



جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا



دور جودة الخدمة المصرفية عبر الموبايل ووعي العملاء
في تبني الخدمة
(دراسة ميدانية علي عينة من المستخدمين بولاية
الخرطوم)

**Role of Mobile Banking Service Quality and
Customer Awareness in Service Adoption
(A Field Study on a Sample of Users in the Khartoum State)**

دراسة ميدانية على عينة من المستخدمين بولاية الخرطوم
بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراة في الدراسات المصرفية

إعداد الدراسة
وعد عمر محمد احمد

إشراف
أ.د . ابراهيم فضل المولي البشير

144هـ - 2021م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإستهلال

قال الله تعالى :

(*39* وَأَنْ لَيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى *40* وَأَنْ سَعِيهِ سَوْفَ يُرَى *41*

ثُمَّ يُجْزَاهُ الْجَزَاءَ الْأَوْفَى)

صدق الله العظيم

سورة النجم – الآيات (39-41)

الإهداء

إلى

ملاكي الرحمه الذين قابلتهم معا وظلاً معاً يحيطاننا حباً وحناناً

أمي وأبي

إلى

إخوتي الذين كانوا سنداً لي في كل خطوة

إلى

من منحني الثقة والحافز نحو النجاح

زوجي العزيز

إلى

هدية السماء ... أبنتي وأبني

إهدي هذا الجهد

،،، الباحثة ،،،

الشكر والتقدير

الحمد لله رب السموات والأرض رب العرش العظيم، والصلاة والسلام على حبيب القلوب محمد صلى الله عليه وسلم النبي الأمين وعلى آله وصحبه أجمعين، فالشكر من قبل ومن بعد لله عزوجل أن أتم على نعمة الصحة والعافية و أن أعد هذا البحث على هذه الصورة.

أما بعد ،،،

أتوجه بجزيل شكري لجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات التجارية ، وأتوجه أيضاً بخالص الشكر والتقدير الى أستاذي الدكتور / إبراهيم فضل المولى الذي علمنا بكرمه تواضع العلماء و تقضل بالإشراف على هذا البحث، فلم يبخل بتوجيهاته أو إرشاداته، فكان لتوجيهاته الصائبة، وإرشاداته السديدة ولمتابعتها العلمية الرفيعة الأثر الكبير في إتمام هذا العمل، فأليه أتقدم بعميق الشكر وجزاه الله عنى خير الجزاء.

كما أتقدم بالشكر إلى أسرة كلية الدراسات التجارية- بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا على المعاملة الطيبة والتي وجدناها منذ اللحظة الأولى من تسجيلنا للكلية و الشكر مقدم إلى جميع الخبراء التربويين في جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، على توجيهاتهم الكريمة ، والشكر للأستاذ/ فخر الدين محمد أحمد ، الذي لولاه ما كان هذا الإنجاز ممكناً.

الباحثة ،،،

المستخلص

هدفت الدراسة للتعرف علي دور جودة الخدمة المصرفية عبر الموبايل والوعي المصرفي للعملاء في تبني الخدمة بأستخدام البنية الأساسية لأمتداد النظرية الموحدة لقبول وأستخدام التكنولوجيا (UTAUT2) بأضافة (أبعاد جودة الخدمة، الوعي المصرفي للعملاء) تم أستخدام أداة الأستبيان لجمع البيانات من المبحوثين، وتوصلت الدراسة الي نتائج أهمها أن لجودة الخدمة أثر في نية تبني العملاء لخدمة كما أن عناصر (الاداء المتوقع، الجهد المتوقع ، التأثيرات الاجتماعية، العادة، العوامل الميسرة) جميعها ذات أثر ايجابي علي نية تبني العملاء للخدمة المصرفية عبر الموبايل. كما انه لا يوجد أثر للوعي المصرفي للعملاء علي تبني العملاء للخدمة.

أوصت الدراسة بعدد من التوصيات أهمها أن علي المصارف التركيز علي أستقطاب الفئات الاقل أستخداما للخدمة وهم (كبار السن فوق 50 عاما، اصحاب الدخل المنخفض، غير المتعلمين) كما عليها التركيز علي قياس مستوى جودة الخدمة بأستمرار حيث شكل بعد (الأمان) أهم العوامل التي يهتم بها المستخدمين من ناحية الجودة، كذلك علي الجهات المعنية بتقديم الخدمة التركيز علي توفير البنية التحتية الملائمة حيث أن (العوامل المساعدة) تبين من خلال الدراسة الميدانية أنها ذات تأثير كبير علي نية الإستخدام.

Abstract

The study aimed to detect the role of mobile banking service quality and customer awareness in service adoption by using the basic structure of the extension of **unified theory of acceptance and use of technology** (UTAUT2) and (Service quality, banking customer awareness). The questionnaire tool was used to collect data from the respondents, and the study found that the most important results, that the service quality has an impact on the intention of customers to adopt the service, and the elements (expected performance, expected effort, social influences, habit, facilitating factors) all have a positive impact on the intention of customers to adopt the Mobile Banking service. Also, there is no effect of banking customers' awareness on customers' adoption of the service.

The study recommended a number of recommendations, the most important is that banks should focus on attracting the least used groups to serve them (the elderly over 50 years old, low-income people, the uneducated), and they should focus on constantly measuring the level of service quality, where the dimension (safety) is the most important factor that cares The users in terms of quality, as well as the authorities concerned with providing the service should focus on providing the appropriate infrastructure, as (facilitating factors) were shown through the field study to have a significant impact on the intention to use.

فهرس الموضوعات

الرقم	المحتوى	رقم الصفحة
1	الإستهلال	أ
2	الاية	ب
3	الإهداء	ج
4	الشكر والتقدير	د
5	المستخلص	هـ
6	Abstract	و
7	فهرس الموضوعات	ز
	الفصل الاول : الإطار التمهيدي	
	المبحث الأول : الإطار العام للدراسة	
	مقدمة	2
	مشكلة الدراسة	3
	أهداف الدراسة	4
	أهمية الدراسة	4
	نظرية ونموذج الدراسة	6
	التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة	7
	الحدود الزمانية والمكانية	9
	المبحث الثاني : الدراسات السابقة	
	دراسات محلية	10
	دراسات عالمية	18
	دراسات عربية	26
	الفجوات البحثية وتطوير الفرضيات	32
	فرضيات الدراسة	39
	الفصل الثاني : الإطار المفاهيمي	
	المبحث الاول: نشأة وتطور التكنولوجيا والتقنية المصرفية	
	مقدمة	39
	ماهية ومفهوم التقنيه والتكنولوجيا	39
	مراحل تطور التكنولوجيا والتقنية	41
	ماهية ومفهوم تكنولوجيا وتقنية المعلومات	44

45	سمات عصر المعلومات	
47	ماهية ومفهوم التكنولوجيا والتقنية المصرفية	
47	مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي	
49	الحاجة لإستخدام التكنولوجيا في القطاع المصرفي	
51	دور المصارف في استخدام التقنية المصرفية	
	المبحث الثاني: تطبيقات الصيرفة الالكترونية وادارة مخاطرها.	
52	مقدمة	
52	تعريف الصيرفة الالكترونية	
53	بعض تطبيقات الصيرفة الالكترونية	
55	ادارة مخاطر العمل المصرفي الالكتروني	
55	مبادئ إدارة المخاطر	
58	محفزات ظهور المخاطر عند تطبيق الصيرفة الالكترونية	
60	عناصر ادارة مخاطر الصيرفة الالكترونية	
	المبحث الثالث : النظريات التي تفسر قبول وتبني التقنيات الحديثة	
63	نظرية التصرفات لمسببة	
64	نظرية السلوك المخطط	
65	نموذج قبول التكنولوجيا	
66	نظرية نشر الابتكارات	
68	نظرية المعرفة الاجتماعية	
69	النموذج التحفيزي	
70	نموذج تريندز	
71	النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا	
71	إمتداد النظرية الموحدة لقبول وإستخدام التقنية	
73	تعريف متغيرات النموذج الرئيسية	
الفصل الثالث : الإطار النظري		
المبحث الأول : جودة الخدمة المصرفية		
76	الجودة في اللغة	
76	الجودة اصطلاحا	
76	جودة الخدمة	

78	جودة الخدمات المصرفية الالكترونية
79	خصائص الخدمات المصرفية
81	نماذج قياس جودة الخدمات
81	نموذج SERVQUAL
84	سلوك المشتري للخدمات المالية
85	العوامل المؤثرة علي سلوك المشتري للخدمات المالية
89	مراحل تبني المنتج المالي الجديد
	المبحث الثاني : الموبايل المصرفي
92	مقدمة عن الموبايل المصرفي
92	مميزات الخدمات المصرفية عبر الموبايل
93	انواع الخدمات المصرفية المقدمة عبر الموبايل
	المبحث الثالث : الوعي المصرفي
95	تعريف الوعي المصرفي
96	أهمية الوعي المصرفي
96	العوامل المحددة للوعي المصرفي
97	قياس الوعي المصرفي
	الفصل الرابع : إجراءات الدراسة الميدانية النتائج والتوصيات
	المبحث الأول : التقنية المصرفية في السودان
98	الأنظمة المصرفية الإلكترونية مابعد العام 2000م
100	الموبايل المصرفي في السودان
102	أهداف وتحديات الخدمة في السودان
103	الموبايل المصرفي والدفع عبر الموبايل في السودان
	المبحث الثاني : إجراءات الدراسة الميدانية.
105	منهجية الدراسة
105	مجتمع وعينة الدراسة
106	أداة الدراسة
107	وصف الاستبيان
107	الصدق والثبات
	المبحث الثالث : عرض وتحليل البيانات ومناقشة النتائج.

109	تحليل بيانات الدراسة الأساسية	
139	اختبار الفرضيات	
162	النتائج	
163	اسهامات الدراسة	
164	محددات الدراسة	
165	التوصيات	
181	المصادر والمراجع	
196	الملاحق	

فهرس الجداول

رقم الصفحة	أسم الجدول	رقم الجدول
108	الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على الاستبيان.	(1)
108	نسبة الاستجابة	(2)
111	مقياس درجة الموافقة	(3)
113	تحليل بيانات الشخصية	(4)
117	التحليل العاملي الإستكشافي لنموذج الدراسة	(5)
121	جدول رقم (6)	(6)
123	مؤشرات جودة النموذج	(7)
125	مؤشرات جودة المطابق لنموذج الدراسة	(8)
127	مؤشرات جودة المطابق لنموذج الدراسة	(9)
128	تحليل الإعتماضية والصلاحية لنموذج الدراسة	(10)
129	المتوسطات والإنحرافات المعيارية لأسئلة الدراسة	(11)
130	الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة	(12)
133	جدول رقم (13)	(13)
134	جدول رقم (14)	(14)
137	اختبارات التوزيع الطبيعي	(15)
137	اختبار التوزيع الطبيعي	(16)
142	مؤشرات جودة النموذج لجودة الخدمة المصرفية عبر الموبايل علي نية العملاء لتبني الخدمة.	(17)
143	قيم تحليل المسارمن لجودة الخدمة المصرفية عبر الموبايل علي نية العملاء لتبني الخدمة.	(18)
144	مؤشرات جودة النموذج الجهد المتوقع يؤثر تأثير ايجابي علي نية العملاء بتبني الخدمة المصرفية عبر الموبايل	(19)
145	قيم تحليل المسارمن الجهد المتوقع يؤثر تأثير ايجابي علي نية العملاء بتبني الخدمة المصرفية عبر الموبايل	(20)

147	مؤشرات جودة النموذج للاداء المتوقع علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل.	(21)
148	قيم تحليل المسارمن للاداء المتوقع علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل.	(22)
149	مؤشرات جودة النموذج للتأثيرات الاجتماعية علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل	(23)
150	قيم تحليل المسارمن للتأثيرات الاجتماعية علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل	(24)
151	مؤشرات جودة النموذج للعوامل الميسرة علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل	(25)
152	قيم تحليل المسارمن للعوامل الميسرة علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل	(26)
153	مؤشرات جودة النموذج للعادة علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل. قيم تحليل المسارمن للعادة علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل.	(27)
154	مؤشرات جودة النموذج للوعي المصرفي علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل	(28)
155	الوعي المصرفي علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل.	(29)
155	الوعي المصرفي وجودة الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول لقبول العملاء للخدمة	(30)
158	الوعي المصرفي وجودة الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول لقبول العملاء للخدمة	(31)

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	أسم الشكل	رقم الشكل
6	مخطط نظرية الدراسة	(1)
40	نموذج الدراسة	(2)
63	النموذج المفاهيمي للجودة وتحليل التناقضات Source	(3)
63	نظرية التصرفات المسببة	(4)
65	نظرية السلوك المخطط	(5)
66	النموذج المطور لقبول التكنولوجيا TAM2	(6)
68	نموذج نشر الابتكارات (IDT)	(7)
69	نموذج نظرية المعرفة الاجتماعية	(8)
70	نموذج التحفيز	(9)
70	نموذج تريندر	(10)
71	نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا	(11)
73	نموذج امتداد النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا	(12)
110	سلامة البيانات والقيم المتطرفة outlier	(14)
115	بيانات الدراسة الميدانية	(15)
		(16)
		(17)
		(18)
		(19)
		(20)
124	التحليل العاملي التوكيدي	(21)
126	التحليل العاملي التوكيدي لنموذج الدراسة المعدل	(22)

139	نموذج رقم (23)	(23)
141	الفرضية الأولى : هنالك اثر ايجابي لجودة الخدمة المصرفية عبر الموبايل علي نية العملاء لتبني الخدمة.	(24)
144	الفرضية الثانية : الجهد المتوقع يؤثر تأثير ايجابي علي نية العملاء بتبني الخدمة المصرفية عبر الموبايل	(25)
146	الفرضية الثالثة: هنالك اثر ايجابي للاداء المتوقع علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل.	(26)
149	الفرضية الرابعة: هنالك أثر ايجابي للتأثيرات الاجتماعية علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل.	(27)
150	الفرضية الخامسة: هنالك اثر ايجابي للعوامل الميسرة علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل	(28)
154	الفرضية السادسة: هنالك اثر ايجابي للعادة علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل	(29)
156	الفرضية السابعة: هنالك اثر ايجابي للوعي المصرفي علي نية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر الموبايل.	(30)
157	أثر المتغيرات الديمغرافية (البيانات الشخصية) دورالوعي المصرفي وجودة الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول لقبول العملاء للخدمة	(31)