائج أنه يوجد تأثير لجودة الموقع الإلكتروني للمصرف وقيمة السعر في النية السلوكية لاستخدام الخدمة المصرفية عبر الإنترنت في حين أنه لا يوجد تأثير للتأثير الاجتماعي والعوامل المساعدة في النية السلوكية لاستخدام الخدمة المصرفية عبر الإنترنت.

كما خلصت الدراسة إلى جملة من التوصيات وعلى رأسها إهتمام المصارف بجودة مواقعها الإلكترونية وفقاً لأبعاد الجودة المختلفة، فضلاً عن التركيز على فئات العملاء الأكثر استخداماً للخدمة، واستهداف النسبة الكبيرة من العملاء الذين قاموا بالتسجيل للخدمة ولم يستخدموها بشكل فعلي.

**الكلمات الدالة :** إمتداد النظرية الموحدة لقبول وإستخدام التقنية، جودة الموقع الإلكتروني، الخدمة المصرفية عبر الإنترنت، إستخدام التقنية

## **ABSTRACT**

Internet Banking, is one of the new technologies in the banking industry, which has many benefits for both customers and banking industry itself. In spite of the increasing in the number of banks, which provides internet banking services, the acceptance of internet banking among Sudanese consumers is still very low. Therefore, this study aimed to identify the factors influencing the use of "Internet Banking" in Sudan by developing a model extension for unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT2). The study tested a number of hypotheses that focused on the impact of these factors on the customers' usage of service. The study followed the descriptive analytical method, where the primary data had been collected through the distribution of a questionnaire on a sample of actual users of the service in three banks in Sudan.

Several multivariate statistical techniques, including Exploratory Factor Analysis (EFA), Confirmatory Factor Analysis (CFA), and Structural Equation Modelling (SEM) were utilized to analysis and validate the developed research model, the SEM technique and analysis of Moment Structures (AMOS) Version 22.0 were then used to examine and refine the model relationships.

The study concluded that the proposed model explain 65.22% of the change in intention to use with a 99% of confidence, with statistical significance of (0.000). Thus, the proposed model is giving more powerful indicators than the basic model (UTAUT) and (UTAUT2) and significantly contributes to understand the factors influencing Intention to Use of Internet banking in Sudan. The results show that Website Quality (WQ) and Price Value (PV) influence the Behavioural Intention (BI) to use Internet Banking service while Social Influence (SI) and Facilitating Conditions (FC) does not influence the Behavioural Intention to use Internet Banking Service. The study main recommendations call for the banks to pay more attention towards improving the quality of their websites according to the different quality dimensions; as well as focusing on the segment of customers who widely used this service; besides targeting those large proportion of customers who have registered for the service and did not use it effectively.

**KEY-WORDS:** Unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT), (UTAUT2), website quality,,Internet banking, technology use.