

تحليل تجربة المستخدم وسرعة المعاملات في تطبيق البنك العربي الوطني
للمدفوعات الرقمية: دراسة تطبيقية في السعودية لعام 2024

أسم الطالب

أحمد يحيى أحمد الفيفي

2021201171

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2024-11-23- الفصل الدراسي الثالث 2024

جدول المحتويات

2	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
3	1.1. المقدمة:
4	1.2. مشكلة الدراسة
4	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
7	1.3. أهمية الدراسة
7	1.3.1. على المستوى النظري:
8	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
8	1.4. أسئلة الدراسة
9	1.5. أهداف الدراسة
10	1.6. فرضيات الدراسة
12	1.7. نموذج الدراسة
13	1.8. منهجية الدراسة
13	1.9. الدراسة الميدانية
13	1.10. مخطط المشروع المقترح
14	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
15	2.1. المقدمة:
15	2.2. المتغير المستقل
15	2.3. المتغير التابع
15	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
15	2.5. الخاتمة
16	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

في العقود الأخيرة، شهدت المملكة العربية السعودية تحولاً ملحوظاً نحو التحول الرقمي في القطاع المصرفي، وذلك في إطار رؤية السعودية 2030 التي تسعى إلى تحسين الكفاءة الاقتصادية وتعزيز الابتكار الرقمي. واحدة من أبرز ملامح هذا التحول هي المدفوعات الرقمية التي أصبحت جزءاً أساسياً من الأنشطة المالية اليومية. مع تزايد استخدام الهواتف الذكية وظهور التطبيقات المصرفية المتطورة، باتت المدفوعات الرقمية أكثر سهولة وسرعة وأماناً، مما جعلها الخيار المفضل للمستهلكين في المملكة. في هذا السياق، يسعى البنك العربي الوطني إلى تقديم خدمات المدفوعات الرقمية عبر تطبيق الجوال، مع التركيز على تحسين تجربة المستخدم لتلبية احتياجات العملاء المتزايدة في بيئة مصرفية تنسم بالتنافسية.

تلعب سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات دوراً محورياً في تقييم تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية. وقد أظهرت دراسة أجراها البنك المركزي السعودي (SAMA, 2023) أن "الاعتماد على المدفوعات الرقمية في السعودية شهد نمواً كبيراً في السنوات الأخيرة، حيث ارتفعت المعاملات الرقمية بشكل ملحوظ، مما يعكس النجاح في تطبيق الاستراتيجيات الرقمية من قبل البنوك". (SAMA, 2023) "كما أشار القصبي (2021) في دراسته حول تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية إلى أن "العوامل الرئيسة التي تؤثر في رضا المستخدم تتعلق بشكل أساسي بكفاءة وسهولة التفاعل مع التطبيقات وسرعة إتمام المعاملات" (القصبي، 2021). وبناءً على هذه النتائج، يظهر واضحاً أن تحسين تجربة المستخدم من خلال التركيز على هذه الجوانب يعد أمراً حيوياً لنجاح أي تطبيق دفع رقمي.

في ضوء ما سبق، يهدف هذا البحث إلى تقييم تجربة المستخدم لخدمات المدفوعات الرقمية عبر تطبيق الجوال في البنك العربي الوطني، مع التركيز على دراسة سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات، لتحديد مدى تأثير هذه العوامل على رضا المستخدم في ظل التحول الرقمي السريع الذي تشهده المملكة.

1.2. مشكلة الدراسة

شهدت المملكة العربية السعودية تحولاً رقمياً كبيراً في القطاع المصرفي، حيث أصبحت المدفوعات الرقمية عبر التطبيقات المصرفية وسيلة أساسية لتسهيل المعاملات المالية. وقد تزامن هذا التحول مع تزايد استخدام الهاتف المحمول والتكنولوجيا الرقمية في المملكة، ما أدى إلى زيادة الاعتماد على التطبيقات المصرفية، مثل تطبيقات المدفوعات الرقمية. ومع تزايد استخدام هذه التطبيقات، تبرز تجربة المستخدم كعنصر حاسم في تحديد مدى نجاح هذه الخدمات. في هذا السياق، يُعتبر كل من سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات من العوامل الأساسية التي تؤثر في تجربة المستخدم وتقييمه لهذه التطبيقات.

أكدت دراسة أجرتها McKinsey & Company أن 80% من العملاء يفضلون استخدام التطبيقات التي توفر تجربة استخدام سلسة وسرعة في الأداء، حيث تُعتبر هذه العوامل حاسمة لزيادة الاعتماد على التكنولوجيا المالية (McKinsey, 2021).

ومع ذلك، على الرغم من الانتشار الواسع لتطبيقات المدفوعات الرقمية في المملكة، فإن هناك تحديات مستمرة تتعلق بفهم كيفية تأثير هذه العوامل على رضا العملاء وسلوكهم في استخدام هذه الخدمات. البنك العربي الوطني، على سبيل المثال، قد طور تطبيقاً للمصارف الرقمية، لكنه يواجه صعوبة في قياس مدى تأثير سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات على تجربة المستخدم.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

1. نقص الدراسات المتعلقة بتأثير سهولة الاستخدام على تجربة المستخدم في التطبيقات المصرفية السعودية: أكدت العديد من الدراسات الدولية على أن سهولة الاستخدام تؤثر بشكل كبير على تجربة المستخدم في التطبيقات الرقمية (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003). ومع ذلك، لا توجد دراسات كافية تركز على تأثير هذه العوامل في السياق السعودي. يوضح البنك المركزي السعودي (SAMA, 2023) أن "التطبيقات المصرفية في المملكة قد حققت نجاحاً نسبياً، لكن هناك حاجة لدراسات محلية تركز على تجربة المستخدم بشكل مفصل (SAMA, 2023) " إذن، هناك فجوة في الأدبيات التي تشرح العلاقة بين سهولة الاستخدام وتجربة المستخدم في التطبيقات المصرفية الرقمية السعودية.

2. الافتقار إلى دراسات تحليلية حول تأثير سرعة المعاملات على رضا المستخدم في المدفوعات الرقمية: في العديد من الدراسات الدولية، تم التأكيد على أن سرعة المعاملات تؤثر بشكل ملحوظ في رضا المستخدم (Schierz et al., 2010). ومع ذلك، لم يتم إجراء أبحاث كافية تدرس هذه العلاقة

بشكل دقيق في التطبيقات المصرفية الرقمية في المملكة العربية السعودية، وهو ما يجعل من الصعب تحديد كيفية تأثير سرعة المعاملات على تجربة المستخدم في هذا السياق المحلي.

3. **نقص في النماذج المحلية لتقييم تجربة المستخدم في المدفوعات الرقمية:** على الرغم من وجود نماذج دولية لقياس تجربة المستخدم في التطبيقات المصرفية (System Usability Scale, (1986)، فإن هذه النماذج غالبًا ما تكون غير ملائمة تمامًا للسياق السعودي. وفقًا لدراسة البنك المركزي السعودي (SAMA, 2023)، "تحتاج المملكة إلى تطوير نماذج تقييم محلية تأخذ في الاعتبار الثقافة المحلية والسياق الاقتصادي السعودي" (SAMA, 2023). هذه الفجوة تجعل من الصعب تقييم وتحسين تجربة المستخدم بفعالية.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

1. التحديات في تحسين تجربة المستخدم لتطبيقات المدفوعات الرقمية: بالرغم من الجهود المبذولة لتحسين تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية، فإن العديد من البنوك السعودية، بما فيها البنك العربي الوطني، لا تزال تواجه صعوبة في تقديم تجربة متميزة للمستخدمين بسبب محدودية البيانات المتعلقة بتفاعل العملاء مع التطبيق. كما أشارت دراسة البنك المركزي السعودي (2023) إلى أن "أغلب البنوك لا تمتلك أدوات تحليلية متطورة لقياس وتحسين تجربة المستخدم في الوقت الحقيقي" (SAMA, 2023). هذا يشير إلى فجوة عملية في كيفية تحسين التطبيقات بناءً على ملاحظات المستخدمين الفعلية.
2. *ضعف الاستجابة لتحسين سرعة المعاملات في التطبيقات المصرفية: تلاحظ بعض الدراسات العملية أن البنوك السعودية غالبًا ما تركز على تطوير الأنظمة التقنية، ولكنها تبالغ في تحسين الواجهة المستخدم دون مراعاة سرعة إتمام المعاملات. في دراسته، يشير القصبي (2021) إلى أن "البنوك لا تستجيب بشكل كافٍ لتحسين سرعة المعاملات بناءً على احتياجات وتوقعات المستخدمين" (القصبي، 2021). هذا يؤدي إلى فجوة عملية في تحسين سرعة التطبيق بما يتناسب مع رغبات العملاء.
3. * عدم وجود معايير محلية لقياس جودة تجربة المستخدم في المدفوعات الرقمية: على الرغم من استخدام معايير جودة الخدمة الدولية في تقييم التطبيقات المصرفية، إلا أن هناك نقصًا في المعايير المحلية التي تأخذ في الاعتبار التحديات التقنية والاحتياجات الثقافية للمستخدم السعودي. وفقًا لتقرير البنك المركزي السعودي (SAMA, 2023)، "نقص المعايير المحلية لقياس جودة التطبيقات في المملكة يعد من أبرز المعوقات التي تحول دون تحسين تجربة المستخدم" (SAMA, 2023).

تتمثل المشكلة الرئيسية في الفجوة بين تطوير التطبيقات المصرفية الرقمية في المملكة السعودية وبين فهم تأثير سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات على تجربة المستخدم. رغم تطور هذه التطبيقات، لا توجد دراسات كافية تساعد البنوك على تحسين تجربة المستخدم بشكل دقيق وفعال بناءً على العوامل المحلية.

1.3. أهمية الدراسة

تعد المدفوعات الرقمية أحد أبرز الابتكارات التي شهدتها القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة، وهي تشكل جزءاً أساسياً من التحول الرقمي الذي تشهده المملكة العربية السعودية في إطار رؤية 2030. تسهم هذه الخدمات في تسهيل المعاملات المالية للمستخدمين وتوفير حلول مالية مريحة وسريعة. ومع ازدياد الاعتماد على التطبيقات المصرفية لتقديم خدمات المدفوعات الرقمية، أصبح من الضروري دراسة تجربة المستخدم في هذه التطبيقات، لا سيما فيما يتعلق بسهولة الاستخدام وسرعة المعاملات. وعليه، تهدف هذه الدراسة إلى تقييم تجربة المستخدم في تطبيق المدفوعات الرقمية للبنك العربي الوطني، وذلك بهدف تحديد العوامل المؤثرة على رضا المستخدم وتحسين جودة الخدمة.

1.3.1. على المستوى النظري:

من الناحية النظرية، تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية في مجال تجربة المستخدم والتطبيقات المصرفية الرقمية. على الرغم من وجود العديد من الدراسات التي تناولت تجربة المستخدم في تطبيقات الدفع الرقمية، فإن أغلب هذه الدراسات قد ركزت على السياقات الغربية أو لم تواكب التطورات الرقمية في المملكة العربية السعودية بشكل دقيق. وفقاً لدراسة (Dahlberg et al. (2015)، يعتبر القبول التكنولوجي من أبرز العوامل التي تؤثر في تبني المدفوعات الرقمية. ومن خلال هذه الدراسة، سيتم تطوير نموذج تقييم خاص بـ تجربة المستخدم في التطبيقات المصرفية الرقمية بما يتناسب مع السياق السعودي، مما يساهم في توسيع نطاق النظريات المتعلقة بـ تكنولوجيا المعلومات ونموذج قبول التكنولوجيا (TAM).

كما تساهم الدراسة في استكشاف العلاقة بين سهولة الاستخدام والسرعة كعوامل مؤثرة في رضا العملاء، حيث يعتقد Venkatesh et al. (2003) أن سهولة الاستخدام و الفوائد الملموسة للتطبيقات تلعب دوراً كبيراً في قبول التكنولوجيا. سيتضمن هذا البحث مقارنة بين الأسس النظرية التي تركز على نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) ونظريات أخرى، مثل نموذج ديفيس (1993)، الذي يوضح أن السهولة والسرعة من العوامل الأساسية في تعزيز تجربة المستخدم.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

من الناحية التطبيقية، فإن الدراسة تقدم إسهامًا عمليًا هامًا للبنك العربي الوطني وغيره من البنوك السعودية في تحسين تطبيقات المدفوعات الرقمية. مع الارتفاع المستمر في استخدام التقنيات المالية الرقمية في المملكة، أصبحت تجربة المستخدم أحد العوامل الرئيسية في نجاح تطبيقات المدفوعات الرقمية. كما تشير دراسة "Suh et al." (2018) إلى أن تحسين تجربة المستخدم يمكن أن يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وبالتالي زيادة الاستخدام للتطبيقات المصرفية.

تسهم الدراسة في تحليل العوامل المؤثرة في استخدام التطبيقات المصرفية، خصوصًا في بيئة المملكة العربية السعودية. يمكن للبنوك الاستفادة من النتائج لتطوير الواجهات الرقمية، مما يؤدي إلى تحسين التفاعل و السهولة في العمليات اليومية للعملاء. وفقًا لمüller et al. (2019)، فإن تطبيقات المدفوعات التي تتمتع بواجهة بسيطة وسهلة تعزز من تجربة المستخدم وتزيد من الولاء المصرفي.

البنك المركزي السعودي (SAMA)، الذي يسعى إلى تعزيز التحول الرقمي في القطاع المالي، يمكنه الاستفادة من نتائج الدراسة في تطوير السياسات التنظيمية المتعلقة بالمدفوعات الرقمية. إذ يمكن أن توجه هذه النتائج إلى تحسين المعايير والتشريعات التي تساهم في رفع جودة الخدمة وضمان سلامة المعاملات. كما تساهم الدراسة في دعم الرؤية السعودية 2030، التي تهدف إلى تعزيز الاقتصاد الرقمي من خلال تسهيل المعاملات المالية وتعزيز التفاعل بين الأفراد والبنوك باستخدام التقنيات الحديثة.

1.4. أسئلة الدراسة

1. ما تأثير سهولة الاستخدام في تطبيق المدفوعات الرقمية على تجربة المستخدم في البنك العربي الوطني؟
2. كيف تؤثر سرعة المعاملات في تحسين رضا المستخدم عند استخدام تطبيق المدفوعات الرقمية؟
3. ما هي التحديات العملية التي تواجه البنوك السعودية في تحسين تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية؟

1.5. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية التي تسهم في فهم وتحليل تجربة المستخدم في خدمات المدفوعات الرقمية عبر تطبيقات البنوك في المملكة العربية السعودية، مع التركيز على تطبيق البنك العربي الوطني. تتوزع أهداف الدراسة بين جوانب نظرية وتطبيقية تشمل تحليل العوامل المؤثرة في سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات ورضا المستخدم. وفيما يلي عرض لأهداف الدراسة:

1. **تحليل تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية:** يهدف هذا الهدف إلى فهم تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية عبر تطبيق البنك العربي الوطني، وتحديد العوامل التي تؤثر في راحة المستخدم ورضاه عن الخدمة المقدمة. سنتناول الدراسة كيفية تأثير سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات في تجربة المستخدم.
2. **تقييم تأثير سهولة الاستخدام على تجربة المستخدم:** تسعى الدراسة إلى تحليل مدى تأثير سهولة الاستخدام على رضا المستخدم ومدى تأثير التصميم البسيط والواجهة التفاعلية في تحسين تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية.
3. **تحديد أثر سرعة المعاملات على رضا العملاء:** تهدف الدراسة إلى دراسة تأثير سرعة المعاملات في تحسين تجربة المستخدم، وتحديد كيف يؤثر الوقت المستغرق لإتمام المعاملات في الرضا العام للمستخدمين ومعدلات استخدام التطبيق.
4. **دراسة العلاقة بين عوامل تجربة المستخدم ودرجة قبول المدفوعات الرقمية:** تهدف الدراسة إلى تحليل العلاقة بين تجربة المستخدم ودرجة قبول المدفوعات الرقمية في المملكة العربية السعودية. بما يشمل ذلك تقييم العوامل النفسية والتقنية التي تؤثر في رغبة المستخدمين في استخدام التطبيقات المصرفية على المدى الطويل.
5. **تحليل تحديات ومتطلبات السوق السعودي في المدفوعات الرقمية:** من خلال هذا الهدف، تهدف الدراسة إلى تحليل التحديات والمتطلبات المحلية التي قد تواجهها تطبيقات المدفوعات الرقمية في السوق السعودي، مع التركيز على المتطلبات الثقافية والاقتصادية للمستخدم السعودي.
6. **تقديم توصيات لتحسين تطبيقات المدفوعات الرقمية في البنوك السعودية:** تهدف الدراسة إلى تقديم توصيات عملية للبنك العربي الوطني وغيره من البنوك السعودية، لتحسين تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية، وذلك من خلال تحسين سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات بما يتوافق مع احتياجات وتوقعات المستخدمين.

7. استكشاف دور التطبيقات المصرفية في دعم التحول الرقمي في القطاع المالي السعودي: تسعى الدراسة إلى استكشاف دور تطبيقات المدفوعات الرقمية في دعم التحول الرقمي في القطاع المصرفي السعودي، وبالتالي توفير بيئة مصرفية أكثر كفاءة وموافقة لتطلعات رؤية المملكة 2030.

1.6. فرضيات الدراسة

تستند فرضيات هذه الدراسة إلى دراسة تأثير تجربة المستخدم في خدمات المدفوعات الرقمية عبر تطبيقات الجوال في البنك العربي الوطني. تشمل الدراسة تحليل العوامل المؤثرة في سهولة الاستخدام و سرعة المعاملات على رضا المستخدم ومدى تأثير ذلك على قبول المستخدمين لتطبيقات المدفوعات الرقمية في المملكة العربية السعودية. فيما يلي فرضيات الدراسة الرئيسية:

- **الفرضية الأولى:** سهولة الاستخدام تؤثر بشكل إيجابي على رضا المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية في البنك العربي الوطني.

تفترض هذه الفرضية أن سهولة استخدام التطبيق (مثل البساطة في التصميم، سهولة التنقل، وضوح الواجهة) تؤدي إلى زيادة رضا المستخدم. كلما كان التطبيق أسهل في الاستخدام، زادت فرصة رضا العملاء عن التجربة الكلية. تشير دراسة Venkatesh et al (2003) إلى أن سهولة الاستخدام تعتبر من العوامل الأساسية التي تؤثر في قبول التكنولوجيا ورضا المستخدم (Venkatesh, Morris, (Davis, & Davis, 2003).

- **الفرضية الثانية:** سرعة المعاملات تؤثر بشكل إيجابي على رضا المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية في البنك العربي الوطني.

تفترض هذه الفرضية أن سرعة المعاملات (مثل سرعة معالجة المدفوعات وإتمام العمليات) تعد من العوامل المهمة التي تؤثر في رضا المستخدم. كلما كانت المعاملات أسرع وأكثر كفاءة، كان المستخدم أكثر رضا عن التطبيق. كما أظهرت دراسة Suh & Lee (2018) أن سرعة المعاملات تلعب دورًا كبيرًا في تحسين رضا المستخدم، حيث يفضل المستخدمون التطبيقات التي تتميز بالسرعة والكفاءة في إتمام المعاملات (Suh & Lee, 2018).

- **الفرضية الثالثة:** توجد علاقة إيجابية بين سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات في تحسين تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية في البنك العربي الوطني.

تشير هذه الفرضية إلى أن سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات تعملان معًا بشكل إيجابي لتحسين تجربة المستخدم بشكل عام. فكلما كان التطبيق سهل الاستخدام وكان المعاملات تتم بسرعة، تصبح تجربة

المستخدم أكثر فاعلية ورضا. وفقاً لدراسة (Müller et al. (2019، وجد الباحثون أن سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات مرتبطة ارتباطاً وثيقاً في تحسين تجربة المستخدم، حيث إن الجمع بين هذين العاملين يساهم في تعزيز رضا العملاء.

- **الفرضية الرابعة:** تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية تؤثر بشكل إيجابي على قبول المستخدمين لهذه التطبيقات في المملكة العربية السعودية.

تفترض هذه الفرضية أن تجربة المستخدم الجيدة في تطبيقات المدفوعات الرقمية تؤدي إلى زيادة قبول المستخدمين للتطبيقات الرقمية بشكل عام. إذا كانت تجربة المستخدم إيجابية، فإن المستخدمين يكونون أكثر استعداداً لتبني التطبيقات بشكل مستمر.

- **الفرضية الخامسة:** العوامل التقنية مثل الأمان والاستقرار تلعب دوراً في تحسين تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية في البنك العربي الوطني.

تفترض هذه الفرضية أن العوامل التقنية مثل الأمان واستقرار التطبيق تلعب دوراً مهماً في تحسين تجربة المستخدم. عندما تكون المعاملات آمنة والأنظمة مستقرة، يزيد ذلك من ثقة المستخدم ويؤدي إلى زيادة الرضا العام.

- **الفرضية السادسة:** يوجد اختلاف في تقييم تجربة المستخدم لخدمات المدفوعات الرقمية حسب الفئة العمرية والمستوى التعليمي في المملكة العربية السعودية.

تفترض هذه الفرضية أن الفئة العمرية والمستوى التعليمي للمستخدمين يؤثران في طريقة تقييم تجربة المستخدم لتطبيقات المدفوعات الرقمية. من المتوقع أن تختلف تفضيلات المستخدمين بناءً على خلفياتهم الثقافية والتعليمية.

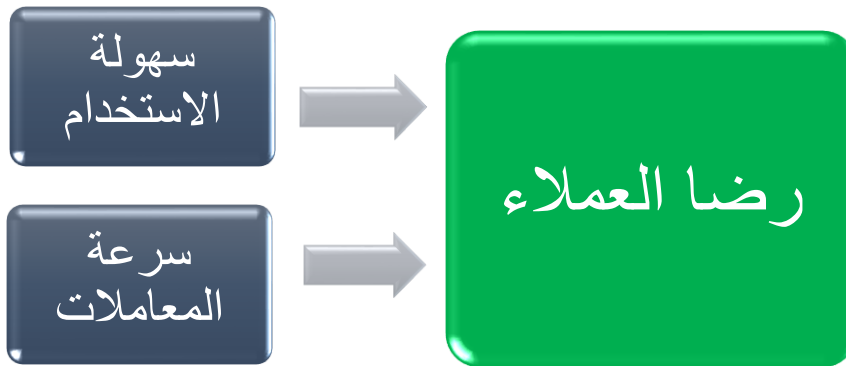
1.7. نموذج الدراسة

اختبار الارتباط: لمعرفة مدى قوة العلاقة بين المتغيرات.

تحليل الانحدار: لتحديد التأثير المباشر لكل متغير مستقل على رضا العملاء.

النتائج المتوقعة:

1. سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات تؤثران إيجابيًا على رضا العملاء.
2. تحسين أي من المتغيرات المستقلة يؤدي إلى زيادة استخدام التطبيق وتعزيز تجربة المستخدم.



1.8. منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف إلى وصف وتحليل تجربة المستخدم لخدمات المدفوعات الرقمية عبر تطبيق البنك العربي الوطني، مع التركيز على سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات. سيتم جمع البيانات وتحليلها باستخدام مجموعة من الأدوات والأساليب التي تمكن من تقييم هذه العوامل بشكل دقيق.

1.9. الدراسة الميدانية

سيتم تقييم التطبيق في إطار الخدمات المصرفية الرقمية التي يقدمها البنك العربي الوطني، مع التركيز على استخدامه من قبل العملاء في سياقاتهم اليومية، مثل تنفيذ المعاملات المالية الشخصية. سيركز التقييم بشكل أساسي على تطبيق الجوال الخاص بالبنك العربي الوطني عبر أنظمة التشغيل المختلفة (Android و iOS). ويتضمن ذلك تحليل تجربة المستخدمين المحليين الذين يتفاعلون بفعالية مع التطبيق لإتمام خدمات مصرفية رقمية متنوعة، مثل إجراء المدفوعات، تحويل الأموال، دفع الفواتير، وغيرها من الخدمات المتاحة عبر التطبيق.

1.10. مخطط المشروع المقترح

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

- البنك المركزي السعودي (SAMA). (2023). تقرير المدفوعات الرقمية في السعودية. البنك المركزي السعودي.
- القصبي، س. (2021). تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية: دراسة تحليلية لتطبيقات الجوال المصرفية. مجلة التكنولوجيا المصرفية، 17(1)، 48-62.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Schierz, M. O., Schilke, O., & Wirtz, J. (2010). The loyalty of internet banking customers. *Journal of Financial Services Marketing*, 14(1), 51-63.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Dahlberg, T., Guo, J., & Ondrus, J. (2015). "A critical review of mobile payment research." *Electronic Commerce Research and Applications*.
- Suh, A., & Lee, H. (2018). "The effect of mobile payment on consumer purchase behavior: A cross-cultural study." *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Müller, M., Kranz, J., & Loup, R. (2019). "User experience and acceptance of mobile payment systems: The role of perceived usefulness, ease of use, and trust." *Computers in Human Behavior*.
- Suh, S., & Lee, J. (2018). *Digital marketing strategies*. McGraw-Hill.
- McKinsey & Company, *The Future of Digital Banking: Balancing Innovation with User Experience*, 2021.

