

## دور جودة الخدمة المصرفية في تبني تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات \_دراسة عينة لبعض فروع المصارف الخاصة العاملة في اللاذقية\_

ربيع البودي \* أ.د. رضوان العمار \*\*

(الإيداع: 1 كانون الأول 2019 ، القبول: 7 حزيران 2020)

ملخص:

تمثل المصارف عصب الحياة النقدي والمالي في أي بلد في العالم باعتبارها تؤدي الدور الأساسي في عمليات التجارة الداخلية والخارجية، حيث شهد القطاع المصرفي في الآونة الأخيرة خطوات متسارعة نحو تطوير الأداء والارتقاء بجودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، وذلك من أجل الوصول إلى مستوى التحديات الكبيرة للمنافسة التي تتعرض لها المصارف في أعمالها، حيث إن أهم ما يميز العمل المصرفي هو التطور المتزايد للتكنولوجيا المصرفية من أجل تحديث نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية وابتكار تقنيات جديدة للخدمة المصرفية تتميز بالكفاءة، وهذا ما يؤدي إلى كسب المزيد من العملاء وزيادة ثقتهم.

يسعى هذا البحث إلى التعرف على الدور الذي تؤديه جودة الخدمة المصرفية المقدمة في تبني تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (تقنية الموبايل المصرفي)، وفي زيادة ولاء العملاء للمصرف، حيث استخدمت الاستبانة لجمع البيانات لأراء عينة من الموظفين في المصارف الخاصة العاملة في اللاذقية للوصول إلى نتائج واقعية يمكن الاستفادة منها لبناء الاستنتاجات والتوصيات.

أهم نتائج البحث أن هناك علاقة ذات دلالة معنوية بين المنفعة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة وتبني العملاء لخدمة الموبايل المصرفي، كما أن المنفعة التي يحصل عليها العملاء من الخدمة المصرفية وسهولة استخدامها لها تأثير في استخدام العملاء لتقنية الموبايل المصرفي في تعاملاتهم المصرفية.

الكلمات المفتاحية: تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، جودة الخدمة، الموبايل المصرفي، المنفعة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة.

\*طالب ماجستير قسم العلوم المالية والمصرفية – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – سورية

\*\*أستاذ – قسم العلوم المالية والمصرفية – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – سورية

## The Role of Banking Service Quality in Adoption Information and Communication Technologies –Sample study for some branches of private banks operating in Lattakia–

\*Rabie Albode

\*\*Dr. Radwan Alammar

(Received: 1 December 2019, Accepted: 7 June 2020)

### Abstract:

Banks represent the lifeblood of monetary and financial life in any country in the world as they play a key role in the internal and external trade operations, where the banking sector has recently witnessed accelerated steps towards the development of performance and improve the quality of banking services provided to customers, in order to reach the level of major challenges of competition that Banks are exposed in their business, as the most important characteristic of the banking business is the increasing development of banking technology in order to modernize the systems and means of providing banking services and the creation of new technologies for efficient banking service, which leads to gain more Customers and increase their confidence.

This research seeks to identify the role played by the quality of banking service provided in the adoption of information and communication technologies (mobile banking), and in increasing customer loyalty to the bank, where the questionnaire was used to collect data for the views of a sample of employees in private banks operating in Latakia to reach the results Realistic can be used to build conclusions and recommendations to improve the banking service within the banking sector.

The most important results of the research are that there is a significant relationship between perceived benefit, perceived ease of use, and customer adoption for the mobile banking service, also the benefit that customers obtain from the banking service and their ease of use have an impact on the customers use of mobile banking technology in their banking dealings.

**Keywords:** ICT Technologies, Quality of Service, Mobile Banking, Perceived benefit, Perceived ease of use

---

\*Master student, Department of Finance and Banking, Faculty of Economics, Tishreen University, Syria

\*Professor in Finance and Banking Department– Faculty of Economics– Tishreen University– Lattakia– Syria.

**1-مقدمة:**

أحدثت التطورات التقنية التي شهدها العالم تغيرات مهمة في مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، إذ أصبح ما يميز العمل في المنظمات المعاصرة مظاهر التقلب والتغير السريع والانفتاح على العالم الخارجي وتجاوز الحدود بين الدول والبلدان والمجتمعات، ونجد قطاع المصارف من أبرز القطاعات التي تأثرت بثورة المعلومات والاتصالات التي شكلت عامل مساعد لتنمية العمل المصرفي منذ أوائل السبعينات.

حيث كان هناك دخول مكثف لعدد من المصارف العالمية لهذا المجال الجديد، وقد لوحظ أن إدخال التقنيات الالكترونية في مجال العمل المصرفي أدى إلى تحقيق منافع كبيرة أدركت من خلال خفض التكاليف والحفاظ على سرية وأمان الخدمات المقدمة، وتبسيط الإجراءات للحصول على الخدمات المصرفية بالإضافة إلى الحفاظ على خصوصية العميل، كما لوحظ أن إدخال التقنيات الالكترونية أظهرت سهولة استخدام الخدمات المصرفية والسرعة والراحة في الحصول على هذه الخدمات، كما ظهرت فرص هامة وواسعة لتقديم خدمات جديدة كإتاحة المجال للعملاء بالسحب من أرصدة حساباتهم المصرفية أو تحويل مبالغ من حساب لحساب آخر أو تحديث المعلومات الخاصة بالحسابات، ولذلك نرى مسارعة المصارف في مختلف أنحاء العالم إلى الشروع في إنجاز معظم عملياتها إلكترونياً، نظراً للمزايا التي تتيحها التقنيات الالكترونية من سهولة الوصول وسرعة الاستخدام، وتوفير الأمان،.....الخ.

وانطلاقاً مما سبق، هدف هذا البحث إلى التعرف على أثر جودة الخدمة المصرفية في تبني تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (الموبايل المصرفي) في عينة لبعض فروع المصارف الخاصة العاملة في محافظة اللاذقية.

**1- مشكلة البحث:**

يعدُّ القطاع المصرفي أحد أهم القطاعات الاقتصادية الحيوية في الاقتصاد الوطني لأي بلد، حيث تأثر هذا القطاع بالتطورات الحاصلة بمجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهذا ما دفع القطاع المصرفي إلى المساهمة في تطبيق تقنيات التكنولوجيا الجديدة والتي تتسم بالمرونة والكفاءة من أجل تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعميل، ومن هذه التقنيات الموبايل المصرفي.

ضمن هذا السياق تتبلور مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو دور جودة الخدمة المصرفية في تبني تقنية الموبايل المصرفي، وإلى أي مدى يمكن أن تؤثر هذه الجودة في الاستخدام الفعلي للموبايل المصرفي لتقديم الخدمة المصرفية بطريقة تحقق رغبات العملاء؟

حيث يتفرع عن هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية:

1- هل تؤثر المنفعة المدركة في تبني العملاء لتقنية الموبايل المصرفي؟

2- هل تؤثر سهولة الاستخدام المدركة في تبني العملاء لتقنية الموبايل المصرفي؟

3- أهمية البحث: تأتي من خلال أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالنسبة لمنظمات الأعمال، إذ إن المنافسة الحادة والتغير السريع في حاجات ورغبات العملاء دفع المصارف للعمل على رفع مستوى كفاءة وفاعلية أداؤها وتبني تقنيات جديدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتلبية متطلبات ورغبات العملاء ولزيادة استقطاب أكبر عدد ممكن منهم.

4- أهداف البحث: يهدف البحث إلى تحقيق ما يلي:

1- التعرف على أثر المنفعة المدركة في تبني العملاء لتقنية الموبايل المصرفي؟

2- التعرف على أثر سهولة الاستخدام المدركة في تبني العملاء لتقنية الموبايل المصرفي؟

5- فرضيات البحث:

1- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين المنفعة المدركة وتبني تقنية الموبايل المصرفي

2- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين سهولة الاستخدام المدركة وتبني تقنية الموبايل المصرفي.

#### 6- منهجية البحث:

1- الجانب النظري: اعتمد الباحث المنهج الوصفي لوصف الإطار النظري للبحث بالاعتماد على المراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بالبحث.

2- الجانب الميداني: اعتمد فيه الباحث على المنهج الوصفي والأدوات التحليلية من خلال تصميم استبيان لجمع البيانات الأولية عن مفردات عينة البحث، ومن ثم اختبار فرضيات البحث.

#### 7- أداة البحث:

لتحقيق أغراض البحث وبعد الاطلاع على الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة بالموضوع المطروح، قام الباحث بتصميم أداة البحث وقد اشتملت الأداة ثلاثة أقسام، حيث تضمن القسم الأول معلومات عن المستقصى منهم، وقد شملت على (الجنس، العمر، المؤهل التعليمي، عدد الدورات التدريبية)، وتضمن القسم الثاني ستة عبارات عن العلاقة بين المنفعة المدركة وتبني الموبايل المصرفي، أما القسم الثالث فتضمن أربع عبارات عن العلاقة بين سهولة الاستخدام المدركة وتبني الموبايل المصرفي. وقد تم توزيع الدرجات على الأسئلة المتعلقة بالقسمين الثاني والثالث وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، وذلك بإعطاء الدرجة /5/ للإجابة موافق بشدة، والدرجة /4/ للإجابة موافق، والدرجة /3/ للإجابة محايد، والدرجة /2/ للإجابة غير موافق، والدرجة /1/ للإجابة غير موافق بشدة، كما تم استخدام حزمة البرنامج /SPSS/ للتحليل الإحصائي، وتم إخضاع الاستبانة لاختبار الموثوقية من الناحية العلمية والإحصائية للتأكد من مدى صلاحيتها، كما تم اختبار ثبات أدلة البحث باستخدام معادلة ألفا دلتا كرونباخ.

8- مجتمع الدراسة وعينته: يتكون مجتمع الدراسة من فروع المصارف الخاصة العاملة في اللاذقية، وقد تم اختيار عينة الدراسة بطريقة العينة العشوائية البسيطة، حيث تم توزيع (80) استبانة وتم استرجاع (72) استبانة، وتم استخدامها في تحليل بياناتها كالاتي:

#### الجدول رقم (1): عدد الاستبانات الموزعة والمعادة بعد تعبئتها

النسبة	العدد	البيان
90%	72	استبانات تم إعادة تعبئتها كاملة
10%	8	استبانات لم يتم إعادة تعبئتها
100%	80	إجمالي الاستبانات الموزعة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS)

من خلال الجدول رقم (1) أعلاه يتضح أن معدل الاستجابة بلغ نسبة (90%) من الاستبانات الموزعة، وتعتبر هذه النسبة مقبولة من الناحية الإحصائية مما يؤدي إلى قبول نتائج الدراسة وتعميمها على المجتمع الإحصائي.

#### 9- الدراسات السابقة:

1- (الخفاجي، 2009) بعنوان: **توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية (دراسة تطبيقية مقارنة بين المصارف الحكومية والأهلية)**: برزت أهمية هذه الدراسة من المكانة التي تحظى بها تكنولوجيا المعلومات بالنسبة لمنظمات الأعمال في العراق، حيث هدفت إلى دراسة العلاقة الارتباطية بين تكنولوجيا المعلومات بأبعادها المختلفة (أجهزة الصراف الآلي، البرمجيات، الاتصالات، الموارد البشرية)، وجودة الخدمة المصرفية بأبعادها المختلفة (الاعتمادية، الاستجابة، سهولة الوصول، الحصول على الخدمة، معرفة وفهم الزبائن، الجدارة الأهلية، المصداقية، الاتصالات، الكياسة والمعاملة، الأمانة).

وقد جُمعت البيانات من عينة الدراسة البالغة (87) من العاملين والزبائن في ستة مصارف حكومية وأهلية، وقد استند الباحث بصورة أساسية على الاستبانة، إذ تم إعداد استبانتين: الأولى تتعلق بمديري المصارف المبحوثة، وقد تضمنت (19) عبارة صيغت على مقياس (Likert) الخماسي، إذ أعطيت خمس خيارات (اتفق جداً، اتفق، محايد، لا اتفق، لا أتفق جداً) وأعطيت العبارات الدرجات التالية (1,2,3,4,5) على التوالي، أما الثانية (استمارة الزبائن) تتضمن العبارات الخاصة بقياس جودة الخدمات التي تقدمها المصارف للزبائن، وقد صيغت أيضاً على مقياس (Likert) الخماسي، وقد اعتمد الباحث الوسائل الإحصائية في برامج الحاسوب للتعامل مع البيانات واستخراج النتائج وهي: الإحصاء الوصفي ويشمل: (النسبة المئوية، الوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف)، الإحصاء الاستدلالي ويشمل: (معامل الارتباط /سبيرمان/، كاي مربع، T- test )، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين كل من أبعاد تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمة المصرفية، وهذا بدوره يقتضي زيادة اهتمام إدارات المصارف العراقية بتوفير أجهزة الاتصالات الحديثة وتدريب العاملين لديها على استخدام هذه الأدوات لإنجاز الأعمال المصرفية بجودة عالية.

**2- (حسين، 2010) بعنوان: تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية: دراسة تطبيقية في فندق السدير:** هدفت الدراسة إلى تحديد أثر تكنولوجيا المعلومات في مستوى أداء الخدمة الفندقية، حيث طُبق على عينة مكونة من (50) شخص من الأفراد العاملين في فندق السدير. استخدم البحث الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات اللازمة فضلاً عن المقابلات الشخصية، وقد استخدمت عدد من المؤشرات الإحصائية كالوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والارتباط، واختبارات F و T.

وتوصلت الدراسة إلى عدم إثبات صحة الفرضية التي تشير إلى وجود علاقة الأثر بين المتغيرين، وأشارت الدراسة إلى انخفاض مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات في الفندق، وانخفاض كفاءة مهارات الموارد البشرية لديها، وضعف الاعتماد على الشبكات الداخلية، وعدم وجود تعاون بين العاملين والمنظمة المبحوثة في بناء قواعد البيانات.

**3- (غالم وقريشي، 2011) بعنوان: دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء:** هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الدور الذي تؤديه تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء، وذلك من خلال التعريف بتكنولوجيا المعلومات، وإدارة علاقات العملاء، والخطوات اللازمة لوضع استراتيجية إدارة علاقات العملاء إلكترونياً، ومن ثم دراسة تأثير تكنولوجيا المعلومات في إدارة علاقات العملاء. وقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي:

أ- إن استخدام المنظمات لتكنولوجيا المعلومات يمكنها من تفعيل عملية إدارة العلاقات مع زبائنهم، ومن ثم بناء علاقات طويلة الأمد معهم.

ب- تمكن تكنولوجيا المعلومات المنظمات من معرفة جميع احتياجات ورغبات العملاء ومن ثم تلبيتها.

ت- إن تبني المنظمة لبرنامج إدارة علاقات العملاء يتطلب منهم القيام بإعادة هندسة العمليات في المنظمة مما يجعلها تركز على العميل وكيفية تعظيم المنفعة لديه.

**4- (القواسمي، 2015) بعنوان: أثر مرونة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة أداء العاملين (دراسة حالة البنك التجاري الأردني):** هدفت الدراسة إلى اختبار مرونة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات (الاتصال، التوافق، الاندماج، النمطية) في تحسين جودة أداء العاملين (الموثوقية، الأمن، الخصوصية، خدمة العملاء) في البنك التجاري الأردني. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لعينة الدراسة المكونة من 100/ مدير (مدراء الفروع، مدراء الدوائر) العاملين في جميع المستويات الإدارية في البنك التجاري الأردني، ولجمع البيانات تم تصميم استبانة على ثلاثة أجزاء: فقرات خاصة بالوصف الديمغرافي لعينة الدراسة، فقرات خاصة بعناصر المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) وفقرات خاصة بعناصر المتغير التابع (جودة الأداء)، وتم الاعتماد على مقياس (Likert) الخماسي. ولاختبار الفرضيات والتأكد من صدق أداة الدراسة

تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، وقياس مدى الاتساق بين فقرات المتغيرات تم استخدام اختبار الاتساق الداخلي ألفا كرو نباخ (Cornbrash Alpha). وقد أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لمرونة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الأداء في البنك التجاري الأردني، وأوصت الدراسة بالاستمرار في تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات لمواجهة المشكلات الفنية الالكترونية في البنك التجاري الأردني.

اختلفت المواضيع التي تناولتها الدراسات السابقة عن دراستنا، فبعضها بحث في توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وبعضها بحث في أثر تكنولوجيا المعلومات في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية، وبعضها بحث في دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء، أما دراستنا الحالية تناولت أثر جودة الخدمة المصرفية في تبني تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (خدمة الموبايل المصرفي) في عينة من فروع المصارف الخاصة العاملة في اللاذقية.

#### 10- الإطار النظري للبحث:

أولاً: مفهوم جودة الخدمات المصرفية وأبعادها:

أ – مفهوم جودة الخدمات المصرفية:

تمثل جودة الخدمات المصرفية الوسيلة الرئيسية والركيزة الأساسية التي تميز خدمات المصرف عن منافسيه وتحقق له ميزة تنافسية، لذلك فإن المصارف تحرص على تقديم خدمات عالية الجودة وذات طبيعة تنافسية من أجل كسب رضا وولاء الزبائن لاستمرار التعامل معها.

وقد عُرِّفت جودة الخدمة المصرفية بالعديد من التعاريف، نذكر منها ما يلي:

" قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات الزبائن ومتطلباتهم أو التفوق عليها" (آل قاسم، 2012).

وعرفها السبئي على أنها: " مقياس لمستوى نوعية الخدمة المقدمة للعملاء وطريقة أدائها ومدى تلبيتها لاحتياجاتهم ورغباتهم... وهذا ما يستوجب على مقدم الخدمة المصرفية القيام باستطلاع آراء عملائه بصورة مستمرة لتلبية رغباتهم وتحسين أداء الخدمة المقدمة لهم" (حمود، 2015).

كما يمكن تعريفها على أنها: " مدى مقابلة الخدمة المصرفية المقدمة لاحتياجات العميل وتوقعاته" (محمد، 2016).

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف جودة الخدمة المصرفية:

هي الدقة والإتقان في تقديم المنتج أو الخدمة المصرفية بحيث يقوم المصرف بتلبية متطلبات الزبون ضمن مقاييس ومواصفات لا تقل عن المقاييس والمعروفات والمعتمدة لتعطي للخدمة المصرفية المقدمة ميزة تنافسية عن غيرها من المصارف التي تقدم نفس الخدمة.

ب - أبعاد جودة الخدمات المصرفية: وهي الأسس والمبادئ التي ينظر العملاء من خلالها إلى جودة الخدمة، كذلك تساعدهم في تنظيم المعلومات المتعلقة بجودة الخدمة في عقولهم، حيث أن قياس الجودة ليس مهمة سهلة، وأثناء اختيار استراتيجية الجودة المناسبة يتم الاعتماد على الفهم الشامل لأبعادها الهامة (الصرن، 2001).

وفي عام (1985) تمكّن (بارا سومان) ومجموعة من زملائه من بلورة وتحديد عشرة أبعاد أساسية لجودة الخدمة وذلك من خلال مجموعة متتابعة من المقابلات المتعمقة، وتمثلت هذه الأبعاد في الآتي: (رشود، 2008)

#### 1- الجوانب الملموسة (Tangibles):

ويقصد بها جاذبية وحدائة التصميم الداخلي والديكور والأثاث المستخدم في التجهيز وأيضاً التطور التقني والفني للمعدات والأجهزة وغيرها من أنواع التسهيلات المستخدمة في إنتاج الخدمة وتقديمها للعميل.

**2- الاعتمادية والموثوقية (Reliability):**

وتعني جذب العملاء وكسب ثقتهم من خلال تقديم الخدمة في الوقت المحدد والمتفق عليه مع العميل، والوفاء بالوعد أثناء تقديم الخدمة والسرعة، وقلة الأخطاء وإعطاء الثقة للعاملين والمسؤولين عن العمل.

**3- الاتصالات (Communications):**

ويُقصد بهذا البعد إمداد العملاء بالمعلومات الكاملة عن الخدمة ومخاطبة العميل باللغة التي يفهمها مع توفير سهولة الاتصال بالإدارة عند الحاجة.

**4- سرعة الاستجابة من قبل العاملين (Responsiveness):**

ويشير هذا البعد إلى رغبة واستعداد العاملين في البنك لتقديم الخدمة ومساعدة العملاء والسرعة في الرد على أسئلتهم واستفساراتهم حول أداء الخدمة، كذلك سرعة الاستجابة عند حدوث أي مشكلة.

**5- المصداقية (Credibility):**

أي التزام الأمانة والصدق في التعامل مع العملاء مما يولد الثقة والاطمئنان بين الطرفين، وكذلك يولد السمعة الطيبة والصورة الحسنة عن المنظمة، لأن العمل المصرفي قائم على أساس الثقة والصدق.

**6- الأمان (Assurance):**

ويُقصد بهذا البعد الأمان المادي والمالي والمحافظة على سرية وخصوصية المعلومات وممتلكات طالبي الخدمة، وكذلك توفير الأمان الكافي المحيط بمكان تقديم الخدمة.

**7- جدارة العاملين (Competence):**

يعني هذا البعد الجهد المبذول من قبل الموظفين لمعرفة احتياجات العميل وتقديم كافة الإجراءات اللازمة لوصول الخدمة للعميل، كما يتضمن هذا الجانب توفير الاهتمام الشخصي للعميل، وإمكانية التعرف على شخصيته.

**8- التعاطف (Empathy):**

وضع مصلحة العملاء في مقدمة اهتمامات الموظفين والإدارة، والتمتع بالتعاطف والمحبة والود لطالب الخدمة إذ ما صادف مشكلة ما، كذلك توفير العناية الشخصية لكل عميل مستفيد من الخدمة.

**9- الوصول إلى الخدمة (Access):**

ويُقصد بهذا البعد سهولة الوصول إلى الخدمة والابتعاد عن أماكن انتظار السيارات وأماكن الازدحام، كذلك سهولة الحصول على الخدمة عن بُعد (الموبايل، الانترنت، .....

**10 - تفهم احتياجات العملاء (Understanding Needs):**

أي قدرة موظفي المصرف على تقدير المشكلات الخاصة للعملاء، كذلك تفهم احتياجات طالبي الخدمة، والقدرة على تحديد احتياجات العملاء بطريقة مناسبة.

**ثانياً: الموبايل المصرفي:**

أ- تعريف خدمة الموبايل المصرفي: هي خدمة بنكية تمكن عميل البنك من التواصل مع حسابه البنكي ومتابعة الحركات المالية التي تجري على حسابه عن طريق الموبايل.

**ب- أهداف خدمة الموبايل المصرفي:**

- 1- يستطيع عميل البنك الاتصال بحسابه البنكي بكل سهولة ويسر في أي وقت وأي مكان.
- 2- يستطيع البنك التواصل مع عملائه بكل سهولة وإطلاعهم على آخر العروض المقدمة من البنك.
- 3- زيادة أرباح البنك وتعزيز رضا المشتركين في الخدمة.

ت- الخدمات التي تقدم عبر الموبايل المصرفي:

- 1- استخدامه في المحفظة الالكترونية.
- 2- خدمة الرسائل الالكترونية القصيرة (SMS).
- 3- التحويل من حساب لحساب آخر (Shallone and Simon, 2014)

ث- رسوم وتعريفات الدفع عبر الموبايل المصرفي:

- 1- خدمة تسجيل العملاء.
- 2- خدمة إيداع وسحب الأموال.
- 3- خدمة الاستعلام عن الرصيد.
- 4- خدمة تنشيط وتجميد الحساب.
- 5- خدمة تحويل الأموال إلى التاجر.
- 6- خدمة التحويل من بطاقة إلى حساب وبالعكس (Ahmed,2014).

### 11 - النتائج والمناقشة:

تمت مناقشة الفرضيات بناءً على اختبار كاي مربع لقياس المدى الذي تقترب أو تبتعد فيه التكرارات المشاهدة من التكرارات المتوقعة، أي أنه الفرق بين التكرارات المتحصل عليها والتكرارات المتوقعة، ونحصل على اختبار كاي مربع وفق المعادلة الآتية:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(O_i - E)^2}{E_i}$$

حيث أن:

**O<sub>i</sub>**: التكرارات المشاهدة المتحصل عليها.

**E<sub>i</sub>**: التكرارات المتوقعة من الدراسة.

$\Sigma$ : المجموع.

**N** = عدد أفراد العينة.

**i** = 1, 2, 3, .....

حيث أن القيمة الاحتمالية هي التي تحدد إذا ما كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة ، وذلك بمقارنة القيمة الاحتمالية بمستوى معنوية (5%)، فإذا كانت أقل من (5%) فهذا يدل على أنه يوجد فروق بين التكرارات المشاهدة والتكرارات المتوقعة، حيث تم ترميز إجابات وحدات المشاهدة على مقياس ليكرت الخماسي ليسهل عملية إدخالها في جهاز الحاسب الآلي للتحليل الإحصائي حسب الأوزان الآتية:

5	وزنها	موافق بشدة
4	وزنها	موافق
3	وزنها	محايد
2	وزنها	غير موافق
1	وزنها	غير موافق بشدة



$$3 = \frac{5+4+3+2+1}{5} = \frac{\text{مجموع الأوزان}}{\text{عددها}} = \text{حيث أن الوسط الحسابي الافتراضي}$$

حيث تمت مناقشة الفرضيات على أساس المقارنة بين الوسط الافتراضي ومقارنته بالوسط الحسابي الفعلي للعبارة، حيث إذ قل الوسط الحسابي الفعلي للعبارة عن الوسط الحسابي الافتراضي دل ذلك على عدم موافقة الباحثين على العبارة، كما تم استخدام اختبار كاي مربع لقياس المدى الذي تقترب أو تبتعد فيه التكرارات المشاهدة عن التكرارات المتوقعة.

**الفرضية الأولى:** توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين المنفعة المدركة وتبني تقنية الموبايل المصرفي:

**الجدول رقم (2): الإحصاءات الوصفية لعبارات الفرضية الأولى**

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة
0.81	4.3	الخدمات المصرفية المقدمة عبر الموبايل المصرفي ذات تكلفة منخفضة
0.97	4.2	الخدمات التي تقدم بالموبايل المصرفي هي أكثر سرية وأمان
0.64	4.4	الزمن الذي يستخدم في خدمات الموبايل أقل
0.89	4.15	النظام المستخدم في الموبايل المصرفي موثوق به وخدماته متاحة
0.71	4.4	الموبايل المصرفي يساهم في تبسيط الإجراءات اللازمة للحصول على الخدمات المصرفية
0.82	4.3	الموبايل المصرفي يحافظ على خصوصية العملاء

**الجدول رقم (3): اختبار كاي مربع لعبارات الفرضية الأولى**

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة كاي مربع المحسوبة	العبارة
0.00	4	199.450	الخدمات المصرفية المقدمة عبر الموبايل المصرفي ذات تكلفة منخفضة
0.00	4	81.960	الخدمات التي تقدم بالموبايل المصرفي هي أكثر سرية وأمان
0.00	4	155.800	الزمن الذي يستخدم في خدمات الموبايل أقل
0.00	4	140.400	النظام المستخدم في الموبايل المصرفي موثوق به وخدماته متاحة
0.00	4	160.680	الموبايل المصرفي يساهم في تبسيط الإجراءات اللازمة للحصول على الخدمات المصرفية
0.00	4	218.100	الموبايل المصرفي يحافظ على خصوصية العملاء

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2) أن الوسط الحسابي لجميع العبارات أكبر من الوسط الحسابي الافتراضي (3) وهذا يشير إلى أن الإجابات على العبارات تتجه بالاتجاه الإيجابي أي الموافقة.

أما إذا ما نظرنا إلى الانحراف المعياري فنلاحظ أنه يتراوح بين (0.64 – 0.97) وهذا يشير إلى تجانس الإجابات، وموافقة عليها، وهذا ما يعطي دلالة على صحة إجابات الفرضية الأولى.

وإذا ما نظرنا إلى الجدول رقم (3) نلاحظ أن مستوى الدلالة لاختبار كاي مربع لكل عبارات الفرضية الأولى أقل من قيمة مستوى الدلالة (0.05).

ومن خلال ما تقدّم أعلاه يمكن قبول الفرضية القائلة بأنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين المنفعة المدركة وتبني تقنية الموبايل المصرفي.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين سهولة الاستخدام المدركة وتبني تقنية الموبايل المصرفي:

الجدول رقم (4): الإحصاءات الوصفية لعبارات الفرضية الثانية

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة
0.73	4.3	سهولة تقديم الخدمة تؤثر تأثير مباشر أو غير مباشر على موقف المستخدم تجاه الخدمة المصرفية
0.77	4.3	نظام الموبايل المصرفي يمكن فهمه بكل سهولة
0.83	4.2	إجراءات الحصول على الخدمات المصرفية بالموبايل المصرفي تمتاز بالسهولة والسرعة
0.81	4.3	يجد المستخدم الراحة في تقديم الخدمات المصرفية عبر الموبايل المصرفي

الجدول رقم (5): اختبارات كاي مربع لعبارات الفرضية الثانية

مستوى الدلالة	درجة الحرية	قيمة كاي مربع المحسوبة	العبارة
0.00	4	184.150	سهولة تقديم الخدمة تؤثر تأثير مباشر أو غير مباشر على موقف المستخدم تجاه الخدمة المصرفية
0.00	4	189.000	نظام الموبايل المصرفي يمكن فهمه بكل سهولة
0.00	4	194.350	إجراءات الحصول على الخدمات المصرفية بالموبايل المصرفي تمتاز بالسهولة والسرعة
0.00	4	220.100	يجد المستخدم الراحة في تقديم الخدمات المصرفية عبر الموبايل المصرفي

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي (SPSS)

نلاحظ من خلال الجدول رقم (4) أن الوسط الحسابي لجميع العبارات أكبر من الوسط الحسابي الافتراضي (3) وهذا يشير إلى أن الإجابات على العبارات تتجه بالاتجاه الإيجابي أي الموقفة.

أما إذا نظرنا إلى الانحراف المعياري فنلاحظ أنه يتراوح بين (0.73 – 0.83) وهذا يشير إلى تجانس الإجابات، وموافقة عليها، وهذا ما يعطي دلالة على صحة إجابات الفرضية الثانية.

وإذا ما نظرنا إلى الجدول رقم (5) نلاحظ أن مستوى الدلالة لاختبار كاي مربع لكل عبارات الفرضية الثانية أقل من قيمة مستوى الدلالة (0.05).

ومن خلال ما تقدّم أعلاه يمكن قبول الفرضية القائلة بأنه توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين سهولة الاستخدام المدركة وتبني تقنية الموبايل المصرفي.

## 12 - النتائج والتوصيات:

## أولاً: النتائج:

- 1- أشارت نتائج البحث بأن هناك علاقة ذات دلالة معنوية بين المنفعة المدركة وتبني العملاء لخدمة الموبايل المصرفي.
- 2- هناك علاقة ذات دلالة معنوية بين سهولة الاستخدام المدركة وتبني العملاء لخدمة الموبايل المصرفي.
- 3- مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة يؤثر في استخدام العملاء لتقنية الموبايل المصرفي.
- 4- سهولة استخدام الخدمة المصرفية لها تأثير في استخدام العملاء لتقنية الموبايل المصرفي في معاملاتهم المصرفية.
- 5- المنفعة التي يتحصل عليها العملاء من الخدمة المصرفية لها تأثير في استخدام الموبايل المصرفي.

## ثانياً: التوصيات:

- 1- يجب على البنوك محل الدراسة أن تقدم التسهيلات عند طلب خدمة الموبايل المصرفي وتقلل من تكاليف الخدمة.
- 2- على البنوك محل الدراسة والتي تقوم بتقديم خدمة الموبايل المصرفي أن تلتزم باستمرارية الخدمة المصرفية في أي زمان ومكان لتتال رضا عملائها.
- 3- إدارة تسويق الخدمات المصرفية في البنوك محل الدراسة يجب أن تكون إدارة فعالة ومتطورة ومواكبة لأن المنافسة في سوق العمل تحتاج لتطور دائم ومستمر لتلبية احتياجات العملاء.
- 4- ضرورة التوسع في الخدمات المصرفية المقدمة عبر القنوات الالكترونية، وضرورة التدريب والتأهيل المستمر لكافة العاملين بالبنوك محل الدراسة فنياً وتقنياً لمواكبة التطور في الخدمات المصرفية الالكترونية (وخاصة خدمة الموبايل المصرفي) لرفع كفاءتهم في الأنشطة الخاصة بالعمليات الالكترونية المصرفية وإنجازها على أكمل وجه.

## 13 - المراجع:

## • المراجع العربية:

- 1- آل قاسم، رؤى رشيد. أثر الالتزام التنظيمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية- دراسة تطبيقية على عينة من البنوك التجارية الأردنية، جامعة الشرق الأوسط، ماجستير إدارة أعمال، الأردن، 2011/ 2012.
- 2- حسين، يسرى. تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية (دراسة تطبيقية في فندق السدير)، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الخامس والثمانون، العراق، 2010.
- 3- حمود، نشوه. قياس جودة خدمات المصارف الإسلامية وأثرها على رضا العميل- دراسة مسحية على عملاء المصارف الإسلامية في مدينة اللاذقية، رسالة ماجستير، قسم العلوم المالية والمصرفية، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، 2014/2015.
- 4- الخفاجي، علي. توظيف تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية (دراسة تطبيقية مقارنة بين المصارف الحكومية والأهلية)، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، قسم إدارة الأعمال، 2009.
- 5- رشود، عبد الله. قياس جودة الخدمة بالمصارف التجارية السعودية- دراسة مسحية لأراء عملاء مصرف الراجحي بمدينة الرياض، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية، السعودية، 2008.
- 6- الصرن، رعد. كيف تتعلم أسرار الجودة الشاملة، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، دمشق، سوريا، 2001.
- 7- غالم، عبد الله؛ قرشي، محمد. دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات العملاء، مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، العدد العاشر، جامعة بكرة، الجزائر، 2011.
- 8- القواسمي، سوزان. أثر مرونة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة أداء العاملين ( دراسة حالة البنك التجاري الأردني)، رسالة ماجستير جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2015.

9- محمد، علاء. جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في رضا العميل- دراسة مقارنة بين فروع المصارف العامة والخاصة في مدينة حماه، رسالة ماجستير، قسم العلوم المالية والمصرفية، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، 2016.

- المراجع الأجنبية:

1- Ahmad, Shoeb (2014): Technology In Organizations, Impact Journal, Vol 2, Issue 7.

2- Shallone K .Chitungo & Simon Munongo(2014): the Technology Acceptance Model to Mobile Banking Adoption in Rural Zimbabwe.