

أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا
العملاء في البنوك التجارية الأردنية

إعداد

سالي مخلد موسى المناصير

إشراف

الأستاذ الدكتور احمد عبدالله محمد الغندور

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في
تخصص إدارة الاعمال في جامعة الشرق الأوسط

كانون الثاني، 2025

**The Impact of Factors of Using Payment Systems Via
Mobile Phone on Customer Satisfaction in Jordanian
Commercial Banks**

**Prepared by
Sally Mikhled Mousa Al-Manaseer**

**Supervised by
Prof Dr Ahmed Abdullah Al-Ghandour**

**This thesis is submitted in partial fulfillment of the
requirements for the degree of Master of Business
Administration.**

January, 2025

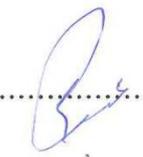
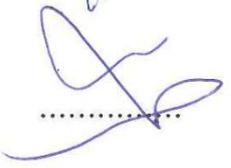
قرار لجنة المناقشة

نوقشت هذه الرسالة وعنوانها: أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية.

وأجيزت بتاريخ: 2025 / 01 / 19

الباحثة: سالي مخلد المناصير

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم	الصفة	جهة العمل	التوقيع
أ.د احمد عبدالله الغندور	مشرقاً	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د عبد العزيز احمد الشرباتي	عضوًا من داخل الجامعة ورئيسًا	جامعة الشرق الأوسط	
د. ابراهيم عبدالحميد ابو السندس	عضوًا من داخل الجامعة	جامعة الشرق الأوسط	
أ.د بلال خلف السكارنة	عضوًا من خارج الجامعة	جامعة الإسراء	

تفويض

أنا سالي مخلد موسى المناصير أفوض جامعة الشرق الأوسط بتزويد نسخ من رسالتي ورقياً
والكترونياً للمكتبات، أو المنظمات، أو الهيئات والمؤسسات المعنية بالأبحاث والدراسات العلمية عند
طلبها.

الاسم: سالي مخلد المناصير.

التاريخ: 2025/01/19.

التوقيع: سالي المناصير

الشكر والتقدير

﴿ وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا ﴾ ﴿ سورة طه، آية 114 ﴾

الحمد لله حمداً ينير طريق علمي ، وصل اللهم على سيدنا محمد صلاةً تكرمنا بها بنور الفهم من ظلمات التردد والوهم وتوضح لنا بها ما أشكل حتى يُفهم وتجعلنا بها من العلماء العاملين المخلصين، اللهم علمني ما ينفعني وانفعني بما علمتني وزدني علماً.

الحمد لله أن يسر لي صاحب الفضل بعده، معلمي وقُدوتي، قلّمي ونبراسي، قدم لي العلم بوفاء، وأخذ بيدي للعبء، علمني ولم يبخل، حثني ولم يَمَل، المشرف على الرسالة الأستاذ الدكتور احمد عبدالله الغندور حفظة الله ورعاة.

الأستاذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة تفضلتم بقبول مناقشة الرسالة، وتحملتكم عناء قراءتها، ملاحظاتكم محط اعتزاز وتقدير؛ فما هي إلا لإثراء وقيمة مضافة لهذا البحث، وتفضلتم بالسماح للباحث بالدفاع عن رسالته، فجزاكم الله خير الجزاء.

جامعتي جامعة الشرق الاوسط، بصمة أخرى في مسيرتي العلمية أضفتها، وها أنا أنضم إلى خريجي درجة الماجستير من صرح أعتز وأفتخر بحمل شهادته.

أعضاء الهيئة التدريسية في جامعة الشرق الاوسط عامة وفي كلية الأعمال خاصة، كنتم العلماء المخلصين منارات العلم في مسيرتنا العلمية، ها نحن نغادر الجامعة ونشير إليكم بالبنان.

ولا أنسى أعضاء الهيئة الإدارية في الجامعة، كنتم الداعمين المساندين، عززتم ولاءنا لجامعتنا بجهودكم، متعمك الله بموفور الصحة العافية.

الباحثة: سالي مخلد المناصير

إهداء

إلى صاحب القلب الحنون ، إلى من أسعى لأكون بخلقه وطيب قلبه ، إلى من أمضى عمره لينير
 دربي ، والذي الحبيب

أطال الله في عمرك بالخير والبركة

إلى من يكرمني ربي بدعائها وخدمتها ، إلى وجه القمر ونور الشمس وعطر الورد ، إلى من تنير
 لي درب الحياة ، والذي الحبيبة

براً وإحساناً

إلى قلوب العطف والحنان ، نبراسنا الأكبر نسير على خطاه ، وصغيرنا رحيقنا ، وغيرهم زهورنا ،
 إلى أجنحتي وتاج الرأس ، لإخوتي و خواتي

وفاءً وإخلاصاً

إلى من ترك بصمات واضحة في رسالتي....

إعترافاً و عرفاناً

أهديكم هذا البحث الذي لم يكن ليكمل لولا دعمكم المتواصل لي

الباحثة: سالي مخلد المناصير

فهرس المحتويات

الموضوع	الصفحة
تفويض	ب
قرار لجنة المناقشة.....	ب
الشكر والتقدير.....	د
إهداء	هـ
فهرس المحتويات	و
قائمة الجداول	ط
قائمة الأشكال.....	ك
قائمة الملاحق.....	ل
المخلص باللغة العربية.....	م
المخلص باللغة الانجليزية.....	ن
الفصل الأول: خلفية الدراسة واهميتها	1
المقدمة.....	1
مشكلة الدراسة	2
أسئلة الدراسة.....	3
أهداف الدراسة	4
أهمية الدراسة.....	5
فرضيات الدراسة.....	5
أنموذج الدراسة.....	7
التعريفات الإجرائية.....	7
حدود الدراسة.....	9
محددات الدراسة.....	9

10.....	الفصل الثاني الأدب النظري والدراسات السابقة
10.....	أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.....
13.....	أهمية ومزايا أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.....
14.....	التطور التاريخي لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.....
16.....	أنواع أنظمة الدفع.....
20.....	الاية وطبيعة عمل أنظمة الدفع في الأردن.....
22.....	عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.....
23.....	سهولة الاستخدام.....
33.....	الدراسات السابقة.....
46.....	ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.....
47.....	الفصل الثالث منهجية الدراسة (الطريقة والأجراءات)
47.....	منهجية الدراسة.....
47.....	مجتمع الدراسة وعينتها.....
48.....	مصادر جمع البيانات.....
49.....	أداة الدراسة:.....
51.....	صدق الأداة وثباتها.....
53.....	ثبات أداة الدراسة.....
56.....	وصف خصائص عينة الدراسة:.....
61.....	الفصل الرابع: نتائج الدراسة (التحليل الاحصائي واختبار الفرضيات)
61.....	الإحصاء الوصفي.....
69.....	اختبار فرضيات الدراسة.....
74.....	الفصل الخامس مناقشة النتائج والتوصيات
74.....	مناقشة النتائج.....
75.....	مناقشة نتائج رضا العملاء.....

76..... مناقشة الفرضيات:

78..... الاستنتاجات

79..... التوصيات

81..... التوصيات المتعلقة بالدراسات المستقبلية

82..... قائمة المراجع

91..... الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
51	توزيع فقرات الاستبانة التي تقيس المتغيرات وأبعادها	(1)
53	معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات إبعاد عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول والدرجة الكلية لمحورها	(2)
54	معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات رضا العملاء والدرجة الكلية لمحورها	(3)
55	ثبات أداة الدراسة للمتغيرات الدراسة	(4)
56	اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات (K-S)	(5)
56	التوزيع الطبيعي للبيانات بالاعتماد على معامل الالتواء	(6)
57	نتائج الاختبار قوة الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة	(7)
58	توزيع عينة الدراسة حسب العمر	(8)
58	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	(9)
59	توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة	(10)
59	توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات استخدام لنظام الدفع عبر الهاتف المحمول	(11)
60	توزيع عينة الدراسة حسب فترة استخدامي لخدمات نظام الدفع عبر الهاتف المحمول	(12)
60	توزيع عينة الدراسة حسب عدد البنوك التي تعامل معها	(13)
61	توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة التي تستخدم لغايات الدفع عبر الهاتف المحمول	(14)
61	توزيع عينة الدراسة حسب غايات استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول	(15)
64	المتوسطات الحسابية الانحرافات المعيارية ومستوى أهمية سهولة الاستخدام لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في البنوك التجارية الاردنية في البنوك التجارية الاردنية	(16)

65	المتوسطات الحسابية الانحرافات المعيارية ومستوى أهمية الامان في البنوك التجارية الاردنية بعد الامان	(17)
67	المتوسطات الحسابية الانحرافات المعيارية ومستوى الثقة في أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في البنوك التجارية الاردنية	(18)
68	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابة أفراد عينة الدراسة عن رضا العملاء	(19)
71	نتائج اختبار انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعاده مجتمعة في رضا العملاء	(20)
72	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الاولى	(21)
73	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية	(22)
73	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	(23)

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
7	إنموذج الدراسة	1

قائمة الملاحق

الصفحة	الملحق	رقم الملحق
92	استبانة الدراسة	1
97	قائمة محكمي استبانة الدراسة	2
98	كتاب تسهيل المهمة	3

أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية

إعداد: سالي مخلد موسى المناصير

إشراف

الاستاذ الدكتور احمد عبدالله الغندور

الملخص

هدفت هذه الدراسة التعرف على أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية. ولتحقيق هدف الدراسة تم تطوير استبانة بناءً على أحدث الدراسات التي أجريت حول نفس الموضوع لجمع البيانات اللازمة. وتألّف مجتمع الدراسة من عملاء البنوك التجارية الأردنية، في حين تم اختيار العينة باستخدام العينة الميسرة من عملاء البنوك التجارية الأردنية. وتم توزيع (424) استبانة، وقد تكونت عينة الدراسة النهائية من (400) استبانة، ومثلت الدراسة عملاء البنوك التجارية الأردنية من مختلف الأعمار والمستويات التعليمية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بالإضافة إلى الاعتماد على الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار فرضيات الدراسة، واطهرت الدراسة عدد من النتائج أهمها وجود تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعادها المجمعّة (سهولة الاستخدام، والأمان، والثقة) على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية، واوصت الدراسة بمجموعة من التوصيات من أهمها يجب على البنوك التجارية مواكبة التطورات والمستجدات في عالم التكنولوجيا فيما يخص أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول لما لهذه الأنظمة من أثر إيجابي على سمعة البنوك التجارية الأردنية وتحقيق المزايا التنافسية

الكلمات المفتاحية: أنظمة الدفع، الهاتف المحمول، رضا العملاء، البنوك التجارية الأردنية

The Impact of Factors of Using Payment Systems Via Mobile Phone on Customer Satisfaction in Jordanian Commercial Banks

Prepared by
Sally Mikhled Mousa Al-Manaseer
Supervised by
Prof Dr Ahmed Abdullah Al-Ghandour

Abstract

This study examines the impact of factors influencing the use of mobile payment systems on customer satisfaction in Jordanian commercial banks. To achieve this objective, a questionnaire was designed based on recent studies addressing similar topics to gather the required data. While the sample was selected using the facilitated sample of clients of Jordanian commercial banks.. A total of 424 questionnaires were distributed, with 400 valid responses constituting the final study sample. The sample included clients with diverse age groups and educational backgrounds. The study showed a number of results, the most important of which is the presence of a statistically significant effect at the significance level ($0.05 \leq \alpha$) for the factors of using mobile payment systems in their combined dimensions (ease of use, security, and trust) on customer satisfaction in Jordanian commercial banks. The study recommended a set of recommendations, the most important of which is that commercial banks must keep pace with developments and innovations in the world of technology with regard to mobile payment systems, as these systems have a positive impact on the reputation of Jordanian commercial banks and achieving competitive advantages..

Keywords: Payment systems, mobile phone, customer satisfaction, Jordanian commercial banks

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة:

يتجه العالم اليوم نحو ما يعرف بالاقتصاد الرقمي الذي يمثل ثورة تنظيمية واجتماعية واقتصادية كبرى، ويعتمد الاقتصاد الرقمي على الاستخدام الواسع لتقنيات المعلومات والاتصالات التي حققت تبادلاً سريعاً وشاملاً للمعلومات ضمن سياسات وخطط الانسياب السريع للبيانات، وكانت البنوك هي السبابة لاستغلال هذه التطورات من أجل تحديث وسائل الدفع، حيث لجأت إلى الاعتماد على وسائل ونظم دفع حديثة أثناء استراتيجيتها وذلك بفضل ما توفره هذه الوسائل من معلومات دقيقة عن الزبائن وبالتالي توفير الوقت والجهد والمال المخصص لخدمة الزبائن، كما أن البنوك وجدت فيها أجوبة وحلولاً للمشاكل التي كانت تواجهها وعلى رأسها المخاطر التي تحملها التقنية الرقمية في طياتها من قرصنة المعلومات والاختراقات والاعتداءات على المعلومات الشخصية.

فإن تطبيق أنظمة الدفع في البنوك التجارية يعتبر من الضمانات الأساسية واللازمة لنموه واستمراره وتطوير أدائه، فإن أنظمة الدفع تطورت بشكل كبير وواسع في الآونة الأخيرة ولغرض تقييم كفاءة أداء العمل المصرفي خلال فترة معينة، فإن ذلك يعني ضرورة استخدام أنظمة الدفع ومواكبة التكنولوجيا لتحديد الأهداف التي تضمن للمصرف وصوله إلى تحقيق غايته في الربحية المنشودة (الشرابي، 2024).

وقد ظهرت أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول كنتيجة للتطور التكنولوجي، وكحل للمشاكل والصعوبات التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، خاصة بعد تفشي الأوبئة العالمية مثل فيروس كورونا الجديد (COVID-19) (العزيز، 2023)، وتسعى أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول إلى تقديم

خدمات مصرفية تتمثل في عملية السحب والإيداع، وعملية استلام وتحويل الأموال، والاستعلام عن الرصيد، ودفع وسداد كافة الالتزامات اليومية أو الأسبوعية أو الشهرية، وعملية طلب التمويل بأسهل طريقة وبأقل جهد وتكلفة، وفي أي وقت ومن أي مكان وبدون الحاجة إلى وثائق ومستندات كما كان في أنظمة الدفع التقليدية (أبو يونس، 2024). وعلى الرغم مما تحققه أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول من مزايا عديدة إلا أنها تحمل في طياتها العديد من المخاطر المتمثلة بالمخاطر التشغيلية، ومخاطر خرق أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، ومخاطر إخفاق بعض الأنظمة من الرقابة على كافة المراحل التي تمر بها عمليات الدفع والتي تؤدي إلى العبث بأرصدة العملاء وإجراء عملية تحويل أو دفع مبتكرة أو الاستخدام غير المصرح، مما جعل البنوك أمام مسؤولية كبيرة بتقبل هذه المخاطر لتحقيق الميزة التنافسية، ولا تقتصر تحديات الدفع عبر الهاتف المحمول على المخاطر التشغيلية ولكن تشمل جذب العملاء وإرضائهم والاحتفاظ بهم والاهتمام باحتياجاتهم ورغباتهم (Alghadi, (2024).

وقد زاد اعتماد الأردنيين في الوقت الحاضر على أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بمختلف أشكالها وأدواتها، وبالاستفادة من قائمة طويلة من الحلول والوسائل والمنصات والتطبيقات الخاصة بالدفع الرقمي، التي تقدمها العديد من الشركات، ومن هنا جاءت الدراسة للكشف عن أثر استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية.

مشكلة الدراسة:

في ضوء الدراسة الاستطلاعية والمراجعة المكتبية والميدانية للدراسات السابقة ووفقاً لما تقدمت به العديد من الدراسات السابقة من توصيات تُفيد بضرورة دراسة موضوع الدراسة الحالية فيما يتعلق أنظمة الدفع عبر تطبيقات الهواتف المحمولة ورضا العملاء، كدراسة السرحان (2020)

الياسين(2021)،(Arilesere& Akienabor (2021) ، ودراسة بن شلاط(2022). ودراسة طاشمان(2023)، (Ahmad 2024)، اللاتي أجمعنَّ على ضرورة الاهتمام بدراسة وسائل وأنظمة الدفع عموماً وتسليط الضوء على ما يؤثر به، كرضا العملاء مثلاً، وذلك من خلال إجراء دراسات علمية وبحثية نظراً لعدم وجود دراسة رابطة بين متغيرات الدراسة الحالية الرئيسة، وفي ضوء ما تقدم نجد ان هناك فجوة معرفية في دراسة أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء بالبنوك التجارية الأردنية دفعت للقيام بدراسة استطلاعية بأجراء مقابلات مع عدد من العملاء في البنوك التجارية الأردنية في عمان، من اجل البحث حول تلك الفجوة المعرفية من الناحية العملية والنظرية، وظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية ان عملاء البنوك التجارية في عمان يجدون صعوبة في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بالإضافة لعدم احساسهم بالأمان والثقة لاستخدم أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول الأمر الذي دفع لاعتماد هذه الابعاد كعوامل لاستخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في الدراسة الحالية، وتتجلى مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الرئيس:

ما أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء في البنوك التجارية؟
أسئلة الدراسة:

استناداً إلى مشكلة الدراسة، فانه يمكن ايضاح المشكلة بصورة أكثر جلاء من خلال طرح عدد

من التساؤلات، وهي كالآتي:

السؤال الرئيس الأول: ما مستوى استخدام عملاء البنوك التجارية الأردنية لأنظمة الدفع عبر

الهاتف المحمول؟

السؤال الرئيس الثاني: ما مستوى رضا عملاء البنوك التجارية الأردنية عن أنظمة الدفع عبر

الهاتف المحمول؟

السؤال الرئيس الثالث: هل يوجد أثر لعوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعادها

مجتمعة (سهولة الاستخدام، الأمان، الثقة) على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية؟

السؤال الأول والثاني سيتم الإجابة عليهم بواسطة التحليل الوصفي (المتوسطات والانحراف

المعياري)، بينما السؤال الثالث سيتم الإجابة عليه بواسطة الفرضيات أدناه.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على مستوى استخدام عملاء البنوك التجارية الأردنية لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

2- التعرف على مستوى رضا عملاء البنوك التجارية الأردنية عن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

3- التعرف على أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعادها مجتمعة (سهولة الاستخدام، الأمان، الثقة) على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية.

4- تقديم توصيات إلى لأصحاب القرار فيما يتعلق بأنظمة الدفع في البنوك التجارية الأردنية على ضوء ما ستتوصل إليه الدراسة الحالية من نتائج.

أهمية الدراسة:

أولاً: الأهمية العلمية (النظرية)

تكمن الأهمية النظرية لهذه الدراسة من خلال تقديم إطار نظري يضيف المزيد من الدراسات حول أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء في البنوك التجارية الاردنية للمساهمة في سد الفجوة المعرفية لهذه المتغيرات من خلال الإيضاح لمفاهيمها وأبعاد كل منهما الفرعية وتوفير نتائج يمكن الاستفادة منها في الدراسات المستقبلية، كما تعد هذه الدراسة إضافة نوعية للمكتبة العربية والباحثين، كما أنه من الممكن تطبيق أبعاد الدراسة بمتغيراتها على قطاع أخرى ومجتمع دراسي آخر لغايات الاستفادة من نتائج هذه الدراسات.

ثانياً: الأهمية العملية (التطبيقية)

تظهر أهمية الدراسة التطبيقية من خلال البيانات التي تم الحصول عليها في نهاية الدراسة والتي تشكل نتائج وتوصيات نهائية يمكن الاعتماد عليها في مساندة صناع القرار الإداري في البنوك التجارية الاردنية في رفع مستوى خدمات أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول التي تقدمها، والتركيز على رضا العملاء. ومن ناحية أخرى، تدفع هذه الدراسة العديد من الباحثين لإجراء المزيد من البحوث الجديدة في موضوع الدراسة، من خلال ما تقدمه من أدب نظري ودراسات سابقة وأدوات بحث تم التأكد من صدقها وثباتها ويمكن توظيفها واستخدامها في دراسات مستقبلية.

فرضيات الدراسة:

إستناداً إلى مشكلة وأسئلة الدراسة تم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية:

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعوامل استخدام أنظمة

الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعادها مجتمعة (سهولة الاستخدام، الأمان، الثقة) على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية.

وينبثق عن هذه الفرضية الرئيسية عدد من الفرضيات الفرعية الآتية:

H01.1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبعدها سهولة الاستخدام

على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

H01.2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبعدها الأمان على

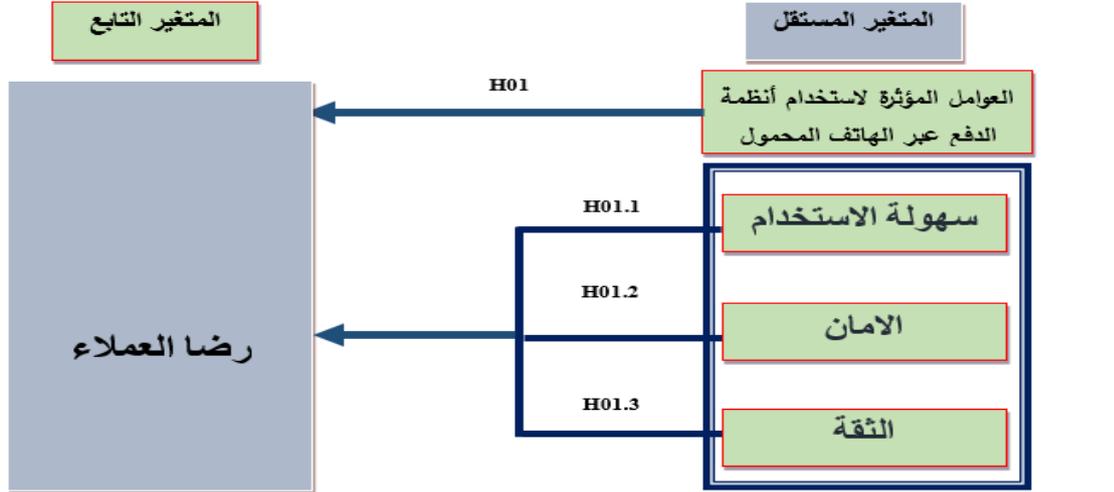
رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

H01.3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبعدها الثقة على رضا

العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

أنموذج الدراسة:

يوضح الشكل (1) انموذج الدراسة، والذي سيضم المتغير المستقل أنظمة الدفع والمتغير التابع رضا العملاء.



من تطوير الباحث بالإستناد إلى الدراسات الآتية:

المتغير المستقل (عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول) تم الاعتماد في تحديد

إبعاده استناداً إلى (، طبايبيية وخرؤف (2023)، Alrabei et al.، Karim et al. (2022)؛ (2022)، (2022)

المتغير التابع (رضا العملاء) تم الاعتماد في قياسه استناداً إلى عبدالقادر وآخرون (2023)

(سلام، 2021) (2020) Alhammadi & Tari

التعريفات الإجرائية:

لأغراض هذه الدراسة تم تعريف المصطلحات والمفاهيم الإجرائية التالية:

أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول: هي الأنظمة التي تتيح لمستخدمي تطبيقات التجارة

الإلكترونية تبادل الأموال إلكترونياً بدلاً من استخدام النقود المعدنية والورقية أو الشيكات الورقية،

حيث يوفر البائعون عبر الإنترنت طرقاً سهلة وسريعة وآمنة للحصول على أسعار منتجاتهم (2020)

(Torki).

وتعرفها الدراسة إجرائياً: هي التطبيقات والأنظمة التي توفرها البنوك التجارية لعملائها حتى يتمكنوا من استخدامها من خلال الهواتف المحمولة لإدارة شؤونهم في عملية الشراء أو التحويل المباشر من حساباتهم المصرفية إلى أي حساب آخر، وسيتم قياسها من خلال فقرات الاستبانة.

سهولة الاستخدام: هي عبارة عن الدرجة التي يعتقد فيها العميل ان استخدامه لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في البنوك التجارية الأردنية في عمان لن تتطلب الكثير من الجهد في التعامل معها، وتم قياسها من خلال فقرات الاستبانة (1-5).

الثقة: هي مدى ثقة العملاء بقدرة البنوك التجارية الأردنية في عمان على توفير أنظمة دفع عبر الهاتف المحمول بشكل مستمر ودقيق وبالوقت المحدد وخلوها من الأخطاء ودون مساس، وتم قياسها من خلال فقرات الاستبانة (6-10).

الأمان: هو عبارة عن شعور العملاء بقدرة البنوك التجارية الأردنية في عمان في تأمين أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول والمحافظة على معلوماتهم وبياناتهم المالية والشخصية. وتم قياسها من خلال فقرات الاستبانة (11-15).

رضا العملاء: هو درجة الشعور الإيجابي الذي يشعر به العملاء بعد استخدامهم للمنتج أو استهلاكه او الشعور بتلبية حاجته من الخدمة المقدمة. (Suriyanti & Wahyudi, 2023)

وتعرفها الدراسة إجرائياً: هو الانطباع الذي يشعر به عملاء البنك سواء كان إيجابيا أو سلبيا نتيجة تجربة البنك الخدمية يتم إنتاجه من خلال الخدمات المقدمة لعمليات الدفع وينتج عن مقارنة العميل بين توقعاته حول الخدمة المقدمة وأدائها المتصور، وتم قياسها من خلال فقرات الاستبانة (16-27).

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية بدراسة موضوع أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعادها مجتمعة (سهولة الاستخدام، الأمان، الثقة) على رضا العملاء في البنوك التجارية.

الحدود المكانية للدراسة: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في البنوك التجارية الاردنية في عمان وداخل حدودها الجغرافية.

الحدود الزمنية للدراسة: تم انجاز هذه الدراسة خلال العام الدراسي (2024-2025).

الحدود البشرية للدراسة: وتنطوي الحدود البشرية على مستخدمي أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول من عملاء البنوك التجارية في عمان.

محددات الدراسة

تم تطبيق الدراسة على البنوك التجارية الأردنية في عمان، مما يحد من إمكانية تعميم نتائجها على البنوك الأخرى في الأردن والبلدان الأخرى.

الفصل الثاني الأدب النظري والدراسات السابقة

أحدثت التطورات التكنولوجية في السنوات الأخيرة ثورة في طريقة إجراء المعاملات المالية على مستوى العالم، فقد أصبح بمقدور المصارف استغلال هذه التقنيات الحديثة لتقديم الخدمات والمنتجات المصرفية بصورة أفضل لعملائها، حيث ظهرت أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول كعنصر مهم في التحول الرقمي، حيث قدمت بدائل مريحة وآمنة وفعالة لطرق الدفع التقليدية، وأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول من أحدث المواضيع المصرفية التي تلقى اهتماما كبيرا من قبل المجتمع المصرفي الدولي، لما أدت إليه من تسهيل التعاملات والارتقاء المتواصل في كفاءة أنظمة الدفع الذي أدى إلى زيادة اعتماد العملاء عليها في مجالات أعمالهم المختلفة، ويعزى ارتفاع كفاءة وفاعلية أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول إلى التطور الكبير في مجال نظم المعلومات والاتصالات وما تحتوي عليه من تكنولوجيا متطورة وسريعة التغيير.

يعرض هذا الفصل الأدب النظري ذات العلاقة بعوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، ورضا العملاء في البنوك التجارية الاردنية، وتضمن كذلك عرضا للدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الدراسة.

أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول

تمثل البنوك عصب النشاط الاقتصادي، حيث لجأت الى الاعتماد على وسائل ونظم دفع حديثة أثناء استراتيجيتها وذلك بفضل ما توفره هذه الوسائل من معلومات دقيقة عن العملاء وبالتالي توفير الوقت والجهد والمال المخصص لخدمة العملاء، كما أن البنوك وجدت فيها أجوبة وحلولا للمشاكل

التي كانت تواجهها وعلى رأسها المخاطر التي تحمل التقنية الرقمية في طياتها من قرصنة المعلومات والاختراقات والاعتداءات على المعلومات الشخصية.

ويعتبر تطبيق أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في البنوك التجارية من الضمانات الأساسية واللازمة لنموه واستمراره وتطوير أدائه، ولقد تطورت أنظمة الدفع على عدة مراحل لتتخذ أشكالاً عديدة لأزمنة معينة، ومع زيادة التطور التكنولوجي في الوقت الحاضر والتسابق إلى تطبيقه في جميع مناحي الحياة بصفة عامة وفي المجال المصرفي بصفة خاصة، ولكي يقوم العميل باستخدام خدمات أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، فلا بد أولاً أن يكون مستخدم الهاتف المحمول عميلاً مستوفياً كل المتطلبات والضوابط المصرفية ومن ثم يتم ربط العميل بأنظمة الدفع المصرفية عبر الهاتف المحمول (القماز، 2022)، وقد انتشرت أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بنماذج تطبيق مختلفة في دول العالم خاصة الدول النامية، وقد مكن انتشار أنظمة الدفع للأفراد من تسوية التزاماتهم أو دفع أثمان السلع والخدمات التي يحصلون عليها (عبيدات، 2021).

ويهدف هذا المبحث إلى عرض المحاور الأساسية في الدراسة والتعرف على مصطلحاتها وأهميتها مزاياها، من خلال تناول موضوع أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

مفهوم أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول:

هناك العديد من المراجع تستخدم لفظ مصرف على البنك، والاختلاف هو في الأصل اللغوي، أما التعريف الاصطلاحي فكلاهما يشير إلى المؤسسة المتخصصة في التعامل مع النقود واستثمار الأموال والودائع، وتسمح البنوك للعميل بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتعلقة سواء كان في منزله أو عمله أو في أي مكان ووقت يرغبه (الحمود، 2022) وتعتبر أنظمة الدفع عن طريق الهاتف المحمول من الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها، حيث تتيح أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول

لمستخدميه بتبادل الحركات المالية مثل التحويل الإلكتروني للأموال، والدفع بالنقود الإلكترونية، الدفع بالبطاقة الإلكترونية، الشيك الإلكتروني، كما يعتبر الدفع عن طريق الهاتف المحمول بمثابة وسيلة يتم من خلالها الاعتماد على الهاتف المحمول للدفع والقيام بخدمات متعددة.

وتعرف أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأنها استخدام الهاتف المحمول كقناة لإجراء معاملات مصرفية مع المصرف الذي ينتمي له العميل ويتطلب ذلك أن يكون مستخدم الهاتف المحمول عميلاً لدى المصرف (صندوق النقد العربي، 2024) وتعرف أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول أيضاً بأنها نظام تقدمه المؤسسات المالية والمصرفية لجعل الدفع أكثر سهولة، وأمان، وتتميز هذه المنظومة بخضوعها للقوانين التي تجعل كافة العمليات الرقمية تتم بسرية تامة لضمان الحماية والاستخدام الآمن (Okonkwo & Ekwueme, 2022)، كما تعرف أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأنها منظومة متكاملة من النظم والبرامج تهدف لتحويل الأموال عبر الهاتف المحمول من أجل تسهيل عملية التبادل ولتتم بطريقة آمنة وسريعة وبأقل التكاليف الممكنة (طه، 2022)، ويشير الدفع عبر الهاتف المحمول إلى استخدام الهاتف المحمول للدفع من أجل الحصول على المنتجات، الخدمات، ودفع الفواتير (أبو يونس، 2024) ومن التعاريف السابقة يمكن تعريف أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأنها قيام العميل بالدفع من خلال تطبيقات الهاتف المحمول متخلياً فيها عن طريقة الدفع التقليدية، حيث أنه يستخدم هاتفه المحمول من خلال استخدام رقم سري يصل من خلاله إلى بياناته وحساباته المالية سواء كانت تطبيقات بنكية أم محافظ إلكترونية للقيام بالخدمات التي يريدها سواء كانت سحب نقدي أم مشتريات أم تحويل أموال في أي وقت شاء على مدار أيام الأسبوع.

أهمية ومزايا أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول

يعد الدفع عبر الهاتف المحمول وسيلة جديدة للدفع الإلكتروني حيث يستطيع الفرد من تسديد معاملاته المالية بغض النظر عن المكان والزمان، ويعد الدفع عبر الهاتف المحمول من الوسائل الآمنة للدفع حيث أنها وفرت على العملاء حمل المبالغ النقدية مما يقلل من مخاطر ضياع الأموال وتعرضها للسرقة وأيضاً ضمان العميل استرداد نقوده في حال الاعتراض عليها أو إلغاء الحركة التي قام بها لوجود نظام دقيق يحتفظ بتفاصيلها، لهذا يمكن اجمال أهمية ومزايا أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على النحو الآتي:

1- اكتسبت أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول انتشاراً واسعاً في السنوات الأخيرة، لما تتسم به أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول من قبول في جميع الدول، حيث يتم استخدامها لتسوية حساب المعاملات التي تتم عبر فضاء الإلكتروني بين المستخدمين، في كل انحاء العالم (بابا، 2022).

2- أن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول لها فوائد ومميزات في زيادة الكفاءة، وخفض التكاليف، وتحسين مستوى رضا العملاء واتجاهاتهم المستقبلية (الحمود، 2020).

3- تساهم أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في تسهيل إنجاز المعاملات بسرعة، بأمان، وبشفافية، وفي اختصار المسافات الجغرافية، وتقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية، وتعزيز رأس المال الفكري، ومواكبة مستجدات العمل المصرفي العالمي (أبو ارقية، 2021).

4- تعمل أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في تحسين سمعة البنك لدى المجتمع والعملاء، وتلبية احتياجات العملاء بسرعة أكبر، كما يستطيع البنك من خلال أنظمة الدفع عبر الهاتف

المحمول من توفير الكثير من التكاليف والموارد، إضافة إلى توفير هذه أنظمة الدفع وإمكانية استخدامها على مدار اليوم والأسبوع (غنام، 2020).

التطور التاريخي لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول:

تعد أنظمة الدفع الطريقة التي يستطيع من خلالها يستطيع الأفراد تسوية التزاماتهم ودفع أثمان السلع والخدمات التي يحصل عليها، وبمرور العصور والأزمان تطورت هذه الوسائل بتطور الأنظمة الاقتصادية وظروف السوق وظهور تكنولوجيا المعلومات وتطورها الكبير، فقد بدأت بنظام المقايضة، ثم بعد ذلك ظهرت النقود السلعية ثم بدأ استخدام النقود الورقية، وفي الأخير ونتيجة للتقدم التكنولوجي ظهرت أنظمة دفع حديثة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حلت محل الاساليب التقليدية، وسرعان ما انتشرت انتشارا واسعا نتيجة للميزات التي تحققها للعملاء، ويمكن اجمال المراحل التي مرت بها أنظمة الدفع على النحو الآتي: (الشوره، 2022)(عطية، 2022)

- المرحلة الأولى: من خلال تاريخ النقود نجد أنه استعملت في البداية بعض السلع التجارية التي تمثل قيما أساسية كنقود فعالة للتبادل، أو ما يسمى بعملية المقايضة حيث أنها استعملت كمقياس للقيمة لبعض السلع الأخرى والخدمات القابلة للقياس والتقييم على أساسها، وتمثلت في بادئ الأمر في السلع ذات الاستهلاك الواسع كالشاي والملح... الخ، ثم بعد ذلك تلتها السلع التزيينية أو الزخرفة (الحلي، اللآلي، الأحجار الكريمة)، وأخيرا تم اللجوء إلى رؤوس الماشية. أما باقي الوحدات التقييمية لم تكن مستعملة بشكل واسع مثل الوحدات التي تمت الإشارة لها لأنها لم تكن ملائمة للاستعمال اليومي والمتكرر، وهذا ما أدى تدريجيا للبحث عن طريقة بديلة، ومن هنا استبدلت تدريجيا بالنقود المعدنية (غالبا معادن ثمينة).

- المرحلة الثانية: النقود السلعية استبدلت سريعا بالنقود المعدنية والتي تعرف على أنها النقود التي تحقق أكبر فعالية، حيث أن استعمالها كان في حوالي العام 556 قبل الميلاد إن أولى القطع النقدية تمثلت في قطع من معدن الإلكترولوم (خليط بين الذهب والفضة)، والتي كانت تستخرج من نهر الباكول. وفي القرن السابع قبل الميلاد قام الليديون بتحويل هذه القطع في شكل حبات فاصوليا ذات وزن وشكل معين، وتم تأشيرها برمز رسمي، والقطع التي وجدت في هذه الحقبة سميت بالنقود الإغريقية. بدأت هذه المدن القديمة بإنتاج العملات المعدنية من عام 550 قبل الميلاد وحتى عام 510 قبل الميلاد. وكانت النقود الإغريقية مزخرفة بصور الآلهة. أما في الفترة الممتدة من القرن الأول قبل الميلاد إلى غاية القرن الخامس ميلادي أسس الرومان أول ورشة لسك القطع النقدية في الكابيتول Capitole بالقرب من معبد الإلهة Junon والتي تدعى أيضا الإلهة وهو ما يعني المحذرة، وكلمة Moneta تمثل إنتاج الورشة الذي كان يتم تحت رعاية وحماية الإلهة Junon ، ومن هنا جاء اللفظ Monnaie أي نقود وتحدد قيمة هذه النقود من خلال وزنها، وبسبب إضاعة الوقت في عمليات التبادل بهذه الصيغة، تم التوجه إلى النقود الورقية أو على شكل وبعد ذلك آخر هو أسطوانات معدنية صغيرة تصنع من معادن غير ثمينة لتجنب التزوير.

- المرحلة الثالثة: في هذه المرحلة تم التوجه من وسائل الدفع المادية إلى وسائل الدفع العينية حيث تم التحول من القطع النقدية المعدنية إلى الأوراق المالية ثم الحسابات البنكية إن إصدار النقود الائتمانية بدأ عن طريق الخواص ثم بعد ذلك أصبح يتم عن طريق البنوك، وبسرعة بعد ذلك أصبح يتداول حتى خارج حدود الدولة مما جعل الدول تكلف البنوك المركزية بالقيام بهذه العملية. وفي الأخير أصبحت هذه الأوراق قابلة للتحويل إلى قطع نقدية معدنية ومقبولة لدى الجميع.

- المرحلة الرابعة: التطور من الأوراق المالية إلى الحسابات البنكية تم بنفس الطريقة التي تم بها التطور من النقود المعدنية إلى النقود الورقية فعلية إيداع النقود الورقية أدت إلى ظهور الحسابات من خلال هذه الإيداعات والتي استعملت لتسديد العملاء أو العملاء عن طريق كتابات محاسبية ومن هنا قامت البنوك بخلق ما يعرف بالنقود القيدية.

- المرحلة الخامسة: في العصر الحديث ظهرت وسائل وانظمة دفع بالية جديدة، وهي أنظمة ووسائل الدفع الإلكترونية، والتي تولدت عن التطور التكنولوجي في مجال المعلوماتية، وكذا تطور شبكة الانترنت وبروز التجارة الإلكترونية، وهذا ما ساهم في تبخر الأموال وتحولها إلى إلكترونيات، حيث نتج عن الاستخدام الموسع للكمبيوتر والشبكات الرقمية، فتح باب واسع أمام تحول الأموال إلى أرقام ووقائع افتراضية.

أنواع أنظمة الدفع:

تعتبر وسائل الدفع عن الطريقة المناسبة التي من خلالها يستطيع الأفراد تسوية التزاماتهم ودفع أثمان السلع والخدمات، وقد تطورت وسائل الدفع عبر العصور، وذلك نتيجة للتغيرات الحياة الاقتصادية وزيادة الحاجة الانسانية، لذلك سوف نتطرق إلى أهم أنواع أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول والتي يمكن إيجازها بما يلي:

البطاقات البنكية:

تعد البطاقات البنكية من أهم سمات العصر الرقمي الحديث، حيث تحظى بالقبول العام والثقة في التداول وإتمام المعاملات على المستوى المحلي والدولي، وتعرف بأنها تلك البطاقة التي يمكن معالجتها إلكترونياً لاستخدامها في أغراض متعددة من خلال المعلومات المخزنة عليها والدخول بها على الآلات المعدة لذلك بغية تحقيق الأغراض المعدة لأجلها، وتتعدد أنواع البطاقات البنكية إلى بطاقات بنكية ائتمانية وبطاقات بنكية غير ائتمانية إضافةً إلى البطاقة الذكية:

1. البطاقات الائتمانية (القرضية): تعرف على أنها بطاقة ممغنطة مسجل عليها اسم الشخص

والرقم وتاريخ المنح والصلاحية. وتنقسم هذه البطاقات إلى قسمين (الدبابنة، 2023):

- بطاقة الائتمان المتجددة تعتبر أداة قرض ووفاء معاً، وهي عبارة عن قرض يمكن للعميل

استعماله كيفما شاء، وله أن يؤخر سداد هذا القرض مقابل الدين الثابت بذمته.

- بطاقة الائتمان غير المتجددة: وتسمى أيضاً بطاقة الخصم الشهري، وهي بطاقة تمكن حاملها

من استخدامها في مختلف عمليات الشراء، إضافة إلى عمليات السحب النقدي من خلال

الأجهزة التابعة للبنوك المصدرة لها، ويستخدم هذا النوع من البطاقات كأداة وفاء وائتمان في

فترة زمنية محددة، ومتفق عليها بين العميل والبنك.

2. البطاقات غير الائتمانية وتستخدم هذه البطاقة كأداة وفاء فقط، حيث يحصل حامل البطاقة

على احتياجه من السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة، وهناك أنواع عديدة

من البطاقات الائتمانية أهمها (Harisi & Hiwono (2024) (عبدالقادرواخرين، 2023):

- بطاقة الصراف الآلي: هي بطاقة تسمح للشخص بخصم مبلغ من حسابه الجاري مباشرة

ودفعه للتاجر وسحب مبالغ نقدية من حسابه من أجهزة الصراف الآلي، ولا يمكن للعميل

استخدامها إلا إذا كان رصيد الحساب دائماً، ويتم الخصم فور استخدامها مثل بطاقة Visa Card.

- بطاقة الشيك Cheque Card وتصدر هذه البطاقة لإبرازها مع الشيكات المضمونة التي تصدرها البنوك، ويتم صرفها حال تقديمها مرفقة مع البطاقة.

- بطاقة الدفع مقدماً Prepaid Card: تقوم على أساس تثبيت مبلغ معين، ليتم التخفيض التدريجي للمبلغ كلما تم استعمالها.

- بطاقة الخصم الفوري أو البطاقات المدبنة Debit Card: هي بطاقة تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك، في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات الجارية المتوقعة لحامل البطاقة، على عكس البطاقة الائتمانية.

- بطاقة الخصم Discount Card: تتميز بكونها لا تتضمن ائتمان، بل يتم خصم قيمة الصفقة من حساب العميل في البنك في الحال مثل بطاقة الصراف الآلي.

- البطاقات الذكية Smart Card : ويسمى البعض بطاقة البرغوث، وهي بطاقة بلاستيكية شبيهة ببطاقة الائتمان تحوي على برغوث إلكتروني صغير جداً رقاقة إلكترونية (Chip) يشكل ذاكرة عددية تسمح بالاحتفاظ بكمية كبيرة جداً من المعلومات تفوق التي يمكن أن تخزنها البطاقات العادية، تهتم بالتفاصيل المتناهية عن الحالة المالية لصاحبها، ولها قدرة عجيبة في سرعة التعامل وتنفيذ العمليات الأكثر تعقيداً (ثابت، وفضيلة، 2021).

النقود الإلكترونية:

تعرف النقود الإلكترونية على أنها مجموعة من البروتوكولات والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل محل تبادل العملات التقليدية، بعبارة أخرى هي قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة بشكل إلكتروني أو على أداة إلكترونية يحوزها المستهلك (باسبلي، 2020).

المحافظ الإلكترونية:

شكل من أشكال الحساب المدفوع مقدماً يخزن البيانات المالية للمستخدم، وهو نوع من خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول، حيث تساعد العملاء على إجراء مدفوعات مسبقة وتحويلات مصرفية لتغطية المدفوعات عبر الهاتف المحمول، وإن آلية عمل المحفظة الإلكترونية تبدأ عندما يفتح العميل حساباً مصرفياً ويقوم بتنزيل تطبيق المحفظة الإلكترونية للبنك على هاتفه المحمول، حيث يسمح التطبيق للعميل بالدفع إلى التاجر، وتحويل الأموال إلى محافظ أخرى لنفس المصرف أو المصارف الأخرى، وتلقي الأموال من حسابات المحافظ الإلكترونية الأخرى، والصرف ودفع الفواتير (كنة، 2022) ويوجد (7) شركات مرخصة من البنك المركزي الأردني لتقديم خدمة المحفظة الإلكترونية وهي تحت المسميات التالية (زين كاش، أورانج مني، دينارك، ايه، محفظتي، قدها، ويلت) (البنك المركزي الأردني، 2024).

الشيك الإلكتروني:

الشيك الإلكتروني في جوهره هو بديل رقمي للشيك الورقي، فهو التزام قانوني بسداد مبلغ معين في تاريخ د لصالح فرد أو جهة معينة، إلا أنه يكتب بواسطة أداة الكترونية مثل الحاسوب أو المساعد الرقمي الشخصي PDA أو الهاتف الذكي، ويتم تذييله بتوقيع الكتروني، ومن ثم فهو يتمتع بقوة الشيك الورقي (العربي، 2021).

التحويلات المالية الإلكترونية:

وهي عملية يتم بموجبها منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونياً من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر؛ عبر الهاتف وأجهزة الكمبيوتر، سواء كان التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك أم في بنكين مختلفين (العلي، 2021).

أما بالنسبة لقنوات الدفع الإلكتروني، فيتم استخدام العديد من القنوات أهمها (Feng,Zhang, & Y. (2024) :

- أجهزة الصراف الآلية: هي وعاء نقدي إلكتروني يزود العملاء بالنقد في أي وقت دون الحاجة للذهاب إلى البنك، حيث يتم ربط هذه الآلات مع حاسب رئيسي للبنك من خلال محطة طرفية صغيرة.

- الإنترنت المصرفي (intranet Banking): وهي التي تتم عبر موقع البنك الإلكتروني التي تتيح للعملاء من الوصول إلى حساباتهم البنكية بطريقة إلكترونية وبشكل آمن وموثوق وعلى مدار الساعة وطيلة أيام الأسبوع، وتنفيذ العديد من المعاملات والخدمات المالية والمصرفية عبر الهاتف المحمول، مثل عرض رصيد الحساب، تنفيذ التحويلات المالية بين الحسابات، طلب كشف حساب أو دفتر شيكات.. الخ.

- نقاط البيع الإلكترونية: هي تلك الماكينات القابلة لبطاقات الدفع وغيرها من الأدوات تسمح بتنفيذ عمليات الدفع الإلكتروني لصالح المؤسسات التجارية والخدمية التي تحوز هذه الماكينات مثل محلات البيع والأسواق وغيرها (الراشدي، 2021)

- الهاتف المصرفي (Mobile Banking): يتم عن طريق تطبيق البنك عبر الهاتف المحمول السماح للعميل بالاتصال بالبنك عن طريق الهاتف المحمول، بحيث يمكنه من الاستعلام عن رصيده وسداد بعض الفواتير وكذا الاستعلام عن الخدمات البنكية المتاحة وإجراء مختلف التحويلات المالية.

البنية وطبيعة عمل أنظمة الدفع في الأردن:

هنالك العديد من أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول المعتمدة في المملكة الأردنية الهاشمية من قبل البنوك والمؤسسات المالية بشكل عام والبنوك التجارية بشكل خاص، حيث اتاحت هذه الأنظمة

نقلة نوعية في العمل المصرفي الأردني، إذ يمكن أن تعد هذه الأنظمة الداعم الأساسي لنهضة الاقتصاد وتحسين منظومة العمل المصرفي بما تحتويه من أدوات ووسائل وقنوات وأنظمة رئيسية وفرعية.

وتتشارك مجموعة من الأطراف في تقديم أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في الأردن تتمثل بالبنك المركزي الأردني، والمشغل النظام الوطني، والبنوك المرخصة، ومشغلي شبكات الهاتف المحمول، وشركات خدمات الدفع، والعملاء البنكيين والعملاء غير البنكيين (المستفيدين من الخدمة)، ومقدمي الخدمة، والوكلاء.

وتتعدد نماذج تطبيق أنظمة الدفع في الاردن عبر الهاتف المحمول، من نموذج إدارة النظام بواسطة البنوك فقط، ونموذج إدارة النظام بواسطة شركات الهاتف المحمول فقط، حيث تمتلك شركات الهاتف المحمول الكثير من الخبرات في إدارة أنظمة الدفع حيث أن عملاء النظام هم بالأصل عملاء لهذه لشركات الاتصالات للهاتف المحمول، ونموذج إدارة النظام بواسطة البنوك وشركات الهاتف المحمول معاً حيث يعتمد هذا النموذج على الشراكة بين البنوك وشركات الهاتف المحمول من خلال الاستفادة من قدرات كل طرف وخبرته مع الأخذ بالاعتبار القوانين المنظمة لكل منهما، ويكون البنك هو المسؤول عن فتح الحساب وتلقي الإيداعات، بينما تكون شركة المحمول مسؤولة عن إدارة الوكلاء وتوفير البنية التحتية للنظام، وتخضع هذه الخدمات لسلطة البنك المركزي في الدول (ابو يونس، 2024).

وتتمثل الية وعمل أنظمة الدفع بالإيداع والسحب من حساب الهاتف المحمول عن طريق مقدمي الخدمة او عن طريق استقبال تحويل من عميل آخر أو تحويل مبلغ لعميل آخر في النظام، او الإيداع أو السحب عن طريق نقاط البيع أو ماكينات الصراف الآلي (الحديدي، 2020)، وفي حالة

إدارة النظام من قبل البنك فيمكنه السماح بعمليات تحويل من وإلى الحسابات الأخرى للعميل نفسه داخل البنك، وتتيح هذه الميزة لعملاء البنك شحن حساب الهاتف المحمول لديهم أو تحويل الرصيد الزائد إلى حساباته الأخرى في البنك، وقد تكون الخدمة الأكثر استخداماً في نظم الدفع عبر الهاتف المحمول هي إمكانية شراء خدمات أو دفع فواتير لشركة المحمول نفسها، وذلك لسهولة ربط خدمة التحويل بنظام دفع الفواتير الخاص بالشركة، ويرتبط بهذا الكثير من الخدمات الأخرى مثل سداد الفواتير مثل فواتير المياه والكهرباء وغيرها وتستلزم خدمة التحويل العابر للحدود من خلال نظم التحويل عن طريق الهاتف المحمول، قيام البنوك أو شركات المحمول بالاستعانة ببنوك محلية في البلدين اللذين يتم بينهما التحويل أو على الأقل ستحتاج إلى موافقات من السلطات المحلية في كلا البلدين (محمود، 2022).

ويخضع نشاط فتح الحساب وتحويل الأموال للقواعد والضوابط والشروط المعمول بها، وتتطلب قواعد التعرف على الهوية في حالات فتح حسابات للمقيمين بالدولة من الأجانب ليس فقط صورة جواز السفر ولكن أيضاً تأشيرة الدخول للبلاد للتأكد من أنها سارية المفعول.

عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول:

تعد أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول حالياً من التقنيات الجديدة التي توفر للمؤسسات المصرفية فرص كبيرة لتقديم خدمات ذات قيمة مضافة، حيث توسعت البنوك في الآونة الأخيرة في تقديم أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول والتي مكنت البنوك من الاستجابة بشكل استراتيجي للتغيرات في القوى التنافسية وتعزيز راحة العملاء (أبو دربان، 2023) ولقد أثبتت العديد من الدراسات أن الثقة والأمن وسهولة الاستخدام هي المحددات الأكثر أهمية التي تؤثر على المستخدم لقبول واعتماد تقنية جديدة

ولا سيما أنظمة الدفع (Harisi & Hiwono, 2024).

وهناك عوامل لاستخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول يمكن تناولها على النحو الآتي:

سهولة الاستخدام:

تعرف سهولة الاستخدام بأنها بأنها درجة اعتقاد العميل بأن استخدامه لنظام معين سوف يكون خاليا من الجهد (البطران، 2021)، وتعرف أيضا بأنها مدى إدراك العميل لسهولة استخدام الهاتف المحمول في عملية الدفع (بندق، 2021) وتشير سهولة الاستخدام إلى سهولة الوصول والاستخدام لأنظمة الدفع التي يقدمها البنك من حيث البحث والتصفح والتداول والوصول إلى التطبيقات المصرفية واستخدامها، وتكمن سهولة الاستخدام في وضوح جميع المعلومات التي توفرها أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول والوقت الذي يوفره استخدام هذه الأنظمة، فهي عوامل من شأنها أن تقيس تأثير ومدى سهولة الاستخدام، كما أن شعور العملاء بالمتعة والراحة وعدم القلق أثناء استخدام الهاتف المحمول مرتبط بسهولة الاستخدام لأنه لا يحتاج مجهود ذهني وغير معقد، مما يجعل العملاء قادرين على استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بفعالية وكفاءة ترضيهم (منيف، 2022) وكلما ازدادت سهولة استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول ازداد اعتماد العملاء على هذه الخدمات (حسن، 2020).

وعليه فإن سهولة الاستخدام من المؤشرات الهامة على جودة أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول

بما سيمكن العملاء من أداء أنظمة الدفع التي يحتاجونها بشكل ميسر وسلس.

الأمان:

يعرف الأمان بأنه وسيلة للحصول على ثقة المستخدمين من خلال العمليات والخدمات المقدمة، إضافة إلى الحفاظ على خصوصية المعلومات الشخصية للمستخدم (الحمود، 2020) والأمان أيضا هو عبارة عن ضمان أمن معلومات وبيانات العملاء والتي تشمل على الجانب المالي والشخصي،

بحيث تزداد جودة أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول كلما زادت التقنية التكنولوجية المستخدمة في حماية معلومات العملاء (Al Aziz & Abdelkader (2023)، كما يعرف الأمان كذلك بأنه مدى ادراك العميل أن معلوماته المصرفية على أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول مؤمنة، وأنه لا أحد يستطيع الوصول إلى حساباته (الفندي، 2023) وعند الحديث عن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول فنحن نتحدث عن عمليات دفع تتم بالعالم الافتراضي أي عبر شبكات الإنترنت فعملية الدفع تكون رقمية وليست ورقية وهذا يتطلب من المؤسسات المالية توفير درجة عالية من الأمان للعملاء من خلال توفير وسائل خاصة على هذه التطبيقات للتأكد من هوية المستخدم على أنه الشخص المصرح له بإجراء هذه العمليات ، وأيضاً توفير برامج تعمل على تشفير المعلومات أثناء عملية الدفع لإدخال الاطمئنان بأن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول المقدمة للعملاء من البنوك التجارية تخلوا من الاخطاء أو الخطر أو الشك (Ahmad& Abu Hussein(2023) .

وبناء على ما سبق بها فكلما ارتفع مستوى الأمان في الطرق والوسائل المستخدمة للدفع عبر الهاتف المحمول ارتفع مستوى الثقة بين العملاء بأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول المقدمة من البنوك التجارية.

الثقة:

تعتبر الثقة الحجر الأساس لبناء تلك العلاقات مع العملاء كما انها المستوى الذي يشعر به كل طرف في الاعتماد على مصداقية وأمانة الوعود التي يقدمها الطرف الآخر في علاقات التبادل (شعار، 2022)، وكذلك يشير بعض الباحثين الا ان ثقة العملاء تلعب دوراً مهماً في بناء علاقة متينة وطويلة الامد وتعزيز وتحقيق ولاء العملاء (إبو ليلي، 2023) وتعرف بأنها حالة نفسية مبنية على التوقعات الإيجابية لنوايا أو سلوكيات الآخرين، وتعبّر عن شعور نفسي يجعل الفرد مستعد

لقبول تأثير الطرف الآخر (الموثوق فيه) بشكل سريع، وهذا الشعور مبني على أساس توقع إيجابي لنية وسلوك ذلك الطرف (Al-Mutairi، 2022) . F. M.

والثقة مفهوم ديناميكي متغير يشتمل على مرحلتين مختلفتين، الأولى الثقة قبل توظيف أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول (ثقة ما قبل الاستخدام) والثانية هي الثقة بعد توظيف أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول (ثقة ما بعد الاستخدام)، فكلا النوعين يعدل من سلوك المستخدم لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، ففي حالة ثقة ما قبل الاستخدام تؤثر الثقة على نوايا المستخدم نحو استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول وقبولها، بينما تقوم ثقة ما بعد الاستخدام بتعديل نوايا المستخدم للاستمرار في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول (Bhaskar 2023).

وتلعب الثقة دوراً أساسياً في ايجاد نتائج مرضية ومنتوقعة من أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، فالثقة عبر الهاتف المحمول لا تختلف اختلافاً جوهرياً عن مفهوم الثقة وجهاً لوجه، فالثقة بين الإنسان والإنسان لا تختلف عن الثقة بين الإنسان والآلة، كما انها تشير إلى الثقة المنتوقعة في أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بعدم استغلال الثغرات الأمنية ونقاط الضعف، (Almansour 2023).

رضا العملاء :

يعتبر رضا العملاء المحور الأساسي في جميع المؤسسات على اختلاف أنواعها، وذلك لأن نجاح أي مؤسسة واستقرارها مرهون بمدى قدرتها للتعرف على رغبات وحاجات العملاء بدقة عالية لتلبية الاحتياجات، لذا تسعى البنوك التجارية للاحتفاظ بالعملاء وجذب أكبر عدد ممكن من العملاء، وذلك من خلال العمل على تقديم خدمات المصرفية تتوافق مع توقعاتهم الإيجابية والسلبية فيما يتعلق بالمنتج أو الخدمة المقدمة، ولهذا تسعى معظم المنظمات إلى تحقيق رضا العملاء (Salem. 2024).

ويعتمد رضا العميل على إجمالية خبرة الشراء والحصول على سلعة أو خدمة خلال فترة زمنية محددة وهذا يعتبر مؤشراً مهماً لتقييم أداء ودور الخدمة بين الحاضر والماضي والمستقبل وتستطيع خبرة العميل ان تحدد مستوى الرضا.

مفهوم العميل:

إن العميل هو سيد السوق وارضائه وجذبه للتعامل مع البنك لا يكون إلا بتقديم الخدمات البنكية التي يرغب بها ويستطيع الاستفادة منها وتوفيرها في الوقت المناسب، المكان المناسب، وبتكلفة مناسبة في سبيل تحقيق البنك لأهدافه، ويرتبط رضا العملاء بشكل أساسي بجودة الخدمات البنكية المقدمة من قبل العاملين في البنوك، ويعد العميل الركيزة الأساسية في مجال عمل المنظمات الخدمية على اختلافها وتعددتها، فهو مصدر لربحها. ويمكن تعريف العميل على أنه: " كل شخص يستخدم السلع والخدمات الخاصة بالمنظمة (حسون،2020)، أما العميل البنكي فهو كل من كان له حساب بنكي باسمه لدى بنك معين والذي يتعهد له هذا الأخير بتقديم تسهيلات له وإدارة معاملاته المالية (رمزي،2023) كما يمكن تعريف العميل بأنه: "شخص أو كيان له علاقة تجارية مع البنك، حيث يستخدم احدى أو كل الخدمات التي تقدمها إحدى الوحدات البنكية، وتحدد العلاقة بين العميل والبنك بموجب القانون. أما العلاقة بين البنك والعميل هي علاقة المدين والدائن، فقد يكون العميل دائناً والبنك مدينا أو العكس. فالعملاء ليسوا فقط المودعون الذين يعهدون بأموالهم ويحصلون على الفائدة بل أيضا هناك العملاء الذين بحاجة إلى بعض الأموال المؤقتة فيقترضون من البنك مقابل دفع المبلغ مع فائدة أو عمولة (Okonkwo & Ekwueme. (2022) وعليه يمكن أن تعريف العميل البنكي بأنه: تلك المؤسسة أو الفرد الذي يقوم بفتح حساب لدى البنك من أجل اشباع حاجاته المالية من

خلال الخدمات البنكية التي يقدمها البنك لعملائه. لذا على البنوك أن تركز كل جهودها نحو العميل الذي له أهمية كبيرة في نجاحها واستمراريتها.

مفهوم رضا العملاء :

تشير العديد من الدراسات إلى الدور الهام لأنظمة الدفع في تحقيق الأثر الإيجابي على رضا العملاء، لذا يهتم القطاع المصرفي بشكل كبير في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء، واختلف الباحثون حول تحديد مفهوم رضا العملاء ولم يتفقوا على رأي واحد، وهذا راجع حسب Al-Mutairi (2022) إلى صعوبة وتعقيد مفهومه، فتعددت وجهات النظر فمنهم من اتجه واستند في تعريفه للرضا على مبدأ الشعور والعاطفة على غرار (Oliver 1981)، الذي رأى ان الرضا هو استجابة عاطفية راجعة لاستخدام منتج او خدمة ما، اي ان الرضا هو رد فعل العميل (شعور) اما موجب او سالب بعد استخدامه للمنتج او الخدمة (Alkhatib, 2024) اما الاتجاه الاخر فنظروا الى الرضا من الناحية الادراكية بانه الحالة التي تتقابل فيها توقعات العميل مع ادراكاته المرتبطة بالخدمة المقدمة اليه، اي مدى ادراك العميل لمستوى اجابة المعاملات لحاجاته وتوقعاته (الخزاعلة، 2022) وهناك طائفة اخرى من الباحثين التي تنظر للرضا من المنظور التراكمي، هنا الحكم على الرضا يستند الى الخبرة السابقة للعميل والتي تعد مرجعية له، حيث يقارن بين الاداء المقدم له وما قدم له خلال تجارب استهلاكية سابقة (الدرادكة، 2023)، ويعرف (Harisi 2024) رضا العملاء بأنه تقييم العميل لمنتج أو خدمة من حيث ما اذا كان هذا المنتج أو الخدمة قد أوفت باحتياجاتهم وتوقعاتهم بالشكل المرضي لهم ، فيما يعرفه (Zhang 2024) بأنه مدى الانطباع الإيجابي أو السلبي الذي يشعر به العميل اتجاه تجربته شراء أو استهلاك وهي التي تنتج عن مقارنة بين توقعات العميل اتجاه منتج ما وأدائه.

وبناءً على التعريفات السابقة، يمكن تعريف رضا العميل بأنه شعور عملاء البنوك التجارية الأردنية بالسعادة والارتياح الناتجة عن تأدية وإنجاز معاملاتهم على أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

اهمية قياس رضا العملاء عن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول:

يكتسب رضا العملاء أهمية كبيرة وذلك لما يحتاجه البنك لتحقيق الاستمرار والنمو في السوق، لأنه أهم معيار في الحكم على أدائها، وتكمن رضا العميل عن خدمة المؤسسة المصرفية في انه يؤدي إلى الكلام الجيد عنها وبالتالي كسب عملاء جدد وعودته إليها، وكذلك رضا العميل يقلل من احتمال خسارته ولجوءه إلى المنافسين، كما يمثل الرضا تغذية عكسية بالنسبة للمؤسسة المصرفية، بحيث سيكون هناك تفاعل ودراية أكثر بحاجات العملاء وبالتالي التطوير من خدماتها المقدمة (بخيث،2022).

أن رضا العميل حالة نفسية وشعورية ايجابية أو سلبية تتولد لدى العميل نتيجة تجارب العميل الاستهلاكية وخبرته مع الخدمة لفترة زمنية معينة، وعليه يمكن تلخيص أهمية رضا العملاء بالنقاط الآتية: (Aga. 2024).

1. العميل الراضي عن خدمات البنك يشعر بالاستقرار النفسي من خلال تعامله مع هذا البنك.
2. رضا العميل يحقق الميزة التنافسية للبنك، وذلك باستقرار خطط العمل وبرامجه خلال فترة زمنية، وبالتالي تخفيض الأعباء والتكاليف على البنك.
3. الرضا يوفّر الحافز لدى العميل ليكون وفياً وأكثر ولاء للبنك الذي يتعامل معه.
4. إن العميل الراضي عن خدمات البنك يعطي معلومات إيجابية عن البنك تحسن من سمعته، وتتيح فرصة جذب عملاء جدد.

5. العميل الراضي عن خدمات البنك يكرر عملية الشراء؛ مما يعني تكرار تعاملاته التي تربطه

بالبنك، وبالتالي نشوء علاقة اتصال دائمة فيما بينهم.

6. يحقق رضا العميل أهداف البنك، والتي تتمثل بالربحية والاحتفاظ بالعملاء، وكسب العملاء

الجدد، وزيادة المبيعات وتخفيض التكاليف التسويقية من خلال الكلمة المنقولة إيجابياً عن

البنك من قبل العملاء (نزال، 2020).

خصائص رضا العملاء

رضا العميل هو شعور داخلي يترجمه عن طريق بعض السلوكيات ويمكن تحديده بثلاثة

خصائص أساسية، الخاصة الذاتية وتتعلق بعنصرين أساسيين هما طبيعة ومستوى التوقعات

الشخصية للعميل من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى، فنظرة العميل هي

النظرة الوحيدة التي يمكن اعتمادها، حيث أن العميل لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية، وموضوعية،

بل يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة نفسها، فالعميل الذي يرى أن الخدمة

المقدمة أفضل من الخدمات المنافسة، قد يراها عميل آخر أقل جودة من الخدمات الموجودة في بنوك

أخرى (إبراهيم، 2022)، أما الخاصة الثانية فهي الخاصة النسبية ولا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة

وإنما بتقدير نسبي، فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظراته لمعايير السوق البنكي، وبالتالي فإن

رضا العميل نسبي لأنه متغير حسب مستويات الرغبات المختلفة لدى العملاء (Ananda، 2024)

وأخيراً الخاصة التطورية التي يتغير رضا العميل فيها من خلال تطوير معيارين هما مستوى التوقع

من جهة، ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى، فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل أن تعرف

تطور نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة، وذلك بسبب زيادة

المنافسة، وكذلك الأمر بالنسبة لإدراك العميل لجودة الخدمة الذي يعرف هو أيضاً تطور من خلال

التغيرات الحاصلة (Dandis & Ni 2023).

مستويات رضا العملاء :

إن رضا العميل عن الخدمة يتدرج بين مستويات نسبية من التوقعات، والأداء المدرك، لذلك يمكن التمييز بين ثلاثة مستويات نسبية لرضا العميل وهي: (Srivastava & Singh (2022). (خليل، 2021).

- الأداء الفعلي أقل من الأداء المتوقع: إذا كانت الخدمة المقدمة أقل من توقعات العميل، يكون العميل غير راضٍ عن الخدمة، وهنا يمكن أن يقوم العميل بالاستغناء عن الخدمة أو ترك انطباع سلبي عن الخدمة في ذهنه.

- الأداء الفعلي مساو للأداء المتوقع: وهنا يكون المستوى الفعلي لتقديم الخدمة مساويا لما كان يتوقعه العميل، ويكون العميل في هذا المستوى راضيا عن الخدمة، ومن الجدير بالذكر أن العميل في هذا المستوى قابل للتحويل إلى منافس آخر في حال كانت خدماته أكثر جاذبية بالنسبة للعميل.

- الأداء الفعلي أكبر من الأداء المتوقع: يكون المستوى الفعلي لتقديم الخدمة في هذا المستوى أعلى من توقعات العميل، مما يولد شعورا عاليا بالرضا عن الخدمة، ويكون العميل في هذا المستوى أقل ميلا للتحويل إلى مصرف آخر.

أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول وعلاقتها برضا العملاء

أن معرفة حاجات ورغبات وأذواق وامكانات العميل، كعنصر مؤثر ويمثل نقطة البداية لتخطيط السياسات وصياغة الاستراتيجيات التسويقية للبنك، هي أمر ضروري لمعرفة ما يمكن تسويقه، ووضع مزيج تسويقي خاص لكل شريحة من الزبائن وذلك بسبب التطور التكنولوجي الكبير والانفتاح الاقتصادي وزيادة حدة المنافسة.

إن عملية التطوير والتحسين المستمر في عملية تقييم علاقة العملاء تكمن في جودة الخدمة البنكية الخاصة بأنظمة الدفع عبر الهاتف المقدمة من قبل البنك من الارتقاء إلى المستوى المناسب والمرغوب، وكذلك لكسب رضا العملاء وتمكين البنك من المحافظة على مكانته في السوق واكتساب ميزة تنافسية من خلال جودة خدماته البنكية في خدمة العملاء بناء على إدارة عالية في العلاقة مع العميل.

إن دور إدارة البنك لا يقتصر على توفير الخدمة البنكية الخاصة بأنظمة الدفع عبر الهاتف في مضمونها المنفعي فقط بل يتضمن توفير المناخ المادي الذي تؤدي فيه الخدمة وتطبيق الطرق والأساليب والنظم التي تكفل درجة عالية من جاهزية البنك لخدمة العميل والاستجابة لحاجاته (القطاونه، 2022).

وتأخذ العلاقة التفاعلية بين البنك والعميل ثلاثة أشكال: (أبو مراد، 2023).

- علاقات تفاعلية بعيدة: تظهر من خلال تفاعل العميل مع الخدمة البنكية الخاصة بأنظمة الدفع عبر الهاتف عن طريق البريد مثلاً.

- علاقات تفاعلية شخصية ومباشرة: تتجلى عبر التفاعل المباشر للعميل مع القائمين على تقديم الخدمة البنكية الخاصة بأنظمة الدفع عبر الهاتف مباشرة ومجموع السند المادي ضمن عملية إنتاج الخدمة البنكية الخاصة بأنظمة الدفع عبر الهاتف.

- علاقات تفاعلية شخصية غير مباشرة: تتجلى من تفاعل العميل مع القائمين على تقديم الخدمة عن طريق الهاتف، استعمال الانترنت... الخ.

أن جودة الخدمة البنكية الخاصة بأنظمة الدفع عبر الهاتف تؤدي إلى الرضا، لذلك أصبح البنك الناجح هو الذي يأخذ بأراء زبائنه في خدماته المقدمة لهم، حتى أن العديد من البنوك شاركت زبائنها

في تصميم خدماتها وفي تطويرها في عمليات تقييم المستمر لها، وذلك من خلال تحديد إجراءات واضحة لشكاوي العملاء واقتراحاتهم والتعامل معهم وبذل ممكن لتوفير الخدمات لكل عميل (تحسينه بأنه هو العميل الوحيد للبنك) كل هذا من أجل رضا عن جودة الخدمة البنكية الخاصة بأنظمة الدفع عبر الهاتف المقدمة له من طرف البنك وأن الرضا يفي بالنسبة لها مقابلة احتياجات وتوقعات العملاء سواء كانت هذه الحاجات قد تم الإفصاح عنها أم لا (أبو دربان، 2023).

الدراسات السابقة

دراسة برينس وتيلاني (2019) بعنوان:

دور نظم الدفع الإلكتروني في تحقيق رضا العميل دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة ميله-

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة دور أنظمة الدفع بأبعاده (الأمان، سهولة الاستخدام، التكلفة، القبول، التوفر) في التأثير على رضا عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ميله، موضوع أنظمة الدفع من حيث المفهوم والأهمية والأبعاد وعلاقتها برضا العملاء. من خلال دراستنا الميدانية التي أجريناها على عملاء البنك (84 عميلاً). وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى رضا العملاء كان مرتفعاً مع التقييم الإيجابي مع اختلاف درجات التأثير من بعد إلى آخر، حيث كان هناك دور لسهولة الاستخدام على رضا العملاء في حين لم تؤثر التكلفة على الأخير.

دراسة Alhammadi & Tari (2020) بعنوان:

The Impact of Quality E-Payment System on Customer Satisfaction

تأثير جودة نظام الدفع الإلكتروني على رضا العملاء

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تأثير جودة خدمة نظام الدفع الإلكتروني بأبعده (الملموسة، والموثوقية، والاستجابة، والضمان والأمن، والأداء، والتعاطف) على رضا مستخدمي الدفع الإلكتروني في مدينة أبوظبي بدولة الإمارات العربية المتحدة. وتضمنت جودة الخدمة في الدراسة، واتبعت الدراسة المنهج الكمي. تم اختيار المجتمع من بين مستخدمي الدفع الإلكتروني في أبو ظبي من خلال تقنية أخذ العينات العشوائية، تم جمع البيانات الأولية من 233 مستجيباً باستخدام استبيانات مغلقة تعتمد على مقياس ليكرت، وتم استخدام التحليل الإحصائي الوصفي لتحليل البيانات. وأظهرت النتائج أن جودة خدمة الدفع الإلكتروني كان لها تأثير إيجابي على رضا مستخدمي الدفع الإلكتروني.

وبناء على نتائج الدراسة وخلاصاتها تم اقتراح التوصيات الممكنة لمتخذي القرار لمساعدتهم على تعزيز نظام الدفع الإلكتروني لتلبية توقعات العملاء وبالتالي رضاهم.

دراسة الوافي (2020) بعنوان: قياس أثر استخدام الخدمات الإلكترونية عبر تطبيقات الهواتف الذكية لتحقيق ميزة تنافسية للبنوك التجارية الأردنية.

هدفت الدراسة التعرف على أثر استخدام الخدمات الإلكترونية عبر تطبيقات الهواتف الذكية لتحقيق ميزة تنافسية للبنوك التجارية الأردنية، وتنتمي هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية، وتم توزيع استمارة استبيان على عينة من مديري ورؤساء أقسام 13 بنكاً تجارياً. أشارت نتائج الدراسة إلى أن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر تطبيقات الموبايل له تأثير في الميزة التنافسية للبنك من ناحية سهولة وسرعة الاستخدام، والشعور بالثقة والخصوصية، والتنوع في الخدمات المقدمة، وقد أوصى الباحث مديري ورؤساء أقسام البنوك محل الدراسة بضرورة نشر الوعي بين الموظفين بأهمية التسويق الإلكتروني من خلال تطبيقات الموبايل؛ مما يساهم في زيادة المنافسة في السوق وتقديم أفكار وخدمات بنكية متطورة.

دراسة (Torki et al., 2020)

The Effects of Electronic Payment Systems on the Performance of the Financial Sector in Selected Islamic Countries.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر أنظمة الدفع الإلكترونية على الأداء المالي للقطاع المالي في البلدان الإسلامية خلال الفترة (2011-2017). وتكونت عينة الدراسة من (الأردن، والإمارات العربية المتحدة، وإندونيسيا، وإيران وتركيا والسنغال وعمان والكويت وماليزيا، ومصر والمغرب، والمملكة العربية السعودية) 12 دولة إسلامية. استخدمت هذه الدراسة (هامش صافي الربح) لقياس الأداء المالي كمتغير تابع لهذه الدراسة، بينما استخدمت الخدمات المصرفية عبر الهاتف، أجهزة الصراف

الآلي، الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، نقاط البيع، والبطاقات الإلكترونية والنمو الاقتصادي بالإضافة إلى التضخم وأسعار الفائدة لقياس أنظمة الدفع الرقمية كمتغيرات مستقلة للدراسة. واستخدمت هذه الدراسة نموذج التأثير العشوائي. وتوصلت هذه الدراسة إلى وجود أثر إيجابي للخدمات المصرفية عبر الهاتف وأجهزة الصراف الآلي والخدمات المصرفية عبر الإنترنت ونقاط البيع والبطاقات الإلكترونية والنمو الاقتصادي على الأداء المالي في الدول الإسلامية عينة الدراسة، بينما هناك أثر سلبي للتضخم وأسعار الفائدة على الأداء المالي في الدول الإسلامية عينة الدراسة.

دراسة (Prasad, 2021).

Payment and Settlement Systems and the Role of Central Bank- A Case Study of Sultanate of Oman.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور أنظمة الدفع الرقمية وأنظمة التسوية في فعالية أداء النظام المالي في سلطنة عُمان خلال الفترة (2015-2019). وتكونت عينة الدراسة من (القطاع المالي العُماني). استخدمت هذه الدراسة فعالية أداء النظام المالي كمتغير تابع لهذه الدراسة، بينما استخدمت (نظام التسوية الإجمالية الآنية، غرفة المقاصة الآلية، نظام المقاصة الإلكترونية للشيكات، بالإضافة إلى نظام شبكة عُمان) لقياس أنظمة الدفع الرقمية وأنظمة التسوية كمتغيرات مستقلة للدراسة. واستخدمت هذه الدراسة الإحصاءات الوصفية. وتوصلت هذه الدراسة إلى ان هذه الأنظمة ساعدت على إنشاء أنظمة دفع حديثة في سلطنة عمان في تسهيل دوران الأموال في الاقتصاد الوطني واستخدام تكنولوجيا المعلومات وساعدت في الحد من التدخل البشري وعززت قدرات البلد وقدرته التنافسية في تقديم الخدمات المالية وأوصت هذه الدراسة بتحسين هذه الأنظمة لجعلها ممتثلة تماما للمعايير الدولية ويتعين على البنك المركزي العماني أن يؤدي دورا رئيسيا في هذا الصدد.

دراسة (Awwad, 2021)

The role of e-payments in enhancing financial performance: A case study of the Bank of Palestine.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد دور عوامل المدفوعات الإلكترونية في تحسين الأداء المالي للبنوك في فلسطين خلال الفترة (2010-2019). وتكونت عينة الدراسة من بنك فلسطين. استخدمت هذه الدراسة (العائد على الأصول العائد على حقوق الملكية، بالإضافة إلى ربحية السهم لقياس الأداء المالي كمتغير تابع لهذه الدراسة، بينما استخدمت (نسبة عدد البطاقات الإلكترونية) لقياس الدفعات الإلكترونية كمتغير مستقل لهذه الدراسة. وتوصلت هذه الدراسة إلى أن لطرق الدفع الإلكترونية تأثير مهم على الأداء المالي للبنك من خلال العائد على الأصول وربحية السهم، مما يساهم في تقليل التكاليف وبالتالي زيادة الأرباح.

دراسة (Benlakehal, 2021)

The Relationship of Applying Electronic Payment Systems to Improving Banks Services Quality's from the Viewpoint of Bank's Employees: A Case Study of Commercial Banks in Algeria.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين تطبيق أنظمة الدفع الإلكترونية وتحسين جودة خدمات البنوك في الجزائر خلال الفترة (2020). وتكونت عينة الدراسة من (45) موظف استخدمت هذه الدراسة (الاستبانة؛ وتضمن ثلاثة أبعاد السياسات العامة لتطبيق أساليب الدفع الإلكتروني، رصد إجراءات نظم الدفع الإلكتروني والتحديات والمخاطر التي تتطوي عليها نظم ووسائل الدفع الإلكترونية). استخدمت هذه الدراسة الطريقة التحليلية الوصفية. وتوصلت هذه الدراسة إلى وجود علاقة ضعيفة وعكسية بين تطبيق أنظمة الدفع الإلكترونية وجودة خدمات البنوك في الجزائر. وأوصت هذه الدراسة بتعزيز الهياكل الأساسية والتشريعات والقوانين المتصلة بنظم الدفع الإلكترونية لتيسير الدفع عبر الإنترنت وتطوير التجارة الإلكترونية والأعمال التجارية الإلكترونية وتطوير الصناعة المصرفية.

دراسة (Azzam et al، 2021) "العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنوك التجارية الأردنية من وجهة نظر العملاء : دراسة حالة البنك الأهلي الأردني في المناطق الشمالية/ الأردن".

"Factors Affecting the Use of Electronic Banking Services Provided by Jordanian Commercial Banks from Customers' Point of View: A Case Study: Jordan Ahli Bank in Northern Region / Jordan"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء البنوك التجارية الأردنية، واختار الباحث المتغيرات المستقلة المتعلقة بالعوامل المؤثرة، وهي: الفائدة المدركة، والوعي بالمخاطر، وسهولة الاستخدام والثقة والأمان والخصوصية والحماية والمتغير التابع استخدام الخدمات الإلكترونية المصرفية. تم تصميم استبانة بناء على الدراسات السابقة وتم توزيعها على (460) مشاركاً ، كما تم الاستخدام الأسلوب الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين أبعاد العوامل المؤثرة، واستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.

دراسة (Arilesere et al، 2021)، بعنوان:

Digital electronic payment and bank performance in Nigeria.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر أنظمة الدفع الرقمية على الأداء المالي للبنوك في نيجيريا خلال الفترة (2009-2020). وتكونت عينة الدراسة من (21) بنك في البورصة النيجيرية. استخدمت هذه الدراسة (العائد على (الأصول لقياس الأداء المالي كمتغير تابع لهذه الدراسة، بينما استخدمت (انظمة الدفع عبر الهاتف، أجهزة الصراف الآلي، أنظمة الدفع عبر الإنترنت، نقاط البيع، بالإضافة إلى بطاقات الخصم) لقياس أنظمة الدفع الرقمية كمتغيرات مستقلة للدراسة واستخدمت هذه الدراسة نموذج تصحيح الخطأ. وتوصلت هذه الدراسة إلى وجود أثر إيجابي للخدمات المصرفية عبر الهاتف وأجهزة الصراف الآلي وأنظمة الدفع عبر الإنترنت على الأداء المالي في نيجيريا، بينما هناك أثر

سلبى لنقاط البيع وبطاقات الخصم على الأداء المالي في نيجيريا. وأوصت هذه الدراسة بتنشيط مستوى الأمان العالي في حماية بيانات العملاء وأوصت المؤسسات المالية بتكثيف أنظمة الدفع عبر الإنترنت وضمان الحصول على أوراق مالية واسعة عبر الإنترنت لحماية حسابات العملاء من التهديد بتسلل النظام من قبل المتسللين.

دراسة (Mozdzyński & Cellary, 2021) بعنوان

"Determinants of the Acceptance of Mobile Payment Systems by E-Merchants

"محددات قبول التجار الإلكترونيين لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول"

سعت هذه الدراسة لاكتشاف النوايا السلوكية للتجار الإلكترونيين لاعتماد ونشر نظام الدفع بواسطة الهاتف المحمول. تم تطبيق نهج المقابلات على 347 تاجرًا إلكترونيًا تم اختيارهم عشوائيًا من بين جميع السكان البالغ عددهم 47457 وحدة أعمال مستقلة تباع البضائع عبر الإنترنت في بولندا، وأفضت نتائج الدراسة إلى أن كل من الفائدة المتوقعة من النظام وسهولة استخدامه والتكلفة المدركة تؤثر بشكل إيجابي على نية نشر النظام واستخدامه فيما لم تكن المخاطر المتصورة عاملاً مهماً يؤثر على نية التجار الإلكترونيين في اعتماد نظام الدفع بواسطة الهاتف المحمول.

دراسة (Chan & Sial, Ya'kob, Latip, Hajazi, 2021) بعنوان:

"Usage Intention of Qr Mobile Payment System Among Millennials in Malaysia

"دراسة نية استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول بين جيل الألفية في ماليزيا"

تم ملاحظة نية استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول من خلال سبعة أبعاد وهي الفائدة المتصورة، وسهولة الاستخدام المتصورة، والأمان المتصور، والتوافق المتصور، والتأثير الاجتماعي، والمكافآت، والابتكار الشخصي.

وقد تبين من خلال النتائج أن هناك علاقة كبيرة وإيجابية بين كل من الفائدة المتصورة وسهولة الاستخدام المتصورة والأمان المتصور والتوافق المتصور والمكافآت والابتكار الشخصي وبين نية استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول، بينما لا يوجد علاقة كبيرة وإيجابية بين التأثير الاجتماعي ونية استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول.

دراسة Alrabei et al.2022، بعنوان:

The Impact of Mobile Payment on the Financial Inclusion Rates

أثر الدفع عبر الهاتف المحمول على معدلات الشمول المالي

هدفت الدراسة الى بيان أثر نظام الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعاده (سعر الخدمة، جودة الخدمة، سهولة الاستخدام، الأمان) على زيادة نسب الشمول المالي. وقد اتبعنا المنهج الكمي والتحليلي لاختبار فرضيات الدراسة. وقد تم تصميم استبانة مكونة من بعدين و(22) سؤالاً، وتكونت عينة الدراسة من البنك العربي وبنك الإسكان وتم استخدام الانحدار المتعدد لاختبار البيانات التي تم جمعها، وأظهرت نتيجة معادلة الانحدار وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لسعر الخدمة، وجودة الخدمة، وسهولة استخدام الخدمة، وأمان الخدمة المقدمة من خلال نظام الدفع عبر الهاتف المحمول، وتبين أن نظام الدفع عبر الهاتف النقال يلعب دوراً هاماً في زيادة معدلات الشمول المالي ويوصى بإدراجه في جميع البنوك العاملة في الأردن، ويعد اعتماد الأموال عبر الهاتف المحمول، والشمول المالي، وإمكانية استبدال الأموال عبر الهاتف المحمول بالتمويل التقليدي، من بين التحديات التي تحتاج إلى مزيد من الدراسة، كما تم تسليط الضوء على الرتبات التنظيمية للمؤسسات التي تقدم خدمات الأموال عبر الهاتف المحمول.

دراسة دحمانى وزروقى (2022) بعنوان:

اثر التسويق الالكترونى للخدمات المصرفية بوساطة الهاتف النقال فى تحقيق رضا العملاء : دراسة حالة البنك الوطنى الجزائرى وكالة تيارات

هدفت الدراسة بيان أثر التسويق الالكترونى للخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لتحقيق رضا العملاء، حيث أنها من المواضيع التى تحظى باهتمام كبير من قبل المجتمع المصرفى الدولى نظرا لكثرة الأبحاث العالمية والمحلية حول هذه الخدمة لما لها من مميزات جعلتها مختلفة عن التقليدية حيث تسعى البنوك إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها توفير الوقت وخفض التكاليف للبنوك والعملاء على حد سواء. كما أنها تمكن العملاء من الحصول على خدمات مصرفية أفضل وبالتالي تحقيق رضاهم وكسب ولائهم، وهذا الأخير بدوره يعنى أن البنوك تسعى إلى مواكبة التكنولوجيا الحديثة والاستفادة منها بهدف تقديم أفضل التقنيات فى أسرع وقت. ممكن مع اختصار الجهد وتقليل تكاليف الخدمة وكل هذا مما يجعلها مكملة للخدمات المصرفية التقليدية. نلاحظ انتشار استخدام الهاتف المحمول فى الدول المتقدمة، لكن رغم هذا التطور فإن هناك فجوة كبيرة تعاني منها الدول العربية، خاصة الجزائر التى تطمح إلى تحديث نظامها المصرفى ومواكبة كل ما هو جديد، لكن ولا تزال العقبات تقف فى طريق هذا التطور الذى يتخلف مقارنة بالدول الأخرى ويظهر ذلك فى عدم إدراج الهاتف المحمول بشكل دائم فى أنشطته، وتوصلت الدراسة الى ان استخدام الهاتف المحمول فى الأعمال المصرفية أمر لا مفر منه، بالإضافة الى ان تحقيق رضا العملاء وكسب ولاءهم فى البنوك لا يمكن تحقيقه إلا من خلال تضمين خدماتها عبر الهاتف المحمول.

دراسة امية (2022) بعنوان: النقود الإلكترونية بين تسهيل أنظمة الدفع الإلكتروني ومخاطرها على أمن المعاملات التجارية

تهدف الدراسة إلى تقديم رؤية شاملة حول ماهية النقود الإلكترونية وتأثيرها على نظام الدفع الإلكتروني والأمن التجاري، مع تقديم توصيات لتعزيز الأمان والثقة في هذه التعاملات. كما تطرقت إلى توضيح دور هذه النقود في تسهيل عمل أنظمة الدفع وجعلها أكثر سرعة وكفاءة وسهولة للمستخدمين، بالإضافة إلى شرح التحديات القانونية المتعلقة باستخدام النقود الرقمية مثل الاحتيال وسرقة البيانات والاختراقات الإلكترونية، ومن ثم حاولت تفسير كيفية تحقيق توازن بين فوائد استعمال تلك النقود والمخاطر المحتملة الناشئة عن استخدامها، واستعرضت القوانين واللوائح المرتبطة باستعمال هذه النقود، وقدمت توصيات لتحسين هذا الإطار بهدف الحد من تلك الأضرار وتعزيز الأمان عند التعامل مع خدمات الدفع الإلكتروني.

دراسة العريفي وحسينكان (2023) رضا العملاء الإلكتروني في البنوك السعودية "قبل وأثناء" جائحة مرض فيروس كورونا.

هدفت الدراسة التعرف على رضا العملاء الإلكتروني في البنوك السعودية "قبل وأثناء" جائحة مرض فيروس كورونا؛ من خلال تقييم جودة الخدمة الإلكترونية "قبل وأثناء" الجائحة. ولفحص رضا العملاء الإلكترونيين بين عملاء البنوك السعودية، تم جمع البيانات؛ باستخدام استبانتيين "قبل وأثناء" الجائحة، وتم توزيعهما على عملاء البنوك السعودية عبر الإنترنت. وتم تحليل حجم العينة التي جمعت بيانات (588) عميل للبنوك الإلكترونية؛ باستخدام تقنية إحصائية معروفة، وهي الانحدار المتعدد واختبار (t) للعينات المقترنة باستخدام برنامج SPSS ، و "Excel". وتبين أن الكفاءة هي المحدد الرئيس لرضا العملاء الإلكترونيين لدى البنوك في المملكة العربية السعودية. وقد وُجِدَ-

أيضًا - اختلافات في تأثير جودة خدمة البنوك الإلكترونية على خدمة العملاء الإلكترونيين قبل وأثناء "الجائحة".

دراسة المنصور والكرغلي (2023) العوامل التي تؤثر على رضا العملاء من خدمات البنوك الإلكترونية في البنوك الليبية

هدفت الدراسة التحقق من العوامل التي تؤثر على رضا العملاء من خدمات البنوك الإلكترونية في البنوك الليبية، مع التركيز على الفائدة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة والمصادقية المدركة، واتجاه العملاء. وكشفت النتائج أنه كان لكل من: الفائدة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة، والمصادقية المدركة، واتجاه العملاء تأثير إيجابي ومعنوي على رضا العملاء من خدمات البنوك الإلكترونية. كما تبين أن "اتجاه العملاء" هو العامل الأكثر أهمية، يليه عامل "سهولة الاستخدام المدركة" و"المصادقية المدركة"، و"الفائدة المدركة". وقد أوصت الدراسة بوجوب إعطاء البنوك الأولوية لتحسين اتجاه العملاء تجاه خدمات البنوك الإلكترونية، يليها تعزيز سهولة الاستخدام، ومصادقية منصاتها. وضرورة يجب أن تنظر البنوك في تعزيز الفائدة المدركة لخدمات البنوك الإلكترونية؛ من أجل زيادة رضا العملاء بشكل أكبر، ومن خلال اتخاذ هذه الإجراءات يمكن للبنوك جذب المزيد من العملاء، والاحتفاظ بهم مع بقاء التنافسية في العصر الرقمي 202.

دراسة عبدالقادر وآخرون (2023) بعنوان: "محددات رضا العملاء عن خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول: الدور المعدل لابتكارية العميل".

هدفت الدراسة إلى بيان دور كل من أبعاد القيمة المدركة (الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، الراحة المدركة للمعاملات، والسرعة المدركة للمعاملات) وأبعاد المخاطر المدركة (مخاطر الخصوصية المدركة، التكلفة المدركة، المخاطر المالية) في رضا العملاء عن خدمات الدفع عبر الإنترنت ومسار الهاتف المحمول، بالاعتماد على التكامل بين نموذج قبول تكنولوجيا الهاتف المحمول

(MTAM) ونموذج التنبئي القائم على القيمة (VAM). كما تناولت الدراسة الدور المعتدل للإبداع الشخصي بين متغيرات الدراسة. وبلغت عينة الدراسة 430 من عملاء المحفظة الإلكترونية بمحافظة الدقهلية. تم تحليل البيانات باستخدام طريقة نمذجة المعادلات الهيكلية بالمربعات الصغرى الجزئية (PLS-SEM) المعتمدة على البرنامج الإحصائي WarpPLS.7. وخلصت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي لجميع أبعاد القيمة المدركة: على رضا العملاء عن خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول. كما توصلت الدراسة إلى وجود تأثير سلبي كبير لجميع أبعاد التضحيات المتصورة على رضا العملاء عن خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول. كما تشير النتائج إلى أن ابتكار العملاء يلعب دوراً معتدلاً في العلاقة بين جميع أبعاد القيمة المدركة وأبعاد التضحيات المدركة من ناحية ورضا العملاء عن خدمة الدفع عبر الهاتف المحمول من ناحية أخرى.

دراسة طبائبية وخروف (2023) بعنوان: العوامل المؤثرة على استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول دراسة حالة مصرف Banxy.

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على أثر أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول وفق أبعاد (سهولة الاستخدام والثقة والمنفعة المدركة) في اتجاه سلوك عملاء أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بانكسي بولاية قملة حيث وثقوا في الاستبيان لجمع المعلومات، حيث بلغت عينة الدراسة 66 عميلاً. بينما تم تحليل البيانات واختبار الفرضيات بالاعتماد على برنامج SPSS26 وطريقة تحليل المسار بالاعتماد على برنامج PLS SMART3. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي لكل من بعد سهولة الاستخدام وبعد الثقة، في حين لا يوجد أثر إيجابي لبعده المنفعة على سلوك العملاء. كما توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات الأكثر أهمية وهي ضرورة أن تأخذ إدارة بنك بالهاتف المحمول بعين الاعتبار المزايا المرتبطة بأنظمة الدفع التي يقدمها.

دراسة يازجي (2023) واقع تطبيق أنظمة الدفع الإلكتروني في سورية ومدى انعكاسه على الأداء المالي دراسة حالة "المصرف التجاري السوري "

هدفت الدراسة إلى الوقوف على واقع أنظمة الدفع الإلكتروني في سورية ومدى انعكاسه على الأداء المالي في المصرف التجاري السوري، ولتحقيق هدف الدراسة تم تحليل البيانات عن طريق سلسلة من المقارنات بين قنوات الدفع الإلكتروني وإجراء المقابلات مع مدراء مديريات الدفع الإلكتروني والتقنية والمخاطر للوقوف على واقع تطبيق أنظمة الدفع الإلكتروني، كما تم أيضا الاستعانة باستبانة وتوزيعها على العاملين في الأقسام التي تعمل في مجال الدفع الإلكتروني في المصرف التجاري السوري في عدد من المحافظات السورية.

خلصت الدراسة إلى وجود ضعف في البنى التحتية للإنترنت بسبب وجود عقوبات اقتصادية على سورية بالإضافة إلى عدم وجود وضوح في السياسات والقوانين اللازمة لتطبيق أنظمة الدفع الإلكتروني كما يجب، بالإضافة إلى عدم كفاية أنظمة الدفع الإلكتروني حاليا للقيام بكافة خدمات الدفع الإلكتروني، كما خلصت أنه في حال تم تطبيق أنظمة الدفع الإلكتروني بشكل فعال سيحسن من أداء المصرف المالي وغير المالي.

انطلاقا من النتائج التي تم التوصل إليها قدمت الباحثة مجموعة من التوصيات، أهمها: تحسين أدوات الدفع الإلكتروني لتحقيق السرعة والجودة المطلوبة لتساير عجلة المنافسة الكبيرة في سوق العمل وضرورة مواكبة التحديثات السريعة في أساليب العمل على أنظمة الدفع الإلكتروني.

دراسة الشرايبي (2024) أثر وسائل الدفع الإلكتروني في كفاءة الأداء المصرفي: دراسة تطبيقية في القطاع المصرفي العراقي للمدة من 2022 - 2018

يعمل القطاع المصرفي العراقي على مواكبة التقنيات المصرفية الحديثة فيما يخص وسائل الدفع الإلكتروني لرفع كفاءة أداء القطاع المصرفي، ويهدف استكشاف أثر وسائل الدفع الإلكتروني في كفاءة الاداء المصرفي، تم بناء ثلاث نماذج قياسية للقطاع المصرفي العراقي، للفترة (كانون الثاني 2022-2018 كانون الاول) بيانات شهرية، ليلعب عدد مشاهدات السلسلة الزمنية لكل نموذج (60) مشاهدة. وقد توصل البحث الى وجود أثر إيجابي لوسائل الدفع الإلكتروني في الأداء المالي للقطاع المصرفي العراقي، من خلال رفع مستوى ربحية وخفض تكاليفه، فضلاً عن الدور الهام الذي تلعبه إدارة سيولته وتقليل مخاطرها، كما كان لوسائل الدفع الإلكتروني تأثيراً سلبياً على كفاءة ادارة العمليات الداخلية من خلال عدم قدرتها على خفض الجهد والسرعة في إنجاز العمليات والاستجابة لمتطلبات الزبائن، بسبب التمسك بالأساليب التقليدية في انجاز العمل المصرفي ومحدودية استخدام التكنولوجيا على الارشفة، وهو ما عزز من حلقات الروتين في العمل المصرفي، وانعكس بتأثيراته السلبية على جودة انظمة الدفع.

دراسة (Aga. 2024) 'The relationships between marketing analytics and customer satisfaction: A longitudinal perspective'

هدفت الدراسة التعرف على اوجه العلاقة بين تحليلات التسويق ومرونة العملاء ورضا العملاء: منظور طولاني وكيفية تأثير استخدام التحليلات التسويقية على مرونة العملاء ورضاهم، وتحديد رضا العملاء كنتيجة لسرعة العملاء، والتأثير الإيجابي الكبير لمرونة العملاء على رضا، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة كاداه، حيث وزعت على 468 مديراً من مختلف الصناعات كشفت النتائج الرئيسية على وجود علاقة إيجابية بين الحصول على البيانات واستخدام التحليلات

التسويقية المنظمات وهناك ارتباط إيجابي كبير بين مرونة العملاء ورضا العملاء وهذا يشير هذا إلى أن الشركات التي تتمتع بمستويات أعلى من مرونة العملاء من المرجح أن تحقق مستويات أعلى من رضا العملاء.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

من خلال استعراض ومراجعة الأدبيات السابقة باللغتين: العربية والإنجليزية، تبين ما يلي:

- جمعت الدراسة ثلاثة أبعاد لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول (سهولة الاستخدام، الامان، الثقة).

- ركزت هذه الدراسة على البنوك التجارية الأردنية في عمان.

- قامت الدراسة بالأخذ بآراء عملاء البنوك التجارية في عمان حول موضوع الدراسة وهو ما لم

يتم تقديمه في الدراسات السابقة.

- أسهمت الدراسات السابقة في تحديد انموذج الدراسة الحالية وابعادها وتصميم اداتها.

- تُعدّ الدراسة الحالية من الدراسات القليلة من حيث موضوعها، ومجتمع دراستها.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة (الطريقة والإجراءات)

يتناول هذا الفصل وصفا لمنهجية الدراسة التي يمكن من خلالها تحقيق أهدافها، وبيان منهج ومجتمع الدراسة، والعينة التي تم اختيارها وخصائصها، كما يبين خطوات إعداد وتطوير أداة تقيس متغيرات الدراسة، ومدى ثباتها، والإجراءات التي نفذت بها الدراسة، والطرق الإحصائية التي استخدمت في معالجة البيانات واستخلاص النتائج.

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي (الأسلوب الكمي) لاختبار أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعاده (سهولة الاستخدام والأمان والثقة) على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية، حيث تم وصف متغيرات الدراسة من خلال الرجوع إلى الأدب النظري والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة. وتم تطوير استبيان خاص لقياس متغيرات الدراسة.

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء البنوك التجارية الأردنية في عمان والتي تقدم أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، أما عينة الدراسة فقد تم اختيار عينة بطريقة العينة الميسرة (Convenience Sample) بحيث تكون ممثلة لعملاء البنوك الأردنية من خلال مقابلة العملاء في مراكز البنوك (البنك التجاري الأردني، البنك العربي، البنك الأهلي الأردني، بنك الإسكان، البنك الاستثمار العربي الأردني) وتم توزيع (424) استبانة استرجع منها (408) استبانة وبعد فحص الاستبانات المسترجعة تبين ان هناك عدد (8) استبانات غير متكلمة البيانات مما تطلب استبعادها من التحليل، وبذلك

أصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (400) استبانة. بحيث تكون خصائصها إحصائياً مماثلة لخصائص مجتمع الدراسة غير المعروف عدد أعضائه، وتم الطلب منهم الإجابة على أسئلة الاستبيان، حيث تمت عملية التوزيع بسؤال العميل قبل الإجابة على الاستبيان فيما إذا كان قد استخدم أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، ونظراً لصعوبة الوصول إلى جميع الفئة المستهدفة، فإن الباحثة استرشدت بالصيغ الإحصائية المعتمدة في احتساب عينة الدراسة في مثل هذه الحالات ووفق قانون حجم العينة والمعادلة الإحصائية التالية:

$$N = \frac{no}{N-1} + 1$$

حيث

حجم المجتمع، وتم حساب حجم العينة عند مستوى ثقة 95% وخطأ معياري 0.05

ومستوى دلالة 0.5

$$No = \frac{Z^2 P(1-P)}{e^2}$$

$$No = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5)}{0.0025} = 0.9604/0.0025$$

$$|N = 384.16$$

مصادر جمع البيانات:

لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام مصدرين أساسيين لجمع المعلومات، وهما:

المصادر الثانوية: تم اعداد الإدب النظري لموضوع الدراسة أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع

عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية بالاعتماد على مصادر البيانات

الثانوية والمتمثلة بالمراجع العربية والأجنبية ذات الصلة، من كتب ودوريات ومقالات وتقارير، كذلك

الأبحاث والدراسات ذات الصلة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث في قواعد البيانات الإلكترونية

المختلفة.

المصادر الأولية: تم جمع البيانات الأولية من خلال الاستبانة كأداة رئيسة للدراسة، والتي تم تطويرها وإعدادها بالاستناد إلى طروحات الكتاب والباحثين في موضوع الدراسة الحالي أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية.

أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة الحالية على الاستبانة لجمع البيانات الأولية، حيث تكونت الاستبانة من ثلاثة أجزاء. واعتمد مقياس ليكرت خماسي الأبعاد للتعرف على مدى موافقة أفراد وحدة المعاينة على فقرات الاستبانة وضمن الأوزان التالية: اتفق تماماً (5) درجات، اتفق (4) درجات، محايد (3) درجات، لا اتفق (2) درجتان، لا اتفق إطلاقاً (1) درجة واحدة.

وبناءً عليه، تم تطوير أداة الدراسة الحالية (الاستبانة) بالاعتماد على مقاييس خضعت للاختبار في دراسات سابقة، حيث تم الجمع بين الاستعارة الكلية والجزئية لفقرات القياس والتكييف والتعديل لفقرات أخرى، وكذلك الحذف والإضافة وبما ينسجم مع بيئة مجتمع الدراسة الحالية. وتم التحري والبحث في المراجع والدراسات المتخصصة عن متغيرات الدراسة. وسوف تحتوي أداة الدراسة على ثلاثة أقسام من الأسئلة، وذلك على النحو التالي:

القسم الأول: يتضمن المتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة، حيث اشتمل هذا القسم على ثمان فقرات هي: (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، عدد مرات استخدامي لنظام الدفع عبر الهاتف المحمول، الوسيلة التي تستخدم لغايات الدفع عبر الهاتف المحمول، عدد البنوك التي تعامل معها، فترة الاستخدام لخدمات نظام الدفع عبر الهاتف المحمول، غايات استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول).

القسم الثاني: ويتضمن الفقرات التي تقيس أبعاد متغير الدراسة المستقل (انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول)، وقد اشتمل هذا المتغير على ثلاثة أبعاد، وكما يأتي:

- البعد الأول: سهولة الاستخدام، تم قياسه بالاعتماد على مقياس دراسة (Mozdzyński & Cellary 2021، (الدبابنه ، 2023) السميرات والعضايلة (2017).

- البعد الثاني: الامان، تم قياسه بالاعتماد على مقياس دراسة (طبايبيه وخروف (Hajazi(2023 ، Siali & 2021 برينس وتلياني (2019).

- البعد الثالث: الثقة، تم قياسه بالاعتماد على مقياس دراسة (الدبابنه ، 2023) Alrabei et al.، Karim et al (2022) دحماني وزروقي (Mozdzyński & Cellary(2022)، (2021 السميرات والعضايلة (2017)

القسم الثالث: ويتضمن الفقرات التي تقيس متغير الدراسة التابع (رضا العملاء)، وقد اشتمل هذا المتغير تم قياسه بالاعتماد على مقياس دراسة (Thirumurthilu et al. (2023) عبدالقادر وآخرون (2023) Muhtasim et al. (2022)

وقد تم صياغة أداة الدراسة على شكل استبانة تكونت صورتها النهائية من (27) فقرة مقسمة إلى: (15) فقرة تقيس أبعاد أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، و (12) فقرة تقيس رضا العملاء كما هو مبين في الجدول (1):

الجدول رقم (1) توزيع فقرات الاستبانة التي تقيس المتغيرات وأبعادها

المتغير	الأبعاد	نوعه	الفقرات
المستقل	سهولة الاستخدام	مستقل	5-1
	الأمان	مستقل	10-6
	الثقة	مستقل	15-11
المتغير التابع : رضا العملاء		تابع	27-16
المؤشر الكلي لفقرات أداة الدراسة			27-1

صدق الأداة وثباتها:

صدق المحتوى

لإنشاء وتحسين محتوى الاستبيان، تم استخدام مصادر مختلفة لكتابة المعلومات مثل الدراسات، والرسائل السابقة، والمقابلات الرئيسية، والكتب، والمجلات.

الصدق الظاهري: لتحقيق صدق المحتوى تم عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين من أعضاء الهيئات التدريسية والمتخصصين في إدارة الأعمال في الجامعات الأردنية المختلفة، للحكم على مدى صلاحية الاستبانة لجمع البيانات، والتأكد من وضوح فقراتها، بحيث تم إجراء التعديلات المقترحة من قبل المحكمين قبل توزيعها على أفراد وحدة المعاينة. (الملحق رقم (2) يبين أسماء المحكمين).

صدق البناء: يعتبر نوع من أنواع قياس صدق الأداة الذي يقوم على قياس مدى امكانية الوصول الى الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط درجة كل فقرة مع الدرجة الكلية لمحورها، من أجل تحديد قدرة كل فقرة من فقرات المقياس على التميز، والجداول التالية تبين معامل ارتباط كل فترة من فقرات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية لمحورها. وتعتبر الفقرات السالبة أو التي يقل معامل ارتباطها عن (0.25) متدنية ويفضل حذفها.

جدول رقم (2) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات إبعاد عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول والدرجة الكلية لمحوورها

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية Sig
سهولة الاستخدام			
1.	يوفر البنك أنظمة دفع عبر الهاتف المحمول سهولة الاستخدام تراعي كافة شرائح العملاء	0.867	0.00
2.	يوفر البنك للعميل الوصول للمعلومات على أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسرعة	0.871	0.00
3.	يوفر البنك تصميم مبتكر لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	0.744	0.00
4.	يوفر البنك أنظمة دفع تناسب جميع أجهزة الهاتف المحمول	0.854	0.00
5	يوفر البنك خيارات التنقل على أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسلاسة	0.725	000
الأمان			
6	يوفر البنك الخصوصية لجميع عمليات الشراء والدفع والتحويل عبر الهاتف المحمول	0.820	0.00
7.	يوفر البنك نظام حماية لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في حالة تم خرقه.	0.787	0.00
8.	يتعامل البنك مع مشاكل أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسرعه	0.836	0.00
9.	يتعامل البنك بدرجة كبيرة من الامان عند اجراء عمليات الدفع عبر الهاتف المحمول	0.818	0.00
10.	يوفر البنك للعميل اتصال دائم عند استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	0.776	0.00
الثقة			
11.	يقدم البنك ضمانات كافية لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول تجعل العملاء يشعرون بالراحة إزاء استخدامها	0.797	0.00
12.	يوفر البنك خدمات متناسقة للعميل عند استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	0.786	0.00
13.	يوفر البنك لعملائه خاصية التحكم بجميع عمليات الدفع عبر الهاتف المحمول	0.810	0.00
14.	يقدم البنك أنظمة دفع عبر الهاتف المحمول تحظى بثقة عالية من طرف عملاءه	0.877	0.00
15.	يلتزم البنك بتقديم خدمات أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول كما وعد بها	0.817	0.00

يتضح من الجدول رقم (2) أن معاملات تميز الفقرات أبعاد (عوامل استخدام أنظمة الدفع

عبر الهاتف المحمول) تراوحت ما بين (0.725 - 0.877) وهي دالة عند مستوى معنوية $\alpha \leq$

0.05) وهي فقرات تتمتع بتميز ممتاز كونها أعلى من (0.25) وبذلك يعتبر هذا البعد صادقاً لما وضع لقياسه.

جدول رقم (3) معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات رضا العملاء والدرجة الكلية لمحورها

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية Sig
16	يقدم البنك بيانات وافية عن خصائص ومزايا انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	0.819	0.00
17	يقدم البنك خدمات عمليات الدفع عبر الهاتف المحمول على مدار الساعة	0.773	0.00
18	يستجيب البنك بسرعة لشكاوى العملاء عن انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	0.786	0.00
19	يقدم البنك انظمة دفع عبر الهاتف المحمول متنوعة	0.849	0.00
20	يلبي البنك من خلال انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول احتياجات العملاء	0.837	0.00
21	يطور البنك خدمات انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول لإرضاء العميل.	0.845	0.00
22	يقدم البنك انظمة دفع عبر الهاتف المحمول تجعلني انصح الاخرين باستخدامها	0.840	0.00
23	يختصر البنك الوقت عند تقديمه انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	0.847	0.00
24	يقوم البنك بالتحديث المستمر لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	0.885	0.00
25	يقدم البنك انظمة دفع عبر الهاتف المحمول منخفضة التكلفة	0.855	0.00
26	يتابع البنك انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بكل دقة	0.872	0.00
27	يقدم البنك خدمات انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأكثر من لغة	0.916	0.00

يتضح من الجدول رقم (3) أن معاملات تميز الفقرات أبعاد (رضا العملاء) تراوحت ما بين

(0.737 – 0.916) وهي دالة عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وهي فقرات تتمتع بتميز ممتاز

كونها أعلى من (0.25). وبذلك يعتبر هذا البعد صادقاً لما وضع لقياسه.

ثبات أداة الدراسة:

تم التأكد من مدى ثبات الأداة المستخدمة في قيام المتغيرات التي تشتمل عليها الاستبانة، من

خلال احتساب قيمة معامل الفا كرونباخ (Cronbach Alpha) حيث تكون النتيجة مقبولة إحصائياً

إذا كانت قيمته أكبر من (0.60)، وكلما اقتربت القيمة من (1) واحد أي 100%، دل هذا على درجات ثبات أعلى لأداة الدراسة. (Sekaran & Bougie, 2010)، وبالنظر إلى البيانات الواردة في الجدول رقم (4)، نجد أن نتيجة ألفا كرونباخ للعينة النهائية كانت (95.69%)، لذا يمكن وصف أداة الدراسة بالثبات، وأن البيانات التي تم الحصول عليها من خلالها مناسبة لقياس المتغيرات، وتخضع الدرجة اعتمادية عالية.

جدول رقم (4): ثبات أداة الدراسة للمتغيرات الدراسة

حجم العينة	عدد الفقرات	معامل الاتساق (Cronbach Alpha)	المتغيرات
400	5	%86.65	سهولة الاستخدام
	5	%86.20	الأمان
	5	%87.46	الثقة
	15	%97.92	عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول
	12	%91.08	رضا العملاء
	27	%95.69	المؤشر الكلي لفقرات أداة الدراسة

الصدق من معامل الثبات

تم الاعتماد على استخراج الصدق من معامل الثبات وذلك لوجود ارتباط قوي بين صدق الاختبار وثباته، حيث أن المقياس الصادق يكون ثابتاً دائماً، ويتم حساب الصدق بهذه الطريقة باستخدام المعادلة التالية: صدق المقياس = $\sqrt{\text{الثبات}}$ وبحساب معامل ثبات الاستبيان الحالي (ألفا)

$$\text{وقيمته (0.9569)، فإن صدقه} = \sqrt{0.9569} = 0.978 \text{ (\%97.8) وهو معامل صدق عالي.}$$

اختبار التوزيع الطبيعي

اختبار (Kolmogorov – Smirnov): تم القيام باختبار (One – Sample Kolmogorov – Smirnov Test)، والذي يستخدم لاختبار توزيع البيانات طبيعياً في حال كان عدد الحالات أكبر من (50)، ومن شروط التوزيع الطبيعي أن تكون قيمة Sig للبيانات أكبر من (0.05) وقيمة K-S أقل من (5).

الجدول رقم (5): اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات (K-S)

النتيجة	Sig	K-S	المتغيرات
يتبع التوزيع الطبيعي	0.349	0.933	سهولة الاستخدام
يتبع التوزيع الطبيعي	0.362	0.923	الأمان
يتبع التوزيع الطبيعي	0.351	0.932	الثقة
يتبع التوزيع الطبيعي	0.464	0.851	عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول
يتبع التوزيع الطبيعي	0.398	0.896	رضا العملاء

بناءً على بيانات الاختبار الموضحة في الجدول رقم (5) والتي تشير إلى أن توزيع البيانات

كان طبيعياً، حيث بلغت قيمة Sig لجميع الأبعاد قيم أكبر من 5% وقيم اختبار K-S لجميع الأبعاد أقل من (5).

معامل الالتواء (Skewness):

تم استخراج قيم معامل الالتواء (Skewness) والتي تشير إلى أن قيم معامل الالتواء إذا كانت

أقل من (1) فهذا يعني أن البيانات موزعة طبيعياً.

الجدول رقم (6): التوزيع الطبيعي للبيانات بالاعتماد على معامل الالتواء

Skewness	المتغيرات
-0.368	سهولة الاستخدام
-0.262	الامان
-0.265	الثقة
-0.384	عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول
-0.572	رضا العملاء

بناءً على بيانات الاختبار الموضحة في الجدول رقم (6) والتي تشير إلى أن توزيع البيانات

كان طبيعياً، حيث بلغت قيم معامل الالتواء أقل من (1) لجميع متغيرات الدراسة.

وصف خصائص عينة الدراسة:

تتناول الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، مجموعة من المتغيرات الشخصية للمستجيبين مثل (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الوظيفة، عدد مرات استخدامي لنظام الدفع عبر الهاتف المحمول، الوسيلة التي تستخدم لغايات الدفع عبر الهاتف المحمول، عدد البنوك التي تعامل معها، فترة الاستخدام لخدمات نظام الدفع عبر الهاتف المحمول، غايات استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول)، من خلال استخراج التكرارات والنسب المئوية، وذلك على النحو الآتي:

الجنس

يتضح من الجدول (7) إن نسبة الذكور 63% من إجمالي عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة الإناث 37% من عينة الدراسة.

الجدول (7) توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	252	63%
	أثني	148	37%
المجموع		400	100%

العمر

يتضح من الجدول (8) أن أعمار النسبة الأعلى من المستجيبين في عينة الدراسة يتركزون في الفئة التكرارية (من 36-45 سنة فاقل) وشكلوا ما نسبته 39% من إجمالي عينة الدراسة، ثم الفئة التكرارية (26-35 سنة فاقل) وشكلوا ما نسبته 26%، ويفسر هذا التوزيع للعينة حسب العمر فإننا نلاحظ أن أغلبهم من الشباب والتي تتميز بكثرة استخدامها للهاتف المحمول وبالتالي القدرة على استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف.

الجدول (8) توزيع عينة الدراسة حسب العمر

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية %
العمر	25 سنة فأقل	64	16%
	من 26-35 سنة	104	26%
	36-45	156	39%
	46 فأكثر	76	19%
	المجموع	400	100%

المؤهل العلمي

يتضح من الجدول (9) أن حملة الشهادة الجامعية الأولى (البكالوريوس) هم الأكثر في عينة الدراسة حيث بلغ عددهم (188) مستجيباً وبنسبة بلغت (61%) من إجمالي حجم العينة المبحوثة، وبدراسة هذه الخاصية فإننا نلاحظ ارتفاع مستوى التحصيل العلمي لدى عينة الدراسة وقدرتهم على تعبئة استبانة الدراسة بحيادية وموضوعية تامة ويدركون ما عي عوامل انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

الجدول (9) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية %
المؤهل العلمي	الثانوية العامة فما دون	80	20%
	بكالوريوس	245	61%
	دراسات عليا	75	19%
	المجموع	400	100%

الوظيفة

يتضح من الجدول (10) أن غالبية المستجيبين في عينة الدراسة هم من يعملون في اعمال في وظائف قطاع خاص واعمال حرة بنسبة (50%) وتفسر الأرقام الواردة في الجدول السابق الواقع الذي يعيشه غالبية المواطنين الأردنيين حيث يعملون في القطاع الخاص او اعمال حرة كمصدر للدخل وذلك بعد اتباع الحكومة سياسية التقليل من التعيين في القطاع الحكومي.

الجدول (10) توزيع عينة الدراسة حسب الوظيفة

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية %
الوظيفة	موظف حكومي	160	40%
	موظف قطاع خاص \ اعمال حرة	200	50%
	طالب	40	10%
	المجموع	400	100%

عدد مرات استخدامي لنظام الدفع عبر الهاتف المحمول

يتضح من الجدول (11) أن غالبية المستجيبين في عينة الدراسة حسب عدد مرات الاستخدام

لنظام الدفع عبر الهاتف المحمول هم ممن يستخدمون نظام الدفع عبر الهاتف المحمول بشكل يومي

بنسبة (61%)

الجدول (11) توزيع عينة الدراسة حسب عدد مرات استخدام لنظام الدفع عبر الهاتف المحمول

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية %
عدد مرات استخدامي لنظام الدفع عبر الهاتف المحمول	يومية	243	61%
	أسبوعيا	96	24%
	شهريا	43	11%
	نادرا	18	4%
	المجموع	400	100%

فترة الاستخدام لخدمات نظام الدفع عبر الهاتف المحمول

تم توجيه سؤال إلى المستجيبين حول فترة استخدامي لخدمات نظام الدفع عبر الهاتف المحمول والجدول رقم (12) يبين توزيع استجابات عينة الدراسة وفقاً لمكان الإقامة، حيث يبين وجود 47% من العينة ممن يستخدمون خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول من خمس سنوات وهذا بسبب التطور التكنولوجي وزيادة المعرفة بها.

الجدول (12) توزيع عينة الدراسة حسب فترة استخدامي لخدمات نظام الدفع عبر الهاتف المحمول

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية %
فترة استخدامي لخدمات نظام الدفع عبر الهاتف المحمول	اقل من سنة	104	26%
	من سنة الى اقل من 5 سنوات	188	47%
	5 سنوات فاكثر	108	27%
المجموع			100%

عدد البنوك التي تعامل معها

يتضح من الجدول (13) إن نسبة الذين يتعاملون مع بنك واحد فقط 89% من إجمالي عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة الذين يتعاملون مع بنكين فاكثر 11% من عينة الدراسة.

الجدول (13) توزيع عينة الدراسة حسب عدد البنوك التي تعامل معها

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية %
عدد البنوك التي تعامل معها	بنك واحد فقط	357	89%
	بنكين فاكثر	43	11%
المجموع			100%

الوسيلة التي تستخدم لغايات الدفع عبر الهاتف المحمول

يتضح من الجدول رقم (14) أن غالبية المستجيبين في عينة الدراسة حسب الوسيلة التي استخدمها لغايات الدفع عبر الهاتف المحمول حيث يبين وجود 65% من افراد العينة قاموا باستخدام المحفظة الالكترونية (اورنج مني، زين كاش، دينارك،..) كوسيلة لغايات الدفع عبر الهاتف المحمول،

أما أقل نسبة فكانت (4%) للفئة التي استخدمت وسائل دفع أخرى كوسيلة لغايات الدفع عبر الهاتف المحمول.

الجدول (14) توزيع عينة الدراسة حسب الوسيلة التي تستخدم لغايات الدفع عبر الهاتف المحمول

النسبة المئوية %	التكرارات	الفئة	المتغير
65%	258	المحفظة الالكترونية (اورنج مني، زين كاش، دينارك،..)	الوسيلة التي تستخدم لغايات الدفع عبر الهاتف المحمول
23%	93	التطبيقات البنكية (كليك)	
8%	30	البطاقة الالكترونية	
4%	19	وسائل دفع أخرى	
100%	400	المجموع	

غايات استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول

تم توجيه سؤال إلى المستجيبين حول غايات استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول والجدول

رقم (15) يبين توزيع استجابات عينة الدراسة وفقاً لمكان الإقامة، حيث يبين وجود 48% من العينة ممن يستخدمون خدمات الدفع عبر الهاتف المحمول لدفع الفواتير.

الجدول (15) توزيع عينة الدراسة حسب غايات استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول

النسبة المئوية %	التكرارات	الفئة	المتغير
32%	127	التحويل المالي	غايات استخدام نظام الدفع عبر الهاتف المحمول
48%	193	دفع الفواتير	
20%	80	خدمات أخرى	
100%	400	المجموع	

الفصل الرابع: نتائج الدراسة (التحليل الاحصائي واختبار الفرضيات)

يسعى هذا الفصل إلى تقديم عرض وتحليل لبيانات الدراسة، من عرض التحليل الاحصائي لاستجابات أفراد عينة الدراسة، فضلاً عن الإجابة عن أسئلة الدراسة، واختبار الفرضيات ومناقشتها. حيث تم استخدام جداول التوزيع التكراري، والأوساط الحسابية، والنسب المئوية لتقدير المستويات، الانحرافات المعيارية.

الإحصاء الوصفي:

لتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول فقرات الاستبانة، فقد تم استخراج واستخدام المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لاستجابات افراد عينة الدراسة، وتحديد مستوى إدراكهم فيما يتعلق بكل بُعد من أبعاد متغيرات الدراسة، والحكم على الأهمية النسبية، وتحديد الأهمية النسبية لكل فقرة. وللإجابة عن الأسئلة سيتم استخدام الإحصاء الوصفي (المتوسط، الانحراف المعياري، الأهمية

النسبية، والرتب) وتحدد الأهمية النسبية بالاعتماد على المعادلة التالية:

$$1.33 = \frac{1-5}{3} = \frac{\text{أعلى وزن - أدنى وزن}}{\text{عدد المستويات}}$$

5.00 - 3.68	3.67 - 2.34	2.33 - 1	القيمة
مرتفع	متوسط	منخفض	درجة التقدير

وصف وتحليل أسئلة الدراسة:

أولاً: وصف وتحليل أبعاد انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول (المتغير المستقل)، وتتضمن الأبعاد الآتية:

يمكن الاجابة عن أسئلة الدراسة لوصف المتغير المستقل بأبعاده على النحو الآتي:

الإجابة عن السؤال الأول: ما مستوى استخدام عملاء البنوك التجارية الأردنية لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول؟

البعد الأول: سهولة الاستخدام

لوصف مستوى سهولة الاستخدام من قبل أفراد العينة في البنوك التجارية الاردنية، فقد تم استخدام المتوسطات الحسابية الانحرافات المعيارية وأهمية الفقرة، كما هو موضح في الجدول رقم (16).

إذ يشير الجدول إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بسهولة الاستخدام، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين (4.00-4.66) على مقياس ليكرت الخماسي، الذي يشير إلى المستوى المرتفع لسهولة الاستخدام لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في البنوك التجارية الاردنية. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة " يوفر البنك خيارات التنقل على انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسلاسة " بمتوسط حسابي بلغ (4.66) وانحراف معياري بلغ (0.518)، فيما حصلت الفقرة " يوفر البنك للعميل الوصول للمعلومات على انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسرعة " على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (4.00) وانحراف معياري بلغ (0.615).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول سهولة الاستخدام بفقراته، وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة. وبشكلٍ عام يتبين أن سهولة

الاستخدام لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في البنوك التجارية الاردنية محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (16): المتوسطات الحسابية الانحرافات المعيارية ومستوى أهمية سهولة الاستخدام لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في البنوك التجارية الاردنية في البنوك التجارية الاردنية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الرتب
1	يوفر البنك انظمة دفع عبر الهاتف المحمول سهولة الاستخدام تراعي كافة شرائح العملاء	4.39	0.810	2	مرتفع
2	يوفر البنك للعميل الوصول للمعلومات على انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسرعة	4.00	0.618	5	مرتفع
3	يوفر البنك تصميم مبتكر لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	4.05	0.484	4	مرتفع
4	يوفر البنك انظمة دفع تناسب جميع اجهزة الهاتف المحمول	4.09	0.511	3	مرتفع
5	يوفر البنك خيارات التنقل على انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسلاسة	4.66	0.518	1	مرتفع
	المؤشر الكلي	4.24	0.408		مرتفع

البعد الثاني: الامان

لوصف مستوى الامان من قبل أفراد عينة الدراسة في البنوك التجارية الأردنية، فقد تم استخدام

المتوسطات الحسابية الانحرافات المعيارية وأهمية الفقرة، كما هو موضح في الجدول رقم (17).

يشير الجدول إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالأمان، وتراوحت المتوسطات

الحسابية لهذا البعد بين (4.24-4.70) على مقياس ليكرت الخماسي، الذي يشير إلى المستوى

المرتفع للامان. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة " يتعامل البنك بدرجة كبيرة من الامان عند اجراء

عمليات الدفع عبر الهاتف المحمول "بمتوسط حسابي بلغ (4.70) وانحراف معياري بلغ (0.627)،
 فيما حصلت الفقرة " يوفر البنك نظام حماية لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في حالة تم خرقه."
 على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (4.26) وانحراف معياري بلغ (0.603).
 ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول الامان بقراته،
 وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة. وبشكلٍ عام يتبين أن الامان في البنوك
 التجارية الأردنية محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (17): المتوسطات الحسابية للانحرافات المعيارية ومستوى أهمية الامان في البنوك التجارية الاردنية بعد
 الامان

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الرتب
6	يوفر البنك الخصوصية لجميع عمليات الشراء والدفع والتحويل عبر الهاتف المحمول	4.26	0.539	4	مرتفع
7	يوفر البنك نظام حماية لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في حالة تم خرقه.	4.24	0.603	5	مرتفع
8	يتعامل البنك مع مشاكل انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسرعه	4.51	0.668	3	مرتفع
9	يتعامل البنك بدرجة كبيرة من الامان عند اجراء عمليات الدفع عبر الهاتف المحمول	4.63	0.619	2	مرتفع
10	يوفر البنك للعميل اتصال دائم عند استخدام انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	4.70	0.627	1	مرتفع
	المؤشر الكلي	4.54	0.484		مرتفع

البعد الثالث: الثقة

لوصف مستوى الثقة من قبل أفراد عينة الدراسة في البنوك التجارية الاردنية، فقد تم استخدام

المتوسطات الحسابية للانحرافات المعيارية وأهمية الفقرة، كما هو موضح في الجدول رقم (18).

يشير الجدول إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة بالثقة، وتراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين (4.32-3.40) على مقياس ليكرت الخماسي، الذي يشير إلى المستوى المرتفع للثقة في أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في البنوك التجارية الاردنية. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة " يلتزم البنك بتقديم خدمات أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول كما وعد بها " بمتوسط حسابي بلغ (4.32) وانحراف معياري بلغ (0.666)، فيما حصلت الفقرة " يوفر البنك خدمات متناسقة للعميل عند استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول " على المرتبة الخامسة والأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.40) وانحراف معياري بلغ (1.004).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول الثقة في أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بفقراته، وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة. وبشكلٍ عام يتبين أن الثقة في أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في البنوك التجارية الاردنية محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

جدول (18): المتوسطات الحسابية للانحرافات المعيارية ومستوى الثقة في أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في البنوك التجارية الاردنية

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الرتب
11	يقدم البنك ضمانات كافية لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول تجعل العملاء يشعرون بالراحة إزاء استخدامها	3.74	1.316	مرتفعة	4
12	يوفر البنك خدمات متناسقة للعميل عند استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	3.40	1.004	متوسطة	5
13	يوفر البنك لعملائه خاصية التحكم بجميع عمليات الدفع عبر الهاتف المحمول	4.22	0.843	مرتفعة	2
14	يقدم البنك أنظمة دفع عبر الهاتف المحمول تحظى بثقة عالية من طرف عملاءه	4.19	0.828	مرتفعة	3
15	يلتزم البنك بتقديم خدمات أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول كما وعد بها	4.32	0.666	مرتفعة	1
	المؤشر الكلي	4.02	0.629	مرتفعة	

ثانياً: وصف وتحليل المتغير التابع (رضا العملاء) ويتضمن

يمكن الاجابة عن أسئلة الدراسة لوصف المتغير التابع على النحو الآتي:

الإجابة عن السؤال الثاني: ما مستوى رضا عملاء البنوك التجارية الأردنية عن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول؟

لوصف مستوى بُعد رضا العملاء من قبل أفراد عينة الدراسة في البنوك التجارية الاردنية، فقد تم استخدام المتوسطات الحسابية للانحرافات المعيارية وأهمية الفقرة، كما هو موضح في الجدول رقم (19).

يشير الجدول إلى إجابات عينة الدراسة عن العبارات المتعلقة برضا العملاء، وتراوحت المتوسطات الحسابية لهذا البعد بين (3.32-4.42) على مقياس ليكرت الخماسي، الذي يشير إلى المستوى المرتفع لبُعد رضا العملاء في البنوك التجارية الاردنية. إذ جاءت في المرتبة الأولى فقرة " يلبي البنك من خلال أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول احتياجات العملاء " بمتوسط حسابي بلغ

(4.42) وانحراف معياري بلغ (0.700)، فيما حصلت الفقرة " يقدم البنك خدمات انظمة الدفع عبر

الهاتف المحمول بأكثر من لغة.

على المرتبة الثانية عشر والأخيرة بمتوسط حسابي بلغ (3.32) وانحراف معياري بلغ (1.128).

ويبين الجدول أيضاً التشتت المنخفض في استجابات أفراد عينة الدراسة حول بُعد رضا العملاء

بفقراته، وهو ما يعكس التقارب في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة. وبشكل عام يتبين أن بُعد رضا

العملاء في البنوك التجارية الاردنية محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة كان مرتفعاً.

الجدول رقم (19) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لاستجابة أفراد عينة الدراسة عن رضا العملاء

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الرتب
16	يقوم البنك بقياس رضا العملاء عن انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	4.14	1.103	مرتفعة	7
17	يقدم البنك خدمات عمليات الدفع عبر الهاتف المحمول على مدار الساعة	3.97	1.106	مرتفعة	8
18	يستجيب البنك بسرعة لشكاوى العملاء عن انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	4.17	0.844	مرتفعة	6
19	يقدم البنك انظمة دفع عبر الهاتف المحمول متنوعة	3.91	0.854	مرتفعة	9
20	يلبي البنك من خلال انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول احتياجات العملاء	4.42	0.700	مرتفعة	1
21	يطور البنك خدمات انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول لإرضاء العميل.	4.41	0.691	مرتفعة	2
22	يقدم البنك انظمة دفع عبر الهاتف المحمول تجعلني انصح الآخرين باستخدامها	4.33	0.813	مرتفعة	4
23	يختصر البنك الوقت عند تقديمه انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	3.48	0.607	متوسطة	11
24	يقوم البنك بالتحديث المستمر لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	3.48	0.681	متوسطة	10
25	يقدم البنك انظمة دفع عبر الهاتف المحمول منخفضة التكلفة	4.23	0.867	مرتفعة	5
26	يتابع البنك انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بكل دقة	4.35	0.733	مرتفعة	3

رقم الفقرة	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	الرتب
27	يقدم البنك خدمات انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأكثر من لغة	3.32	1.128	متوسطة	12
	المؤشر الكلي	4.02	0.503	مرتفعة	

اختبار ملائمة أنموذج الدراسة (Multicollinearity):

إن الوسيلة الأقرب ملائمة لتحديد الأثر في وسائل الإحصاء لمعلمي (Parametric) وذلك لأنها الأكثر ملائمة لطبيعة البيانات، وإن استخدامها يوجب تشخيص الارتباطات المتداخلة (Multicollinearity) بين المتغيرات المستقلة، حيث أن الوضع النموذجي في الانحدار المتعدد أن وجود ارتباط قوي بين المتغيرات المستقلة مع المتغير التابع وفي نفس الوقت لا يوجد ارتباط مع بعضها البعض، فإذا وجد ارتباط قوي بين المتغيرات المستقلة يؤدي إلى:

- تقل قيمة R والسبب أن المتغيرات المستقلة تتشارك في نفس تباين المتغير التابع.
- صعوبة تحديد الأهمية النسبية لكل متغير مستقل.

وللتأكد من وجود هذا الشرط، قامت الباحثة باستخراج (معامل تضخم التباين VIF) و(التباين المسموح به Tolerance) وبعد القيام بالمعالجة الإحصائية، يشير الجدول رقم (20) إلى أن معامل التباين المسموح به للمتغيرات المستقلة وجد انه أقل من (1) وأكبر من (0.01) وكلما كانت قيم معامل تضخم التباين أقل من (10) حيث يعتبر مؤشراً إلى عدم وجود ارتباط عالي بين المتغيرات المستقلة وهذا يدل على قبول القيم وأنها صالحة للقيام بتحليل الانحدار الخطي المتعدد وبالتالي القيام باختبار فرضيات الدراسة.

جدول (20): نتائج الاختبار قوة الارتباط المتعدد بين المتغيرات المستقلة

عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	(معامل تضخم التباين) VIF	(التباين المسموح به) Tolerance
سهولة الاستخدام	3.674	0.272
الأمان	4.386	0.228
الثقة	2.840	0.352

اختبار فرضيات الدراسة:

وبناءً على ما تقدم وبعد التأكد من عدم وجود تداخل خطي بين أبعاد المتغير المستقل، وأن بيانات متغيرات الدراسة تخضع للتوزيع الطبيعي، فقد أصبح بالإمكان اختبار فرضيات الدراسة في البنوك التجارية الأردنية محل الدراسة.

الفرضية الرئيسية:

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعوامل استخدام أنظمة

الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعادها مجتمعة (سهولة الاستخدام، الأمان، الثقة) على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية.

يمثل الجدول (21) نتائج الاختبار الإحصائي لنموذج هذه الفرضية وتمثل بوجود مجموعة من

المتغيرات المستقلة (سهولة الاستخدام، الأمان، الثقة) ومتغير تابع واحد يمثل (رضا العملاء).

أظهرت نتائج الاختبارات الإحصائية أن عوامل أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول مجتمعة

تلعب دوراً كبيراً في تفسير التباين في رضا العملاء، حيث تفسر نسبة 38.6% من هذا التباين.

بالإضافة إلى ذلك، أظهر معامل الارتباط قيمة قوية بلغت 0.621، مما يؤكد وجود علاقة إيجابية وواضحة بين العوامل المدروسة ورضا العملاء.

برزت سهولة الاستخدام كأقوى عامل تأثير، حيث حققت أعلى قيمة ($\beta = 0.549$)، مما يوضح أهميتها الكبيرة في تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم عن الأنظمة. إلى جانب ذلك، أظهرت الثقة تأثيراً قوياً أيضاً ($\beta = 0.348$)، مما يشير إلى دورها الحاسم في تعزيز العلاقة بين العملاء والبنوك، خاصة فيما يتعلق بأنظمة الدفع. أما الأمان، فعلى الرغم من ظهوره كعامل مؤثر في الاختبارات الفردية، إلا أنه لم يحقق معنوية إحصائية في النموذج الجماعي. قد يعود ذلك إلى تداخل تأثير الأمان مع تأثير سهولة الاستخدام والثقة، مما يجعل مساهمته أقل وضوحاً عند تحليل العوامل مجتمعة.

وبناء على ما سبق فإننا نرفض الفرضية العدمية، حيث ثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha > 0.05$) لعوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعادها مجتمعة (سهولة الاستخدام، الأمان، الثقة) على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية.

الجدول رقم (21) نتائج اختبار أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعاده مجتمعة في رضا العملاء

مستوى الدلالة	قيمة (T)	قيمة (Beta)	الانحراف المعياري	أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول
*0.00	3.555	0.259	0.057	سهولة الاستخدام
0.092	1.691	0.121	0.059	الأمان
*0.00	3.514	0.348	0.096	الثقة
	0.621			قيمة (R)
	0.386			قيمة (R ²)
	29.477			قيمة (F) المحسوبة
	375/8			درجة الحرية DF
	1.94			قيمة (F) الجدولية
	*0.00			مستوى الدلالة (sig)
	رفض			نتيجة الفرضية العدمية

* ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha > 0.05$)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الاولى:

HO.1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبعد سهولة الاستخدام على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول لقد تم استخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط والمتمثل بوجود متغيرات المستقل واحد (سهولة الاستخدام) ومتغير تابع واحد يمثل (رضا العملاء)، وتشير النتائج في الجدول (22) إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($a > 0.05$) حيث بلغ مستوى الدلالة (0.00) وقد ظهر أيضا من خلال قيمة T المحسوبة والبالغة (4.750) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96) كما بينت قيمة R2 البالغة (0.056) وهذا يعني أن 5.6% من التغير الحاصل في (سهولة الاستخدام) يعود على التغير في رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية، وتعتبر العلاقة ضعيفة بين المتغيران كون قيمة R= 23.6%.

وبناءً على ما سبق فإننا نرفض الفرضية العدمية HO 1، حيث ثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($a > 0.05$) لبعد سهولة الاستخدام على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول

الجدول رقم (22) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الاولى

المتغير المستقل	قيمة (T) المحسوبة	قيمة الجدولية (T)	مستوى الدلالة (sig)
سهولة الاستخدام	4.750	1.9600	*0.00
قيمة (R)	0.239		
قيمة (R ²)	0.056		
قيمة (F) المحسوبة	22.559		
درجة الحرية DF	383		
نتيجة الفرضية العدمية	رفض		

نو دلالة إحصائية عند مستوى ($a > 0.05$)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

HO.2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبعء الأمان على

رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

لقد تم استخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط والمتمثل بوجود متغيرات المستقل واحد (الأمان)

ومتغير تابع واحد يمثل رضا العملاء وتشير النتائج في الجدول (23) إلى وجود أثر ذو دلالة

إحصائية عند مستوى ($a > 0.05$) حيث بلغ مستوى الدلالة (0.00) وقد ظهر أيضا من خلال قيمة

T المحسوبة والبالغة (4.334) وهي اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96) كما بينت قيمة R2

البالغة (0.047) وهذا يعني أن 4.7% من التغير الحاصل في الامان يعود على التغير في رضا

العملاء في البنوك التجارية الاردنية، وتعتبر العلاقة ضعيفة بين المتغيران كون قيمة $R = 21.6\%$.

وبناءً على ما سبق فإننا نرفض الفرضية العدمية HO ، حيث ثبت وجود اثر ذو دلالة إحصائية

عند مستوى معنوية ($a > 0.05$) لبعء الأمان على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية في

استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

الجدول رقم (23) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

مستوى الدلالة (sig)	قيمة (T) الجدولية	قيمة (T) المحسوبة	المتغير المستقل
*0.00	1.9600	4.334	الامان
	0.216		قيمة (R)
	0.047		قيمة (R ²)
	18.782		قيمة (F) المحسوبة
	383		درجة الحرية DF
	رفض		نتيجة الفرضية العدمية

ذو دلالة إحصائية عند مستوى ($a > 0.05$)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

HO.3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبعء الثقة على رضا

العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

لقد تم استخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط والمتمثل بوجود متغيرات مستقل واحد (الثقة)

ومتغير تابع واحد يمثل (رضا العملاء)، وتشير النتائج في الجدول (24) إلى وجود أثر ذو دلالة

إحصائية عند مستوى ($a > 0.05$) حيث بلغ مستوى الدلالة (0.00) وقد ظهر أيضاً من خلال قيمة

T المحسوبة والبالغة (4.808) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (1.96) كما بينت قيمة R2

البالغة (0.057) وهذا يعني أن 5.7% من التغير الحاصل في الثقة يعود على التغير في رضا

العملاء في البنوك التجارية الأردنية، وتعتبر العلاقة ضعيفة بين المتغيران كون قيمة $R = 23.9\%$.

وبناءً على ما سبق فإننا نرفض الفرضية العدمية HO، حيث ثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية

عند مستوى معنوية ($a > 0.05$) لبعء الثقة على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام

أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

الجدول رقم (24) نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

مستوى الدلالة (sig)	قيمة (T) الجدولية	قيمة (T) المحسوبة	المتغير المستقل
*0.00	1.9600	4.808	الثقة
	0.239		قيمة (R)
	0.057		قيمة (R ²)
	23.118		قيمة (F) المحسوبة
	383		درجة الحرية DF
	رفض		نتيجة الفرضية العدمية

الفصل الخامس

مناقشة النتائج والتوصيات

يتناول هذا الفصل من هذه الدراسة أهم النتائج التي تم التوصل بعد تحليل النتائج الواردة في الفصل الرابع في ظل نتائج التحليل الإحصائي الوصفي واختبار الفرضيات وفقاً لاستجابات أفراد عينة الدراسة، وبناء على النتائج التي تم التوصل إليها تم تقديم مجموعة من التوصيات العلمية لتعميق النهج العلمي للدراسة والعملية القابلة للتطبيق وتم ذكر النتائج والتوصيات الأخرى والفئات التي سوف تستفيد من هذه الدراسة.

مناقشة النتائج:

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

مناقشة ابعاد أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول

- أظهرت نتائج مستوى المتوسطات الحسابية لفقرات سهولة الاستخدام لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول أنها كانت مرتفعة، وهذا يفسر ان البنوك التجارية الأردنية تقدم خدمات أنظمة الدفع عبر الهاتف بصورة يسهل استخدامها من قبل العملاء، ولا تحتاج الى كثير من العناء والجهد عند اجراء العميل لأي عملية دفع عبر الهاتف المحمول وتتفق هذه النتيجة مع دراسة طبائبية وخروف (2023) التي اشارت إلى وجود أثر إيجابي لبعدها سهولة الاستخدام ودراسة Alrabei et al. (2022) التي اكدت على وجود أثر لبعدها سهولة الاستخدام على انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في تحقيق رضا العملاء، ودراسة المنصور والكرغلي (2023) ودراسة (Mozdzyński & Cellary، 2021) التي كشفت ان هناك تأثير إيجابي ومعنوي على رضا العملاء لبعدها سهولة الاستخدام.

- أظهرت المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات الأمان لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول أنها كانت مرتفعة، وهذا يفسر ان البنوك التجارية الأردنية تقوم بمسؤولياتها كاملة نحو حماية بيانات العملاء والحفاظ على سريتها وعدم كشف الإجراءات التي يقوم بها العميل على أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول لأي أحد الا بموافقته، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة طبائية وخروف (2023) التي اكدت على وجود أثر إيجابي لبعد الثقة حيث تتضمن استخدام أنظمة الدفع خلال 24 ساعة وكل أيام الأسبوع وبسرعة فائقة وبتكلفة أقل، وبدون التقاء مكاني بين العميل والمصرف.

- أظهرت المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات الثقة لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول أنها كانت مرتفعة، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة طبائية وخروف (2023) التي اكدت على وجود أثر إيجابي لبعد الثقة .

مناقشة نتائج رضا العملاء

- أظهرت المتوسطات والانحرافات المعيارية لفقرات المتغير التابع رضا العملاء أنها مرتفعة حيث، وتفسر هذه النتيجة أن رضا العملاء لا يتشكل فقط من توفر الخدمة فقط، ونوعيتها، كذلك فإن ملاءمة الخدمة لحاجات العميل، ومدركاته حول سهولة استخدامه لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، إضافة إلى أن التغيير السريع في عالم الاتصالات، قد يسهم في تغيير طبيعة بعض الخدمات التي من شأنها أن تحدث بعض الإرباك لدى فئة معينة من العملاء الذين لا يتكيفون سريعاً مع التغييرات المستمرة في عالم الاتصالات والخدمات المرتبطة فيها. إضافة إلى أن بعض أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول تتطلب أن يراجع فيها العميل أحد فروع البنك، الأمر الذي يرفضه العميل باعتباره هدراً للوقت والجهد عند الجمع ما بين أنظمة

الدفع عبر الهاتف المحمول وأساليب الدفع التقليدي، وهذا يفسر رضا العملاء عن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول والتي تقدمها البنوك التجارية الأردنية وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Aga. 2024) ودراسة العريفي وحسينكان (2023) التي اشارت الى تأثير الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء.

مناقشة الفرضيات:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأبعادها مجتمعة (سهولة الاستخدام، الأمان، الثقة) على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية، ويعزى ذلك إلى حرص البنوك التجارية الأردنية على تنمية وتطوير خدماتها لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، وتحسين جودتها بحيث تحقق محافظة جيدة على الزبائن، وتعظم أرباحها. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة الوافي (2020) التي أشارت الى أن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر تطبيقات الموبايل له تأثير في الميزة التنافسية للبنك من ناحية سهولة وسرعة الاستخدام، والشعور بالثقة والخصوصية، ودراسة دحماني وزروقي (2022) ان استخدام الهاتف المحمول في الأعمال المصرفية ولا سيما أنظمة الدفع يؤدي الى تحقيق رضا العملاء وكسب ولاءهم في البنوك التجارية، وكذلك دراسة الشرايبي (2024) ودراسة يازجي (2023) ودراسة طبايبيية وخروف (2023) دراسة (Alhammadi & Tari (2020) التي اوصت بضرورة أن تستخدم إدارة البنوك التجارية الهاتف المحمول بأنظمة الدفع لما له من فوائد عديدة، ودراسة عبد القادر وآخرون (2023) التي اكدت على وجود تأثير معنوي إيجابي لخدمات الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبعء سهولة الاستخدام على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، ويعزى ذلك إلى إدراك البنوك التجارية الأردنية مدى أهمية تعزيز سهولة الاستخدام لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بهدف تحقيق رضا العملاء، والمحافظة عليهم، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة أمية (2022) في ان هناك أهمية لأنظمة الدفع من سرعة الأداء وكفاءة وسهولة استخدامها، كما أدت دراسة الوافي (2020) أن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر تطبيقات الموبايل له تأثير في الميزة التنافسية للبنك من ناحية سهولة وسرعة الاستخدام، والشعور بالثقة، وكذلك دراسة برينس وتيلاني (2019) التي توصلت إلى أن مستوى رضا العملاء كان مرتفعاً بعد سهولة الاستخدام .

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبعء الأمان على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Arilesere et al 2021) التي أوصت بالاهتمام ببعء الأمان في حماية بيانات العملاء بضمان حماية أنظمة الدفع من التهديد من قبل المتسللين، ودراسة (Hajazi 2021) ودراسة Alrabei et al 2022، التي اكدت على وجود أثر لبعء الأمان على أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في تحقيق رضا العملاء .

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لبعء الثقة على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول ويعزى ذلك إلى تأكيد البنوك التجارية الأردنية على أهمية تعزيز الثقة لدى العملاء بأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول لأنها السبيل الوحيد لتحقيق التطور والتقدم والتميز في تقديم الخدمات المصرفية. تتفق نتائج هذه الدراسة

مع دراسة Shankar et al، 2020 التي اكدت ان هناك دور لبعء الثقة في انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

الاستنتاجات

بناءً على تحليل التحليل الاحصائي واختبارات الدراسة فقد تبين ان البنوك التجارية الأردنية في عمان تُطبق أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، وتتبنى سياسات واجراءات متوافقة مع الممارسات العالمية الرائدة في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، مما يعزز ويحقق عملاء البنوك التجارية المقدمة، إضافة إلى وجود محاكاة بين خدمات ال أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول مع رضا العملاء عن تلك الخدمات حيث تعد أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول متوائمة مع مهارات العملاء

التوصيات

بناء على نتائج هذه الدراسة ونتائج الدراسات السابقة، وضعت الباحثة مجموعة من التوصيات:

- يجب على البنوك التجارية مواكبة التطورات والمستجدات في عالم التكنولوجيا فيما يخص

أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول لما لهذه الأنظمة من أثر إيجابي على سمعة البنوك

التجارية الأردنية وتحقيق المزايا التنافسية

- تصميم واجهات مستخدم بسيطة وسهلة التفاعل.

- تقديم إرشادات واضحة ومباشرة لتسهيل استخدام أنظمة الدفع على مختلف الفئات من العملاء.

- ضمان الشفافية في العمليات وتعزيز الموثوقية من خلال تبني سياسات تواصل فعالة مع

العملاء.

- توفير تحديثات دورية تركز على الأمان والخصوصية لطمأنة العملاء.

- تعزيز تقنيات التشفير وآليات الحماية من الاحتيال لتوفير بيئة آمنة للتعاملات المالية.

- تحسين وسائل الأمان حتى وإن لم تكن ذات تأثير قوي في التحليل الجماعي، لأنها تعد عنصراً

أساسياً لبناء ثقة طويلة الأمد.

- الدمج بين سهولة الاستخدام، الثقة، والأمان في استراتيجية موحدة تهدف إلى تحسين تجربة

العملاء بشكل شامل.

- إنشاء آليات استبيان دورية للحصول على آراء العملاء حول نقاط القوة والضعف في الأنظمة

وتحسينها بناءً على التغذية الراجعة.

- تلقي الدراسة الضوء على أهمية سهولة الاستخدام والثقة كعاملين رئيسيين في تعزيز رضا

العملاء عن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول. وعلى الرغم من أن الأمان لم يظهر تأثيراً

قويًا في التحليل الجماعي، إلا أنه يظل ركيزة أساسية يجب معالجتها لضمان تجربة متكاملة تلبي احتياجات العملاء.

- ضرورة قيام البنوك التجارية بنشر ثقافة الخدمات أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بين العملاء والعمل على تفعيل مزايا خدمات أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول من خلال اعتماد نهج شامل يركز على تحسين هذه الأبعاد الثلاثة من شأنه أن يعزز رضا العملاء، ويشجعهم على تبني أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بشكل أوسع.

- تعزيز سبل التواصل مع العملاء من خلال الأدوات التكنولوجية ووسائل التواصل الاجتماعي التي تضمن سرعة الاستجابة وتعزيز الاهتمام بالعملاء؛ من خلال الاستماع إلى شكاويهم، وحل مشكلاتهم، والاجابة عن استفساراتهم، بإيجاد الحلول الناجعة من خلال استحداث وحدة شكاوى الكترونية.

- وضع نظام متكامل في كل بنك لقياس وتحليل رضا العملاء عن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول وذلك لمتابعة ما يمكن أن يطرأ من تغييرات على أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، ولمواكبة التطورات التي يمكن أن تحصل على توقعات وحاجات العملاء.

- توصي الدراسة مزودي أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بتحديث وسائل الحماية وأمن الدفع الإلكتروني على مواقعهم بشكل مستمر لتواكب وسائل الاختراق المتجدد.

- توصي الدراسة بأهمية اجراء صيانة دورية لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول لمواجهة أي مشاكل مستقبلية.

التوصيات المتعلقة بالدراسات المستقبلية:

1. القيام بدراسة مستقبلية تستطلع آراء موظفي شركات مزودي أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول حول العوامل المؤثرة في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.
2. تقترح الدراسة إجراء دراسة مكملة لهذه الدراسة بحيث تشمل عدد أكبر من العوامل المؤثرة في استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، وعلى عينة أكبر بحيث تشمل كل المصارف المقدمة للخدمة في كل المحافظات الأردنية.
3. إجراء دراسة مقارنة بين البنوك التجارية الأردنية والبنوك الإسلامية الأردنية في بيان أثر استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء.
4. إجراء دراسة بإضافة متغيرات جديدة لاستخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية:

إبراهيم، لغط (2022). قياس أثر إدارة علاقات العملاء الإلكترونية على درجة ثقة ورضا عملاء شركة اتصالات الجزائر من وجهة نظر العملاء. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، 9(1) 1330-1347.

ارحومة، مفتاح. (2023). تطور الخدمات المصرفية وأثرها في زيادة معدل رضا العملاء دراسة ميدانية على مصرف سبها، المجلة الأمريكية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 3(3)، ص 101-114.

بابا، بسمة. (2022). دور أدوات الدفع الإلكترونية في رضا الزبون: دراسة حالة عينة من زبائن بنك التنمية المحلية وكالة ورقلة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصر وبسام، ورقلة، الجزائر.

باسبلي، مكرم: (2020). المعاملات المصرفية، المنصورة، المكتبة العصرية.

برينس، أسماء وتلياني، حسنى (2019). دور نظم الدفع الإلكتروني في تحقيق رضا الزبون: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة ميله-، رسالة ماجستير، المركز الجامعي عبدالحفيظ بوالصوف ميله، الجزائر.

بلالطة، خالد، بلقلي، رنده. (2021). متطلبات استخدام الهاتف المحمول في تقديم خدمات الدفع، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربية التبسي، الجزائر.

بن شلاط، مصطفى. (2022). واقع الصيرفة الإلكترونية ووسائل الدفع في الجزائر. مجلة البشائر الاقتصادية، 8، (1)، 92 - 106.

بندق، مصطفى (2021). الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، القاهرة، دار الفكر الجامعي.

بوديالة، فايزة (2023). إرساء خدمة الدفع بالهاتف النقال لإقلاع الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، 7(1)، 158.

ثابت، أحلام، فضيلة بن عبيد. (2021). دور لمعرفة وسائل الدفع في تحسين فاعلية البنوك الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد البشر الإبراهيمي الجزائر.

الحديدي، ابتهاج. (2020). المقاصد المصرفية الإلكترونية دراسة مقارنة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.

حسن، ريم (2020). تقديم الخدمات البنكية عبر الموبايل رسالة ماجستير، المعهد العالي لإدارة الأعمال دمشق.

حسون، عتاب يوسف (2020). أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء " دراسة ميدانية في المصارف الخاصة العاملة في سورية". مجلة جامعة حماة، 3(13)

الحمود، روان هاني. (2020). تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على التنمية الاقتصادية في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن.

حميد، سماح علي عبد العزيز. (2022). العوامل المؤثرة في تبني عملاء بنك التسليف التعاوني الزراعي للخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال. مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية (60)، 194 – 150.

الخزاعلة، صهيب. (2022). دور إدارة علاقات العملاء على رضا العميل في شركات المحافظ الإلكترونية الأردنية وأثرها على رضا العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن.

خليل، مضر. (2021). أثر استخدام الخدمات المصرفية على رضا الزبائن، رسالة ماجستير غير منشورة، المعهد العالي لإدارة الأعمال، سوريا.

الدبابنة، سوار. (2023). أثر تبني التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة في البنك التجاري الأردني، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة الشرق الأوسط، عمان الأردن.

دحماني، محمد وزروقي، خالد (2022). اثر التسويق الإلكتروني للخدمات المصرفية بواسطة الهاتف النقال في تحقيق رضا العملاء: دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة تيارت، رسالة ماجستير، جامعة ابن خلدون-تيارت، الجزائر.

أبو دربان، فايزة (2023). إرساء خدمة الدفع بالهاتف النقال لإقلاع الدفع الإلكتروني في الجزائر،

مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، 7(1)، 158-172

الدرادكة، قيس. (2023). أثر جودة الخدمات الإلكترونية في رضا العملاء: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة البلقاء التطبيقية، عمان، الأردن.

ر، فريد وعقون، زوبير (2023). اثر جودة خدمات مؤسسة سونلغاز على رضا العملاء: دراسة حالة وحدة ميلا، رسالة ماجستير، المركز الجامعي عبدالحفيظ بالصوف ميله، الجزائر.

أبو ارقية، فؤاد. (2021). أثر أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين جودة نظم المعلومات المحاسبية في شركات الخدمات التجارية المساهمة العامة الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت المفرق، الأردن.

الراشدي، زينة. (2021). تحديد القوى الدافعة المؤثرة على نية سلوك المستخدم تجاه تبني محافظة الهاتف المحمول في عمان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السلطان قابوس، عُمان.

رمزي، بودرجة (2023). أثر جودة الخدمات البنكية الإلكترونية على رضا العميل- دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الطارف، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، 10(1)، 276-295.

السرحدان، نشوى. (2020). أثر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت المفرق، الأردن.

سلام، أسامة (2021). قياس اثر ابعاد التسويق الرقمي في كسب رضا العملاء: دراسة تطبيقية على عينة من عملاء الشركة المصرية العامة للسياحة والفنادق (ابجوث). مجلة التجارة والتمويل، 41(3). 107-165.

السميرات، محمد والعضايلة، رائد (2017). العوام المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء: دراسة ميدانية إقليم الجنوب - الأردن، مجلة جامعة الشارقة، 14(1). 191-210.

الشرايبي، محمد. (2024). أثر وسائل الدفع الإلكترونية في كفاءة الأداء المصرفي، مجلة الريادة للمال والأعمال، 5(2)، ص143-152.

شعار، فرح. (2022). *العوامل المؤثرة في تبني نظام الدفع بوساطة الهاتف المحمول*، رسالة ماجستير الجامعة الافتراضية السورية، دمشق.

الشوره، جلال. (2022). *وسائل الدفع الإلكترونية الاسكندرية*، دار الثقافة للنشر والتوزيع.

الصباغ، فؤاذ (2021). *التسويق وإدارة الحملات عبر شبكات التواصل الاجتماعي وتأثيرات الإعلانات الإلكترونية، ملفات الأبحاث في الاقتصاد والتيسير العدد (8)*، ص 40-61.

طاشمان، يزن عقلة. (2023). *أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول على ربحية البنوك التجارية الأردنية*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن.

طبايبي، رمزي وخروف، منير (2023). *العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول -دراسة حالة مصرف Banxy*، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، 16(1). 9-26.

طه، مصطفى. (2022). *الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة*، عمان، دار الثقافة للنشر والتوزيع.

عبدالحاميد، طلعت وعشري، تامر ورجب، كريم (2022). *دور الثقة في المنصة كمتغير وسيط في العلاقة بين القيمة المدركة لخدمات المواصلات التشاركية ونوايا الاستمرار في استخدام المنصة دراسة تطبيقية على عملاء شركات المواصلات التشاركية في مصر*، المجلة المصرية للدراسات التجارية، 46(3). 201-250.

عبدالقادر، محمد، دكروري، منى، أسطومي، محمد. (2023). *محددات رضا العملاء عن خدمات الدفع عن طريق الهاتف المحمول: الدور المعدل لابتكارية العمال المجلة المصرية للدراسات التجارية، 47(2)*، ص 105-146.

عبيدات، لورين سليمان. (2021). *أثر أنظمة الدفع الإلكترونية في أداء البنوك الإسلامية الأردنية*، رسالة دكتوراة، جامعة اليرموك كلية الشريعة والدراسات الإسلامية، الأردن.

آل عزيز، سعيد وعبدالقادر، سليم (2023). *اثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على البنك الأهلي السعودي*، مجلة دراسات إقليمية، 17(55). 359-394.

عطية، سالم. (2020). *بطاقة الدفع الإلكترونية وأهميتها في عصرنا الحديث*، منشورات معهد الدراسات المصرفية، القاهرة.

العلي، عمر. (2021). *النية المستمرة لاستخدام الدفع بواسطة الهاتف المحمول: الأردن حالة دراسية* رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك، الأردن.

غنام، شريف. (2021). *محفظة النقود الإلكترونية رؤية مستقبلية*، القاهرة دار الجامعة الجديدة.

الفندي، صدام. (2023). *أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المفرق.

القطارنة، شهد. (2022) *أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا عملاء البنوك التجارية العاملة في محافظة الكرك*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الكرك، الأردن.

القماز، خلدون. (2021). *أثر الذكاء الاستراتيجي في جودة الخدمات المصرفية الأردنية الوسيط للمرونة الاستراتيجية في البنوك التجارية الأردنية*، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العلوم الإسلامية العالمية عمان، الأردن.

كنة، هنا. (2022). *واقع تطبيق أنظمة الدفع الإلكترونية واثرها على الأداء المصرفي*، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الافتراضية، السورية، دمشق، سوريا.

أبو ليلي، مراد. (2023). *أثر تطبيق عربي اسلامي، موبايل النكي على رضا العملاء*، دراسة ميدانية على عملاء البنك العربية الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الزرقاء، الأردن.

محمد، دعاء (2023). *اليقظة التسويقية للخدمات المصرفية واثرها على رضا العملاء كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على البنك الأهلي بجمهورية مصر العربية*، مجلة البحوث المالية والتجارية، 24(4). 378-422.

محمود، نعمة، وآخرون. (2022). *أثر قبول التسويق عبر الهاتف المحمول على ولاء العملاء دراسة ميدانية على البنوك التجارية المصرية المجلة الاقتصادية*، جامعة السويس، العدد 18.

المطيري، فهد مطر (2022). *أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا*. 18 (29)، 244223

المعز، صابر وآخرون. (2020). نظم الدفع عبر الهاتف المحمول، امانة محافظي المصارف المركزية ومؤسسات النقد العربي، القاهرة.

المعيوفي، حنان محمد بوذهب، إيمان الصالحين (2022). أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء - ثقة العملاء عامل وسيط دراسة تطبيقية على المصرف التجاري الوطني - غريان مركز البحث وتطوير الموارد البشرية - رماح. 629-662.

نزال، سناء. (2020). العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الأردنية الدور المعول للثقة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عمان العربية، الأردن.

أبو النصر، مدحت. (2022). مدخل التسويق الاجتماعي مجلة القاهرة للخدمة الاجتماعية، المعهد العالي للخدمة الاجتماعية بالقاهرة، 43(1).

الياسين، إيناس. (2021). أثر عوامل نموذج قبول التكنولوجيا في استخدام خدمات الدفع الإلكترونية عبر الهاتف المحمول، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة العلوم الإسلامية، عمان، الأردن.

أبو يونس، عبير إبراهيم. (2024). أثر أنظمة الدفع الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية في عمان 2012 - 2022، رسالة ماجستير، جامعة آل البيت، المفرق، الأردن.

- Aduaka, U., & Awolusi, O. D. (2020). Electronic banking and profitability in the Nigerian banking industry. *Information Management and Business Review*, 12(2 (I)), 20-37
- Ahmad, A. (2024). Ethical implications of artificial intelligence in accounting: A framework for responsible ai adoption in multinational corporations in Jordan. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 401-414.
- Ahmad, A. R., & Abu Hussein, H. M. (2023). The Impact of Organizational Commitment on the Quality of Electronic Services with Organizational Learning as a Mediating Variable in Foreign Commercial Banks Operating in Jordan. *Journal of Economic, Administrative and Legal Sciences*, 6(6), 89-115. (in Arabic).
- Al Aziz, S. B., & Abdelkader, S. M. A. (2023). The Impact of Electronic Banking Service Quality on Customer Satisfaction: An Applied Study on the National Commercial Bank of Saudi Arabia. *Mosul University Center for Regional Studies*, 17(55), 359-394. (in Arabic).
- Alghadi, Mohammad Yousef. (2024). The influence of some fintech service on the performance of Islamic bank in Jordan. *International Journal of Data and Network Science*. 8:393-400
- Alhammadi, A. A., & Tariq, M. U. (2020). The Impact of Quality E-payment System on Customer Satisfaction. *Journal of Critical Reviews*, 7(15), 5438-5447.
- Alkhatib, A. W., & Valeri, M. (2024). Can intellectual capital promote the competitive advantage? Service innovation and big data analytics capabilities in a moderated mediation model. *European Journal of Innovation Management*, 27(1), 263-289
- Almansour, B., & Elkrgli, S. (2023). Factors Influencing Customer Satisfaction on E-Banking Services: A Study of Libyan Banks. *International Journal of Technology, Innovation and Management (IJTIM)*, 3(1), 34-42.
- Al-Mutairi, F. M. (2022). The Impact of Electronic Banking Service Quality on Customer Satisfaction in Saudi Islamic Banks. *Journal of North African Economics*, 18(29), 223-244. (in Arabic).
- Al-Mutairi, F. M. (2022). The Impact of Electronic Banking Service Quality on Customer Satisfaction in Saudi Islamic Banks. *Journal of North African Economics*, 18(29), 223-244
- Alrabei, A. M., Al-Othman, L. N., Al-Dalabih, F. A., Taber, T. A., & Ali, B. J. (2022). The impact of mobile payment on the financial inclusion rates. *Information Sciences Letters*, 11(4), 1033-1044.
- Arilesere, M. S., Olaleye, B. R., Asaolu, A. A., & Akienabor, E. (2021). Digital electronic payment and bank performance in Nigeria. *Ann Spiru Haret Univ Econ S*, 21(4), 327-40

- Awwad, Bahaa Sobhi (2021). The role of e-payments in enhancing financial performance: A case study of the Bank of Palestine. *Banks and Bank Systems*, 16(4): 114-124.
- Benlakehal, Mohamed Amine. (2021). The Relationship of Applying Electronic Payment Systems to Improving Banks Services Quality's from the Viewpoint of Bank's Employees: A Case Study of Commercial Banks in Algeria. *Macroeconomics and International Finance Laboratory*. 7(2):849-864.
- Bhaskar, A. & Hebbar, C. K. (2023). Understanding customer satisfaction of electronic banking: an empirical study in dakshina kannada district of karnataka state. *Epra International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 9(1), 28-31
- Dandis, A. O., Al Haj Eid, M., Griffin, D., Robin, R., & Ni, A. K. (2023). Customer lifetime value: the effect of relational benefits, brand experiences, quality, satisfaction, trust and commitment in the fast-food restaurants. *The TQM Journal*, 35(8), 2526-2546
- Eren, B. A. (2021). Determinants of customer satisfaction in chatbot use: evidence from a banking application in Turkey. *International Journal of Bank Marketing*, 39(2), 294-311
- Harisi, M. R., & Hiwono, E. M. (2024). Pengaruh Chatbot Usage terhadap Customer Satisfaction. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi (JIMEA)*, 1(2), 66-73
- Karim, M. W., Chowdhury, M. A. M., & Haque, A. A. (2022). A Study of Customer Satisfaction Towards E-Wallet Payment System in Bangladesh. *American Journal of Economics and Business Innovation*, 1(1), 1-10.
- Li, X., Zhao, X., & Pu, W. (2020). Measuring ease of use of mobile applications in e-commerce retailing from the perspective of consumer online shopping behaviour patterns. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102093.
- Muhtasim, D. A., Tan, S. Y., Hassan, M. A., Pavel, M. I., & Susmit, S. (2022). Customer satisfaction with digital wallet services: an analysis of security factors. *Int. J. Adv. Comput. Sci. Appl*, 13, 195-206.
- Okonkwo, A. A., & Ekwueme, C. M. (2022). Effect of electronic payment on financial performance of Nigeria Deposit Money Banks. *Int J Adv Acad Res*, 8(3), 105-17
- Prasad, T. Srinivas. (2021). Payment and Settlement Systems and the Role of Central Bank- A Case Study of Sultanate of Oman. *International Journal of Research Publication and Reviews*. 2(8):1497-1504.
- Salem, S.F. and Alanadoly, A.B. (2024) Driving customer engagement and citizenship behavior in omnichannel retailing: evidence from the fashion sector, *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, 28, (1) 98-122.
- Srivastava, S., & Singh, N. (2022). An integrated model predicting customers' continuance behavioral intention and recommendations of users: a study on mobile payment in emerging markets. *Journal of Financial Services Marketing*.

- Suriyanti, S., & Wahyudi, W. (2023, November). Customer Satisfaction and Customer Loyalty: The Mediating Role of Trust (A Study of Banking Industries in Makassar). In *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia-e-ISSN 3026-4499* (Vol. 1, pp. 843-858).
- Thirumurthilu, N., Tiagoo, K., Kamarudin, N. A. N., & Zaber, P. A. N. M. (2023). *Factors that affecting customer satisfaction on online shopping among the students of University Malaysia Kelantan* (Doctoral dissertation, Universiti Malaysia Kelantan).
- Torki, L., Rezaei, A., & Razmi, S. F. (2020). The effects of electronic payment systems on the performance of the financial sector in selected Islamic Countries. *International Journal of New Political Economy*, 1(1), 113-121.
- Tsindeliani, I. A., Proshunin, M. M., Sadovskaya, T. D., Popkova, Z. G., Davydova, M. A., & Babayan, O. A. (2022). Digital transformation of the banking system in the context of sustainable development. *Journal of Money Laundering Control*, 25(1), 165- 180.
- Zhang, J., Chen, Q., Lu, J., Wang, X., Liu, L., & Feng, Y. (2024). Emotional expression by artificial intelligence chatbots to improve customer satisfaction: Underlying mechanism and boundary conditions. *Tourism Management*, 100, 104835.

الملاحق

ملحق رقم (1): استبانة الدراسة

ملحق رقم (2): قائمة محكمي الاستبانة

ملحق رقم (3): كتاب تسهيل المهمة

ملحق رقم (1)**استبانة الدراسة**

جامعة الشرق الأوسط

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا

قسم إدارة الأعمال

أختي الفاضلة / أخي الفاضل

تحية طيبة وبعد،،،

نأمل ان تقدم جزءاً من وقتك وتتعاون معنا في ملء الاستبانة الخاصة بدراسة " أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء بالبنوك التجارية الأردنية ". حيث تعد كجزء من متطلبات نيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال من جامعة الشرق الأوسط

نضع أمامكم بعض الملاحظات التي نود الانتباه إليها عند ملء الاستبانة بإجاباتكم:

1. أن الدراسة يُعول كثيراً على تعاون السادة المشاركين بملء كافة حقول الإجابة بدقة ووضوح واستناداً إلى التجربة الميدانية العميقة خلال فترة خدمتكم في هذا الحقل والتي ستساهم حتماً في انجاح هذا المسعى.

2. ليس هناك ضرورة لذكر الاسم إذ سيتم التعامل مع إجاباتكم بسرية تامة، وسوف نستعرض النتائج

الإجمالية بشكل مجاميع ومؤشرات إحصائية عامة وتستخدم حصراً لأغراض البحث العلمي فقط.

3. يكتفى بوضع علامة (✓) أمام الإجابة الأكثر انطباقاً مع آرائكم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

الطالبة

سالي مخلد المناصير

المشرف

الأستاذ الدكتور

احمد الغندور

أولاً: الخصائص الديمغرافية

1. الجنس: ذكر أنثى
- (2) العمر: 25 سنة فأقل 26-35 سنة 36-45 46 سنة فأكثر
- (3) المؤهل: ثانوية عامة فما دون بكالوريوس دراسات عليا
- (4) الوظيفة: موظف حكومي موظف قطاع خاص طالب اعمال حرة
- (5) عدد مرات الاستخدام لنظام الدفع عبر الهاتف المحمول يوميا اسوعيا نائرا شهريا
- (6) الوسيلة التي تستخدم لغايات الدفع عبر الهاتف المحمول البطاقة الالكترونية المحفظة الالكترونية (اورنج مني، زين كاش، دينرك،..)
- التطبيقات البنكية(كليك) وسائل وانظمة دفع اخرى
- (7) عدد البنوك التي تعامل معها بنك واحد فقط بنكين فأكثر
- (8) فترة الاستخدام لخدمات نظام الدفع عبر الهاتف المحمول أقل من سنة 2-5 سنوات فأقل 6 سنوات فأكثر
- (9) استخدم نظام الدفع عبر الهاتف المحمول في: دفع الفواتير التحويل المالي خدمات اخرى

الجزء الثاني: أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول:

العبارات التالية تتعلق بأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، الرجاء التكرم بوضع علامة (✓) أمام الإجابة الأكثر انطباقاً مع آرائكم.

رقم العبارة	العبارة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق إطلاقاً
أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول:						
أولاً- سهولة الاستخدام:						
1	يوفر البنك أنظمة دفع عبر الهاتف المحمول سهلة الاستخدام تراعي كافة شرائح العملاء					
2	يوفر البنك للعميل الوصول للمعلومات على أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسرعة					
3	يوفر البنك تصميم مبتكر لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول					
4	يوفر البنك أنظمة دفع تناسب جميع أجهزة الهاتف المحمول					
5	يوفر البنك خيارات التنقل على أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسلاسة					
ثانياً- الامان:						
6	يوفر البنك الخصوصية لجميع عمليات الشراء والدفع والتحويل عبر الهاتف المحمول					
7	يوفر البنك نظام حماية لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول في حالة تم خرقه.					
8	يتعامل البنك مع مشاكل أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بسرعته					
9	يتعامل البنك بدرجة كبيرة من الامان عند اجراء عمليات الدفع عبر الهاتف المحمول					
10	يوفر البنك للعميل اتصال دائم عند استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول					
ثالثاً- الثقة:						

لا أتفق إطلاقاً	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماماً	العبارة	
					يقدم البنك ضمانات كافية لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول تجعل العملاء يشعرون بالراحة إزاء استخدامها	11
					يوفر البنك خدمات متناسقة للعميل عند استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	12
					يوفر البنك لعملائه خاصية التحكم بجميع عمليات الدفع عبر الهاتف المحمول	13
					يقدم البنك أنظمة دفع عبر الهاتف المحمول تحظى بثقة عالية من طرف عملاءه	14
					يلتزم البنك بتقديم خدمات أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول كما وعد بها	15
ثانياً: رضا العملاء						
					يقوم البنك بقياس رضا العملاء عن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	16
					يقدم البنك خدمات عمليات الدفع عبر الهاتف المحمول على مدار الساعة	17
					يستجيب البنك بسرعة لشكاوى العملاء عن أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	18
					يقدم البنك أنظمة دفع عبر الهاتف المحمول متنوعة	19
					يلبي البنك من خلال أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول احتياجات العملاء	20
					يطور البنك خدمات أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول لإرضاء العميل.	21
					يقدم البنك أنظمة دفع عبر الهاتف المحمول تجعلني انصح الآخرين باستخدامها	22

لا أتفق إطلاقاً	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماماً	العبارة	
					يختصر البنك الوقت عند تقديمه انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	23
					يقوم البنك بالتحديث المستمر لأنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول	24
					يقدم البنك انظمة دفع عبر الهاتف المحمول منخفضة التكلفة	25
					يتابع البنك انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بكل دقة	26
					يقدم البنك خدمات انظمة الدفع عبر الهاتف المحمول بأكثر من لغة	27

ملحق رقم (2)

قائمة محكمي استبانة الدراسة

الجامعة	الرتبة الاكاديمية	الاسم	الرقم
الشرق الأوسط	أستاذ	أ.د. عبدالعزيز الشرباتي	1
الشرق الأوسط	أستاذ	أ.د. عزام أبو مغلي	2
الشرق الأوسط	أستاذ	أ.د. عمر علي العضايلة	3
الشرق الأوسط	أستاذ مشارك	د. دينا الخضري	4
عمان العربية	أستاذ مشارك	د. عماد المعلا	5
الزيتونة الخاصة	استاذ مشارك	د.عباس الرواشدة	6
جامعة مؤتة	استاذ مشارك	د. احمد ناصر ابو زيد	7
الزيتونة الخاصة	استاذ مشارك	د. محمد العجلوني	8
اليرموك	استاذ مساعد	د. نوح الشيباب	9
مؤتة	استاذ مساعد	د. عبد الرحمن العبادي	10
الشرق الاوسط	استاذ مشارك	د. محمد الزعبي	11

الملحق رقم (3) كتاب تسهيل المهمة

MEU جامعة الشرق الأوسط
MIDDLE EAST UNIVERSITY
Amman - Jordan



مكتب رئيس الجامعة
Office of the President

الرقم: در/خ/173
التاريخ: 2024/09/29

لمن يهمه الامر

تحية طيبة وبعد ،

تهديكم جامعة الشرق الأوسط أطيب وأصدق الأمنيات، لغايات توفير وربط أسس التعاون مع خدمة المجتمع المحلي؛ نرجو التكرم بالموافقة على تقديم التسهيلات الممكنة لطالبة الماجستير سالي مخلد موسى المناصير، ورقمها الجامعي (402210104)، المسجلة في تخصص إدارة الاعمال / كلية الأعمال في جامعة الشرق الأوسط، والتي تتولى القيام بإعداد دراسة بحثية أكاديمية في رسالتها المعنونة بـ '(أثر عوامل استخدام أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول على رضا العملاء في البنوك التجارية الأردنية)'، علماً بأن المعلومات سيتم استخدامها لأغراض البحث العلمي وبصورة سرية.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

رئيسة الجامعة

أ.د. سلام خالد المحادين

