

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



الموضوع :

أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على اتجاه العميل

دراسة حالة : مصرف السلام وكالة بسكرة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- يزغش كميليا

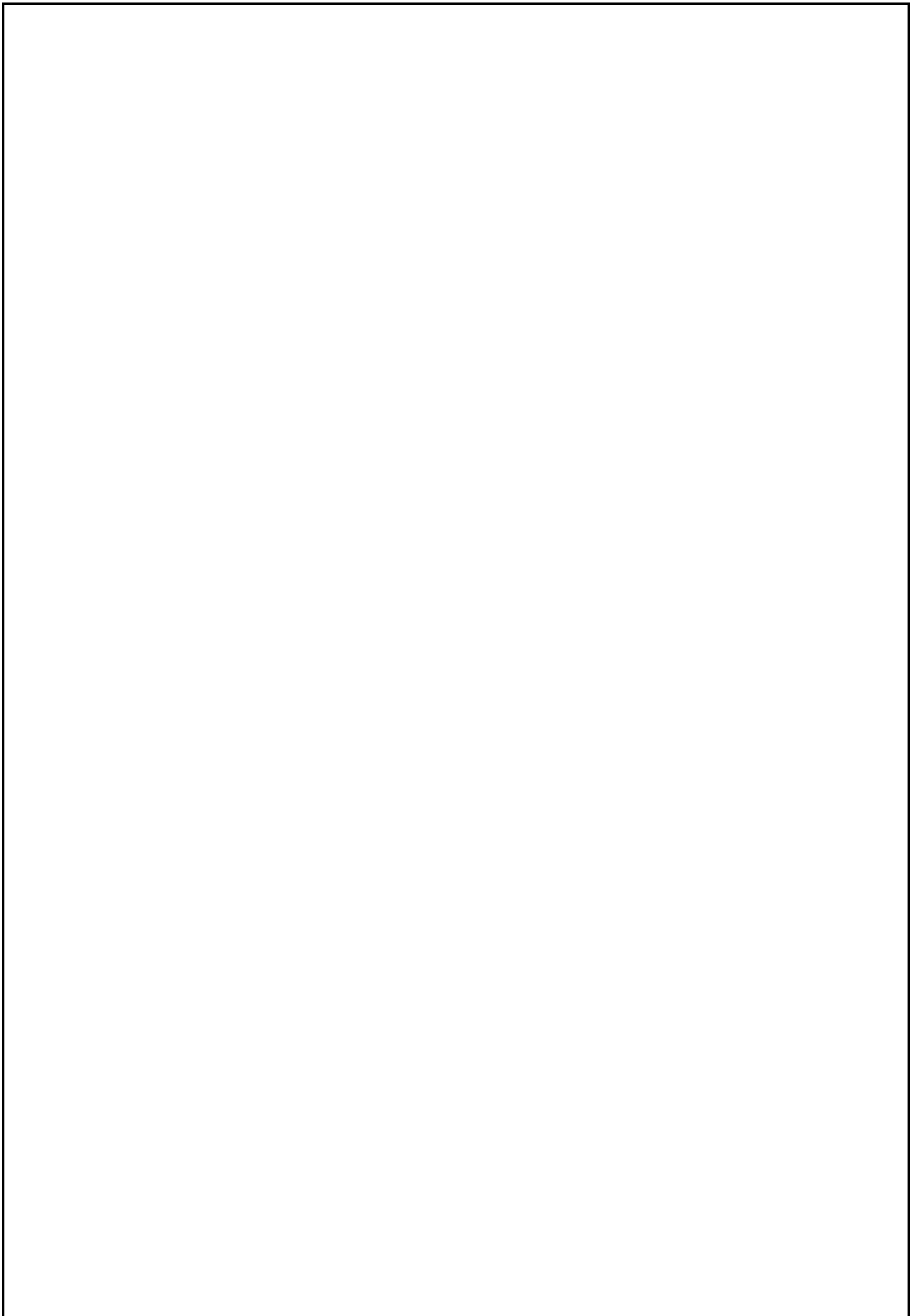
من إعداد الطالب (ة):

- عطاء الله هناء

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	- حوحو سعاد
بسكرة	مقرا	أستاذ مساعد أ	- يزغش كميليا
بسكرة	مناقشا	أستاذ محاضر ب	- قاسمي خضرة

الموسم الجامعي 2022-2023:





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

الموضوع :

أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على اتجاه العميل

دراسة حالة : مصرف السلام وكالة بسكرة

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- كميليا يزغش

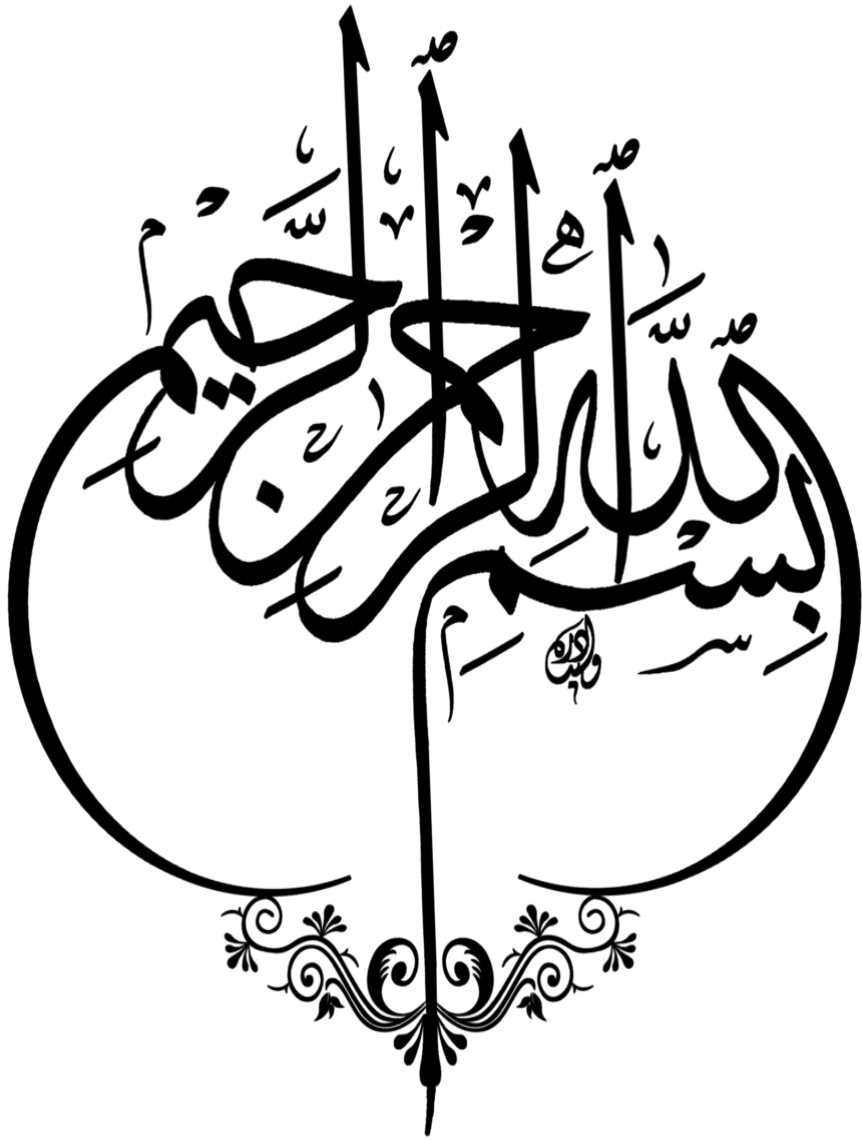
من إعداد الطالب (ة):

- هناء عطاء الله

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
بسكرة	رئيسا	أستاذ التعليم العالي	- حوحو سعاد
بسكرة	مقرا	أستاذ مساعد أ	- يزغش كميليا
بسكرة	مناقشا	أستاذ محاضر ب	- قاسمي خضرة

الموسم الجامعي 2022-2023:



شكر وتقدير

اشكر الله واحمده حمدا كثيرا مباركا على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم والبصيرة .

يشرفنا أن نتقدم بالشكر الجزيل والثناء الخالص لمربية الأجيال لمن أضاءت قناديل العلم والمعرفة في قلوبنا , إلى نبع العون , إلى من وجهنا دون وهن , إلى من زودنا بكل شحن , شكرا لرمز التضحية والعطاء شكرا معلمتنا الفاضلة "يزغش كميليا " المشرفة على هذه المذكرة لك منا الشكر الجزيل وخالص الاحترام والحب و التقدير ودمت الشعاع المنير جزاك الله عنا كل خير .

يملي علينا الواجب الاعتراف بالفضل إلى جميع الأساتذة الأفاضل الذين كانوا لنا شرف نهل العلم على أياديهم خلال سنوات الدراسة.

كما نتقدم بالشكر إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل المتواضع شكرا للذين وقفوا في طريقنا فكانوا بذلك حافزا لنا للتحدي والمثابرة لتحقيق النجاح .

و أخيرا نشكر كل من ساهم معنا ولو بكلمة طيبة



بسم الله الرحمن الرحيم

وصلى الله على صاحب الشفاعة سيدنا محمد النبي الأمين، وعلى آله وصحبه الميامين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين وبعد الحمد لله الذي وفقنا لتثمين هذه الخطوة في مسيرتنا الدراسية بمذكرتنا هذه ثمرة الجهد والنجاح بفضلته تعالى والتي اهديه إلى: تلك التي تستقبلي بابتسامة وتودعني بدعوة وذات الصدر الدافئ الحنون وبنوع الصبر والتفاؤل والأمل إلى من لا أجد لها كلمات تعبر عنها أو توفيقها حقها إلى صديقتي وتوأمي إلى " أمي الغالية - مباركة قسمية " - أطال لنا الله بعمرها وشفافها وكتبها الله لها دوام الصحة والعافية.

كما اهدي تخرجي هذا وثمره جهدي وذروة سنام دراستي واجتهادي وفرحتي التي انتظرتها طوال حياتي، إلى من تربيته على يديه وعلمي القيم والمبادئ والأخلاق إلى من لا ينفصل اسمي عن اسمه أبدا إلى مصدر الدعم والعطاء وبنوع الأمل إلى " أبي الغالي - جيلاني عطاء الله " - حفظه الله وأدامه الله تاج على راسي دائما وأبدا. واهدي تخرجي إلى سندي وقوتي وملاذي بعد الله ووالدي إلى من آثروني على أنفسهم إلى من علموني علم الحياة إلى من اظهروا لي ما هو أحلى من الحياة إلى من كانوا ملاذي وملجئي وعزوتي " إخوتي - " سالم - جهاد - محمد - أمينة .

كما أتقدم بخالص الشكر والامتنان واهدي له تخرجي إلى أبي الثاني وأخي الكبير وسندي و الذي دائما يدعمني في حياتي ومشواري إلى عمي الغالي " إبراهيم عطاء الله " حفظك الله لي وأدامك سندا وأبا وفخرا لي ولعائلته " جويدة - هديل - لجين - مصطفى - زكرياء ."

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى جدي " عمر قسمية " وجدي " مصطفى " وجدتي " خيرة راهم " وأتمنى لهم دوام الصحة والعافية، وإلى جدتي " فاطمة الزهراء جنجج " رحمها الله.

واهدي تخرجي الذين يدفعوني دائما إلى الأمام إلى كل الأهل " خالاتي وأخوالي وأعمامي وعماتي وأولادهم "

إلى كل من كان لهم اثر على حياتي، وإلى كل من أحبهم قلبي ونسبهم قلبي

هناء عطاء الله

freedom is in peril
defend it
with all
your might

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على اتجاه العملاء. حيث إن توفير هذه الخدمات الحديثة من طرف المصارف يؤثر على موقف المتعاملين معه وبالتالي يتجهون نحو استعمالها أو يعرضون. تم تصميم استبانة إلكترونية تم توجيهها لعملاء مصرف السلام وكالة بسكرة، والذي يبلغ عددهم ما يقارب 200 عميل. ضم الاستبيان أربعة محاور (الفوائد المتوقعة، سهولة الاستخدام، النوايا السلوكية، الاستخدام الفعلي) وتمت الإجابة على 50 استمارة إلكترونية تمت معالجتها ببرنامج SPSS.

توصلت الدراسة إلى وجود وتوفير خاصية الصيرفة المحمولة لدى المصرف، ومن خلال اعتماده لهذه التكنولوجيا الحديثة بما فيها تكنولوجيا الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول فذلك ينعكس إيجابيا على المصرف وجودة خدماته المقدمة. كما أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر إيجابي على اتجاه العملاء عند إجراء معاملاتهم المصرفية عبر الهاتف المحمول وذلك من خلال توفير الخدمات المطلوبة وتحقيق الاحتياجات والرغبات للعملاء. كما تم إيجاد علاقة قوية بين فئة الشباب ذوي المستوى الجامعي والعالم الرقمي من خلال خبرتهم في مجال استخدام الهواتف الذكية والولوج للعالم الافتراضي. وفي الأخير تم تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات التي قد تساعد المصرف في تحفيز العملاء لاستعمال الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، اتجاه العميل ، الفوائد المتوقعة ، سهولة الاستخدام ، النوايا السلوكية ، الاستخدام الفعلي .

abstract:

This study aimed to find out the impact of mobile banking services on customer attitudes. Providing these modern services by banks affects the attitude of its customers, thus they tend to use them or not. An electronic questionnaire was designed and directed to Al Salam Bank and Biskra Agency clients that are approximately 200 clients. The questionnaire included four axes (expected benefits, ease of use, behavioral intentions, and actual use) where 50 answers were collected and analyzed with SPSS.

The study concluded that mobile banking feature is available in the bank, and through the adoption of this modern technology, this reflects positively on the bank and the quality of its provided services. The results of the study also showed a positive impact on the attitude of customers when conducting their banking transactions via the mobile phone, by providing the required services and fulfilling their expected needs and desires of customers. A strong relationship between university-level youth and the digital world has also been created through their experience in using smartphones and accessing the virtual world.

Finally, some suggestions and recommendations were presented that may help the bank to motivate customers to use mobile banking services.

Keywords: mobile banking, customer attitude, expected benefits, ease of use, behavioral intentions, actual use.



فهرس الجداول

والأشكال

صفحة	قائمة الأشكال
22	الشكل رقم (1) : مخطط لمكونات الاتجاه
23	الشكل رقم (2) : العناصر الأساسية لنموذج قبول التكنولوجيا (TAM)
24	الشكل رقم (3) : نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)
33	الشكل رقم (4) : الهيكل التنظيمي لمصرف السلام وكالة بسكرة
35	الشكل رقم (05) : صور للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لمصرف السلام
35	الشكل رقم (06): صور لتطبيق "السلام سمارت بنكنغ" عبر الهاتف المحمول
36	الشكل رقم (07): صورة للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لمصرف السلام
37	الشكل رقم (08): صور لخدمات التمويل لمصرف السلام عبر المنصة الرقمية
38	الشكل رقم (09): صور لخدمة السلام المباشر
39	الشكل رقم (10) : توزيع العينة حسب الجنس
40	الشكل رقم (11) : توزيع العينة حسب العمر
41	الشكل رقم (12) : توزيع العينة حسب المؤهل العلمي
42	الشكل رقم (13) : توزيع العينة حسب مدة تعامل العميل مع المصرف
43	الشكل رقم (14) : توزيع العينة حسب الخدمات المستعملة من طرف العميل
	الشكل رقم (15) : توزيع العينة حسب وسائل الدفع المستخدمة
	قائمة الجداول
25	جدول رقم (1) : يمثل أهم النظريات والنماذج المعتمدة لدراسة تقبل واستخدام الأفراد للتكنولوجيا
39	جدول رقم (2) : توزيع العينة حسب الجنس
39	جدول رقم (3): توزيع العينة حسب العمر
40	جدول رقم (4) : توزيع العينة حسب المؤهل العلمي
41	جدول رقم (5) : توزيع العينة حسب مدة تعامل العميل مع المصرف
42	جدول رقم (6) : توزيع العينة حسب الخدمات المصرفية التي يستخدمها العميل عبر الهاتف المحمول
43	جدول رقم (7) : توزيع العينة حسب وسائل الدفع المستخدمة
44	جدول رقم (8): درجات مقياس ليكارت الخماسي
46	جدول رقم (9): معامل الصدق والثبات

فهرس الجداول والأشكال والرسومات البيانية

46	جدول رقم (10): معاملات الإلتواء والتفلطح
47	جدول رقم (11): مقياس الحكم على إجابات الأفراد
48	جدول رقم (12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الفوائد المتوقعة
49	جدول رقم (13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات سهولة الاستخدام
50	جدول رقم (14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات النوايا السلوكية
51	جدول رقم (15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الاستخدام الفعلي
52	جدول رقم (16): نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية
53	جدول رقم (17): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لاختبار أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اتجاه العملاء



لقد أصبح العالم اليوم عبارة عن قرية إلكترونية بسبب التطورات التكنولوجية الحاصلة مما سمح للأفراد بإتباع عصر التكنولوجيا ومواكبته ، وكما فرض هذا التغيير على المؤسسات في جميع المجالات بتغيير جذري في نمط أعمالهم من الطرق التقليدية إلى الوسائل التكنولوجية الحديثة، إذ أضحت نافذة جديدة للحصول على ربح أكثر والوصول إلى أكبر عدد من العملاء عن طريق شبكة الانترنت وذلك لما يوفره من سرعة في الانجاز والدقة والبساطة والسهولة في تسوية المعاملات المصرفية وبأقل التكاليف وتوفير الوقت والجهد للعميل ، وقد أصبح أمرا ضروريا على المصارف في إتباع واعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر سلسلة واسعة من الأساليب الإلكترونية المتنوعة والحديثة ، وإجراء المعاملات المالية بواسطة وسائل الدفع الإلكترونية لضمان والاحتفاظ بالعملاء الحاليين وكسب عملاء جدد .

كما يعتبر الهاتف المحمول من احدث الوسائل المستخدمة في المصارف لتقديم خدماتهم وتواصلهم مع عملاءهم ، حيث يمكن الهاتف المحمول العميل من إتمام مدفوعات الفواتير عبر التطبيق المنزل في الهاتف والذي من خلاله يستطيع العميل التواصل مباشرة مع مصرفه وبكل سهولة ، وكذلك الاستعلام والاستفسار بكل راحة دون اللجوء للذهاب إلى المصرف، وإجراء عمليات مصرفية أخرى مثل الاطلاع على الحساب وسحب وتحويل الأموال وإيداعها في الحساب والحسابات الأخرى ، كما أن المصارف بطبيعتها تبحث عن كل ما هو جديد وحديث بغرض توفير الوقت و الجهد وتقليل التكاليف والبساطة والأمان والسرعة في الاستجابة بهدف الحفاظ على العملاء وجذب عملاء جدد .

ولكي يتماشى هذا النوع من الخدمات المصرفية تسعى المصارف لدراسة اتجاه العملاء ومدى تقبل هذه الخدمات التي تتبعها المصارف ، حيث تعتبر من أصعب المهام التي تواجه رجال التسويق في تحديد اتجاهات العملاء وكيفية تغيير آرائهم واتجاهاتهم السلبية إلى اتجاهات إيجابية، وكذلك قيام المصارف بمعرفة النوايا السلوكية للأفراد والمؤثرات التي تتحكم بقرارات العميل واتخاذ الإجراءات التي تساعد في تسوية الخدمات المصرفية المقدمة له .

وعلى الرغم من أن مصطلح التكنولوجيا واسع المفاهيم ومتنوع ، إلا انه تم تطوير عدة نماذج ونظريات من طرف علماء النفس والاجتماع ، يمكن من خلالها التنبؤ بمدى تبني وقبول التكنولوجيا التي تم اختيارها في هذه الدراسة بهدف تقصي العوامل المؤثرة على اتجاهات العميل الجزائري نحو الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول . حيث تم الاعتماد من خلال دراستنا على احد هذه النماذج الأكثر تأثيرا والأوسع انتشارا في فهم ودراسة اتجاه الأفراد نحو قبولهم لتكنولوجيا المعلومات وتقنياتها المتنوعة والذي يدعى بنموذج قبول التكنولوجيا TAM حيث يحتوي النموذج على أربعة أبعاد أساسية تتمثل في الفوائد المتوقعة وسهولة الاستخدام، النوايا السلوكية للاستخدام ، الاستخدام الفعلي .

1) الإشكالية :

على ضوء هذا العرض فانه يمكن صياغة إشكالية الدراسة على النحو الآتي :

كيف تؤثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على اتجاه العملاء ؟

ولمعالجة هذه الإشكالية ارتأينا طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية الآتية :

(2) التساؤلات الفرعية للدراسة :

- ❖ كيف تؤثر سهولة الاستخدام على الفائدة المدركة للعملاء من خلال استخدامهم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول؟
- ❖ كيف تؤثر الفائدة المدركة على النوايا السلوكية للعملاء من خلال استخدامهم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول؟
- ❖ كيف تؤثر سهولة الاستخدام على النوايا السلوكية للعملاء من خلال استخدامهم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول؟
- ❖ كيف تؤثر النوايا السلوكية على الاستخدام الفعلي للعملاء من خلال استخدامهم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول؟

(3) فرضية الدراسة :

في ضوء ما تم طرحه من تساؤلات حول موضوع البحث وعلى أمل تحقيق أهداف الدراسة، يمكن تحديد الفرضية الرئيسية على النحو الآتي :

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اتجاه العملاء عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

(4) الفرضيات الفرعية للدراسة :

تمثل الفرضيات الفرعية كالتالي :

- ❖ يوجد أثر لسهولة الاستخدام على الفوائد المدركة لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).
- ❖ يوجد أثر للفائدة المدركة على النوايا السلوكية لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).
- ❖ يوجد أثر لسهولة الاستخدام على النوايا السلوكية لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).
- ❖ يوجد أثر للنوايا السلوكية على الاستخدام الفعلي لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

(5) أهداف الدراسة :

سعت الدراسة إلى تحقيق العديد من الأهداف منها :

1. إعطاء لمحة عامة عن تكنولوجيا المصرف المحمول أو الخدمات المصرفية المقدمة عبر الهاتف المحمول كآلية لعصرنة النظام المالي والمصرفي .

2. إبراز أهمية ووسائل وأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول ودورها في تطوير المصارف .
3. التعرف على العوامل المؤثرة في تحديد اتجاهات العملاء ومدى قبولهم لتكنولوجيا الصيرفة المحمولة .

(6) أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة من خلال الدور الهام الذي تتميز به الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول التي تقدمه بعض المصارف من اجل عملاءها لخدمتهم بشكل أسرع بهدف جذب وكسب أكبر عدد ممكن من العملاء ونيل رضاهم مع مواكبة التحديثات الحاصلة في تكنولوجيا الهواتف الذكية وتحسين وتطوير تقنية الصيرفة المحمولة .

(7) دوافع اختيار الموضوع :

هناك العديد من الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع منها :

دوافع شخصية :

- ✓ كون هذا الموضوع يدخل ضمن التخصص.
- ✓ الاهتمام الشخصي يمثل هذه المواضيع والتي تمس الصيرفة الالكترونية عامة والصيرفة المحمولة خاصة .

دوافع متعلقة بالموضوع :

- ✓ حداثة الموضوع وتزايد أهمية البحث حوله في بلدان العالم.
- ✓ الدور الذي تلعبه المصارف المحمولة في تعزيز التنمية الاقتصادية .

(8) منهجية الدراسة :

يعتبر المنهج السبيل والمسلك الوحيد الذي يؤدي إلى الوصول ومعرفة الحقائق الموثوق فيها والنتائج السليمة والموضوعية حيث تم تعريفه على : أنه مجموعة من الأساليب و الطرق التي تساعد الباحث في تحليل وتنظيم وتنسيق المهام ، والتوصل للنظريات والقواعد والقوانين على الوجه العام ، أو التعرف على حلول تتعلق بإشكالية علمية .(مبتعث للدراسات والاستشارات الاكاديمية ، 2019)

حيث تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي بغية الإجابة عن إشكالية البحث و إثبات مدى صحة الفرضيات ، حيث يعتبر المنهج الوصفي وسيلة مناسبة لجمع الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع ، ثم تحليل بعض الحالات التي تزيد من استبصارنا بالمشكلة ، وكذلك تحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها تحليلاً يؤدي إلى اكتشاف العلاقة بين المتغيرات وتقديم وتفسير ملامحها و الخروج بنتائج .(خالد، 2022)

كما يعتبر المنهج الوصفي متماشياً مع طبيعة الموضوع والذي تم اعتماده في الفصل النظري ، كما استخدمنا أسلوب دراسة الحالة عن طريق تحليل أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان للفصل التطبيقي .

(9) هيكل الدراسة :

بالاعتماد على اختبار فرضيات الدراسة وتحقيق أهدافها قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين : فصل نظري وفصل تطبيقي ، يحتوي الفصل الأول على الإطار النظري للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول وأثرها على اتجاه العملاء ، حيث قسم إلى قسمين ، القسم الأول يتناول مفاهيم حول الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، والذي فصل إلى ثلاث مباحث حيث يحتوي المبحث الأول والثالث على ثلاث مطالب أما الثاني فيحتوي على أربعة مطالب ، تناول المبحث الأول ماهية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، أما المبحث الثاني فتناول أدوات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، في حين تطرقا في المبحث الأخير إلى وسائل وأنظمة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول . أما في القسم الثاني من الجانب النظري فتحدث عن اتجاهات العملاء ، والذي انقسم إلى ثلاث مباحث حيث يحتوي المبحث الأول والثالث على ثلاث فصول أما المبحث الثاني فيحتوي على فصلين ، حيث تناول المبحث الأول مفاهيم حول الاتجاهات ، وفي المبحث الثاني تحدث عن أهمية وأهداف دراسة اتجاه العميل ، أما في البحث الأخير للفصل النظري فتطرق إلى العوامل المؤثرة في اتجاه العميل عبر استخدامه الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول .

في حين تناول الفصل التطبيقي بدراسة الحالة حول اثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اتجاه العملاء لمصرف السلام بسكرة محل الدراسة ، حيث قسم إلى مبحثين ، تضمن المبحث الأول تقديم مصرف السلام ALSALAM BANK بسكرة ولذي قسم هذا المبحث إلى مطلبين ، أما المبحث الثاني خصص لتحليل وعرض نتائج الدراسة الميدانية، وفي ختام الدراسة قمنا بعرض النتائج التي توصلنا إليها ، والتوصيات والأفاق المستقبلية .

10 الدراسات السابقة :

عبير حسان ، تم تقديم هذا المقال سنة 2023 ، تحت عنوان "الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومدى مساهمتها في تعزيز الشمول المالي إشارة إلى الجزائر" ، تم نشره من خلال مجلة بحوث الاقتصاد المناجمنت، العدد 01 ، المجلد 04 ، جامعة الزيتونة المعهد العالي لأصول الدين ، الصفحات (200-219) ، هدفت هذه لدراسة إلى التعرف على الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول و إبراز مساهمتها ودورها في تعزيز درجة الشمول المالي ومدى تطبيقها في الجزائر ، حي تم الاعتماد في هذه الدراسة على إحصائيات وتقارير توضح المساهمة الكبيرة للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، وكذلك إتباع المنهج الوصفي التحليلي للظاهرة، حيث بينت لنا الدراسة أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لها أهمية كبيرة في تعزيز الشمول المالي وقد ساهمت في رفع وتحسين قيمة التجارة الالكترونية .

رشيد شباح, رضا دحماني ، تم تقديم هذا المقال سنة 2022 ، تحت عنوان "أثر المخاطر المتصورة على تبني الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول في الجزائر" تم نشره في مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية ، العدد 02 ، المجلد 06 ، جامعة ابن خلدون ، الصفحات (412-431) ، هدفت هذه الدراسة موضوع تبني الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول في الجزائر في ظل التطور المتزايد لتكنولوجيا الاتصال وزيادة الإقبال عليها من طرف البنوك الجزائرية ، وتحديد اثر المخاطر التي يمكن أن تصنع تحوفات لدى العملاء تحول دون إقبالهم على التكنولوجيا المالية عبر الهاتف المحمول وذلك وفق نموذج قبول التكنولوجيا TAM ، وذلك عبر تسليط الضوء على أهم العوامل المساهمة في اعتماد هذه الخدمات وفق نموذج قبول التكنولوجيا المتضمن تغير المخاطر

المتصورة كمتغير خارجي في النموذج ، معتمدين في ذلك على أسلوب النمذجة بالمعادلات الهيكلية باستخدام برنامج AMOS 24 على بيانات الدراسة التي تم جمعها باستخدام المعاينة العشوائية على عينة من عملاء البنوك الجزائرية . حيث تبين لنا من الدراسة انه تم تقدير معاملات المسار التي بينت أن المخاطر المتصورة تساهم بشكل كبير في تبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من خلال تأثيرها على كل من سهولة الاستخدام المتصورة والفائدة المتصورة ، كما تين أيضا أن موقف العميل تجاه هذا النوع من الخدمات يحدد وبشكل ايجابي وقوي جدا تجاه نية العميل في تبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول .

Godfred Matthew YawOwusu , Rita AmoahBekoe , AnniceAmoasa
Mobile Banking Adoption among " , 2020 , Addo-Yobo and James Otioku
 vol 22 , issue 3 , Article in Journal of African Business , **the GhanaianYouth "**

Ghana, Pages (22) ، حيث تهدف هذه الدراسة إلى معرفة وتحديد العوامل المؤثرة في النوايا السلوكية للشباب الغاني تجاه الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كقناة لتقديم الخدمات وذلك بالاعتماد على نموذج قبول التكنولوجيا TAM ونظرية انتشار الابتكار IDT ، حيث تبحث هذه الدراسة في العوامل التي تؤثر على نية الأفراد لاعتماد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول . تم إجراء مسح قائم على الاستبيان على طلاب إدارة الأعمال من جامعة عامة كبيرة في غانا ، حيث تم تحليل العلاقات المقترضة باستخدام تقنية نمذجة المعادلات الهيكلية ، تظهر نتائج هذه الدراسة بان (سهولة الاستخدام ، الفائدة المتصورة ، الميزة النسبية والتعقيد) هي العوامل الرئيسية التي تنبئ بنوايا اعتماد تكنولوجيا الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في غانا ، حيث بينت الدراسة أن التعقيد له تأثير إيجابي على سهولة الاستخدام المدركة بينما وجد أن الميزة النسبية تؤثر بشكل إيجابي على الفائدة المتصورة .

A Study on Customer Attitude towards " , 2018 , Mohanraj and Jgaathan

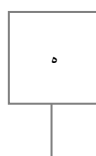
International , Mobile Banking withSpeciel Reference to Erode District"

، issue 1 ، Journal of Trend in Scientific Research and Development(UTSRD)

India ، Volume 2 ، Pages (258 – 262) ، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تؤثر على موقف العملاء تجاه الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في منطقة تآكل ، وكذلك طبيعة موقف المستجيبين للخدمات المالية المقدمة لهم عبر الهاتف المحمول ، ومن خلال الدراسة تبين لنا الأدوات الإحصائية المستخدمة في البحث هي تحليل النسبة المئوية ، حيث ساعدت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول المصارف على تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء .

وفي دراستنا سنتطرق إلى اثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اتجاهات العملاء في مصرف السلام وكالة بسكرة، حيث

سنستخدم نموذج قبول التكنولوجيا TAM. (Davis 1989).





الفصل الاول

الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

Mobile Banking

المبحث الأول : ماهية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking :

إن عبارة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking هي مصطلح يستخدم لإجراء وتسوية المعاملات المالية بطريقة إلكترونية ، والقيام بالإيداع والسحب والدفع ونقل الأموال وتسديد الفواتير والالتزامات للعميل عبر الهاتف المحمول .

المطلب الأول : نشأة و تطور الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking :

من خلال التطور التكنولوجي والانتشار الواسع لعصر الرقمنة و استخدام الهواتف الذكية أصبح الفرد يتجه نحو تسوية جميع معاملاته سواء المصرفية أو الخدمات الأخرى عبر الهاتف المحمول دون تعب أو جهد , حيث ظهر بما يسمى الصيرفة المحمولة أو الهاتف المصرفي أو الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking ، والتي تقوم بتزويد المعلومات والخدمات المصرفية للعملاء في أي مكان وفي أي وقت وبأقل تكلفة ، حيث يتم إجراء هذه العمليات عبر استخدام مركز الاتصال وخدمة العملاء الخاص بالمصرف عبر الهاتف المحمول وذلك بتسجيل اسم المستخدم و رمز التحقق حيث يتيح له تسوية الحركات المالية كالإطلاع على الرصيد والاستفسار والسحب والتسديد الفواتير وغيرها من الخدمات المصرفية الأخرى .

حيث تم تنفيذ أقدم شكل من أشكال الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول باستخدام الرسائل القصيرة في التسعينات . ومع ذلك ، مع إدخال الويب المحمول والهواتف الذكية مع بروتوكول الوصول اللاسلكي (WAP) في عام 1999 ، بدأت البنوك في أوروبا في تقديم منصات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لأصحاب حساباتهم . حتى عام 2010 ، كانت البنوك تستخدم شبكة الإنترنت والرسائل النصية القصيرة لتقديم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول للعميل (Vaidya, 2023).

كانت الخدمات المصرفية عبر الرسائل النصية القصيرة وشبكة الإنترنت عبر الهاتف المحمول من أشهر المنتجات المصرفية عبر الهاتف المحمول قبل عام 2010 . مع تطور الهواتف الذكية التي تعمل بأنظمة تشغيل Android أو iOS بدأت التطبيقات المصرفية عبر الهاتف المحمول في التطور ، حيث أصبح العملاء قادرين على تنزيل التطبيقات المصرفية على هواتفهم الذكية بواجهات أكثر تطوراً مع تحسين قدرات المعاملات (CFI, 2022).

أدت أواخر العقد الأول من القرن الحادي والعشرين إلى ظهور الهواتف الذكية التي تعمل بأنظمة تشغيل Android و iOS ، وفي عام 2008 تم اختراع أول عملة رقمية لامركزية في العالم Bitcoin (كونها نظام دفع رقمي يعرف بالعملة الرقمية اللامركزية الأولى لأنها مملوكة لمستخدميها دون تتبع لسلطة مركزية أو وسطاء ، من وجهة نظر مستخدميها ، البيبتكوين Bitcoin ليست أكثر من تطبيق خاص بالهاتف المحمول أو برنامج حاسوبي يزرده بمحفظة البيبتكوين Bitcoin الشخصية ويتيح له تحويل أو استلام بتكوين غيره ، وهذه آلية عمل البيبتكوين Bitcoin بالنسبة لمعظم المستخدمين (FBS MarketsInc) . وخلال عام 2011 تم إصدار محفظة Google هي محفظة رقمية آمنة وخاصة تتيح للعملاء الوصول بسرعة إلى طرق الدفع أو بطاقات التعريف أو التذاكر أو المفاتيح التي يتم اختيار حفظها فيها (Google) ، وفي عام 2014 تم اختراع ApplePay (هي خدمة الدفع دون تماس المطورة من قبل شركة آبل Apple ، والتي تسمح للمستخدمين بإجراء عمليات الدفع من خلال أجهزة آبل

Apple المختلفة ، وتقوم آبل باي ApplePay التحويل الرقمي لبطاقة الائتمان وتخزينها في الأجهزة الإلكترونية (ابل باي - ويكيبيديا) ، وتليها في العام التالي Samsung Pay (وهي خدمة الدفع عبر الهاتف المحمول ومحفظة رقمية تقدمها Sumsung للإلكترونيات ، تتيح الخدمة للمستخدمين إجراء مدفوعات باستخدام الهواتف المتوافقة والأجهزة الأخرى التي تنتجها Sumsung(سامسونج باي - ويكيبيديا) .

مع الهواتف الذكية شهدنا ولادة أول تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والطرق الجديدة لمعالجة المدفوعات التي ساهمت بشكل أكبر في التوسع السريع للخدمات المصرفية عبر الإنترنت ، حيث أصبح استخدام المدفوعات غير التلامسية أمراً معتاداً في المعاملات المالية ولم تعد شيئاً جديداً (Prisc, 2021).

المطلب الثاني: تعريف الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking :

تعد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أحد أهم التقنيات الحديثة التي يهتم بها العميل وتوفرها المصارف في تقديم خدماتها وإنجاز معاملاتها مع العملاء مما لاقت قبولا جيدا من طرف المستخدمين .

حيث تم تعريف الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على أنها: " قناة يتفاعل فيها العميل مع البنك عبر جهاز محمول مثل الهاتف الذكي أو المساعد الرقمي الشخصي " (Matthew, Owusu, Bekoe, Addo-Yobo, & Otieku, 2020, p. 04) .

ويمكن القول عن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أنها تتمثل في أداء العمليات المصرفية المختلفة سواء الاستفسار عن الحساب والحصول على كشف الرصيد وإجراء الحركات المالية والدفع الإلكتروني وتسديد الفواتير ومعرفة تاريخ استحقاق الدفعات وتغيير الرمز السري وحجز التذاكر الإلكترونية وغيرها من الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه عبر الهاتف المحمول.(السميرات و العضالية، 2017، صفحة 194)

كما يعرفه الكثيرون ببساطة على أنه منصة لإجراء المعاملات المصرفية من خلال جهاز محمول ،لذلك فهي امتداد للخدمات المصرفية عبر الانترنت من خلال جهاز محمول مع بعض الميزات الفريدة لاستخدامه(J.Barnes & J.Corbitt, 2003, p. 275).

والخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول هي تلك المعاملات المصرفية التي يقدمها المصرف لعملائه عبر حساباتهم في أي مكان وزمان ، وغير ذلك من الخدمات الاستعلامية بشكل فوري من خلال استخدام متصفح الانترنت على هواتفهم المحمولة ، حيث تشمل هذه العمليات المالية كتحويل النقود من حساب إلى حساب آخر وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات وإغلاقها وغيرها من الأعمال والخدمات المصرفية.(بورقية، عمري، و عمري، 2019، صفحة 98)

وفي الأخير يمكن القول عن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على أنها تلك المعاملات المالية التي تتم بين المصرف وعملائه من تسديد الفواتير ونقل الأموال بين الحسابات و السحب و الإيداع والاستعلام والاستفسار حول الخدمات وغيرها من العمليات المصرفية التي يتم تسويتها عبر الهاتف المحمول في أي مكان وزمان .

المطلب الثالث: أهمية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking :

تكمُن أهمية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في عدة جوانب نذكر منها (Mobile Banking, 2022):

- تتيح الخدمات المصرفية المقدمة عبر الهاتف المحمول إمكانية العملاء إجراء العمليات المصرفية في أي مكان وزمان .
- يمكن للشركاء وأصحاب الأعمال الآن توفير الوقت من خلال الاستفادة من تطبيقات الهاتف المحمول لمعالجة مدفوعاتهم أو حتى تلقي الأموال من العملاء مباشرة إلى أرقام هواتفهم .
- باستخدام تقنية الهاتف المحمول يمكن للمصارف خفض التكاليف التشغيلية مع الحفاظ على رضا العملاء .
- يمكن لأي عميل في أي مصرف الاستفادة من تطبيقه لطلب الخدمة، مثل فتح الحساب أو حتى القدرة على جدولة أوامر الخصم أو المدفوعات الأخرى من احد التطبيقات.

المبحث الثاني: أدوات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking:

المطلب الأول: مزايا الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking :

هناك العديد من مزايا الخدمات المصرفية المقدمة عبر الهاتف المحمول نذكر منها: (حسان، 2023، صفحة 206)

- سهولة تنزيل التطبيقات من على الهواتف الذكية لإجراء المعاملات المصرفية.
- التحقق من معلومات الحساب .
- استخدام خدمات الشيكات عبر مواقع المصارف .
- دعم العملاء على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع.
- عدم وجود قيود زمنية وحدود جغرافية.
- خفض التكاليف .
- توفر كذلك الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول الوصول المريح والسهل والسريع للمعاملات المصرفية والمالية الخاصة بالعملاء .

المطلب الثاني: إيجابيات وتحديات استخدام العمليات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking :

أ) الإيجابيات :

من الجوانب الإيجابية التي تحققها الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لدينا: (الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول)

- سهولة وسرعة الاستجابة في نقل المعطيات للعملاء في كل وقت وفي أي مكان دون التأخير أو الاعتماد على الجانب البشري والعناصر التقليدية في تنفيذ طلبات التعامل مع العملاء .
- تخفيض التكاليف على عاتق المصرف حيث يعفى المصرف من الأعباء المتكبدة من فتح فروع جديدة .

- تقليل الجهد والوقت لتسوية وإجراء المعاملات المصرفية بين المصرف والعملاء عبر الهاتف المحمول والقضاء على الزحام .
- توفير قاعدة بيانات خادمة للأعمال في كل مكان وفي أي وقت إذ تتيح للعميل أو الموظفين إمكانية الولوج عبر الهاتف المحمول والاطلاع على المعلومات عند الاحتياج.

وكذلك من الإيجابيات أيضا منها (Morshed, Ali, & Bari, 2021, pp. 21-30):

- خدمة تحويل الأموال عبر الهاتف المحمول هي طريقة سريعة ومتواضعة ومفيدة وآمنة واقتصادية لتحويل الأموال وإجراء المدفوعات والمعاملات الأخرى عبر تكنولوجيا الهاتف المحمول .
- القضاء على مشكلة النقل النقدي والمخاطر الأمنية حيث ترفع تقنيات الهاتف المحمول من توقعات العملاء بسبب قدرتها على تقديم خدمة واسعة النطاق أثناء توصيل العملاء في المناطق النائية .
- يمكن لبرنامج الهاتف المحمول المتقدم معالجة أي مشكلات تتعلق بفهم العملاء وفقدان السمعة بسهولة .

ب) التحديات :

هناك عدة عوامل تعيق نمو الخدمات المصرفية المقدمة عبر الهاتف المحمول منها: (بورقية، عمري، و عمري، 2019)

- قلة التأثير من السوق والقيود الحكومية التي تحد من أنماط تبني التكنولوجيا الجديدة مثل قدرة المؤسسات والأفراد على المساهمة في البنية التحتية للإنترنت.
- عدم استفادة بعض المصارف من هذه الخدمات لأنها لا تهتم بما وعدم بذل الجهد الكافي لإخبار عملاءها بهذه الخدمات .
- فقدان الثقة لدى العملاء في هذه الخدمة بسبب انشغال خطوط الاتصال في بعض الأحيان لا سيما في الأوقات المهمة .
- جهل الكثير من العملاء لكيفية تسوية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والاستفادة منها .
- إمكانية تعرض العملاء لعمليات النصب والاحتيال حيث أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول يكون من الصعب مراقبتها .

المطلب الثالث: مخاطر استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking :

على الرغم من أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تتمتع بمظهر خارجي جذاب ومباشر إلا أنها تجعل جميع الأطراف المعنية عرضة للعديد من الانتهاكات الأمنية , ويرجع ذلك إلى فشل التدابير الأمنية في نقاط متعددة من المستخدم مباشرة عبر التطبيقات إلى لوائح المصرف حيث تتضمن بعض المخاطر الشائعة منها (finezza):

1) ضعف البيانات: تعمل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على البيانات , كالبيانات الشخصية الحساسة التي تنتقل

عبر الشبكات العامة وخواص المصارف والأجهزة الشخصية ولكل منها مستويات مختلفة من الأمان .

حيث البيانات ضعيفة للغاية وتعتمد سلامتها على التخزين الآمن والمصادقة القوية والضوابط ولسوء الحظ يمكن التحايل على هذه الضوابط وأجهزة الكشف مما يؤدي إلى بيانات كارثية وسرقة الهوية .

(2) مخاطر البرمجيات الخبيثة: البرامج الضارة أو البرامج الخبيثة هي السلاح المفضل للمحتالين لتعطيل أنظمة المستخدم واستخراج المعلومات دون علمه حيث انه يعمل على أساس كونه مخفيا بدرجة كافية لسرقة البيانات وبيانات الاعتماد بهدوء سواء في خلفية التطبيقات أو كتطبيق مخفي بحد ذاته .

ويستمر النطاق والتعقيد في الزيادة ويصبحان أكثر إثارة للقلق بسبب الأساليب الجديدة المستهدفة كعمليات الاحتيال الخاصة بالإعلان ورسائل البريد الالكتروني المخادعة المصممة حسب تفضيلات المستخدم وما إلى ذلك .

(3) ضعف أمان التطبيق : بينما تعتبر التطبيقات المصرفية المقدمة عبر الهاتف المحمول أكثر أمانا من المتصفحات للوصول إلى الخدمات المصرفية فان التطبيقات لا تزال غير محصنة تماما ضد الهجمات الالكترونية والاحتيال ومحاولات غسيل الأموال .

فقد يؤدي ضعف التدابير الأمنية وعدم كفاية أسلاك التعثر التكنولوجي إلى سرقة العديد من أوراق الاعتماد والمعاملات غير المصرح بها .

(4) شبكات Wi-Fi والبيانات غير الآمنة: إلى جانب الامتيازات " في أي مكان وفي أي وقت " التي تقدمها الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تأتي إمكانية حقيقية لعمليات الاحتيال " في أي مكان وفي أي وقت " .

حيث يمكن أن يكون استخدام الشبكات العامة المجانية لإجراء الأعمال المصرفية قاتلا لان المحتالين غالبا ما يفترسون الأشخاص المتواضعين الذين يبحثون عن شبكة Wi-Fi مجانية ، بالإضافة إلى ذلك قد يتم إعداد شبكات Wi-Fi متوازية وغير آمنة بالقرب من الشبكة الأصلية وتستخدم لسرقة البيانات الشخصية وبيانات الاعتماد عندما يقوم الأشخاص بتسجيل الدخول إلى بواباتهم المصرفية عبرها .

المطلب الرابع: أنواع الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول : Mobile Banking

هناك العديدة من الخدمات التي تقدمها المصارف عبر الهاتف المحمول أهمها : (بنك الدوحة DOHA BANK)

- خدمة العملاء
- التوجيهات
- سداد الفواتير الخدمات العامة
- إجراء المعاملات
- عمليات السحب والإيداع
- عمليات التحويل بين الحسابات
- التزامات العملاء

ومن الخدمات الأخرى أيضا (CFI, 2022):

- الوصول إلى معلومات الحساب
- خدمات الدعم
- الاستثمارات
- المحتوى والأخبار

المبحث الثالث : وسائل و أنظمة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول **Mobile Banking** :

المطلب الأول :منصات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول : **Mobile Banking**

1) خدمة الرسائل المصرفية SMS : هي خدمة الكترونية يقوم المصرف بتقديمها لعملاءه بحيث يسمح لهم بالقيام بعدد من المعاملات المصرفية عن طريق الرسائل القصيرة المتوفرة في الهاتف المحمول للعميل والتي في معظم الأحوال تكون هذه الرسائل في صورة إشعارات من المصرف للعميل دون أن يقوم العميل بطلب تلك المعلومات واهم الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف لعملاءها عبر الرسائل النصية القصيرة منها : إرسال البيانات للعملاء في كل فترة ، حركات السحب والإيداع ، كشوفات الرواتب ، تحويل الأموال بين الحسابات وغيرها من الخدمات المصرفية الأخرى.(الباهي، 2016، صفحة 25)

2) الخدمات المصرفية عبر WAP : هو معيار عالمي مفتوح للتطبيقات التي تستخدم للتواصل اللاسلكي وظيفته الأساسية هي تمكين الاتصال بالانترنت من خلال الهاتف المحمول ، حيث صممت بمواصفات معيارية لتوحيد أساليب عمل معدات الاتصال المختلفة مثل الهاتف المحمول ولوحة رقمية وأجهزة مستقبلية مرسله ، من حيث إمكانية بالولوج إلى الانترنت ويدخل في ذلك أيضا البريد الالكتروني ومجموعات الأخبار وخدمات المعلومات المختلفة ووسائل التسلية والثقافة والأعمال المصرفية والأسهم والتجارة عبر الانترنت وغيرها.(شايب، 2011، صفحة 171)

تسمح هذه التقنية بالولوج للحسابات المصرفية بواسطة الانترنت ويتوفر الأمان في المعاملات المنفذة عن طريق هذه التقنية بتشفير المعلومات المرسله عبر الهاتف المحمول(J.Barnes & J.Corbitt, 2003, p. 03).

ويمكن أن تتم هذه التقنية عبر طريقتين:(حدوش و عماني، 2018، صفحة 7)

- إما عن طريق الموقع الالكتروني يربط بين بطاقة SIM للعميل ومخدم المصرف ، في هذه الحالة فان المعلومات المقدمة ترسل عبر الانترنت لمخدم المصرف لمعالجتها ومن ثم يقوم بإعادة إرسال نتائج المعالجة .
- إما عن طريق موقع الكتروني مركزي على مستوى مخدم المصرف ، في هذه الحالة يكون الاتصال عبر الانترنت بين مخدم الويب للعميل وبطاقته SIM قبل تنفيذ أي معاملة مالية .

المطلب الثاني: نظم الدفع عبر الهاتف المحمول Mobile Banking :

في ظل المواكبة التقنية وابتكار التجارة الالكترونية ظهر مفهوم الدفع الالكتروني عبر الهاتف المحمول الذي يعتبر حلا لتنفيذ عمليات الدفع عن بعد حيث أصبح من الطبيعي وجود وسائل وطرق لتسهيل عمليات الدفع والتحويل وتنفيذ المعاملات المالية المختلفة أونلاين . حيث أن التطور التكنولوجي المتسارع عمل على تحسين الكثير من الجوانب المختلفة سواء العملية أو التعليمية أو غيرها وبالتالي تكمن من التفاعل مع الجوانب المادية بكثرة مما دفعه لاكتشاف وابتكار تقنية الدفع الالكتروني عبر الهاتف المحمول .

وبعد أن تطورت سبل الدفع لدى المصارف حيث أصبح بإمكان العملاء إتمام عمليات الدفع وتحويل أموالهم في أي مكان وفي أي وقت دون الحاجة إلى حمل أموال فعلية حيث تم ابتكار وسائل دفع جديدة ومتطورة وذلك عبر الهاتف المحمول .

فيعرف نظام الدفع عبر الهاتف المحمول على انه عملية الدفع مقابل منتج أو خدمة عبر جهاز الكتروني محمول مثل الهواتف الذكية ، وكذلك يمكن من خلاله تسديد وتحويل الأموال بين الأفراد (de Luna, Liébana–Gabanillas, Sánchez–Fernández, & Munoz–Leiva, 2018, pp. 2–3).

كما تمثل الدفع عبر الهاتف المحمول والمشار إليه أيضا باسم نقود الهاتف المحمول ومحفظة الهاتف المحمول أو الدفع عبر الانترنت أو تحويل الأموال عبر الهاتف المحمول ، والذي يتمثل في تسديد الأموال وتحويلها وذلك عبر الوسائل الموجودة في الهاتف مثل نقود الكترونية أو بطاقة الائتمان أو محفظة الهاتف المحمول (Dahlberg & Ondrus, 2006, p. 2).

المطلب الثالث: وسائل الدفع عبر الهاتف المحمول Mobile Banking :

هناك عدة طرق تساعد العميل في عملية دفع الأموال أو تحويلها قام المصرف بتوفيرها لعملائه بدلا عن الدفع نقدا منها : الدفع عبر التطبيقات ، الدفع عبر الإشارات الصوتية ، الدفع عبر المحفظة الالكترونية ، الدفع عبر الاتصال القريب المدى NFC ، الدفع عبر رمز الاستجابة السريع QR ، الدفع عبر الشيكات الالكترونية ، الدفع عبر الرسائل القصيرة SMS .

✓ **الدفع عبر التطبيقات :** هناك العديد من التطبيقات في السوق التي تساعد في إجراء عمليات الدفع والتحويل عن طريق الهاتف المحمول ، وجميعها لها عمليات مماثلة وأشهرها Google Pay و Apple Pay ، بحيث يتم تنزيل احد هذه التطبيقات على الهاتف المحمول من متجر التطبيقات ، حيث يتم إدخال البطاقة الائتمانية عبر تسجيل البيانات الخاصة بالبطاقة فيتم تسوية جميع المعاملات المدفوعة عند كل عملية يقوم بها العميل (www.malomatnews.com.uk).

✓ **الدفع عبر الإشارات الصوتية :** هي تقنية تسمح للعميل بإجراء المدفوعات بدون تلامس عبر الموجات الصوتية ، حيث تعمل أنظمة الدفع الصوتي على أساس تكنولوجيا اتصالات المدى القريب NFC (والتي تعتبر تقنية عالية التردد وقصيرة المدى تسمح بالتبادل اللاسلكي للبيانات بين أجهزة مختلفة) ، فيعتمد الدفع الصوتي لوجود العديد من الأجهزة المختلفة

حيث يسمح للنظام بإجراء المدفوعات عبرها بما في ذلك ماكينات نقاط البيع و الهواتف المحمولة وماكينات قراءة البطاقات وغيرها ...

وعند استعمال أنظمة الدفع الصوتي يتفاعل العميل مع البائع منذ بدء عملية الدفع ، يقبل البائع العرض لإتمام المعاملة ثم يطلب من المشتري الدفع وينتج عن هذا التفاعل تحويل مبلغ الدفع باستخدام الأوامر الصوتية والتي قد تكون مسموعة أو غير مسموعة ، وبرغم ذلك يتطلب إتمام معاملة الدفع أن يكون كلا الجهازين مزودين بتقنية NFC حيث يشترط أن تكون هذه الميزة مفعلة حتى يتسنى تنفيذ خطوات الدفع الصوتي.(محفظة payit الالكترونية)

✓ **الدفع عبر المحفظة الالكترونية :** هي تطبيق على الهاتف الذكي تقوم بتخزين بيانات اعتماد بطاقة الائتمان وبطاقة الخصم حيث تستخدم للمعاملات التي تتم عبر الانترنت من خلال الهاتف الذكي .

حيث تعمل عبر وجود تقنية الاتصال قريب المدى NFC في الهاتف المحمول الذي يربط بطاقات الائتمان والخصم الموجودة بالمحفظة مع جهاز آخر بدون تلامس في نقاط البيع(Mimmagh, 2017).

✓ **الدفع عبر الاتصال القريب المدى NFC :** هو عبارة عن تقنية توصيل تعتمد على المعايير تتيح راحة أكبر لإجراء المعاملات المصرفية وتبادل المحتوى الرقمي وتوصيل بين الأجهزة بحيث يمكن نقل المعلومات عبر تقريب الأجهزة مباشرة .

كما يساعد على نقل البيانات المالية من المحفظة الالكترونية عبر تقريب جهاز من الهاتف المحمول فيتم تسوية التحويلات المالية مباشرة(sony, 2022) .

✓ **الدفع عبر رمز الاستجابة السريع QR :** هو عبارة عن رموز شريطية ثنائية الأبعاد تحتوي على معلومات محددة وتستخدم هذه الرموز في تخزين المعلومات مثل بيانات الاتصال ومعلومات الدفع وغيرها .

كما يمكن مسح هذه الرموز بسهولة باستخدام كاميرات الهواتف الذكية وهو ما يوفر وصولاً أسهل وأسرع إلى المعلومات المطلوبة مقارنة بكتابة التفاصيل يدوياً .

حيث أصبحت رموز الاستجابة السريعة QR في الآونة الأخيرة احد أهم الوسائل الشائعة لإجراء عمليات الدفع الالكترونية حيث تتيح هذه الطريقة لأي عميل بانجاز عملية الدفع بسهولة من خلال مسح رمز QR ضوئياً باستخدام كاميرا الهاتف الذكي , بحيث تخزن رموز الاستجابة السريعة معلومات عن كلا من مزود الدفع والبائع فبمجرد مسح الرمز بواسطة الكاميرا يظهر إشعار فوري لبدء عملية الدفع ، في الخطوة التالية تظهر شاشة أمام مزود الدفع تمكنه من إدخال التفاصيل وإكمال العملية.(محفظة payit الالكترونية)

✓ **الدفع عبر الشيكات الالكترونية :** وهو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يتعامل معه عبر الانترنت ليقوم المصرف أولاً بتحويل قيمة الشيك وإعادته الكترونياً إلى مستلم الشيك ليكون دليلاً على انه قد تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد الكترونياً من انه قد تم بالفعل تحويل

المبلغ لحسابه وبما أن الشيك الكتروني فمن السهل معالجته في خطوات اقل وأكثر أمنا من الشيك الورقي. (كردي، الصفحات 249-252)

✓ **الدفع عبر الرسائل القصيرة SMS** : تتم عملية الدفع عبر الرسائل القصيرة SMS بواسطة إرسال رسالة نصية قصيرة تحتوي على رابط للنقر عليه من اجل معالجة الدفع كما يمكن للعملاء إتمام عملية الدفع عبر الرسائل القصيرة عن طريق إرسال رد نصي فيقوم مزود خدمة الدفع عبر الهاتف المحمول بإنهاء المعاملة بين المستخدم والبائع (DIGITAL VIRGO).

خلاصة الفصل:

لقد تم التطرق في هذا الفصل إلى التعرف على ماهية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ونشأتها وتبيان أهميتها كإمكانية العملاء من إجراء معاملاتهم المصرفية في أي وقت وفي أي مكان ودون جهد أو تعب وبأقل تكلفة ، وكذلك بعض المزايا التي تخص الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كالسهولة والسرعة في إجراء المعاملات المصرفية ، وأيضا الإيجابيات و تحديات في استخدام العمليات المصرفية كتوفير قاعدة بيانات خادمة للعملاء والسرعة في الاستجابة للعملاء ، وكذلك المعوقات أو التحديات والمخاطر التي تعيق سير عمل هذه المعاملات كتعرض هذه العمليات للنصب والاحتيال وعدم معرفة وجهد بعض الأفراد لاستخدام هذه المعاملات الالكترونية ، وكذلك أنواع الخدمات المقدمة للعملاء من سحب وإيداع وتحويل الأموال وغيرها من الخدمات ، وأيضا تطرقنا إلى المنصات التي يقدم المصرف خدماته عبرها في الهاتف المحمول ونظم الدفع وإبراز وسائل الدفع عبر الهاتف المحمول .



الفصل الثاني :
اتجاهات العميل

الفصل الثاني: اتجاهات العميل

تمهيد :

تعرف الاتجاهات بأنها من العناصر المهمة المؤثرة في سلوك الفرد ودوافعه ، حيث تعتبر احد المحددات والمقاييس النفسية التي تفسر وتتحكم في بناء وتشكل الأداء الوظيفي للعميل اتجاه الخدمات المصرفية المقدمة له عبر الهاتف المحمول ، حيث يطور الفرد اتجاهاته نحو الأفراد والأشياء والأفكار المحيطة به بناء على خبراته مع هذه الأشياء ، وتحدد اتجاهات الفرد نحو شيء معين سواء كان اتجاهه سلبي أو ايجابي من خلال ردود فعله وميله نحو القبول أو الرفض ، فالاتجاهات هي المحرك لدوافع العملاء نحو استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول .

ومما سبق سنتطرق في هذا الفصل إلى عموميات حول اتجاهات العملاء عبر المباحث التالية :

المبحث الأول : مفاهيم حول الاتجاهات

المبحث الثاني : أهمية وأهداف دراسة اتجاه العميل

المبحث الثالث : العوامل المؤثرة في اتجاه العميل عبر استخدامه للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول .

الفصل الثاني: اتجاهات العميل

المبحث الأول: مفاهيم حول الاتجاهات :

يعتبر الاتجاه احد المتغيرات السلوكية للعميل ومن أكثر المتغيرات التسويقية التي شددت انتباه رجال التسويق ويرجع ذلك للدور الكبير الذي يلعبه الاتجاه في تحديد قرارات التعامل والتسويات التي يقوم بها العميل مع المصرف .

وقبل التعرض إلى مفهوم الاتجاهات نتطرق أولاً إلى لمحة تاريخية لهذا المفهوم :

المطلب الأول : لمحة تاريخية عن الاتجاهات :

يعتبر المفكر الانجليزي " هربرت سنسر " (Herbert Spencer) أول علماء النفس الذي استخدم مصطلح الاتجاه حيث قال في كتابه (المبادئ الأولى) الصادر سنة 1862 " إن وصولنا إلى أحكام صحيحة في مسائل مثيرة لكثير من الجدل ، يعتمد إلى حد كبير على اتجاهنا الذهني ونحن نصغي إلى هذا الجدل أو نشارك فيه " (باعر، 2006، صفحة 19)، وقد اختلف معاني هذا المصطلح باختلاف استعمالاته ، ثم تم اعتماده من طرف العديد من علماء النفس التجريبيين في أواخر القرن 19 .

كما يعتبر مصطلح الاتجاه بالنسبة للمفكر جوردون البورت (Gordon Allport) من ابرز المفاهيم وأكثرها إلزاماً في علم النفس الاجتماعي الأمريكي المعاصر ، حيث أشار إليه في مؤلفه (علم النفس الاجتماعي) سنة 1935 بان " الاتجاه مفهوم متميز وذو أهمية كبيرة في علم النفس الاجتماعي . " (سبع، ، 2020، صفحة 12)

ثم بعد ذلك تعددت استخدامات هذا المصطلح من طرف العديد من المفكرين حيث أصبح متداولاً وكثير الاستعمال في الوقت الراهن ، وعلى الرغم من ذلك اختلف المفكرين بشكل كبير في آرائهم حول التعريف المناسب للاتجاه .

المطلب الثاني: مفهوم الاتجاه:

من خلال الانتشار الواسع وتعدد الاستخدامات لمصطلح الاتجاه حيث اعتمد كل باحث في تقديم تعريف مختلف لهذا المفهوم المعقد ومن بينها :

نجد أن Alport سنة 1935 قد عرف الاتجاه على انه " حالة استعداد عقلية ونفسية وعصبية تتكون لدى الفرد من خلال الخبرة والتجربة التي يمر بها ، وتؤثر هذه الحالة تأثيراً ملحوظاً على استجابات الفرد أو سلوكه إزاء جميع المواقف والأشياء التي تتعلق بهذه الحالة . " (ناجم و بلقاسم، 2017، صفحة 32)

كما عرف كلا من Kotler و Amstrong الاتجاه بأنه " استعداد سلوكي نحو شيء ما قد يكون سلعة ، إعلان ، رجل مبيعات ، أو مؤسسة أو فكرة ... الخ ، ويتضمن ذلك شعوراً نحو هذا الشيء . ويتكون الاتجاه من ثلاثة أبعاد : البعد الشعوري ، البعد المعرفي ، والبعد الإدراكي . (سبع و بن يعقوب، 2020، صفحة 408)

الفصل الثاني: اتجاهات العميل

وحسب Mechael Solomon الاتجاه هو "استعداد لتقييم شيء أو منتج ما بطريقة ايجابية أو سلبية" (رجواني، 2021، صفحة 6) وبالإضافة إلى ما أشار إليه العالم ايموري بوجاردس (Emory Bogardus) عن الاتجاه حيث يرى بأنه "عبارة عن ميل الفرد الذي يدفع بسلوكه تجاه عناصر هذه البيئة قريبا منها أو بعيدا عنها متأثرا في ذلك بالمعايير والنظم الموجبة أو السالبة التي تفرضها هذه البيئة" (سعد، 2008، الصفحات 374-375)

وفي الأخير يمكن القول عن الاتجاه هو ردود الأفعال والاستجابات سواء بالإيجاب أو السلب التي تنجم عن الفرد من خلال المؤثرات الخارجية والنفسية التي يتعرض لها .

فعندما نقول انه هناك اتجاهات ايجابية نحو خدمة معينة فمعناه القبول أو الميل أو الانحياز لتلك الخدمة واستخدامها وتجربتها ، وعندما نقول انه هناك ردود أفعال سلبية نحو خدمة معينة فمعناه عدم الرضا والقبول لتلك الخدمة أي عدم الميل لاستعمال تلك الخدمة .

والمقصود باتجاه العميل هو التصرفات وردود الأفعال التي يبديها العميل اتجاه الخدمات المصرفية المقدمة له وتكون هذه الاستجابات إما ايجابية يتفاعل معها العميل عبر استخدامه لها وتقبلها في حياته اليومية ، أو ردود سلبية حيث يتم تجاهلها من طرف العملاء وعدم تقبلها واستعمالها ، وتكون هذه التصرفات ناجمة عن مؤثرات خارجية تؤثر في اتجاه العميل أو عوامل نفسية تتبعها تصرفات واستجابات العميل لأي خدمة تقدم له .

المطلب الثالث : خصائص اتجاه العميل

لاتجاه العميل عدة خصائص منها : (رجواني، 2021، صفحة 7)

- الاتجاهات لها مسار ولها قوة أي لها حدين إما ايجابية أو سلبية ، مقبولة أو مرفوضة ، مفضل أو مكروه ، وله قوة فقد يفضل العميل الخدمة وقد يفضلها بشدة .
- يرتبط الاتجاه بشيء معين أو ظرف معين أي أن اتجاه العميل يرتبط مثلا بنوع الخدمة المقدمة له وهل يستخدمها أو لا يستخدمها .
- يتولد الاتجاه من خلال الخبرات والمعارف التي يمر عليها العميل في حياته أي انه ليست وليدة اللحظة وهذا ما يعرف بالجاهزية .
- تتركز اتجاهات العميل حول المعتقدات المرجعية للعميل أي أنها تعبر عن الأشياء المتعددة للفرد . (محمد س.، الصفحات 13-14) ومن الخصائص أيضا : (سعد، 2020، صفحة 16)
- إن الاتجاه عملية نفسية بحتة يصعب ملاحظته وإنما يمكن الاستدلال به عبر ردود الأفعال والسلوكيات التي يقوم بها الفرد و يحدث الاتجاه نتيجة لدوافع معينة يتأثر بها العميل.

الفصل الثاني: اتجاهات العميل

➤ ميول ناتج عن التعلم ومكتسب نتيجة احتكاك الفرد ببيئته الخارجية سواء الأسرة أو بيئة العمل أو المحيط الخارجي فالمعلومات التي يتم الحصول عليها حول أي خدمة تكون من المصادر الخارجية المختلفة ، وبالإضافة إلى خبرات العميل حول الخدمات المقدمة من طرف المصرف تساهم أيضا في تشكيل اتجاهات جديدة أو تغيير في الاتجاهات القائمة من اتجاه سلبي نحو خدمة معينة إلى اتجاه إيجابي عبر حصوله على المعلومات الإضافية من وسائل النشر المختلفة أو سؤال الأفراد المحيطة حول تجاربهم مع هذه الخدمة واخذ آرائهم وكيفية التعامل معها .

المبحث الثاني: أهمية وأهداف دراسة اتجاه العميل

المطلب الأول: أهمية دراسة الاتجاه :

تحتل دراسة الاتجاهات النفسية مكانا بارزا في الكثير من الدراسات النفسية والاجتماعية وفي كثير من المجالات التطبيقية وغيرها من مختلف ميادين الحياة ، ذلك أن جوهر العمل في هذه المجالات يتمثل في دعم الاتجاهات المسيرة لتحقيق أهداف العمل فيها ، وإضعاف الاتجاهات المعوقة ، بل إن العلاج النفسي في احد معانيه هو محاولة لتغيير اتجاهات الفرد نحو ذاته أو نحو الآخرين أو نحو عالمه. (مناي و بزاري، 2016، صفحة 36)

كما بينت الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الاتجاه انه هناك علاقة بين اتجاه العملاء وتبنيهم للمنتجات حيث تربطهم علاقة طردية ، فالاتجاه الايجابي نحو خدمة معينة يؤدي إلى الإقبال عليها في السوق ، والاتجاه السلبي يؤدي إلى الإقبال الضعيف أو عدم الاهتمام بتاتا بهذه الخدمة ، ومن هذا المنطلق أصبح الشغل المشاغل لرجال التسويق هو السعي لخلق اتجاه ايجابي نحو منتجاتهم وتقويته والحفاظ عليه لمدة أطول أو تغيير الاتجاه في بعض الأحيان من الاتجاه السلبي إلى الاتجاه الايجابي .(سبع و بن يعقوب، العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك الجزائري نحو بطاقة الدفع الالكترونية ، 2020، صفحة 409)

المطلب الثاني: أهداف دراسة اتجاه العميل :

هناك العديد من الأهداف لدراسة اتجاه العميل حيث يستفيد منها كلا من العميل والباحث ورجال التسويق والتي تمثلت في: (موزاوي و موزاوي، 2019، صفحة 110)

- تمكن العميل من فهم ما يتخذه يوميا من قرارات شرائية ومساعدته على معرفة الإجابة عن التساؤلات (ماذا يستخدم؟ ، لماذا يستخدم؟ ، كيف يستخدم؟) لكي يتعرف على الأنواع المختلفة من السلع والخدمات التي تشبع حاجاته ورغباته وذلك من خلال الدوافع التي تحثه على اتخاذ القرار ثم التحفيز والهدف لاختيار والإقدام على الشراء أو الاستخدام ثم العمليات والاستجابات التي يبديها العميل اتجاه السلعة أو الخدمة .
- تمكين الباحث من فهم العوامل أو المؤثرات الشخصية والعوامل أو المؤثرات الخارجية أو البيئية ، التي تؤثر على تصرفات العملاء حيث يتحدد اتجاه العميل الذي هو جزء من السلوك الإنساني بصفة عامة نتيجة تفاعل هاذين العاملين .

الفصل الثاني: اتجاهات العميل

➤ وتمكن دراسة اتجاه العميل رجل التسويق من معرفة اتجاه العملاء الحاليين والمحتملين والبحث عن الكيفية التي تسمح له بالتأقلم معهم أو التأثير عليهم وحملهم على التصرف بطريقة تتماشى مع أهداف المصرف .

المبحث الثالث : العوامل المؤثرة في اتجاه العميل عند استخدامه الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

Mobile Banking

المطلب الأول :مكونات الاتجاهات :

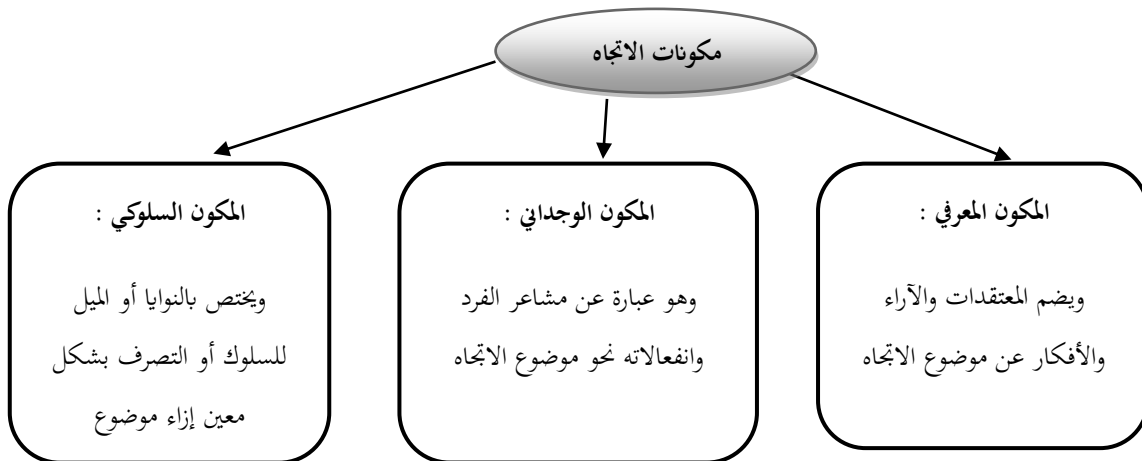
يرى اغلب علماء النفس الاجتماعي انه هناك ثلاثة عناصر أساسية للاتجاه هي : المكون المعرفي ، المكون العاطفي ، المكون السلوكي .

المكون المعرفي (العقلي) : وينطوي على الحصيللة المعرفية التي يمتلكها الشخص حول موضوع الاتجاه والتي تمكنه من اتخاذ الاتجاه المناسب .(القصابي، 2005، صفحة 05)

المكون العاطفي (الانفعالي) : يشير هذا المكون إلى مشاعر الحب والكراهية التي يوجهها الفرد نحو موضوع الاتجاه ، ويرتبط بتكوينه العاطفي ، فقد يحب موضوعا ما فيندفع نحوه ويستجيب له على نحو ايجابي ، وقد ينفرد من موضوع آخر ويستجيب له على نحو سلبي .(الوتار و سلطان، 2007، صفحة 131)

المكون السلوكي (الأدائي) : يتمثل في استجابة الفرد اتجاه موضوع الاتجاه بطريقة ما ، قد تكون سلبية أو ايجابية ، وهذا يعود إلى ضوابط التنشئة الاجتماعية التي مر بها هذا الفرد .(صديق، 2012، صفحة 306)

الشكل رقم (1) : مخطط لمكونات الاتجاه .



المصادر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على (بوعمر، 2013 - 2014 ، صفحة 35)

الفصل الثاني: اتجاهات العمل

المطلب الثاني: النماذج المعتمدة التي تؤثر في قبول الأفراد للتكنولوجيا :

(أ)- نموذج قبول التكنولوجيا (Technology Acceptance Model) (TAM) :

نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) هو نموذج سلوكي تم تطويره من قبل Davis, Bagozzi و Warshaw عام (1989) وهو مستمد من نظريات سلوكية (نظرية الأفعال المبررة Reasoned Action Theory ونظرية السلوك المخطط Planned Behavior Theory) ، ونظرية الأفعال المبررة تنتمي لعلم النفس الاجتماعي وتحتم بالنوايا السلوكية وترى أن سلوك الأفراد أو نوايا السلوك يتم تحديدها بناء على اتجاهات ووجهات نظر الأفراد اتجاه ذلك السلوك ، والفكرة الرئيسية للنموذج هو توقع النوايا السلوكية للأفراد. (عرفه و مليجي، 2017، صفحة 39)

حيث يعتمد نموذج TAM على عاملين رئيسيين هما : سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المتصورة ، فيعتبرها Davis كعاملين فعالين يؤثران على سلوك واتجاه العملاء عند استخدام تقنية معينة (Munir, M.S, Kadir, & Jusni, 2013, p. 53).

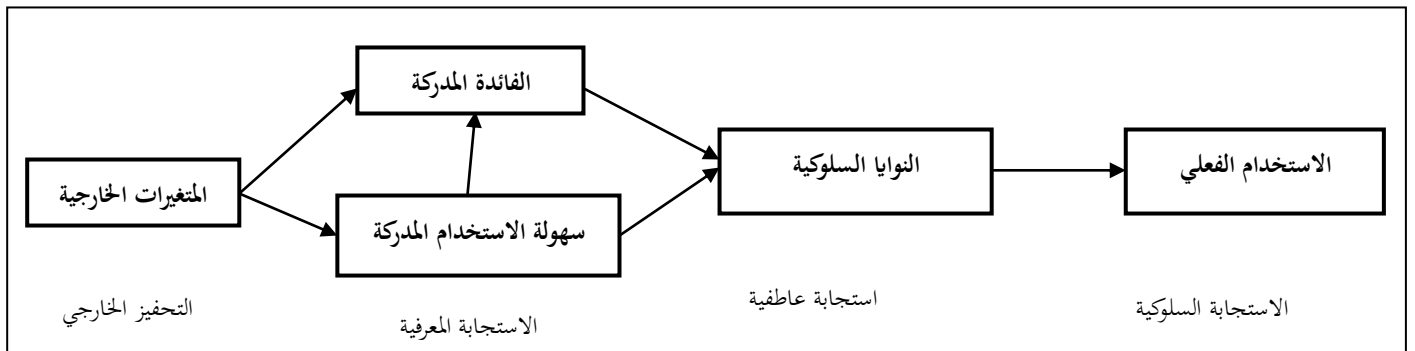
حيث عرف Davis كلا من (Lule, 2011, p. 17):

- ✓ الفائدة المتصورة بأنها " الدرجة التي يعتقد فيها الشخص أن استخدام نظام معين من شأنه أن يعزز أدائه الوظيفي " .
- ✓ وسهولة الاستخدام المتصورة على أنها " الدرجة التي يعتقد بها الشخص أن استخدام نظام معين سيكون خاليا من الجهد " .

حيث تتكون النسخة الأخيرة والمعدلة من نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) من العوامل الآتية : عوامل سلوكية تشمل (سهولة الاستخدام المدركة ، الاستفادة المدركة ، النوايا السلوكية لذوي السلوك المخطط له من الفرد ، الاستخدام الفعلي) وكذلك متغيرات خارجية والتي تشمل العوامل الديمغرافية التي تؤثر بالفرد.(تحاميد، استخدام نظام قبول التكنولوجيا لقياس جودة خدمات المكتبات الالكترونية في السودان : جامعة السودان المفتوحة انموذجا، 2020، صفحة 06)

ويعرض الشكل الموالي نموذج قبول التكنولوجيا في شكله الأساسي :

الشكل رقم (2) : العناصر الأساسية لنموذج قبول التكنولوجيا (TAM)



الفصل الثاني: اتجاهات العميل

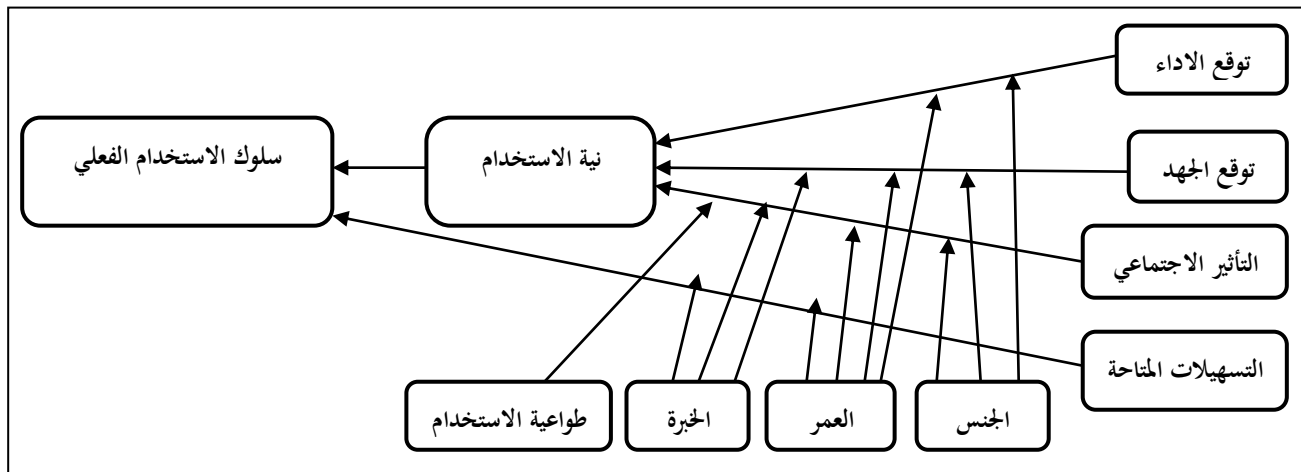
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على (Davis, 1993, p. 476)

(ب) - النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology): (UTAUT)

النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) هي نظرية سلوكية تنسب إلى كلا من Venkatesh و Morris و Gordon Davis و Fred Davis والتي تم تطويرها سنة 2003 من خلال دمج العديد من النظريات والنماذج السابقة والتي تضمنت: نظرية انتشار الابتكار IDT، نظرية الفعل المبرر TRA، النظرية الاجتماعية الإدراكية SCT، نموذج قبول التكنولوجيا TAM، نظرية السلوك المخطط TPB، نموذج استغلال الحاسوب MPCU، نموذج التحفيز MM، نموذج قبول التكنولوجيا المدمج بنظرية السلوك المخطط C-TAM-TPB (زوين، 2020، صفحة 356)

حيث تهم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية في النية السلوكية لاستخدام التكنولوجيا من قبل الأفراد، كما تختبر تأثير مكونات الفرد الداخلية كالمعتقدات والاتجاهات، والمكونات الخارجية المتمثلة في البيئة الاجتماعية المحيطة والإمكانيات المتاحة. وترتكز على عنصرين أساسيين: نية الاستخدام، وسلوك الاستخدام الفعلي. ووفقا للنظرية يمكن تفسير اتجاه ونية العملاء نحو استخدام تكنولوجيا الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول من خلال أربعة عوامل مستقلة (توقع الأداء، توقع الجهد، التأثير الاجتماعي، التسهيلات المتاحة) إلى جانب متغيرات أخرى وسيطة مثل (النوع والعمر، والخبرة، وطواعية الاستخدام) لها تأثير على نية وسلوك الاستخدام الفعلي للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أو عدم استخدامها (مؤيد، 2017، صفحة 152).

الشكل رقم (3): نموذج النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT)



المصدر: (مؤيد، 2017، صفحة 166)

الفصل الثاني: اتجاهات العميل

(ج) - النظريات والنماذج الأخرى :

جدول رقم (1): يمثل أهم النظريات والنماذج المعتمدة لدراسة تقبل واستخدام الأفراد للتكنولوجيا

الرقم	النموذج والنظرية و اسم المؤسس وسنة التأسيس :	الاختصار
01	نظرية الفعل المبرر (The Theory of Reasoned Action) (Fishbein&Ajzen , 1975)	TRA
02	نموذج التحفيز (The Motivational Model) (Davis ,Bagozzi&Warshaw , 1992)	MM
03	نظرية السلوك المخطط (The Theory of Planned) (Ajzen , 1991)	TPB
04	نموذج استخدام الحاسوب (The Model of PC Utilization) (Triandis , 1991)	MPCU
05	نظرية انتشار الابتكار (Innovation Diffusion Theory) (Moore&Benbasat , 2003)	IDT
06	نموذج قبول التكنولوجيا المدمج بنظرية السلوك المخطط (A Combined Technology Acceptance Model/Theory of Planned) (Taylor&Tood , 1995)	C-TAM-TPB
07	النظرية الاجتماعية الإدراكية (Social Cognitive Theory) (Compeau& Higgins , 1995)	SCT

المصدر: (تحاميد، 2018، صفحة 08)

المطلب الثالث: العوامل المؤثرة في اتجاه العميل عبر استخدامه للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول :

اتفق العلماء على مجموعة من السمات الأساسية للخدمات المصرفية المقدمة عبر الهاتف المحمول (Mobile Banking) التي تؤثر على اتجاه العملاء حيث تم استخلاصها وفقاً لنموذج قبول التكنولوجيا (TAM) وهي كالتالي : سهولة الاستخدام النوايا السلوكية للاستخدام ، الاستخدام الفعلي ، الفائدة المتوقعة

الفصل الثاني: اتجاهات العميل

(1) **الفائدة المتوقعة** : ينظر عملاء المؤسسات المصرفية إلى الفوائد المنتظرة من استخدام معاملاتهم المصرفية عبر الهاتف المحمول كتوفير الوقت والمال وتخفيض التكاليف أو أي منفعة أخرى لها اثر ايجابي على الموقف من العمل المصرفي من خلال تسوية إجراءاتهم المصرفية عبر الهاتف المحمول. (عبد العزيز، 2022، صفحة 326)

حيث يوفر المصرف لعملائه الراحة والأمان عند استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، وكذلك يسهل للعميل سهولة الوصول إلى الحساب بحيث تكون معلوماته المالية دائما متوفرة وعلى بعد نقرة واحدة . كما تمنح تطبيقات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول السرعة في الوصول والتحكم لإضافة الأموال أو سحبها أو تحويلها في الحساب المصرفي الخاص بالعميل . وكذلك يتيح المصرف للعميل اعتبار هاتفه كمحفظة رقمية يمكنه الدفع الكترونيا وبسرعة دون الحاجة إلى زيارة المكان أو توفر النقود الورقية أو زيارة المصرف أو سحب البطاقة (Linked in) ..

وهذا ما يدفع العملاء لتسوية معاملاتهم مع المصرف عبر الهاتف المحمول بغية الحصول على المنافع وملائمة هذه الخدمات مع احتياجاتهم ورغباتهم مع توفير الكثير من الوقت والجهد .

(2) **سهولة الاستخدام** : يشير إلى الدرجة التي يعتقد فيها عملاء المصرف أن تسوية المعاملات المصرفية المقدمة عبر الهاتف المحمول سهلة الاستعمال ولا يحتاج مستخدميها إلى القيام بأي جهد بدني أو عقلي أو معاناة . (علي ا،، 2017، صفحة 74)

حيث يساعد المصرف عملاءه من تسوية خدماتهم بسرعة وسهولة عبر احدث التقنيات التي يتم بواسطتها تصميم التطبيقات بصورة تجعل العميل يصل إليها بسرعة والاستفادة من استعمال الخدمات المقدمة له .

حيث أن تصميم تطبيق المصرف عبر الهاتف المحمول على نحو يكون من السهل على شرائح المجتمع المختلفة مهما كان المستوى التعليمي في استخدامها ، سوف يساعدهم على إتمام العمليات بسهولة أكثر مما لو صمم التطبيق بطريقة تكون صعبة الاستخدام . (محمد و.،، صفحة 277)

وكلما كان التطبيق سهل الاستعمال ولا يحتاج إلى الكثير من الجهد سينتج عنه زيادة في استخدامه ورضا وقبول للأفراد في تسوية معاملاتهم المصرفية عبر الهاتف المحمول ، وكلما كان صعب ومعقد في إجراءاته سيؤدي إلى عدم الاهتمام وتفادي استخدامه من طرف العملاء .

كما أشارت بعض الدراسات أن التعقيد في تكنولوجيا الخدمة الذاتية قد يؤدي إلى إعاقه العملاء عن إتمام المهمة أو استكمال الحصول على الخدمة أو عدم الاستمرار في طلبها ، كما أن الكفاءة الذاتية للعملاء في استخدام التكنولوجيا تؤثر على درجة سهولة الاستخدام للخدمات المصرفية الالكترونية ، فكلما تمتع الأفراد بقدر أكبر من الكفاءة الذاتية كلما أدى ذلك إلى سهولة أكبر في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية وكلما زادت سهولة الاستخدام كلما زاد رضا العملاء عن هذه الخدمات المصرفية . (علي ه.،، 2022، صفحة 531)

الفصل الثاني: اتجاهات العميل

(3) النوايا السلوكية للاستخدام : تشير إلى درجة اعتقاد العميل أن استخدامه للخدمة حاليا وفي المستقبل ، فإذا كان هناك ميول ونية ايجابية نحو هذه الخدمة يمكن أن تقود إلى الاستخدام الفعلي لها لاحقا ، وإذا كان الرفض وعدم التقبل لهذه الخدمة فانه سيقود إلى تجنبها والعزوف عنها .(العنكي، 2015، صفحة 17)

كما أكدت العديد من الدراسات العلمية أن سهولة الاستخدام هي من العوامل الأساسية التي تؤثر على نية العملاء في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، حيث أن العملاء في وقتنا الحاضر وبصفة عامة أصبحوا يميلون ويفضلون إجراء معاملاتهم المصرفية عبر هواتفهم الذكية والتي تتسم بالوضوح والبساطة وسهولة التعلم وإمكانية الوصول لحساباتهم الشخصية وتسوية خدماتهم المصرفية .

ووجد أن هناك علاقة ايجابية بين الفائدة المدركة ونية العملاء لتبني الخدمات المصرفية عبر هواتفهم الذكية ، بمعنى انه إذا أدرك العملاء أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تحسن من الأداء الوظيفي وأنها تقدم ميزة نسبية مقارنة بالخدمات التقليدية بتقديم الخدمة المناسبة في الوقت المناسب وبالسعر المناسب فان ذلك سيدفعهم لتبني هذه الخدمات الالكترونية .(علي هـ،، 2022، صفحة 531)

(4) الاستخدام الفعلي : هو السلوك والتصرف الذي يحدث نتيجة لنية الاستخدام وبل هناك من يعتبر النية سلوكا داخليا في حد ذاته (BESSAOU D & TIMMAOUI, 2021, p. 578).

حيث تلعب جاهزية الأفراد واستعدادهم لقبول التكنولوجيا دورا رئيسيا مباشرا وغير مباشر في التأثير على نية وميل الأفراد لتبني التكنولوجيا الجديدة ، وبالتالي فان الأفراد الذين لديهم درجة عالية من الجاهزية والاستعداد التكنولوجي يكون لديهم احتمال كبير لتبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ، وفي المقابل قد يميل الشخص الذي لديه درجة منخفضة من الجاهزة وعدم الاستعداد لتقبل التكنولوجيا إلى رفض هذه الخدمة بسبب مخاوف أو عدم ارتياح في التعامل مع التكنولوجيا الجديدة .(علي هـ،، 2022، صفحة 532)

الفصل الثاني: اتجاهات العميل

خلاصة الفصل :

مما تبين لنا في هذا الفصل الذي تناول في مضمونه حول اتجاهات العملاء من خلال إجراء معاملاتهم المصرفية عبر هواتفهم الذكية، والتي تعرف بنوع من استجابات نحو موضوع معين أو فكرة معينة قد تكون هذه الاستجابات سلبية أو ايجابية تتكون من خلال مرور الفرد بتجارب وخبرات معينة ، وكذلك التعرف على وأهمية وأهداف دراسة العميل ، كما يمكن القول ان الاتجاهات تضم ثلاث عناصر وهي المكون الإدراكي والذي يضم المعتقدات والآراء والأفكار عن موضوع الاتجاه ، أما المكون الوجداني والذي يتمثل في مشاعر الفرد وانفعالاته نحو موضوع الاتجاه ، وأخيرا المكون السلوكي والذي يختص بالنوايا أو ميل للسلوك أو التصرف بشكل معين إزاء موضوع الاتجاه . وكذلك تناول العوامل التي تؤثر في اتجاه العميل عند استخدام معاملاته المصرفية عبر الهاتف الذكي من خلال الفوائد المدركة مع سهولة الاستخدام والنوايا السلوكية للاستخدام إلى الاستخدام الفعلي .

وفي الفصل الموالي سنعرض نتائج الدراسة التي قمنا بها لقياس اتجاه زبائن مصرف السلام بوكالة بسكرة فيما يتعلق بخدمات المصرف عبر الهاتف المحمول ذلك بالاعتماد على نموذج قبول التكنولوجيا.



الإطار التطبيقي

تمهيد :

بعد أن تطرقنا لمختلف المفاهيم النظرية المتعلقة بكل من الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول و اتجاهات العمل، سوف نحاول في هذا الفصل الإلمام بجوانب الدراسة الميدانية المتعلقة بمصرف السلام وكالة بسكرة، وهذا من خلال ما تحصلنا عليه من معلومات من طرف إدارات ومسؤولين بالمؤسسة، وقد ساعدتنا الإستبانة التي أعدت لهذا الغرض، ومحاولة تدعيم هذه الدراسة ببعض الجوانب التحليلية في حدود المعلومات المتحصل عليها من المؤسسة ومن ثم معرفة طبيعة ومدى وجود علاقة الارتباط والتأثير بين متغيري الدراسة، وقد خصصنا ثلاثة مباحث في هذا الفصل وهي كالتالي:

المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

المبحث الثالث: تحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

المبحث الأول : تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة

سنقدم فيما يلي التعريف ونشأة مصرف السلام وكالة بسكرة وهيكله التنظيمي :

المطلب الأول : التعريف بمصرف السلام بالجزائر :

اولا : تعريف مصرف السلام :

للنظام المصرفي الجزائري تجربة ثانية في المصارف الإسلامية تمثلت في مصرف السلام , والذي جاء كثمرة للتعاون الجزائري الخليجي (قبراط و بوزارة، 2021، صفحة 40)

حيث أنشئ مصرف السلام في الجزائر في 08 جوان 2006 وتمت المصادقة عليه من قبل بنك الجزائر في 10 سبتمبر 2008، وبدأمزاولة نشاطه مستهدفا تقديم خدمات مصرفية مبتكرة في 20 أكتوبر 2008 برأس مال قدره 7.2 مليار دج (100 مليون دولار) , وتم رفعه إلى 10 مليار دج وفقا للقواعد الجديدة لبنك الجزائر.(بولقرون و بولحية، 2017، صفحة 85)

مصرف السلام الجزائر بنك متعدد المهام و الخدمات يعمل طبقا للقوانين الجزائرية، ووفقا لأحكام الشريعة الإسلامية في كافة تعاملاته.

إن مصرف السلام الجزائر يعمل وفق إستراتيجية واضحة تتماشى و متطلبات التنمية الاقتصادية في جميع المرافقا لحيوية بالجزائر، من خلال تقديم خدمات مصرفية عصرية تنبع من المبادئ والقيم الأصيلة الراسخة لدى الشعب الجزائري، بغية تلبية حاجيات السوق، والمتعاملين والمستثمرين، و تضبط معاملاته هيئة شرعية تتكون من كبار العلماء في الشريعة و الاقتصاد.

تتكون شبكة فروع مصرف السلام الجزائر حاليا من 23 فرعاً منتشرة عبر مختلف ربوع الوطن، في انتظار افتتاح فروع أخرى؛ انسجاماً مع رؤية إستراتيجية المصرف التي تسعى إلى توفير وتقريب خدماته المصرفية بمختلف صيغها لمتعامليه وبأفضل جودة.(مصرف السلام)

ثانيا : من مزاياه :

1. الراحة و التحكم والسرعة
2. السهولة و الأمان و بأقل التكاليف
3. خدمة متوفرة 7 أيام/7 و 24/سا/24 .

ثالثا : الخدمات المقدمة :

أ) – بالنسبة للأفراد :

- ✓ التطلع على حساباتهم
- ✓ البحث في عمليات الحساب

- ✓ تحميل كشوفات الحساب
- ✓ طبع بيانات الحساب المصرفي
- ✓ دمج الحسابات
- ✓ متابعة العمليات الإلكترونية
- ✓ طلب دفتر الشيكات
- ✓ متابعة التسهيلات
- ✓ الإطلاع على الودائع لأجل
- ✓ التحويل بين الحسابات (خدمة التحويل الدائم "تحويل")
- ✓ التحويل للمستفيدين
- ✓ طلب البطاقة

ب) - النسبة للمؤسسات :

- ✓ الإطلاع على الأرصدة
- ✓ مراجعة الأرصدة
- ✓ الإطلاع على العمليات الأخيرة
- ✓ خدمة الرسائل النصية
- ✓ المعارضة على الشيك
- ✓ البحث في عمليات الحساب
- ✓ تحميل كشوفات الحساب
- ✓ طبع كشوفات الحساب
- ✓ بيانات الحساب البنكي
- ✓ طلب دفتر الشيكات
- ✓ متابعة التسهيلات
- ✓ الإطلاع على الودائع لأجل
- ✓ التحويل بين الحسابات
- ✓ التحويل للمستفيدين
- ✓ إدخال التحويلات المكثفة
- ✓ إرسال ملفات التحويلات المكثفة
- ✓ تقرير التنفيذ

ومن الخدمات أيضا :

- ✓ تطبيق الموبايل " السلام سمارت بنكنغ "
- ✓ خدمة الدفع عبر الإنترنت " E - Amina "

وكذلك أيضا :

- ✓ عمليات التمويل كالمشاركة ، المضاربة ، المراجحة ، البيع بالتقسيط ، الإجارة ، الإستصناع، السلم ، البيع الآجل ..
- ✓ التجارة الخارجية كالتعهدات وخطابات الضمان المصرفية ووسائل الدفع على المستوى الدولي كالعمليات المستندية.
- ✓ والاستثمار والادخار كفتح دفاتر التوفير "أمنيتي" ، "هديتي" ، " عمري " ، وكذلك اكتتاب سندات الاستثمار وفتح حسابات الاستثمار .

رابعا : وسائل الدفع المستخدمة :

- ✚ بطاقة السحب والدفع الإلكترونية "آمنة"
- ✚ بطاقة الدفع الدولية " السلام فيزا "
- ✚ ماكينات الصراف الآلي
- ✚ الدفع الإلكتروني بدون لمس "ومباي لمصرف السلام "

المطلب الثاني : تقديم مصرف السلام وكالة بسكرة :

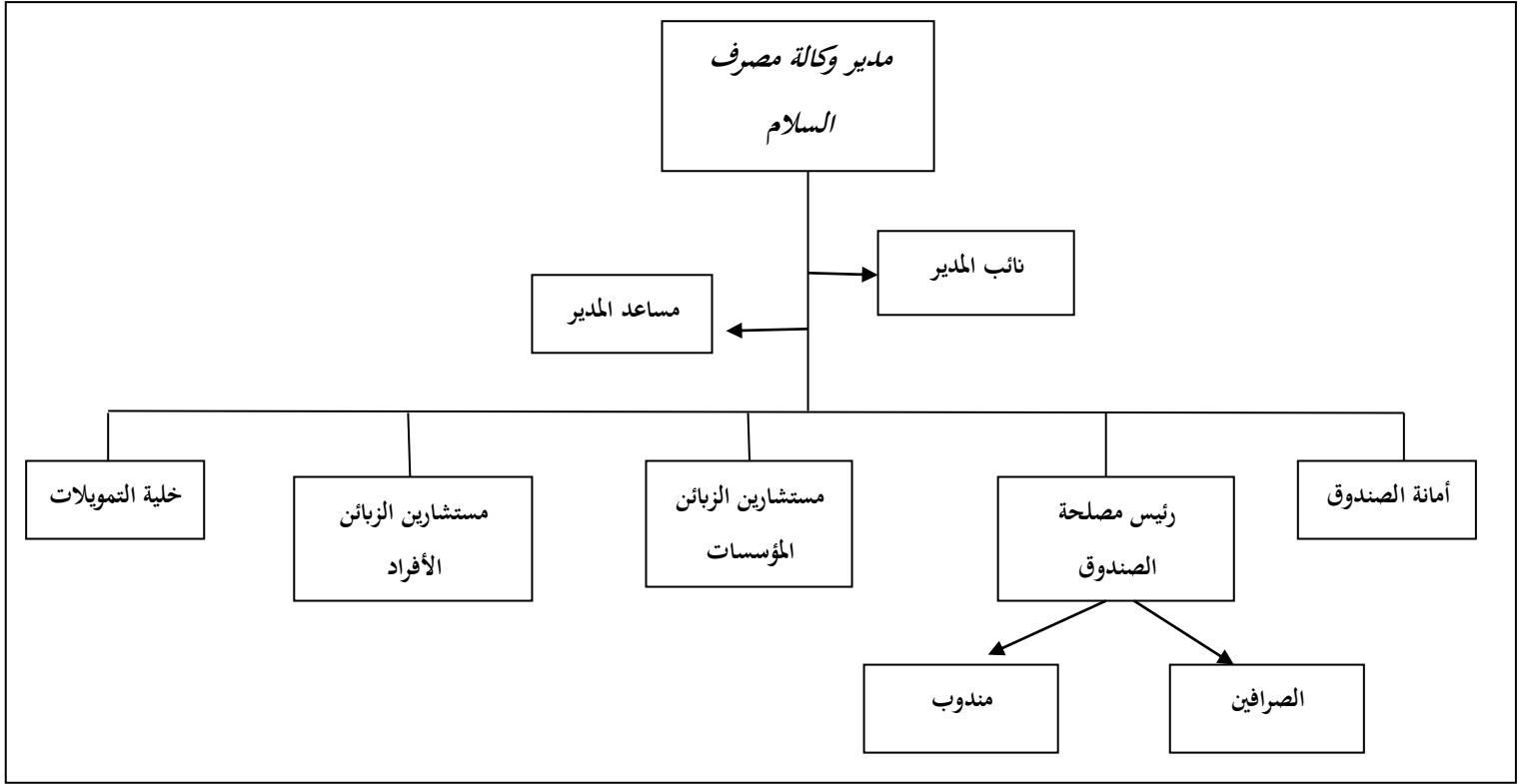
أولا : تعريف وكالة السلام بسكرة

تم بتاريخ 14 نوفمبر 2018 افتتاح فرعه الثاني عشر بولاية بسكرة عروس الزيبان الكائن بحي سايجي تجرئة رقم 69، ملكية رقم 109-110 بسكرة والمجهزة بكل الوسائل الحديثة . وبحضور كلا من المدير العام للمصرف ونائب المدير العام إضافة إلى بعض السلطات المحلية , كما يضم 13 موظفا إضافة إلى مدير الفرع .

ثانيا : الهيكل التنظيمي لمصرف السلام وكالة بسكرة

يتكون الهيكل التنظيمي لوكالة بسكرة مصرف السلام من الأعوان حسب الشكل الموالي :

الشكل رقم (4) : الهيكل التنظيمي لمصرف السلام وكالة بسكرة



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعلومات المقدمة من طرف مدير وكالة بسكرة لمصرف السلام (الباح، 2023)

ثالثا: نماذج للخدمات المصرفية المقدمة عبر الهاتف المحمول لمصرف السلام :

1) تطبيق " السلام سمارت بنكنغ" عبر الهاتف المحمول :

يتيح تطبيق " السلام سمارت بنكنغ" لعملاء مصرف السلام تقديم الخدمات المصرفية على مدار 24 ساعة و 7 أيام /7 عبر الهاتف الذكي أو اللوحة الإلكترونية .

الشكل رقم (05) : صور للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لمصرف

السلام.



المصدر :الصفحة الرسمية لمصرف السلام عبر تطبيق الفاييسبوك.

وتمثلت تلك الخدمات في :

- ✓ الكشف عن الأرصدة وآخر العمليات
- ✓ البحث وترتيباً آخر العمليات
- ✓ عمليات التمويل
- ✓ تحويل العملات
- ✓ الإتصال بالمصرف عن طريق البريد الإلكتروني أو الهاتف

الشكل رقم (06): صور لتطبيق "السلام سمارت بنكنغ" عبر الهاتف المحمول





المصدر: الصفحة الرسمية لمصرف السلام عبر تطبيق الفايسبوك.

(2) تطبيق "ويمباي لمصرف السلام" :

يتيح تطبيق "ويمباي لمصرف السلام" السيولة اللازمة لتسديد العملاء مشترياتهم عبر الهواتف الذكية وذلك عبر تقنية مسح الرمز QR المتواجد في الهاتف المحمول ، حيث يمكن العملاء من خلال تطبيق "ويمباي لمصرف السلام" من :

- ✓ الكشف عن الرصيد
- ✓ تسديد المستحقات عبر لمسة على مستوى صندوق المتجر
- ✓ اقتسام الفاتورة أو المصاريف عند المتجر
- ✓ التحويل بين الحسابات لمستخدمي "ويمباي لمصرف السلام"
- ✓ الكشف عن سجل العمليات المصرفية الجارية
- ✓ إدارة الميزانية (المداخيل والمصاريف)

الشكل رقم (07): صورة للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لمصرف السلام



المصدر: الصفحة الرسمية لمصرف السلام عبر تطبيق الفايسبوك.

3) خدمة " السلام مباشر " :

يتيح الموقع الإلكتروني لمصرف السلام لعملاءه من الولوج إلى المنصة الرقمية خدمة " السلام مباشر " ، حيث يقدم لهم الخدمات التالية :

- ✓ الإطلاع على أرصدة وتفاصيل الحساب
- ✓ البحث عن العمليات المصرفية
- ✓ تحميل وطبع كشوفات الحساب
- ✓ التحويل بين الحسابات الخاصة بالعميل ، أو لحسابات أخرى لدى مصرف السلام – الجزائر أو المصارف المحلية

- ✓ متابعة السحب النقدي لبطاقة الدفع "آمنة"
- ✓ طلب دفتر الشيكات أو بطاقة الدفع "آمنة"
- ✓ متابعة الودائع والتمويلات الخاصة بالعميل
- ✓ الحصول على أسعار العملات الأجنبية

الشكل رقم (08): صور لخدمات التمويل لمصرف السلام عبر المنصة الرقمية



المصدر: الصفحة الرسمية لمصرف السلام عبر تطبيق الفيسبوك.

4) خدمات التمويل عبر المنصات الرقمية :

يقدم مصرف السلام لعملاءه عالم للتسوق عبر المنصات الرقمية وفق صيغ التمويل الإسلامية ، حيث تتمثل هذه الخدمات في :

✓ منصة تيسير (البيع بالتقسيط الإلكتروني) : تساعد هذه الخدمة في تمويل العملاء من أجل اقتناء مشترياتهم عبر المتاجر الإلكترونية . وذلك من خلال :

الشكل رقم (09): صور لخدمة السلام المباشر



المصدر: الصفحة الرسمية لمصرف السلام على الفيسبوك

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

سنتطرق في هذا المبحث إلى المصادر جمعياتنا للدراسة، عينة البحث، بالإضافة إلى أساليب التحليل الإحصائي، وكذا إلى المدونات أو صدقا لإستبانة للوقوف على أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على اتجاه عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة.

مطلباً أولاً: وصف مجتمع وعينة الدراسة

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

وقد احتوى معيار اختيار عينة المستجوبين على شروط أساسية حيث تمثلت هذه الشروط في:

- أن يكون المستجوبون من العملاء الدائمين لدى المصرف.
- أن تكون المصارف المعنية بالدراسة متواجدة بوكالة بسكرة.

يتمثل مجتمع البحث في دراستنا كل المتعاملين مع مصرف السلام وكالة بسكرة الذين يقومون بتسوية معاملاتهم المصرفية عبر الهاتف المحمول ، والذين يفوق عددهم 200 عميل حسب المصرف ، ونظرا لضيق الوقت يصعب علينا جمع جميع آراء العملاء إذ قمنا بتوزيع استمارة إلكترونية على جميع العملاء بمساعدة المصرف ، لكن تمت الإجابة على 50 استمارة إلكترونية .

الفرع الثاني: وصف إحصائي لأفراد عينة الدراسة

فيما يلي سنتطرق إلى دراسة خصائص عينة الدراسة حسب البيانات الشخصية والوظيفية.

(1) متغير الجنس:

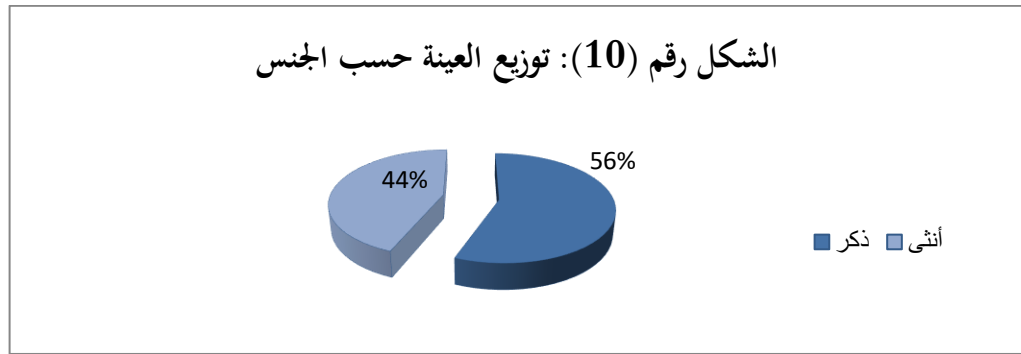
يمثل الجدول رقم (2) : توزيع العينة حسب الجنس

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	28	56%
	أنثى	22	44%
	المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال الجدول أعلاه، نلاحظ:

من خلال الإحصائيات المتحصل عليها في الجدول الموضح أعلاه، نلاحظ أن ما نسبته 56% من مفردات عينة الدراسة هم الذكور أما الإناث فتمثل بنسبة 44%، ومن خلال النسبة المبينة أعلاه سابقة نلاحظ أن نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث والشكل الموالي يوضح توزيع مفردات العينة حسب الجنس:



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

(2) متغير العمر:

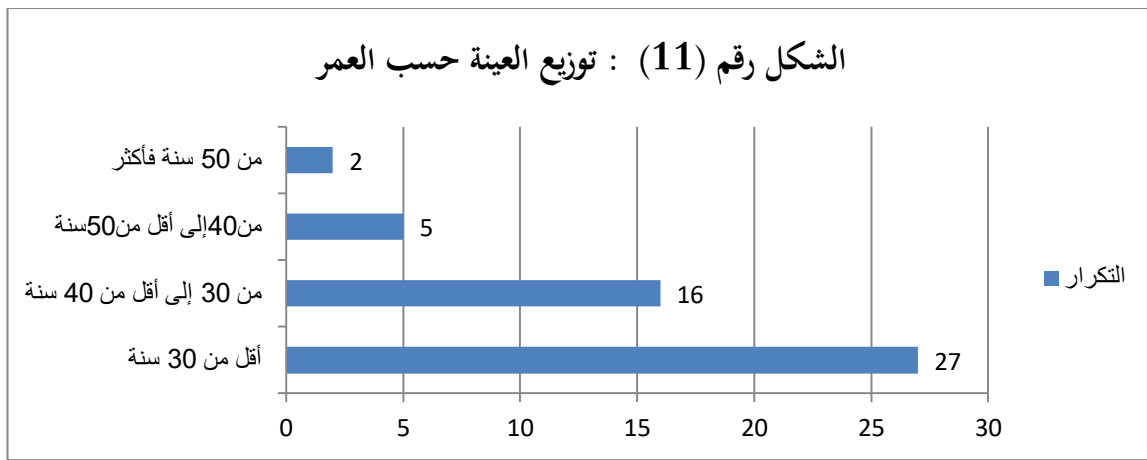
الجدول رقم (3): توزيع العينة حسب العمر

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
العمر	أقل من 30 سنة	27	54%
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	16	32%

من 40 إلى أقل من 50 سنة	5	10 %
من 50 سنة فأكثر	2	4 %
المجموع	50	100 %

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال إحصائيات المتحصل عليها في الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية أفراد عينة الدراسة أعمارهم أقل من 30 سنة بما نسبته 54 %، وتتراوح أعمارهم من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة بنسبة 32 %، بينما مثلت ما نسبته 10 % تتراوح أعمارهم من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة، أما فئة أكثر من 50 سنة فمثلت نسبة طفيفة قدرها 4 %، والشكل الموالي توضيح لذلك:



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

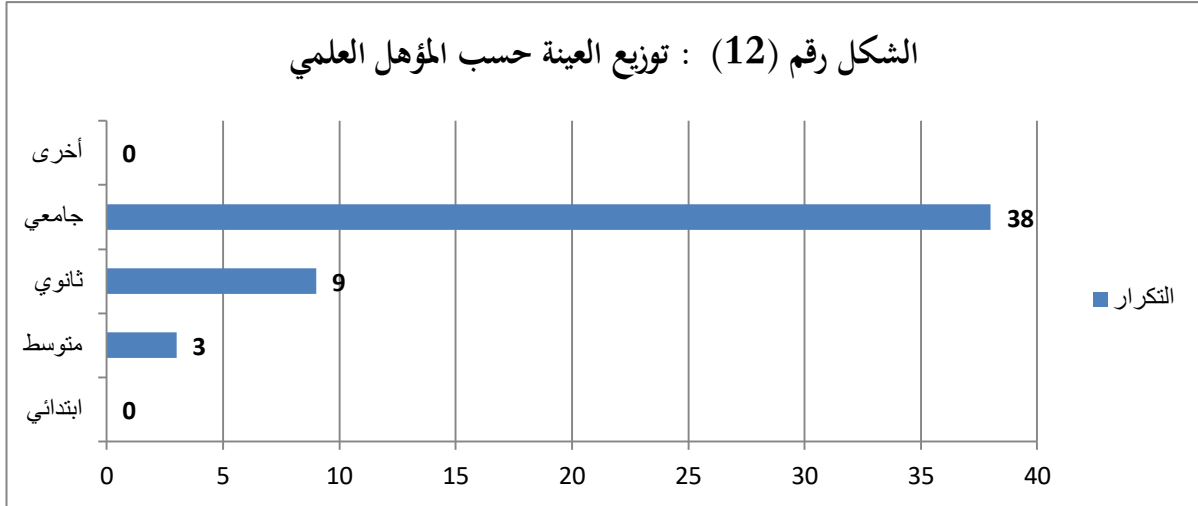
(3) متغير المؤهل العلمي:

الجدول رقم (4) : توزيع العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرار	فئات المتغير	المؤهل العلمي
0 %	0	ابتدائي	المؤهل العلمي
6 %	3	متوسط	
18 %	9	ثانوي	
76 %	38	جامعي	
0 %	0	أخرى	
100 %	50	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

نلاحظ من نتائج الجدول أعلاه أن ما نسبته 76% من عينة الدراسة ذات مؤهل علمي جامعي أي أن 18 فرد من أفراد عينة الدراسة هم بمستوى جامعي، أما فئة الثانوي فقد جاءت بما نسبته 18%، وفي الأخير فئة المتوسط بنسبة 6%، بينما الفئات الأخرى لم تحصل على أي نسبة هذا ما يوضح أن مختلف أفراد عينة الدراسة هم ذات المستوى العلمي الجامعي من ماستر، ليسانس، دكتوراه والشكل الموالي يوضح ذلك:



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

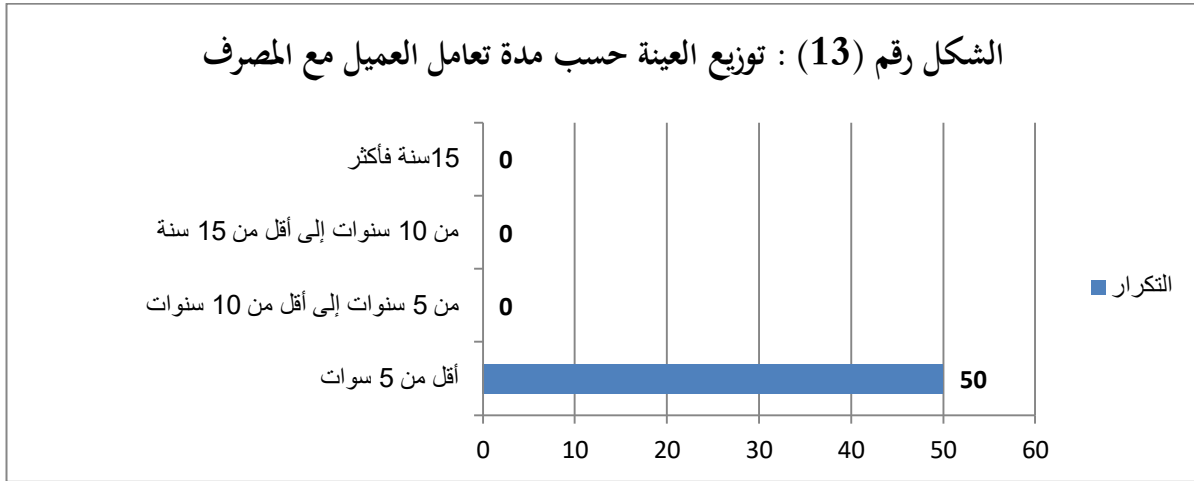
(4) متغير مدة تعامل العميل مع المصرف :

الجدول رقم (5) : توزيع العينة حسب مدة تعامل العميل مع المصرف

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
مدة تعامل العميل مع المصرف	أقل من 5 سنوات	50	100%
	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	0	0%
	من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	0	0%
	15 سنة فأكثر	0	0%
المجموع		50	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

نلمح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن كافة أفراد عينة الدراسة ذات مستوى خبرة أقل من 5 سنوات بنسبة 100% ، والشكل الموالي تمثيل لذلك:



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

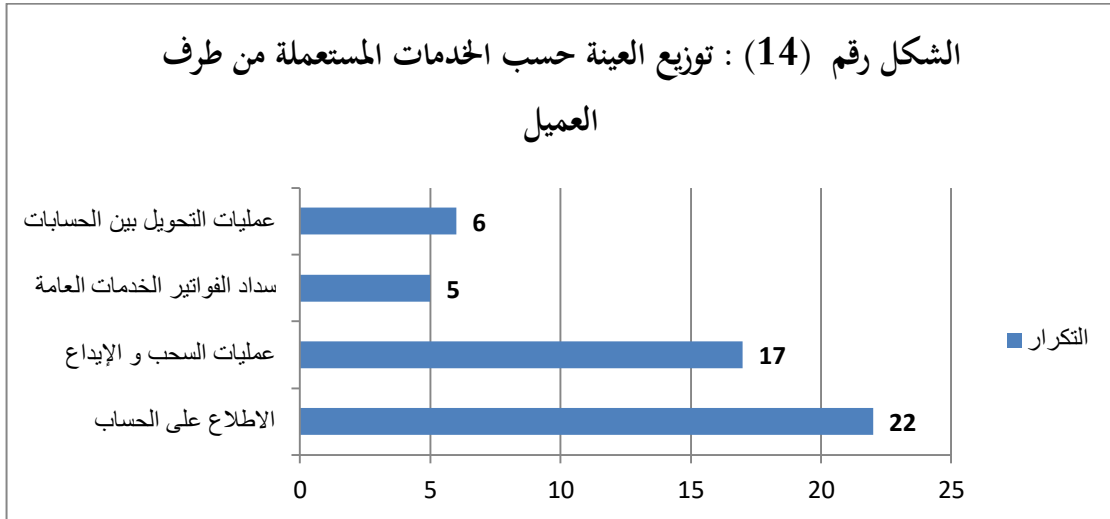
(5) سؤال عام 1 "ما هي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول التي تستخدمها بشكل أساسي في المعاملات المصرفية:"

الجدول رقم (6) : توزيع العينة حسب الخدمات المصرفية التي يستخدمها العميل عبر الهاتف المحمول

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية
سؤال عام 1: ما هي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول التي تستخدمها بشكل أساسي في المعاملات المصرفية؟	الإطلاع على الحساب	22	44%
	عمليات السحب و الإيداع	17	34%
	سداد الفواتير الخدمات العامة	5	1%
	عمليات التحويل بين الحسابات	6	12%
	المجموع	50	%

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

يلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن 40% من مفردات عينة تقوم بالإطلاع على الحساب عبر خدمة الهاتف المحمول، بينما ما نسبته 34% من مفردات العينة يلجأون للمصرف من أجل إيداع أموال أو سحبها فقط، في حين أن 12% يتعاملون مع مصرف السلام بهدف تحويل مبالغ بين الحسابات، وفي الأخير نجد أن 1% من عينة الدراسة يلجأون للمصرف بغرض سداد فواتير الخدمات ليس إلا، والشكل الموالي توضيح لذلك:



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

(6) سؤال عام 2 "ما هي وسائل الدفع عبر الهاتف المحمول التي تعتمدها أكثر":

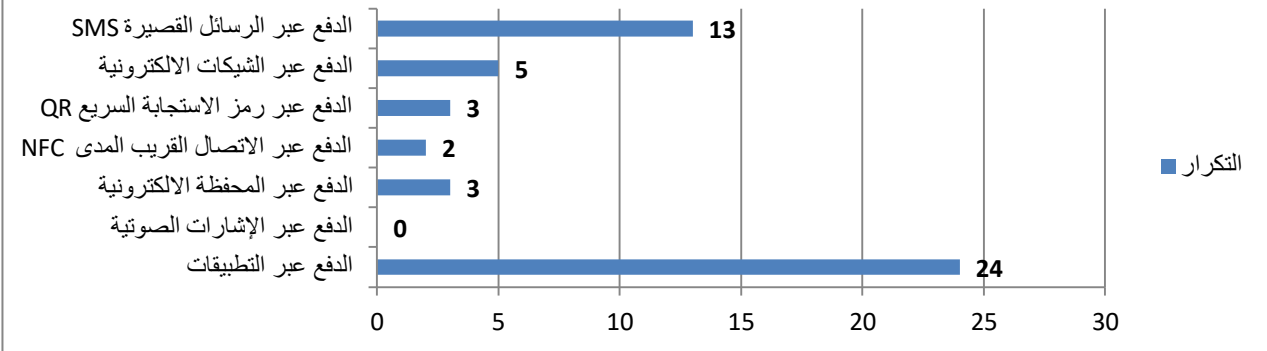
الجدول رقم (7): توزيع العينة حسب وسائل الدفع المستخدمة

النسبة المئوية	التكرار	فئات المتغير	المتغير
48%	24	الدفع عبر التطبيقات	سؤال عام 2 ما هي وسائل الدفع عبر الهاتف المحمول التي تعتمدها أكثر
0%	0	الدفع عبر الإشارات الصوتية	
6%	3	الدفع عبر المحفظة الإلكترونية	
4%	2	الدفع عبر الاتصال القريب المدى NFC	
6%	3	QR الدفع عبر رمز الاستجابة السريع	
10%	5	الدفع عبر الشيكات الإلكترونية	
26%	13	الدفع عبر الرسائل القصيرة SMS	
100%	50	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

نلاحظ من خلال إحصائيات الجدول أعلاه أن ما نسبته 24% من عينة الدراسة يستخدمون وسيلة الدفع عبر التطبيقات، فيما أن ما نسبته 26% من عينة الدراسة يستخدمون وسيلة الدفع عبر الرسائل القصيرة SMS، بينما نجد ما نسبته 10% يميلون إلى استخدام الشيكات الإلكترونية للدفع، وما نسبته 6% يميلون إلى الدفع بواسطة المحفظة الإلكترونية ورمز الاستجابة السريع QR، وفي الأخير ما نسبته 4% يستخدمون الاتصال القريب المدى للدفع، كل هذا يوضح لنا تنوع الاستخدامات من طرف عملاء المصرف في دفع المستحقات إذ أن الدفع عبر التطبيقات تعتبر أسهل وأبسط وسيلة من وجهة نظر العملاء . والشكل الموالي تمثيل لذلك :

الشكل رقم (15) : توزيع العينة حسب وسائل الدفع المستخدمة



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

المطلب الثاني : المعلومات والأساليب الإحصائية المستخدمة

الفرع الأول: بناء أداة الدراسة

اعتماداً على ما ورد في الإطار النظري والدراسات السابقة، تم بناء إستبيان خصيصاً لقياس إتجاهات مفردات العينة، وفق المحاور الرئيسية للدراسة ، تم تقسيم هذا الإستبيان إلى جزئين، يتعلق أحد أجزاءه (القسم الأول) بالخصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة، وتشمل كل من الجنس والعمر والمؤهل العلمي ومدة تعامل العميل مع المصرف ، وقد خصص القسم الثاني لمحاور الإستبانة، يتعلق المحور الأول بمتغير الفوائد المتوقعة حيث يتكون من 5 عبارات، أما المحور الثاني فيتعلق بسهولة الاستخدام تضمن 4 عبارات، بعدها يأتي محور النوايا السلوكية بـ 5 عبارات ثم محور الاستخدام الفعلي بـ 4 عبارات.

وقد تم اختيار مقياس ليكارت الحماسي لاعتباره أكثر المقاييس المستخدمة في قياس آراء لسهولة فهمه وتوازن درجاته، وتمت ترجمة درجاته كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(8): درجات مقياس ليكارت الحماسي

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

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على دراسات سابقة

الفرع الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة

يتم معالجة البيانات باستخدام العديد من الأساليب الإحصائية المستخرجة من برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية الإصدار عشرون، وقد تم استخدام في هذه الدراسة الأساليب التالية:

- مقاييس الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف مجتمع البحث وإظهار خصائصه، بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات والإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات البحث حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- الوسط الحسابي: يمثل القيمة التي لو أعطيت لكل مفردة من مفردات المجموعة فإن مجموع القيم الجديدة يساوي مجموع القيم الأصلية، وبمعنى آخر أن الوسط الحسابي يساوي مجموع نقاط الفقرات مقسوما على عددها.
- معامل الارتباط لبيرسون: وذلك لمعرفة طبيعة علاقات الارتباط بين أبعاد النموذج واختبار صحة الفرضيات.
- معامل الارتباط ألفا كرونباخ **ALPHA DE CRONBACH**: وذلك لقياس ثبات أداة البحث.
- معامل صدق المحك: وذلك لقياس صدق أداة البحث.
- الانحراف المعياري.
- تحليل التباين للانحدار البسيط والمتعدد.

المطلب الثالث : صدق وثبات أداة الدراسة

الفرع الأول: صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق الأداة قدرة الاستبانة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها، ولتحقق من صدق استبانة هذه الدراسة نعلم على ما يلي:

- صدق المحتوى أو الصدق الظاهري: للتحقق من صدق محتوى أداة البحث والتأكد من أنها تخدم الأهداف الخاصة بالبحث، تم عرضها على مجموعة من المحكمين الأكاديميين المختصين في هذا المجال الذين يعملون بجامعة سطيف، بحيث طلب منهم النظر في مدى كفاية أداة البحث من حيث عدد العبارات، وتنوع محتواها وشموليتها، وتصحيح الأخطاء اللغوية، أي ملاحظات يروها مناسبة فيما يتعلق بالتعديلات، وهذا ما يعتبر بالصدق الظاهري، وصدق محتوى الأداة وبذلك تم اعتبار هذه الأداة صالحة للدراسة وتفي بالغرض الذي هدفت له.
- صدق المحك: تم حساب معامل صدق المحك من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات " ألفا كرونباخ"، إذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة البحث بلغ (0.935) وهو معامل مرتفع جدا ومناسب لأغراض وهدف الدراسة، كما أنه يبين لنا أن جميع معاملات الصدق لمحاور البحث هي مرتفعة وصادقة لما وضعت من أجله.

الفرع الثاني: ثبات أداة الدراسة

يسعى اختبار الثبات لقياس مدى صدق الإجابة على فقرات الاستبيان، إذ يعتبر الاختبار ثابتا إذا حصلنا على نفس نتائج القياس في كل مرة لو تم إعادة نفس الاختبار مرة أخرى، ولقياس مدى ثبات أداة الدراسة نلجأ لحساب معامل ألفا كرونباخ **ALPHA DE CRONBACH** ومنه إستنتاج صدق المحك والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم(9): معامل الصدق والثبات

محاور الدراسة	عدد العبارات	معامل الثبات	صدق المحك
الفوائد المتوقعة	5	0.921	0.959
سهولة الاستخدام	4	0.896	0.946
النوايا السلوكية	5	0.911	0.954
الاستخدام الفعلي	4	0.946	0.972
الصدق والثبات العام للإستبيان	18	0.935	0.966

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال إحصائيات الجدول السابق، يتضح لنا أن معامل الثبات العام مرتفع جدا حيث بلغ 0.935، كما أن معاملات الثبات لمحاور الدراسة مرتفعة جميعها حيث تجاوزت الـ 60% بإعتباره الحد الأدنى المقبول في معظم الدراسات، وهذا يدل على أن لجميع محاور الإستبانة درجة عالية من الثبات، لذلك يمكن القول أنه يمكن الإعتماد على هذه الأداة في الدراسة الميدانية وهو ما يؤكد أيضا صدق المحك الذي تجاوز معاملته العام نسبة 90%.

المبحث الثالث: تحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

بعد تناولنا لبناء أداة الدراسة والتأكد من صدقها وثباتها، نتجه الآن إلى تحليل محاورها والوقوف على أهم النتائج التي جاءت بها، وقد خصصنا هذا المبحث للإلمام بها.

المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي

من أجل اختبار ما إذا كانت البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي أم لا، ومن أجل التحقق من ذلك تم حساب قيمة معامل الإلتواء ومعامل التفلطح للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع ومن المعلوم أن البيانات تقترب من التوزيع الطبيعي إذا كان معامل الإلتواء يقع في المجال (-1.1) وقيمة معامل التفلطح تقع في المجال (-3.3) وتظهر قيم معامل الإلتواء والتفلطح في الجدول التالي:

جدول رقم (10): معاملات الإلتواء والتفلطح

معامل التفلطح		معامل الإلتواء		المتغير
الخطأ المعياري	القيم الإحصائية	الخطأ المعياري	القيم الإحصائية	
0.662	2.537	0.337	-1.389	الفوائد المتوقعة

0.662	1.735	0.337	-1.100	سهولة الاستخدام
0.662	2.206	0.337	-1.150	النوايا السلوكية
0.662	1.401	0.337	-1.342	الاستخدام الفعلي
0.662	1.860	0.337	-1.264	الخدمات المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.V 22

من خلال الجدول أعلاه نجد أن قيمة معامل الالتواء بالنسبة لجميع متغيرات الدراسة وأبعادها تتعقبا للمجال

(1-1)، وقيمة معامل التفلطح تتعقبا للمجال (3-3)، مما يشير إلى أن متغيرات الدراسة تتوزع توزيعا طبيعيا.

المطلب الثاني: تحليل محاور الاستبيان

ولتحديد قيم المتوسط الحسابي في أي فئة يتم ذلك من خلال إيجاد طول المدى (5-1=4) قسمة المدى على عدد الفئات (0.8=4/5)، وبعد ذلك يضاف إلى الحد الأدنى للمقياس مع تخفيض 0.01 من الحد الأعلى من أجل التخلص من مشكلة التعرف على أي فئة تنتمي القيمة المتساوية للحد الأعلى، فتصبح الفئة الأولى (1-1.79) وهكذا لبقية الفئات، فيكون لدينا المقياس التالي:

الجدول رقم (11): مقياس الحكم على إجابات الأفراد

مستوى الموافقة	الاتجاه العام	فئات المتوسط الحسابي
منخفض جدا	غير موافق بشدة	(1-1.79)
منخفض	غير موافق	(1.8-2.59)
متوسط	محايد	(2.60-3.39)
مرتفع	موافق	(3.4-4.19)
مرتفع جدا	موافق بشدة	(4.20-5.0)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الدراسات السابقة

الفرع الأول: تحليل فقرات محور الفوائد المتوقعة

ولتحليلها قمنا بطرح التساؤل التالي :

ما مستوى الفوائد المتوقعة لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة؟

للإجابة على هذا السؤال سنقوم بتحليل فيما يلي فقرات محور الفوائد المتوقعة.

الجدول رقم(12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة

عن عبارات الفوائد المتوقعة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الاتجاه العام
01	الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تسهل لي تسوية معاملاتي المصرفية	3.88	0.940	2	مرتفع
02	تعمل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على توفير جميع المعلومات واحتياجاتي ومتطلباتي	3.72	1.011	5	مرتفع
03	يستطيع العميل التواصل مع المصرف عبر الهاتف المحمول	3.80	0.881	3	مرتفع
04	الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تمكن العملاء من إجراء معاملاتهم المالية دون اللجوء والذهاب إلى المصرف وبأقل التكاليف	3.74	0.922	4	مرتفع
05	المصرف يضمن تسديد أموالك إلكترونيًا دون استخراجها وسرقتها أو ضياعها	3.92	0.900	1	مرتفع
	الفوائد المتوقعة	3.90	0.845	1	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.22

من خلال إحصائيات الجدول السابق نلاحظ أن:

العبارة رقم 05 التي تنص على "المصرف يضمن تسديد أموالك إلكترونيًا دون استخراجها وسرقتها أو ضياعها" جاءت بالمرتبة الأولى حسب إجابات مبحوثي الدراسة بمتوسط حسابي 3.92 وانحراف معياري قدره 0.900، العبارة رقم 01 التي تنص على "الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تسهل لي تسوية معاملاتي المصرفية" جاء بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 3.88 وانحراف معياري 0.940، العبارة رقم 03 جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 3.80 وانحراف معياري 0.881، العبارة رقم 04 جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.74 وانحراف معياري 0.922، وفي الأخيرة العبارة رقم 02 بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدره 3.72 وانحراف معياري 1.011.

وبناء على ما تقدم نستنتج أن مستوى الفوائد المتوقعة في مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفعًا وفقًا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات المبحوثين عن الفوائد المتوقعة بمختلف عباراتها (3.90) بانحراف معياري (0.845) ووفقًا لمقياس الدراسة فإن هذا المتغير يقع ضمن الفئة (3.4-4.19) ويشير إلى مستوى موافقة مرتفع.

الفرع الثاني: تحليل فقرات محور سهولة الاستخدام

ما مستوى سهول استخدام الهاتف المحمول في الخدمات المصرفية لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة؟

للإجابة على هذا السؤال سنقوم بتحليل فيما يلي فقرات محور الفوائد المتوقعة.

الجدول رقم(13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة

عن عبارات سهولة الاستخدام

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الاتجاه العام
01	الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول سهلة الاستخدام	3.96	0.832	1	مرتفع
02	لدي المعرفة الكافية في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	3.60	0.990	3	مرتفع
03	يمكنني القيام بأي عملية مصرفية أريدها بسرعة	3.76	0.744	2	مرتفع
04	يمكنني حل المشاكل التي تواجهني عند تسوية معاملاتي المصرفية عبر الهاتف المحمول	3.52	0.995	4	مرتفع
	سهولة الاستخدام	3.74	0.828	4	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.22

من خلال إحصائيات الجدول السابق نلاحظ أن:

العبارة رقم 01 التي تنص على "الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول سهلة الاستخدام" جاءت بالمرتبة الأولى حسب إجابات مبحوثي الدراسة بمتوسط حسابي 3.96 وانحراف معياري قدره 0.832، العبارة رقم 03 التي تنص على "يمكنني القيام بأي عملية مصرفية أريدها بسرعة" جاء بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 3.76 وانحراف معياري 0.744، العبارة رقم 02 جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 3.6 وانحراف معياري 0.990، العبارة رقم 04 جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.52 وانحراف معياري 0.995.

وبناء على ما تقدم نستنتج أن مستوى سهولة استخدام الهاتف المحمول في الخدمات المصرفية في مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفعا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات المبحوثين عن سهولة الاستخدام بمختلف عباراتها (3.74) بانحراف معياري (0.828) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا المتغير يقع ضمن الفئة (3.4-4.19) ويشير إلى مستوى موافقة مرتفع.

الفرع الثالث: تحليل فقرات محور النوايا السلوكية

ما مستوى النوايا السلوكية في الخدمات المصرفية لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة؟

للإجابة على هذا السؤال سنقوم بتحليل فيما يلي فقرات محور النوايا السلوكية.

الجدول رقم(14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة

عن عبارات النوايا السلوكية

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الاتجاه العام
01	أشعر بارتياح عند إجراء معاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول لأنها سهلة الاستخدام	4.00	0.728	1	مرتفع
02	سوف أستمر في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	3.86	0.948	3	مرتفع
03	تحقق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كل توقعاتي و احتياجاتي	3.74	0.922	5	مرتفع
04	أشعر بالثقة عند تعاملي مع المصرف عبر الهاتف المحمول	3.94	0.818	2	مرتفع
05	ساهمت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تعزيز وتطوير قدراتي المعرفية	3.74	0.803	4	مرتفع
	النوايا السلوكية	3.87	0.637	2	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.22

من خلال إحصائيات الجدول السابق نلاحظ أن:

العبارة رقم 01 التي تنص على " أشعر بارتياح عند إجراء معاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول لأنها سهلة الاستخدام " جاءت بالمرتبة الأولى حسب إجابات مبحوثي الدراسة بمتوسط حسابي 4.00 وانحراف معياري قدره 0.728، العبارة رقم 04 التي تنص على "أشعر بالثقة عند تعاملي مع المصرف عبر الهاتف المحمول" جاءت بالمرتبة الثانية بمتوسط حسابي قدره 3.94 وانحراف معياري 0.818، العبارة رقم 02 جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 3.86 وانحراف معياري 0.948، العبارة رقم 05 جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.74 وانحراف معياري 0.803، وفي الأخير العبارة رقم 03 بمتوسط حسابي قدره 3.74 وانحراف معياري 0.922.

وبناء على ما تقدم نستنتج أن مستوى الاستخدام الفعلي في الخدمات المصرفية في مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفعا وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات المبحوثين عن الاستخدام الفعلي بمختلف عباراتها (3.87) بانحراف معياري (0.828) ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا المتغير يقع ضمن الفئة (3.4-4.19) ويشير إلى مستوى موافقة مرتفع.

الفرع الرابع: تحليل فقرات محور الاستخدام الفعلي

ما مستوى الاستخدام الفعلي الهاتف المحمول في الخدمات المصرفية لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة؟

للإجابة على هذا السؤال سنقوم بتحليل فيما يلي فقرات محور الاستخدام الفعلي

الجدول رقم(15): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة الدراسة

عن عبارات الاستخدام الفعلي

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	الاتجاه العام
01	أنا أستخدم فعلا الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	3.76	1.061	4	مرتفع
02	أستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لأنها تراعي احتياجاتي ومتطلباتي	3.90	0.735	2	مرتفع
03	أعرف ما يكفي لاستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	3.94	0.818	1	مرتفع
04	يمكنني بمفردتي استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	3.86	0.969	3	مرتفع
	الاستخدام الفعلي	3.81	0.963	3	مرتفع
	الخدمات المصرفية	3.87	0.900	-	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.22

من خلال إحصائيات الجدول السابق نلاحظ أن:

العبارة رقم 03 التي تنص على "أعرف ما يكفي لاستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول" جاءت بالمرتبة الأولى حسب إجابات مبحوثي الدراسة بمتوسط حسابي 3.94 وانحراف معياري قدره 0.818، العبارة رقم 02 التي تنص على "أستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لأنها تراعي احتياجاتي ومتطلباتي" جاءت بالمرتبة الثاني بمتوسط حسابي قدره 3.90 وانحراف معياري 0.735، العبارة رقم 04 جاءت بالمرتبة الثالثة بمتوسط حسابي قدره 3.86 وانحراف معياري 0.969، العبارة رقم 01 جاءت بالمرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.76 وانحراف معياري 1.061.

وبناء على ما تقدم نستنتج أن مستوى استخدام الفعلي للهاتف المحمول في الخدمات المصرفية في مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفعاً وفقاً لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجابات المبحوثين عن الاستخدام الفعلي بمختلف عباراتها (3.81) بانحراف معياري (0.963) ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا المتغير يقع ضمن الفئة (3.4-4.19) ويشير إلى مستوى موافقة مرتفع.

وعليه فإن مستوى الخدمات المصرفية في مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفعاً، إذ بلغ متوسط إجابات الأفراد عن الخدمات المصرفية وبكافة عباراتها وفروعها 3.87 بانحراف معياري قدره 0.900 ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا المتغير يقع ضمن الفئة (3.4-4.19) ويشير إلى مستوى موافقة مرتفع.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

بعد قيامنا باختبار التوزيع الطبيعي وتحليلنا لمجاور الإستبيان، سوف نتطرق الآن إلى اختبار الفرضيات وذلك عن طريق حساب الانحدار والتباين للانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية.

ومن خلال ما تم التوصل إليه من علاقات الارتباط بين أبعاد نموذج الدراسة الذي تم وضعه، سنقوم باختبار صحة الفرضيات.

الفرع الأول: اختبار الفرضية الأولى

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اتجاه العملاء عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

تم استخدام نتائج تحليل التباين للانحدار (Analyses of Variance) للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار هذه الفرضية والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول رقم (16): نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة
الانحدار	29.568	7	29.568	261.295	0.000
الخطأ	5.432	48	0.113		
المجموع الكلي	35.000	49			

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى (0.05=α) المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج

SPSS.V 22

- معامل الارتباط $R=0.919$
- معامل التحديد $R^2=0.845$
- معامل التحديد المعدل $R_a^2=0.842$

من خلال النتائج الواردة في الجدول (08.03) يتبين لنا ثبات صلاحية النموذج لإختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (261.295) بقيمة احتمالية (0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد ($\alpha=0.05$)، مما يدل على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اتجاه العملاء في مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). كما يتضح لنا من خلال الجدول أن المتغير المستقل بشكله الإجمالي وهو الخدمات المصرفية يفسر ما مقداره 91% من التباين في المتغير التابع الذي يعبر عنه العملاء، وبناءً على ثبات صلاحية النموذج نستطيع إختبار الفرضية الرئيسية بفروعها المختلفة وذلك كما هو مبين في الجدول (10.03)

الجدول(17): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لإختبار أثرالخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اتجاه العملاء

المتغيرات المستقلة	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى الدلالة المحسوب T	F	معامل الارتباط R	معامل التحديد R ²
سهولة الاستخدام/الفوائد المدركة	0.586	0.121	0.574	4.850	0.000	23.622	0.574	0.330
الفوائد المدركة/النوايا السلوكية	0.624	0.061	0.828	10.224	0.000	104.520	0.858	0.685
سهولة الاستخدام/النوايا السلوكية	0.485	0.086	0.630	5.628	0.000	31.869	0.630	0.398
النوايا السلوكية/الاستخدام الفعلي	1.181	0.136	0.782	8.688	0.000	75.483	0.782	0.611
الخدمات المصرفية	0.861	0.053	0.919	16.165	0.000	261.295	0.919	0.854

* ذات دلالة إحصائية عند المستوى ($\alpha=0.05$) المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج

SPSS.V 22

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اتجاه عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة 0.05، حيث بلغت قيمة F المحسوبة (261.295) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضا بلغت قيمة T المحسوبة (16.165) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبلغ معامل الارتباط (0.919) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.854). وهذا يبين أن ما نسبته 85.4% من التغيرات في اتجاه العملاء ناتجة عن التغير في الخدمات المصرفية وبالتالي نقبل الفرضية الرئيسية التي تنص

على: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اتجاه العملاء في مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

الفرع الثاني: اختبار الفرضيات الفرعية

1. الفرضية الفرعية الأولى:

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر لسهولة الاستخدام على الفوائد المدركة بمصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة 0.05، حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة (23.622) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضاً بلغت قيمة **T** المحسوبة (4.850) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبلغ معامل الارتباط (0.574) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.330). وهذا يبين أن ما نسبته 33.3 % من التغيرات في النوايا المدركة ناتجة عن التغير في سهولة استخدام الهاتف المحمول وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على: يوجد أثر لسهولة الاستخدام على الفوائد المدركة لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

2. الفرضية الفرعية الثانية:

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر للفائدة المدركة على النوايا السلوكية بمصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة 0.05، حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة (104.520) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضاً بلغت قيمة **T** المحسوبة (10.224) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبلغ معامل الارتباط (0.858) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.685). وهذا يبين أن ما نسبته 68.5 % من التغيرات في النوايا السلوكية ناتجة عن التغير في الفائدة المدركة الهاتف المحمول وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على: يوجد أثر للفائدة المدركة على النوايا السلوكية لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

3. الفرضية الفرعية الثالثة:

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر لسهولة الاستخدام على النوايا السلوكية بمصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة 0.05، حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة (31.869) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضاً بلغت قيمة **T** المحسوبة (5.628) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبلغ معامل الارتباط (0.630) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.398). وهذا يبين أن ما نسبته 39.8 % من التغيرات في النوايا السلوكية ناتجة عن التغير في سهولة الاستخدام الهاتف المحمول وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص

على: يوجد أثر لسهولة الاستخدام على النوايا السلوكية لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

4. الفرضية الفرعية الرابعة:

من خلال النتائج الموضحة في الجدول السابق، يتبين لنا وجود أثر للنوايا السلوكية على استخدام الفعلي بمصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة 0.05، حيث بلغت قيمة **F** المحسوبة (75.483) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وأيضاً بلغت قيمة **T** المحسوبة (8.688) عند مستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة 0.05 وبلغ معامل الارتباط (0.782) وبالرجوع إلى معامل التحديد التي بلغت (0.611). وهذا يبين أن ما نسبته 61% من التغيرات في الاستخدام الفعلي ناتجة عن التغير في النوايا السلوكية لهاتف المحمول وبالتالي نقبل الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على: يوجد أثر للنوايا السلوكية على الاستخدام الفعلي لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة عند مستوى الدلالة (ألفا=0.05).

خلاصة الفصل:

نبين من خلال هذه الدراسة الميدانية بمؤسسة مصرف السلام وكالة بسكرة والتي هدفنا من خلال بحثنا هذا إلى الوقوف على علاقة الارتباط والتأثير للخدمات المصرفية بمرتكزاتها المختلفة المتمثلة في (النوايا السلوكية، سهولة الاستخدام، الاستخدام الفعلي، الفوائد المدركة) توصلنا إلى العدة نتائج أهمها:

- مستوى إدراك وتصورات عينة الباحثين نحو الفوائد المدركة في مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفع.
- مستوى إدراك وتصورات عينة الباحثين نحو سهولة الاستخدام في مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفع.
- مستوى إدراك وتصورات عينة الباحثين نحو الفوائد المدركة في مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفع.
- مستوى إدراك وتصورات عينة الباحثين نحو النوايا السلوكية في مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفع.
- مستوى إدراك وتصورات عينة الباحثين نحو الاستخدام الفعلي في مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفع.
- مستوى إدراك وتصورات عينة الباحثين نحو الخدمات المصرفية المقدمة من مصرف السلام وكالة بسكرة جاء مرتفع.

كما توصلنا كذلك من خلال هدف هذا البحث إلى أن:

- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول اتجاه عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة.
- عند بحثنا أثر كل عامل من العوامل المؤثرة في اتجاه العملاء علينا نحو مستقولوجنا:
- يوجد أثر لسهولة الاستخدام على الفوائد المدركة لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة.
 - يوجد أثر للفائدة المدركة على النوايا السلوكية لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة.
 - يوجد أثر لسهولة الاستخدام على النوايا السلوكية لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة.
 - يوجد أثر للنوايا السلوكية على الاستخدام الفعلي لدى عملاء مصرف السلام وكالة بسكرة.



من خلال التغيرات التكنولوجية الواقعة في العالم وخاصة في المصارف ، أصبح العالم يعتمد على تسوية معاملاته المالية المصرفية عبر الهاتف المحمول والذي يعد احد الوسائل المهمة في وقتنا الحاضر مما ساعد الأفراد في إجراء خدماتهم المصرفية بطرق بسيطة وسهلة وفي وقت وجيز وبدون جهد أو تكلفة ، حيث لم يعد يمثل الهاتف المحمول وسيلة للتواصل فقط ، بل ساهم كثيرا في الرفع من مستوى إقبال الأفراد على الخدمات العامة والمصرفية خاصة ، مما انعكس ايجابيا على حجم المعاملات التجارية والتخفيض من حدة تكاليفها ، وهذه الأخيرة شهدت ومازالت تشهد تطورا ملحوظا بفضل التقدم الهائل في مجال الهواتف الذكية وتطبيقاتها وكذلك مستخدمي الهواتف المحمولة .

أولا : نتائج الدراسة

توصلنا من خلال الدراسة إلى أنه:

✓ فئة الشباب الأقل من 30 سنة هم الأكثر استخداما للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كونه جيل مواكب للعصر التكنولوجي .

✓ وجود علاقة قوية لذوي المستوى التعليمي الجامعي والمعاملات الرقمية لأنهم يمتلكون خبرة والمعرفة الأكثر في استخدام الهواتف الذكية والولوج للعالم الافتراضي .

ومن خلال زيارتنا الميدانية لمصرف السلام وكالة بسكة تم التصريح من قبل مدير الوكالة انه :

✓ عدم وجود ثقافة تسوية المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول في مجتمعنا وقلة استخدامها من طرف العملاء

✓ تفضيل العملاء الذهاب للمصرف مباشرة وإجراء معاملاتهم المصرفية عن استخدام الهاتف المحمول

✓ انخفاض تدفق الانترنت يعرقل سير وعمل التطبيقات مما يؤثر على سوء تقديم الخدمات عبر الهاتف المحمول .

ومن خلال الملاحظات التي تم جمعها من طرف الباحثة من خلال الدراسة الميدانية لمصرف السلام وكالة بسكرة تم استنتاج ما يلي :

✓ قلة الثقة لدى العملاء في استعمال الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

✓ لم تكن البطاقات المصرفية الإلكترونية النجاح المنتظر وهذا راجع إلى قلة التعامل بها على أرضية الواقع

✓ ضعف الوعي بأهمية استخدام الصيرفة المحمولة في المجتمع .

ثانيا : الاقتراحات والتوصيات

✓ تحفيز العملاء بطرق ووسائل حديثة من أجل إتباعهم لتكنولوجيا الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول

✓ توعية العملاء لاستعمال تطبيقات الهاتف المحمول في تسوية معاملاتهم المصرفية

✓ الرفع من إجراءات الأمن والحماية اللازمة من القرصنة في شبكة الهاتف المحمول وكسب ثقة العملاء

✓ تأمين تطبيقات المصرف عبر الهاتف المحمول من عمليات القرصنة والسرقة.

ثالثا :آفاق الدراسة :

من خلال دراستنا لموضوع أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على اتجاه العميل قررنا الإشارة إلى بعض المواضيع المقترحة

التي لها علاقة بموضوع البحث:

- أثر تبني الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على أداء البنوك.

- الجاهزية الرقمية للبنوك وعلاقتها بالأداء المصرفي.



قائمة المصادر

والمراجع

المراجع

I- المقالات

أ- باللغة العربية:

- 01- اكرم فتحى مصطفى علي. (12, 2017). استخدام نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) لتقصي فعالية التكنولوجيا المساندة القائمة على تطبيقات التعلم التكيفية النقالة لتمكين ذوي الاعاقة البصرية من التعلم. مجلة كلية التربية , جامعة الازهر(176).
- 02- حسين صديق. (2012). الاتجاهات من منظور علم الاجتماع. مجلة جامعة دمشق، 28(3+4).
- 03- رحمة حمدي بشرى تحاميد. (08, 2018). استخدام نظام قبول التكنولوجيا لقياس جودة خدمات المكتبات الالكترونية في السودان : جامعة السودان المفتوحة انموذجا. مجلة اريد الدولية لقياسات المعلومات، 01(01).
- 04- رحمة حمدي بشرى تحاميد. (01, 07, 2020). استخدام نظام قبول التكنولوجيا لقياس جودة خدمات المكتبات الالكترونية في السودان : جامعة السودان المفتوحة انموذجا. مجلة اريد الدولية لقياس المعلومات ، 1(1).
- 05- سارة محمود عبد العزيز. (ابريل, 2022). دور المباليل البنكي في تعزيز مستوى ثقة العملاء في الخدمات البنكية الالكترونية. المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال(37).
- 06- عائشة موزاوي، و عبد القادر موزاوي. (15, 10, 2019). سلوك المستهلك ودوره في عملية اتخاذ القرارات الشرائية. مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، 03(02).
- 07- عبير حسان. (جانفي , 2023). الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومدى مساهمتها في تعزيز الشمول المالي اشارة الى الجزائر. مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت ، 04(01).
- 08- عمار عبد الامير زوين. (2020). استخدام نموذج UTAUT2 في تشخيص محددات قبول الطلبة لنظام ادارة التعليم الالكتروني LMS/Moodle في جامعة الكوفة. مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الانسانية، 14(27).
- 09- فايزة سبع، و الطاهر بن يعقوب. (31, 12, 2020). العوامل المؤثرة في اتجاهات المستهلك الجزائري نحو بطاقة الدفع الالكترونية . مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، 20(01).
- 10- فريال قيراط، و العيد بوزارة. (30, 06, 2021). دراسة استشرافية لدور بنك الجزائر في ظل الصيرفة الاسلامية - حالة مصرف السلام - . مجلة دفاتر بوداكس، 10(01).

- 11- محمد شايب. (2011). نمط واهمية تطبيق تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في شركات التأمين. المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية ARFBS، 1، 164-188.
- 12- ناظم شاكر الوتار، و منهل خطاب سلطان. (2007). الاتجاه النفسي المعرفي نحو التدريب الذهني وعلاقته بموقع الضبط. مجلة الرافدين للعلوم الرياضية، 13(43).
- 13- هيثم جوده مؤيد. (سبتمبر، 2017). تبني اخصائيي الاعلام التربوي لتكنولوجيا النشر الالكتروني لانتاج وتصميم المواد الاعلامية المطبوعة - دراسة ميدانية في اطار النظرية الموحدة لقبول استخدام التكنولوجيا (UTAUT). المجلة العلمية لبحوث الصحافة(11).

ب- مقالات باللغة الأجنبية

- 01- BESSAOUD, M. M., & TIMMAOUI, A. (2021). The e-learning Technology in The high school of teachers ENSL Laghouat , Algeria using technology acceptance Model TAM. Revue Algérienne d'Economie et Gestion, 15(01)
- 02- Davis, F. (1993). User acceptance of information technology: system characteristics, user perceptions and behavioral impacts. Int.J.Man-Machine Studies, 475-487.
- 03- de Luna, Iviane Ramos; Liébana-Gabanillas, Francisco; Sánchez-Fernández, Juan; Muñoz-Leiva, Francisco Mobile payment is not all the same 2018: The adoption of mobile payment systems depending on the technology applied Technological Forecasting & Social Change
- 04- Dahlberg, Tomi; Ondrus, Jan 2006 Sprouts
- 05- J.Barnes, S., & J. Corbitt, B. (2003, January). Mobile banking : Concept and potential. International Journal of Mobile Communications, 3(1), 275.
- 06- Lule, I. (2011, 04 08). APPLICATION OF TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL IN MOBILE BANKING ADOPTION IN KENYA. Submitted in partial fulfillment of the requirements of the Master of Science in Information Systems, UNIVERSITY OF NAIROBI SCHOOL OF COMPUTING AND INFORMATICS.
- 07- Matthew, G., Owusu, Y., Bekoe, R. A., Addo-Yobo, A. A., & Otioku, J. (2020, April 23). Mobile Banking Adoption among the Ghanaian Youth. African Business, 04.

- 08- Morshed, M. N., Ali, M. C., & Bari, S. S. (2021, December 30). EFFECTS OF MOBILE BANKING ON THE PERFORMANCE OF ISLAMIC MICROFINANCE INSTITUTIONS IN BANGLADESH. International Journal of Innovative Research and Publications, 04(01).
- 09- Munir, A. R., M.S, I., Kadir, A., & Jusni. (2013, Jan-Feb). Acceptance of Mobile Banking Services in Makassar: A Technology Acceptance Model (TAM) Approach. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM), 7(6), 52-59.
- 10- Prisc, J. (2021, August 18). shoutem. Récupéré sur <https://shoutem.com/blog/the-history-and-evolution-of-mobile-banking/>

II- الكتب

- 01- سهام ابراهيم كامل محمد. (بلا تاريخ). مفهوم الاتجاه. اطفال الخليج.
- 02- عبد الرحمن سعد. (2008). القياس النفسي النظرية والتطبيق. مصر: هبة النيل العربية للنشر والتوزيع .
- 03- عبدالله بن سعيد بن عبدالله القصابي. (2005). بناء مقياس لتقييم اتجاهات الطلبة العمانيين الوافدين للدراسة في الجامعات الاردنية نحو الدراسة في الاردن. جامعة مؤتة.

III- رسائل وأطروحات

- 01- الحر سامي عباس العنكي. (نوفمبر, 2015). العوامل المؤثرة في تبني بنك الموبايل من وجهة نظر زبائن البنوك التجارية العاملة في الاردن. رسالة ماجستير في ادارة الاعمال الالكترونية , كلية الاعمال , جامعة الشرق الاوسط. الاردن.
- 02- الزهرة باعمر. (18 06, 2006). اتجاهات المرأة نحو بعض القضايا الاجتماعية في ظل بعض المتغيرات الديمغرافية " دراسة ميدانية بمدينة ورقلة ". مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير, تخصص علم النفس الاجتماعي, قسم علم النفس وعلوم التربية, كلية الاداب والعلوم الانسانية, جامعة قاصدي مرباح. ورقلة.
- 03- العيد الباح. (mai, 2023 28). (طالبة، المحاور) بسكرة.
- 04- بوعمر سهيلة . (2014) . الاتجاهات النفسية الاجتماعية للطلبة الجامعيين نحو شبكة التواصل الاجتماعي " فيسبوك " " دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة " . مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس , تخصص علم النفس الاجتماعي , قسم العلوم الاجتماعية , كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية , جامعة محمد خيضر

- 05 - سناء مناني، و انصاف بزازي. (2016). اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مريض السيدا "دراسة ميدانية ب: كلية العلوم الانسانية والاجتماعية(قائمة)-جامعة الامير عبد القادر للعلوم الاسلامية (قسنطينة)-كلية الطب(عناية)". مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم النفس الاجتماعي ,قسم علم النفس , كلية العلوم الانسانية والاجتماعية , جامعة 8ماي1945. قائمة.
- 06- صلاح الدين مفتاح سعد الباهي. (ماي, 2016). اثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن : دراسة ميدانية على البنك الاسلامي الا - رسالة الماجستير في ادارة الاعمال رديني في عمان. الاردن.
- 07- طارق بولقرون، و خليفة بولحية. (2017). اليات ادارة المخاطر في البنوك الاسلامية دراسة حالة بنك السلام الجزائر فرع سطيف . مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير , جامعة محمد الصديق بن يحي . جيجل.
- 08-فايزة سبع. (2020). قياس اتجاهات المستهلكين نحو نظام الدفع الالكتروني في الجزائر - دراسة ميدانية - اطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه للطور الثالث في العلوم التجارية ,تخصص تسويق,كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ,جامعة فرحات عباس. سطيف.
- 09- قويدر بوقريبة، ريم عمري، و سامي عمري. (جوان, 2019). المعاملات المصرفية عبر الهاتف المحمول في اطار الاقتصاد الرقمي - دراسة حالة البنك المحمول الامريكى : Bank Wingspan .com - المعيار في الحقوق والعلوم السياسية والاقتصادية، 10(02)، 98.
- 10- محمد علي خليل السميّرات، و رائد محمد العضالية. (يونيو, 2017). العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الالكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء : دراسة ميدانية اقليم الجنوب. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الانسانية والاجتماعية، 14(1)، 194.
- 11- نبيل ناجم، و دودو بلقاسم. (12, 2017). الاتجاهات النفسية لدى تلميذات الطور الثانوي نحو ممارسة التربية البدنية والرياضية في ضوء بعض المتغيرات (السن ,التخصص الدراسي, طبيعة البيئة)داسة ميدانية على مستوى متوسطة الشهيد الوارد عبيد. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية(31).
- 12- نبيلة كردي. (بلا تاريخ). الشيك الالكتروني. مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية(13).
- 13- نصر طه حسن عرفه، و مجدي مليحي عبد الحكيم مليحي. (2017). استخدام نموذج قبول التكنولوجيا لتحليل الاتجاهات ونوايا طلبة الجامعات السعودية نحو الاستعانة بالتعليم الالكتروني لمقرراتهم الدراسية. المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، 10(30).
- 14- هند محمد علي. (افريل, 2022). العوامل المؤثرة على نية العملاء لتبني الخدمات البنكية الرقمية في مصر " دراسة مسحية ". 21(02).

- 15- ورود خالد محمد. (بلا تاريخ). الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول. مجلة كلية القانون والعلوم السياسية (10).
- 16- ياسين رجواني. (2021). تأثير اتجاهات المستهلك النهائي على القيمة المدركة للعلامة التجارية - دراسة حالة سوق الهاتف النقال في الجزائر - . اطروحة مقدمة ضمن نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (ل م د) في العلوم التجارية, تخصص "تسويق" , جامعة اكلي محند اولحاج. البويرة.

IV- مواقع إلكترونية:

01- (CFI. (2022, December 6). منشور على موقع

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/wealth-management/mobile-banking/>.

02- DIGITAL VIRGO. (s.d. <https://www.digitalvirgo.com/fr/paiement-mobile/premium-sms/#:~:text=What%20are%20SMS%20Payments%3F,the%20consumer%20and%20the%20merchant>).

03- FBS Markets Inc. (s.d.). Récupéré sur <https://fbs.ae/glossary/bitcoin>-11.

finezza. (s.d.). Récupéré sur <https://finezza.in/blog/top-mobile-banking-risks-mitigate/>

04- Google. (s.d.). Récupéré sur <https://support.google.com/wallet/answer/11951709?hl=ar#zippy=%2C%D9%85%D8%A7-%D9%87%D9%8A-%D8%A3%D9%88%D8%AC%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AE%D8%AA%D9%84%D8%A7%D9%81-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D9%85%D8%AD%D9%81%D8%B8%D8%A9-google-%D9%88google-pay>.

05- Linked in. (s.d.). Récupéré sur <https://ae.linkedin.com/pulse/%D8%AD%D9%82%D9%82-%D8%A3%D9%82%D8%B5%D9%89-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D9%81%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D9%85%D9%86-%D8%AD%D8%B3%D8%A7%D8%A8%D9%83-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B5%D8%B1%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%B9-%D9%87%D8%B0%D9%87->.

06- Mimmagh, L. (2017). STL PARTNERS. Récupéré sur <https://stlpartners.com/articles/consumer/what-is-mobile-payment/>

07- sony. (2022). Récupéré sur <https://www.sony-me.com/ar/electronics/support/articles/00022001>.

09- Vaidya, D. (2023). WallStreetMojo. Récupéré sur <https://www.wallstreetmojo.com/mobile-banking/>

10- www.malomatnews.com.uk. (s.d.).Récupéré sur
<https://www.malomatnews.co.uk/2021/02/mobile-payment-program.html?m=1>.

11- ابل باي - ويكيبيديا . (بلا تاريخ). تم الاسترداد من
https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%A3%D8%A8%D9%84_%D8%A8%D8%A7%D9%8A.

12- الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول . (بلا تاريخ). تم الاسترداد
 من <https://mena.practicalmoneyskills.com/ar/learn/financial-institutions/mobile-banking>.

13- بنك الدوحة DOHA BANK . (بلا تاريخ). تم الاسترداد
 من [./https://qa.dohabank.com/ar/personal/alternative-channels/dbank-mobile](https://qa.dohabank.com/ar/personal/alternative-channels/dbank-mobile).

14- تقى خالد. (2022 ,06 21). مكنبتك. تم الاسترداد

من

<https://www.maktabtk.com/blog/post/63/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D9%87%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B5%D9%81%D9%8A.html>

16- سامسونج باي - ويكيبيديا. (بلا تاريخ). تم الاسترداد

من

[https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D8%A7%D9%85%D8%B3%D9%88%D9%86%D8%AC_%D8%A8%D8%A7%D9%8A#:~:text=%D8%B3%D8%A7%D9%85%D8%B3%D9%88%D9%86%D8%AC%20%D8%A8%D8%A7%D9%8A%20\(%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AC%D9%84%D9%8A%D8%B2%D9%8A%D8%A9%3A%20Samsung%20Pay](https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%B3%D8%A7%D9%85%D8%B3%D9%88%D9%86%D8%AC_%D8%A8%D8%A7%D9%8A#:~:text=%D8%B3%D8%A7%D9%85%D8%B3%D9%88%D9%86%D8%AC%20%D8%A8%D8%A7%D9%8A%20(%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%86%D8%AC%D9%84%D9%8A%D8%B2%D9%8A%D8%A9%3A%20Samsung%20Pay)

17- مبعث للدراسات والاستشارات الاكاديمية . (2019 ,06 25). تم الاسترداد

من

https://mobt3ath.com/dets.php?page=630&title=%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%AD%D9%88%D9%84_%D9%85%D9%86%D8%A7%D9%87%D8%AC_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%AD%D8%AB_%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D9%85%D9%8A

18- محفظة payit الالكترونية. (بلا تاريخ). تم الاسترداد

من

<https://payit.ae/ar/%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AF%D9%88%D9%86%D8%A9/%D8%AD%D9%82%D8%A7%D8%A6%D9%82-%D8%AD%D9%88%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%81%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D9%88%D8%AA%D9%8A-%D9%88-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%81%D8%B9-%D8%A8%D8%A7%D9%84%D9%80qr/#:~:text>

19- مصرف السلام . (بلا تاريخ). تم الاسترداد من <https://www.alsalamalgeria.com/ar/page/list-10-0-186.html>

قائمة المصادر والمراجع

- 01- وفاء حمدوش، و لمياء عماني. (2018). الصيرفة المحمولة كمدخل معاصر للاقتصاد الرقمي : واقع وافاق. الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي : ضرورة الانتقال وتحديات الحماية يومي 23 و 24 افريل، (صفحة 21). المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف - ميله.



الصفحة	العنوان
	شكر وعرفان
	إهداء
	ملخص الدراسة
أ	مقدمة
الإطار المنهجي	
أ	1 - الإشكالية
ب	2- التساؤلات الفرعية للدراسة
ب	3 - فرضية الدراسة
ب	4 - الفرضيات الفرعية للدراسة
ب	5 - تحديد مفاهيم الدراسة
ب	6 - أهداف الدراسة
ج	7 - أهمية الدراسة
ج	8 - دوافع اختيار
ج	9- المنهج المستخدم و أدواته
د	10 - الدراسات السابقة
الإطار النظري	
07	الفصل الأول : الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobil Banking
01	المبحث الأول : ماهية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking
01	المطلب الأول : نشأة و تطور الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking
08	المطلب الثاني :تعريف الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking
09	المطلب الثالث :أهمية الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking
09	المبحث الثاني :أدوات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking
09	المطلب الأول : مزايا الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking
09	المطلب الثاني : ايجابيات وتحديات استخدام العمليات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking
10	المطلب الثالث :مخاطر استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking
11	المطلب الرابع :أنواع الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking

12	المبحث الثالث : وسائل وأنظمة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking
12	المطلب الأول :منصات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول Mobile Banking
13	المطلب الثاني :نظم الدفع عبر الهاتف المحمول
13	المطلب الثالث :وسائل الدفع عبر الهاتف المحمول
16	خلاصة الفصل
17	الفصل الثاني :اتجاهات العميل
18	تمهيد
19	المبحث الأول : مفاهيم حول الاتجاهات
19	المطلب الأول :لمحة تاريخية عن الاتجاهات
19	المطلب الثاني :مفهوم اتجاه العميل
20	المطلب الثالث : خصائص اتجاه العميل
21	المبحث الثاني :أهمية وأهداف دراسة اتجاه العميل
21	المطلب الأول :أهمية دراسة الاتجاه
21	المطلب الثاني :أهداف دراسة اتجاه العميل
22	المبحث الثالث : العوامل المؤثرة في اتجاه العميل عبر استخدامه الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول
22	المطلب الأول :مكونات الاتجاهات
23	المطلب الثاني :النماذج المعتمدة في قياس اتجاه العملاء تجاه الخدمات البنكية عبر الهاتف المحمول
25	المطلب الثالث :العوامل المؤثرة في اتجاه العميل عبر استخدامه للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول
28	خلاصة الفصل
29	الإطار التطبيقي
30	تمهيد
31	المبحث الأول : تقديم عام للمؤسسة محل الدراسة
31	المطلب الأول : التعريف بمصرف السلام بالجزائر
31	أولا :تعريف مصرف السلام
31	ثانيا :مزايا مصرف السلام
31	ثالثا :الخدمات المقدمة

33	رابعاً : وسائل الدفع المستخدمة
33	المطلب الثاني : تقديم مصرف السلام وكالة بسكرة
33	أولاً : تعريف وكالة السلام بسكرة
33	ثانياً : الهيكل التنظيمي لمصرف السلام وكالة بسكرة
38	المبحث الثاني : الإطار المنهجي للدراسة الميدانية
38	المطلب الأول : وصف مجتمع وعينة الدراسة
44	المطلب الثاني : المعلومات والأساليب الإحصائية المستخدمة
45	المطلب الثالث : صدق وثبات أداة الدراسة
46	المبحث الثالث : تحليل وتفسير نتائج الدراسة واختبار الفرضيات
47	المطلب الأول : اختبار التوزيع الطبيعي
47	المطلب الثاني : تحليل محاور الاستبيان
52	المطلب الثالث : اختبار الفرضيات
54	نتائج الدراسة الميدانية
56	خلاصة الفصل
58	خاتمة
61	قائمة المراجع
73	الملاحق



الملحق رقم 1

ملحق بالقرار رقم10821..... المؤرخ في 27 شهر 2020
الذي يحدد القواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

● مؤسسة التعليم العالي والبحث العلمي:

نموذج التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي أسفله.

السيد(ة): عضو هيئة التدريسالصفة: طالب، أستاذ، باحث
الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 909980753 والصادرة بتاريخ: 2018-01-21
المسجل (ة) بكلية / معهد العلوم الاقتصادية والتجارة
والمكلف (ة) بإنجاز أعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير، أطروحة دكتوراه).
عنوانها: أثر الخصم المصرفي عبر الهاتف المحمول على التحويلات
دراسة حالة مصرف السليم والبنك الجزائري
أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية
المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2023/06/07

توقيع المعني (ة)

Atallah

الملحق رقم 2



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص تسويق مصرفي



إستمارة الدراسة

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته ..

أخي الفاضل ..أختي الفاضلة ..

نقدم بين أيديكم هذه الاستبانة والتي هي عبارة عن أداة لجمع البيانات اللازمة لإجراء دراسة بعنوان :

“أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على اتجاه العميل - دراسة حالة " مصرف السلام - بسكرة ”

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في التسويق المصرفي من جامعة بسكرة , ونظراً لأهمية رأيك في هذا المجال , فإننا نأمل منكم التكرم بالإجابة على أسئلة الإستبانة بدقة , حيث أن صحة النتائج تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجاباتكم , لذلك نطلب منكم أن تولوا هذه الإستبانة اهتمامكم , فمشاركاتكم ضرورية ورأيكم عامل أساسي من عوامل نجاحها , علماً أن المعلومات الواردة في هذه الإستبانة ستعامل بسرية تامة وتستخدم لغرض البحث العلمي فقط .

ولكم منا فائق الشكر والتقدير لتعاونكم معنا

تحت إشراف الأستاذة :

من إعداد الطالبة :

❖ كميليا يزغش

❖ هناء عطاء الله

القسم الأول : البيانات الشخصية

يهدف هذا القسم إلى التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية والوظيفية لعملاء مصرف السلام بولاية بسكرة , وبغرض تحليل وتفسير بعض النتائج فيما بعد , لهذا نرجو من حضرتكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية وذلك بوضع علامة (X) أمام العبارة الصحيحة .

(1) الجنس: ذكر أنثى

(2) العمر: أقل 30 سنة من 30 سنة إلى أقل من سنة
من سنة إلى أقل من 50 سنة من 50 سنة فأكثر

(3) المستوى الدراسي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي اخرى

(4) عدد سنوات الخبرة :

أقل 5 سنوات 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات
من سنوات إلى أقل من 15 سنة سنة فأكثر

❖ أسئلة عامة :

قم بوضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة :

(1) ما هي الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول التي تستخدمها بشكل أساسي في المعاملات المصرفية ؟ (يمكنك تحديد خيارات متعددة) :

- ✓ الإطلاع على الحساب
 ✓ عمليات السحب و الإيداع
 ✓ سداد الفواتير الخدمات العامة
 ✓ عمليات التحويل بين الحسابات

أخرى , حدد

(2) ما هي وسائل الدفع عبر الهاتف المحمول التي تعتمد عليها أكثر :

- ✓ الدفع عبر التطبيقات
 ✓ الدفع عبر الإشارات الصوتية

- ✓ الدفع عبر المحفظة الالكترونية
- ✓ الدفع عبر الاتصال القريب المدى NFC
- ✓ الدفع عبر رمز الاستجابة السريع QR
- ✓ الدفع عبر الشيكات الالكترونية
- ✓ الدفع عبر الرسائل القصيرة SMS
- أخرى , حدد

القسم الثاني : محاور الدراسة

(1) الفوائد المتوقعة :

درجات سلم القياس					العبارة	الرقم
موا فق بشدة	موا فق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تسهل لي تسوية معاملاتي المصرفية	01
					تعمل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على توفير جميع المعلومات واحتياجاتي ومتطلباتي	02
					يستطيع العميل التواصل مع المصرف عبر الهاتف المحمول	03
					الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول تمكن العملاء من إجراء معاملاتهم المالية دون اللجوء والذهاب إلى المصرف وبأقل التكاليف	04
					المصرف يضمن تسديد أموالك إلكترونياً دون استخراجها وسرقتها أو ضياعها	05

(2) سهولة الاستخدام :

درجات سلم القياس					العبارة	الرقم
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول سهلة الاستخدام	01
					لدي المعرفة الكافية في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	02
					يمكنني القيام بأي عملية مصرفية أريدها بسرعة	03
					يمكنني حل المشاكل التي تواجهني عند تسوية معاملاتي المصرفية عبر الهاتف المحمول	04

3) النوايا السلوكية :

درجات سلم القياس					العبارة	الرقم
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					أشعر بارتياح عند إجراء معاملاتي المصرفية عبر الهاتف المحمول لأنها سهلة الاستخدام	01
					سوف أستمّر في استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	02
					تحقق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول كل توقعاتي و احتياجاتي	03
					أشعر بالثقة عند تعاملي مع المصرف عبر الهاتف المحمول	04
					ساهمت الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تعزيز وتطوير قدراتي المعرفية	05

4) الاستخدام الفعلي :

درجات سلم القياس					العبارة	الرقم
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					أنا أستخدم فعلاً الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	01
					أستخدم الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لأنها تراعي احتياجاتي ومتطلباتي	02
					أعرف ما يكفي لاستخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	03
					يمكنني بمفردي استخدام الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	04

الملحق رقم 3

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

بسكرة في: 29-05-2023
إلى السيد: مدير مصرف السلام
وكالة بسكرة



ة محمد خيضر - بسكرة
لعلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
ة الكلية

: 832 / لك.ت.ت / 2023

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطلاب :

عطاء الله هناء

تخصص: تسويق مصرفي

للسجل بالسنة : ثانية ماستر

وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة الماستر المعنونة بـ :

" أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على اتجاه العميل "

تحت إشراف : أ/ يزغش كميليا

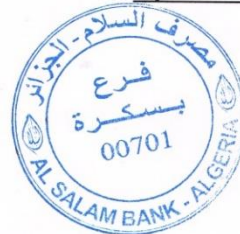
في الأخير تقبلوا منا أسى عبارات التقدير والاحترام

عميد الكلية



نائب العميد للدراسات والمسائل المتعلقة
بالتربية
د. غربي وهيبية

تأشيرة المؤسسة المستقبلية



مصرف السلام - الجزائر
فرع
بسكرة
00701
AL-SALAM BANK - ALGERIA

جامعة بسكرة

ص.ب 145 ق.ر - بسكرة