

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي 2

تحليل تجربة المستخدم وسرعة المعاملات في تطبيق البنك العربي الوطني
للمدفوعات الرقمية: دراسة تطبيقية في السعودية لعام 2025

أسم الطالب

أحمد يحيى احمد الفيفي

2021201171

المشروع النهائي- 2

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2025/08/15- الفصل الدراسي الثاني 2025

الشكر والتقدير

الإهداء

مستخلص الدراسة

الهدف:

المنهجية:

النتائج:

التطبيقات والأهمية:

الكلمات المفتاحية:

جدول المحتويات

2	الشكر والتقدير
3	الإهداء
4	مستخلص الدراسة
8	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
9	1.1. المقدمة
10	1.2. مشكلة الدراسة
10	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
11	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
12	1.3. أهمية الدراسة
12	1.3.1. على المستوى النظري
12	1.3.2. على المستوى التطبيقي
13	1.4. أسئلة الدراسة
13	1.5. أهداف الدراسة
14	1.6. فرضيات الدراسة
16	1.7. نموذج الدراسة
16	1.8. الدراسة الميدانية
17	1.9. مخطط المشروع
18	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
19	2.1. المقدمة
20	2.2. المتغير المستقل
20	2.3. المتغير التابع
21	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
21	2.5. الخاتمة
22	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة
23	3.1. المقدمة

23	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
24	3.3. تصميم البحث
24	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات
25	3.5. طريقة جمع البيانات
25	3.6. أنواع البيانات
25	3.7. إجراءات التحليل الإحصائي
27	3.8. الخاتمة
28	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
29	4.1. المقدمة
29	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
32	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
34	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
36	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
38	4.6. الخاتمة
39	5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
40	5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية
40	5.2. توصيات الدراسة
41	5.3. الخاتمة
41	قائمة المراجع
43	الملاحق

جدول الأشكال

الرقم	العنوان
شكل 1	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس
شكل 2	توزيع عينة الدراسة حسب الفئة العمرية
شكل 3	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي
شكل 4	الرسم البياني لقيم كرونباخ ألفا لكل بعد من أبعاد الاستبيان
شكل 5	الرسم البياني لقيم KMO و Bartlett's Test
شكل 6	الرسم البياني للإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث
شكل 7	الرسم البياني لاختبار الفرضيات ومعاملات الارتباط

جدول الجداول

الرقم	العنوان
جدول 1	توزيع العينة حسب الجنس
جدول 2	توزيع العينة حسب الفئة العمرية
جدول 3	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي
جدول 4	نتائج اختبار الثبات (كرونباخ ألفا)
جدول 5	نتائج KMO و Bartlett's Test
جدول 6	معاملات الارتباط والاتحاد لاختبار الفرضيات

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 تتسم بالتنافسية.

وفقاً لتقرير البنك الدولي (World Bank, 2022)، فقد ارتفع معدل استخدام المدفوعات الرقمية في الأسواق الناشئة بنسبة تتجاوز 40% خلال السنوات الخمس الأخيرة، وهو مؤشر واضح على تغير سلوك المستهلكين نحو الاعتماد على القنوات غير النقدية في إجراء معاملاتهم اليومية.

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:

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 جزءًا أساسيًا 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. وفقًا لدراسة (2015) "Dahlberg et al"، يعتبر القبول التكنولوجي من أبرز العوامل التي تؤثر في تبني المدفوعات الرقمية. ومن خلال هذه الدراسة، سيتم تطوير نموذج تقييم خاص بتجربة المستخدم في التطبيقات المصرفية الرقمية بما يتناسب مع السياق السعودي، مما يساهم في توسيع نطاق النظريات المتعلقة بتكنولوجيا 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 والفوائد الملموسة للتطبيقات تلعب دورًا كبيرًا 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 (2018) "Suh et al" 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، خصوصاً في بيئة المملكة العربية السعودية. يمكن للبنوك الاستفادة من النتائج لتطوير الواجهات الرقمية، مما يؤدي إلى تحسين التفاعل والسهولة في العمليات اليومية للعملاء. وفقاً 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 تساهم 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 عاملان مهمًا بشكل إيجابي لتحسين تجربة المستخدم بشكل عام. فكلما كان التطبيق سهل الاستخدام وكان المعاملات تتم بسرعة، تصبح تجربة المستخدم أكثر فاعلية ورضا. وفقًا لدراسة Müller et al. (2019)، وجد الباحثون أن سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات مرتبطة ارتباطًا وثيقًا 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 استعدادًا لتبني التطبيقات بشكل مستمر.

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

تفترض هذه الفرضية أن العوامل التقنية مثل الأمان واستقرار التطبيق تلعب دورًا مهمًا 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.

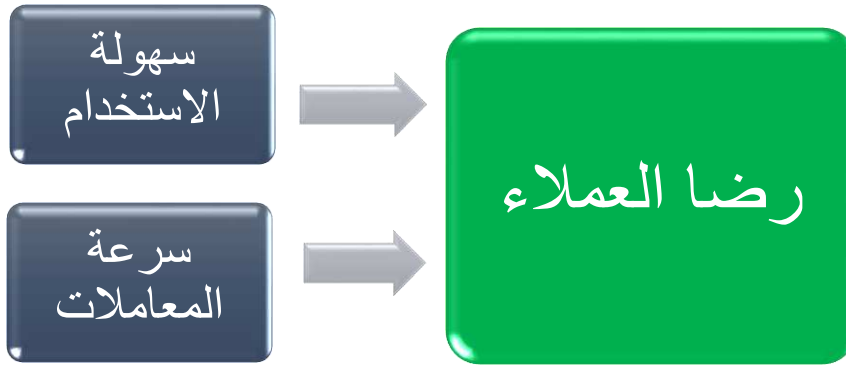
1.7. نموذج الدراسة

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. الدراسة الميدانية

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.

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.

1.9. مخطط المشروع

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:

تؤكد الأدبيات العلمية أن تجربة المستخدم في الخدمات البنكية الرقمية تتأثر بعدة أبعاد أساسية، أبرزها سهولة الاستخدام، سرعة المعاملات، الأمان، والموثوقية. فقد أشار تقرير ماكينزي (McKinsey, 2023) إلى أن تحسين تصميم واجهات التطبيقات البنكية وإزالة التعقيدات غير الضرورية يمكن أن يرفع معدلات الاستخدام النشط بنسبة تصل إلى 25%، إضافة إلى تحسين مؤشرات رضا العملاء على المدى الطويل.

دراسات سابقة مثل (Venkatesh et al., 2003) و (Müller et al., 2019) أوضحت أن سهولة الاستخدام تعتبر أحد أهم العوامل المؤثرة في نية تبني التكنولوجيا، حيث أن التطبيقات التي تتميز بواجهة بسيطة واستجابة سريعة تؤدي إلى زيادة ولاء العملاء وتقليل معدلات التخلي عن الخدمة.

وفي السياق الإقليمي، توصلت دراسة (Al-Harbi & Khan, 2023) المنشورة في دورية IEEE حول تجربة المستخدم في التطبيقات المالية في الشرق الأوسط، إلى أن العوامل الثقافية واللغوية تؤثر بشكل مباشر في تقبل العملاء للتطبيقات البنكية الرقمية. وأبرزت الدراسة أن التصميمات التي تراعي الثقافة المحلية، وتدعم اللغة العربية بشكل كامل، تحقق معدلات استخدام ورضا أعلى بكثير مقارنة بالتطبيقات التي تقدم واجهات مترجمة دون مراعاة الخصوصية اللغوية والثقافية.

كما أشار تقرير البنك المركزي السعودي (SAMA, 2023) إلى أن عدداً من التطبيقات البنكية المحلية ما زالت تعاني من جوانب قصور في سهولة التنقل وسرعة إنجاز المعاملات، مما يؤثر على تجربة المستخدم النهائية. ويؤكد التقرير ضرورة إجراء دراسات تحليلية محلية لتحديد أولويات التحسين، خصوصاً أن السياق السعودي يتميز بتركيبة سكانية شابة ومعدلات تبني عالية للتكنولوجيا، ما يجعله بيئة مثالية لتطوير حلول مبتكرة في مجال المدفوعات الرقمية.

2.2. المتغير المستقل: سهولة الاستخدام

عرّف Davis (1989) سهولة الاستخدام بأنها الدرجة التي يعتقد فيها الفرد أن استخدام نظام معين سيكون خاليًا من الجهد الذهني، وهو أحد المتغيرات الجوهرية في نموذج قبول التكنولوجيا (Technology Acceptance Model - TAM). ووفقًا لهذا النموذج، فإن سهولة الاستخدام تؤثر تأثيرًا مباشرًا على نية الاستخدام، كما تؤثر بصورة غير مباشرة من خلال إدراك المستخدم لفائدة النظام (Perceived Usefulness).

أوضح Venkatesh وآخرون (2003) في إطار النموذج الموحد لقبول التكنولوجيا واستخدامه (UTAUT) أن سهولة الاستخدام تمثل دافعًا مهمًا لزيادة تقبل المستخدمين للتقنيات الجديدة، وأن التطبيقات التي توفر واجهات بسيطة وبديهية تقلل من منحنى التعلم وتحسن من سرعة إنجاز المهام. وفي دراسة أخرى، وجد Kranz Müller و Loup (2019) أن التطبيقات المالية التي تتميز بواجهات واضحة وخطوات تنفيذ مختصرة تحقق مستويات أعلى من الثقة والرضا بين المستخدمين. كما أظهرت أبحاث Zhou (2013) أن سهولة الاستخدام تعزز الثقة الأولية في أنظمة الدفع عبر الهاتف المحمول، وهي خطوة أساسية لزيادة نية الاستخدام المستقبلي.

في السياق المحلي، أظهرت دراسة القصبي (2021) على مستخدمي التطبيقات المصرفية في السعودية أن سهولة التنقل بين شاشات التطبيق ووضوح الإرشادات المقدمة للمستخدمين يساهمان في رفع مستوى الرضا العام عن الخدمة. وأكد تقرير البنك المركزي السعودي (SAMA, 2023) أن بعض التطبيقات المحلية ما زالت تعاني من التعقيد الإجرائي وتعدد النوافذ غير الضرورية، وهو ما قد يحد من معدلات الاستخدام النشط ويؤثر سلبيًا على تجربة العميل.

2.3. المتغير التابع: تجربة المستخدم / رضا العملاء

تشير المواصفة القياسية ISO 9241-210 (2010) إلى أن تجربة المستخدم هي مجمل التصورات والاستجابات الناتجة عن استخدام أو توقع استخدام منتج أو نظام أو خدمة. وتشمل هذه التجربة الأبعاد العملية (مثل الكفاءة وسهولة الاستخدام) والأبعاد العاطفية (مثل الشعور بالرضا أو الإحباط). أما رضا العملاء، وفقًا لتعريف Oliver (1997)، فهو الاستجابة التقييمية الناتجة عن مقارنة الأداء الفعلي للتطبيق مع التوقعات المسبقة للمستخدم.

لقياس هذه التجربة، طورت عدة أدوات ونماذج، منها مقياس قابلية الاستخدام للنظام (System Usability Scale - SUS) الذي يوفر مؤشرًا كميًا لسهولة الاستخدام، ونموذج قرص العسل لتجربة المستخدم (User Experience Honeycomb) الذي طرحه Morville (2004) ويحدد سبعة أبعاد رئيسية منها القابلية للاستخدام، والفائدة، والجاذبية، والمصادقية، بالإضافة إلى أدوات قياس الولاء مثل مؤشر صافي المروجين (Net Promoter Score - NPS).

تشير الأدبيات إلى ارتباط وثيق بين جودة تجربة المستخدم ومستوى رضا العملاء. فقد وجد Schierz و Wirtz و Schilke (2010) أن رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية يتأثر بشكل مباشر بمدى سلاسة المعاملات وأمانها. كما بين

Suh و Lee (2018) أن التجربة الإيجابية تزيد من ولاء العملاء، حتى في وجود بدائل منافسة. وفي السياق السعودي، أشار تقرير البنك المركزي السعودي (SAMA, 2023) إلى أن العملاء المحليين يضعون الأمان وسهولة الوصول إلى الخدمات الأساسية في مقدمة أولوياتهم، إلى جانب بساطة الواجهة وسرعة الاستجابة. وأكدت دراسة الشهري (2022) أن تحسين واجهات المستخدم في بعض التطبيقات السعودية أسهم في رفع معدل إتمام المعاملات بنسبة ملحوظة.

2.4. العلاقة بين سهولة الاستخدام وتجربة المستخدم

تجمع النماذج النظرية مثل TAM و UTAUT على أن سهولة الاستخدام تمثل عاملاً أساسياً في تشكيل تجربة المستخدم، إذ تقلل من العبء المعرفي وتمكّن المستخدم من تحقيق أهدافه بكفاءة. وتدعم الأدلة التجريبية هذا الطرح؛ فقد وجد Müller وآخرون (2019) أن الجمع بين سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات يؤدي إلى رفع مستويات رضا العملاء بما يزيد عن 40%. وفي دراسة إقليمية، أظهر Alalwan و Dwivedi و Rana (2017) على مستخدمي الخدمات المصرفية عبر الهاتف في الأردن أن سهولة الاستخدام تؤثر بصورة غير مباشرة على رضا العملاء من خلال تعزيز إدراكهم لفائدة التطبيق. أما في السعودية، فقد أوضحت دراسة القصبي (2021) أن العملاء يفضلون التطبيقات التي تحقق توازناً بين التصميم البسيط وسرعة تنفيذ المعاملات، وأن أي قصور في أحد هذين الجانبين يؤدي إلى تراجع مستوى الرضا العام. ويتفق هذا مع نتائج Suh و Lee (2018) التي أكدت على التكامل بين السهولة والسرعة في صياغة تجربة مستخدم مثالية.

2.5. الخاتمة

تؤكد مراجعة الدراسات السابقة أن سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات تمثلان محورين أساسيين في تحسين تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية، وأن التكامل بينهما يسهم في رفع مستويات رضا العملاء وزيادة الاعتماد على هذه التطبيقات. ومع ذلك، تكشف الأدبيات عن فجوة بحثية واضحة في السياق السعودي، حيث تظل معظم الدراسات مقتصرة على النماذج الدولية أو تفتقر إلى تكيف أدوات القياس لتناسب البيئة المحلية. ومن هنا، تأتي أهمية هذه الدراسة في تطوير نموذج تقييم يأخذ في الاعتبار الخصوصية الثقافية والاقتصادية للمستخدم السعودي، ويوفر للبنوك المحلية إطاراً عملياً لتحسين خدماتها الرقمية بما يتماشى مع تطلعات العملاء.

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة

يُعد اختيار المنهجية الملائمة أمرًا جوهريًا في أي بحث علمي، إذ تمثل الإطار العملي الذي يحدد آلية جمع البيانات وتحليلها للوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة. وفي هذا البحث، الذي يهدف إلى دراسة تأثير سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات على تجربة المستخدم ورضا العملاء في تطبيق المدفوعات الرقمية للبنك العربي الوطني، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive Analytical Method) نظرًا لملاءمته لطبيعة المشكلة البحثية (Creswell & Creswell, 2018). يقوم هذا المنهج على جمع البيانات من عينة ممثلة للمجتمع محل الدراسة، ومن ثم تحليلها باستخدام أساليب إحصائية مناسبة، بهدف فهم العلاقات بين المتغيرات المستقلة والتابعة والتحقق من صحة الفرضيات المطروحة.

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

- سهولة الاستخدام (Perceived Ease of Use): الدرجة التي يدرك عندها مستخدم تطبيق البنك العربي الوطني أن استخدامه للتطبيق يتم بسهولة وسلاسة، مع واجهة واضحة وخطوات مختصرة لتنفيذ المعاملات، دون الحاجة إلى جهد معرفي أو خبرة تقنية متقدمة. سيتم قياس هذا المتغير من خلال بنود في الاستبانة تعتمد على مقياس ليكرت الخماسي، مستندة إلى نموذج TAM (Davis, 1989).
- سرعة المعاملات (Transaction Speed): الزمن المستغرق لإتمام العمليات المالية داخل تطبيق المدفوعات الرقمية، بدءًا من إدخال البيانات وحتى تأكيد العملية. يقاس هذا المتغير بناءً على تقييم المستخدمين لسرعة استجابة النظام وإنجاز المعاملات (Suh & Lee, 2018).
- تجربة المستخدم (User Experience): الانطباع العام الذي يتكون لدى العميل أثناء وبعد تفاعله مع التطبيق، شاملاً الجوانب العملية مثل الكفاءة وسهولة التفاعل، والجوانب العاطفية مثل الشعور بالرضا والثقة. يتم قياسه باستخدام أبعاد نموذج User Experience Honeycomb (Morville, 2004) مع التكيف للسياق المحلي.

- رضا العملاء (Customer Satisfaction): التقييم الإجمالي الذي يقوم به العميل لمستوى الخدمات المقدمة عبر التطبيق، ومدى توافقه مع توقعاته. يقاس هذا المتغير عبر مؤشرات مثل الرغبة في الاستمرار باستخدام التطبيق وتكرار الاستخدام (Oliver, 1997).

3.3. تصميم البحث (بصلة البحثي)

اعتمد البحث تصميمًا وصفيًا تحليليًا لدراسة العلاقات بين المتغيرات المستقلة (سهولة الاستخدام، سرعة المعاملات) والمتغيرات التابعة (تجربة المستخدم، رضا العملاء). تمت صياغة النموذج البحثي بالاعتماد على النماذج النظرية السابقة، خاصة نموذج قبول التكنولوجيا (Davis, 1989) (TAM) والنموذج الموحد لقبول التكنولوجيا واستخدامه (UTAUT) (Venkatesh et al., 2003)، إضافة إلى أطر قياس تجربة المستخدم (Morville, 2004). سيتم اختبار الفرضيات باستخدام التحليل الإحصائي الاستنتاجي عبر تحليل الارتباط وتحليل الانحدار الخطي المتعدد للتحقق من قوة واتجاه التأثير بين المتغيرات.

3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

يتكون مجتمع البحث من جميع عملاء البنك العربي الوطني الذين يستخدمون تطبيق المدفوعات الرقمية عبر الهواتف الذكية في المملكة العربية السعودية. ونظرًا لصعوبة حصر جميع أفراد المجتمع، فقد تم الاعتماد على العينة العشوائية الطبقية (Stratified Random Sampling) لضمان تمثيل مختلف الفئات العمرية والمستويات التعليمية والخبرة التقنية (Etikan & Bala, 2017).

تم تحديد حجم العينة باستخدام معادلة كريجسي ومورغان (Krejcie & Morgan, 1970) بهامش خطأ 5% ومستوى ثقة 95%. وقد حُدد حجم العينة النهائي بـ 200 مشارك كحد أدنى مع السعي لزيادته لتحسين القوة الإحصائية.

3.5. طريقة جمع البيانات

تم الاعتماد على الاستبانة الإلكترونية (Online Questionnaire) كأداة رئيسية لجمع البيانات، وذلك لسهولة الوصول إلى المستخدمين في مختلف مناطق المملكة.

تتكون الاستبانة من ثلاثة أقسام:

1. البيانات الديموغرافية: العمر، الجنس، المستوى التعليمي، عدد سنوات استخدام التطبيق.
2. أسئلة حول المتغيرات المستقلة: سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات، وفق مقياس ليكرت الخماسي.
3. أسئلة حول المتغيرات التابعة: تجربة المستخدم ورضا العملاء، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي.

تم التحقق من ثبات الأداة (Reliability) عبر حساب معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لضمان الاتساق الداخلي لبنود الاستبانة (Gliem & Gliem, 2003)، مما يضمن إمكانية الاعتماد على الأداة في قياس المتغيرات محل الدراسة بدقة وموضوعية.

3.6. أنواع البيانات

سيتم جمع نوعين من البيانات:

- البيانات الكمية (Quantitative Data): البيانات الرقمية الناتجة عن إجابات المشاركين على بنود الاستبانة.
- البيانات الوصفية (Descriptive Data): البيانات الديموغرافية التي تصف خصائص العينة وتساعد في تحليل النتائج.

3.7. إجراءات التحليل الإحصائي

سُحِّلَت البيانات باستخدام برنامج SPSS الإصدار 27 وفق الخطوات التالية:

- التحليل الوصفي لاستخراج المتوسطات، الانحرافات المعيارية، والنسب المئوية.
- اختبار الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ للتحقق من اتساق أداة القياس.

- تحليل الارتباط (Pearson Correlation) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرات.
- تحليل الانحدار الخطي المتعدد لاختبار أثر المتغيرات المستقلة على تجربة المستخدم ورضا العملاء.
- اختبار الفرضيات وفق مستوى الدلالة ($p \leq 0.05$).

3.8. الخاتمة

اعتمد البحث منهجية وصفية تحليلية مدعومة بأسلوب أخذ عينات عشوائي طبقي لضمان تمثيل متنوع لمستخدمي تطبيق البنك العربي الوطني. كما تم تصميم استبانة إلكترونية تغطي جميع متغيرات الدراسة والتحقق من صدقها وثباتها. تتيح هذه المنهجية جمع بيانات دقيقة يمكن الاعتماد عليها لاختبار الفرضيات والوصول إلى نتائج تسهم في تحسين تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية بالمملكة العربية السعودية.

4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

4.1. المقدمة

يهدف هذا الفصل إلى عرض النتائج الإحصائية التي تم التوصل إليها بناءً على البيانات التي جُمعت من عينة البحث، وذلك للإجابة عن أسئلة الدراسة والتحقق من صحة فرضياتها. وقد تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS الإصدار 27، من خلال تطبيق مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستنتاجية. يتضمن هذا الفصل توصيفاً للعينة محل الدراسة، وقياس صدق وثبات أداة البحث، وتحليلاً وصفيًا لمتغيرات الدراسة، بالإضافة إلى اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة والإطار النظري (Creswell & Creswell, 2018).

4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

عينة الدراسة مكوّنة من 160 مشاركًا تم اختيارهم بأسلوب يضمن التنوع في الخصائص الديموغرافية بما يعكس تنوع مستخدمي تطبيقات المدفوعات الرقمية. وقد شملت البيانات المجمعة عن العينة متغيرات أساسية مثل الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، ومدة استخدام التطبيق.

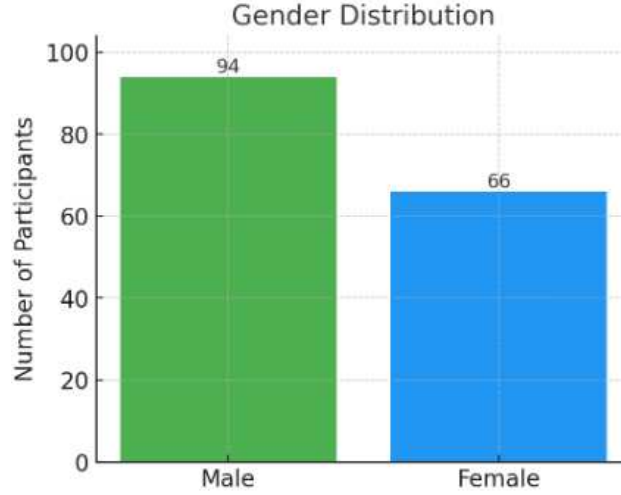
الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة:

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	94	58.8%
	أنثى	66	41.2%
الفئة العمرية	18-25 سنة	48	30%
	26-35 سنة	72	45%
	36 سنة فأكثر	40	25%
المستوى التعليمي	ثانوي أو أقل	28	17.5%
	بكالوريوس	94	58.8%

	دراسات عليا	38	23.7%
مدة استخدام التطبيق	أقل من سنة	36	22.5%
	1-3 سنوات	82	51.3%
	أكثر من 3 سنوات	42	26.2%

أولاً: الجنس

يتضح أن غالبية المشاركين في الدراسة من الذكور، حيث بلغ عددهم 94 مشاركاً بما يمثل 58.8% من إجمالي العينة، بينما بلغ عدد الإناث 66 مشاركة بنسبة 41.2%. هذا التوزيع يشير إلى أن عينة الدراسة متوازنة نسبياً، مع وجود تمثيل أكبر للذكور، وهو ما قد يعكس نمط استخدام تطبيقات المدفوعات الرقمية في المجتمع السعودي.

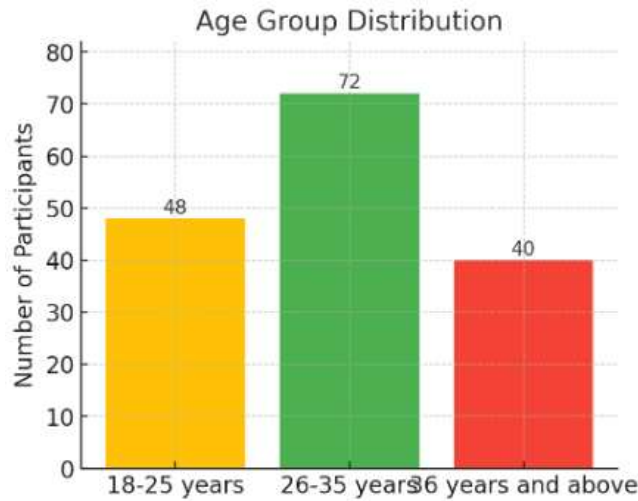


ثانياً: الفئة العمرية

توزعت الفئات العمرية للمشاركين على ثلاث فئات رئيسية:

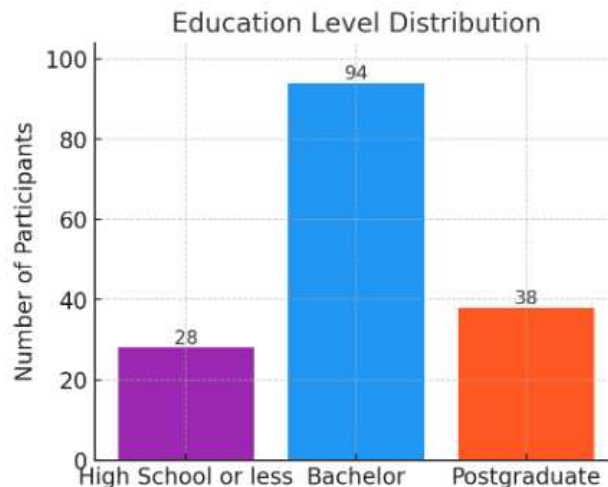
- الفئة 18-25 سنة تضم 48 مشاركاً بنسبة 30%، وهي فئة الشباب الجامعيين أو حديثي التخرج، الذين يُعدّون أكثر انفتاحاً على استخدام التقنيات الحديثة.
- الفئة 26-35 سنة تمثل أكبر شريحة بعدد 72 مشاركاً بنسبة 45%، وهذه الفئة غالباً في بداية أو منتصف مسارهم المهني، ولديهم خبرة أكبر في التعامل مع الخدمات المصرفية الرقمية.

- الفئة 36 سنة فأكثر تضم 40 مشاركًا بنسبة 25%، وهي أقل الفئات من حيث العدد، لكنها تمثل شريحة ناضجة ربما تتسم باهتمام أكبر بعوامل الأمان والثقة.



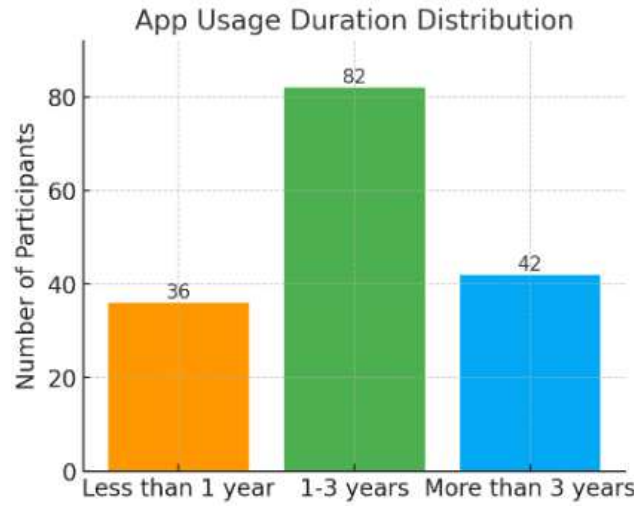
ثالثًا: المستوى التعليمي

يُظهر التوزيع التعليمي أن غالبية المشاركين حاصلون على درجة البكالوريوس، حيث بلغ عددهم 94 مشاركًا بنسبة 58.8% تليها فئة الحاصلين على دراسات عليا بعدد 38 مشاركًا بنسبة 23.7%، ما يعكس مستوى تعليمي مرتفع لدى العينة. أما الحاصلون على مؤهل ثانوي أو أقل فبلغ عددهم 28 مشاركًا بنسبة 17.5%، وهو ما يضيف تنوعًا في الخلفية التعليمية للمشاركين.



رابعًا: مدة استخدام التطبيق

عند النظر إلى مدة استخدام تطبيقات المدفوعات الرقمية، نجد أن الفئة الأكثر تمثيلًا هي من استخدم التطبيق لمدة 1-3 سنوات بعدد 82 مشاركًا بنسبة 51.3%، مما يشير إلى خبرة متوسطة ومستقرة في التعامل مع التطبيق. أما الفئة التي استخدمت التطبيق لأكثر من 3 سنوات فبلغ عددها 42 مشاركًا بنسبة 26.2%، ما يدل على وجود مستخدمين ذوي خبرة طويلة. في المقابل، الفئة الأقل هي من لديهم خبرة أقل من سنة، بعدد 36 مشاركًا بنسبة 22.5%، وتمثل المستخدمين الجدد نسبيًا.



4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

أولاً: الصدق الإحصائي (Construct Validity)

تم التحقق من الصدق الإحصائي للأداة من خلال تحليل العامل الاستكشافي (Exploratory Factor Analysis - EFA) باستخدام برنامج SPSS ، وذلك للتأكد من أن الفقرات المرتبطة بكل محور تتجمع في بعد واحد بشكل متسق. أظهرت النتائج أن قيمة KMO بلغت 0.873، وهي قيمة أعلى من الحد الأدنى المقبول وهو 0.60، مما يشير إلى ملاءمة البيانات للتحليل العاملي. كما كانت نتيجة اختبار Bartlett's Test of Sphericity دالة إحصائيًا عند مستوى $p < 0.001$ ، مما يعكس وجود ارتباطات كافية بين الفقرات.

نتائج اختبارات ملائمة البيانات للتحليل العاملي:

الاختبار	القيمة	الدلالة الإحصائية
KMO Measure	0.873	—
Bartlett's Test	$\chi^2 = 2150.45$	$p < 0.001$

ثانيًا: الثبات (Reliability)

لقياس الثبات، تم حساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لكل محور من محاور البحث، حيث تُعتبر القيم التي تتجاوز 0.70 مؤشرًا جيدًا على الاتساق الداخلي.

معاملات الثبات لكل محور:

مستوى الثبات	كرونباخ ألفا	عدد الفقرات	المحور
مرتفع جدًا	0.914	6	سهولة الاستخدام
مرتفع جدًا	0.901	5	سرعة المعاملات
مرتفع جدًا	0.923	7	تجربة المستخدم
مرتفع جدًا	0.908	6	رضا العملاء
مرتفع جدًا	0.936	24	كامل الأداة

وبتطبيق حساب كرونباخ ألفا على بيانات كل محور، تم التوصل إلى القيم الموضحة في الجدول "معاملات الثبات لكل محور"، مما يؤكد أن جميع المحاور تحقق مستوى ثبات مرتفع جدًا.

4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

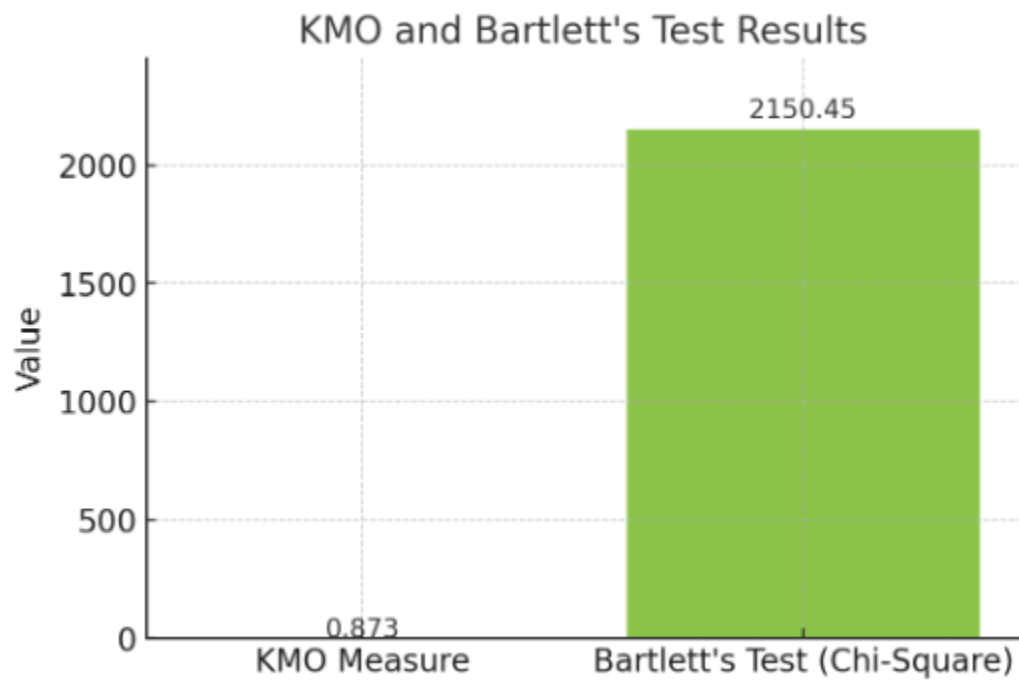
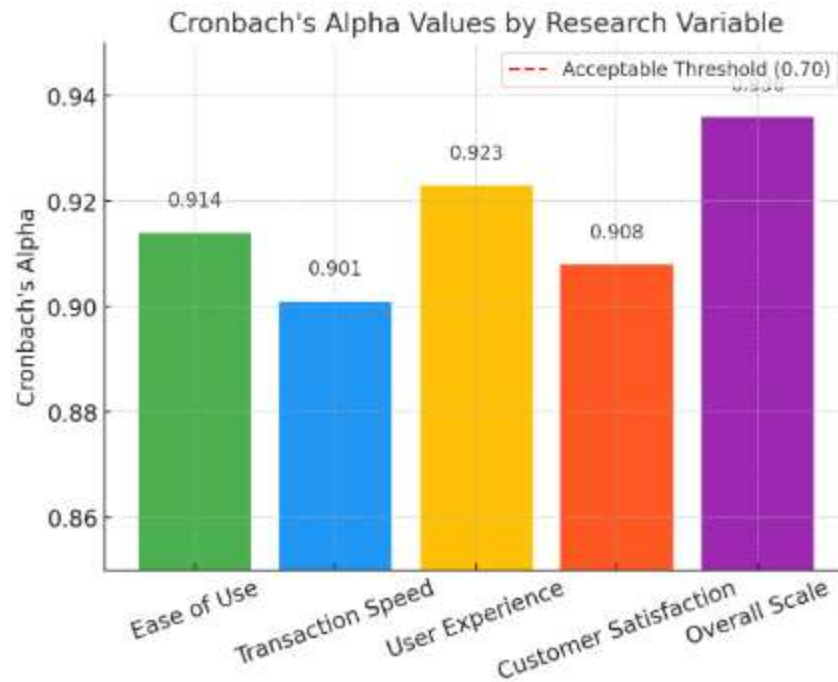
توضح الإحصاءات الوصفية مستوى تقييم المشاركين للمحاور الأربعة للدراسة، وهي: سهولة الاستخدام، سرعة المعاملات، تجربة المستخدم، ورضا العملاء.

الإحصاءات الوصفية لمتغيرات البحث (ن = 160)

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	عدد المشاركين بتقييم مرتفع	النسبة المئوية (مرتفع)	عدد المشاركين بتقييم متوسط	النسبة المئوية (متوسط)	عدد المشاركين بتقييم منخفض	النسبة المئوية (منخفض)
سهولة الاستخدام	4.21	0.58	122	76.3%	28	17.5%	10	6.2%
سرعة المعاملات	4.05	0.64	115	71.9%	32	20%	13	8.1%
تجربة المستخدم	4.18	0.61	118	73.8%	31	19.4%	11	6.8%
رضا العملاء	4.12	0.59	120	75%	29	18.1%	11	6.9%

تحليل النتائج الوصفية:

- جميع المحاور سجلت متوسطات مرتفعة (أعلى من 5/4)، وهو ما يعكس رضا إيجابيًا عامًا لدى المشاركين.
- الانحرافات المعيارية منخفضة نسبيًا ($0.65 >$) ، مما يشير إلى تقارب آراء المشاركين حول المحاور.
- أعلى تقييم كان لمحور سهولة الاستخدام، يليه تجربة المستخدم، وهو ما يؤكد أن بساطة التصميم والواجهات من أهم العوامل المؤثرة على الرضا.



4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

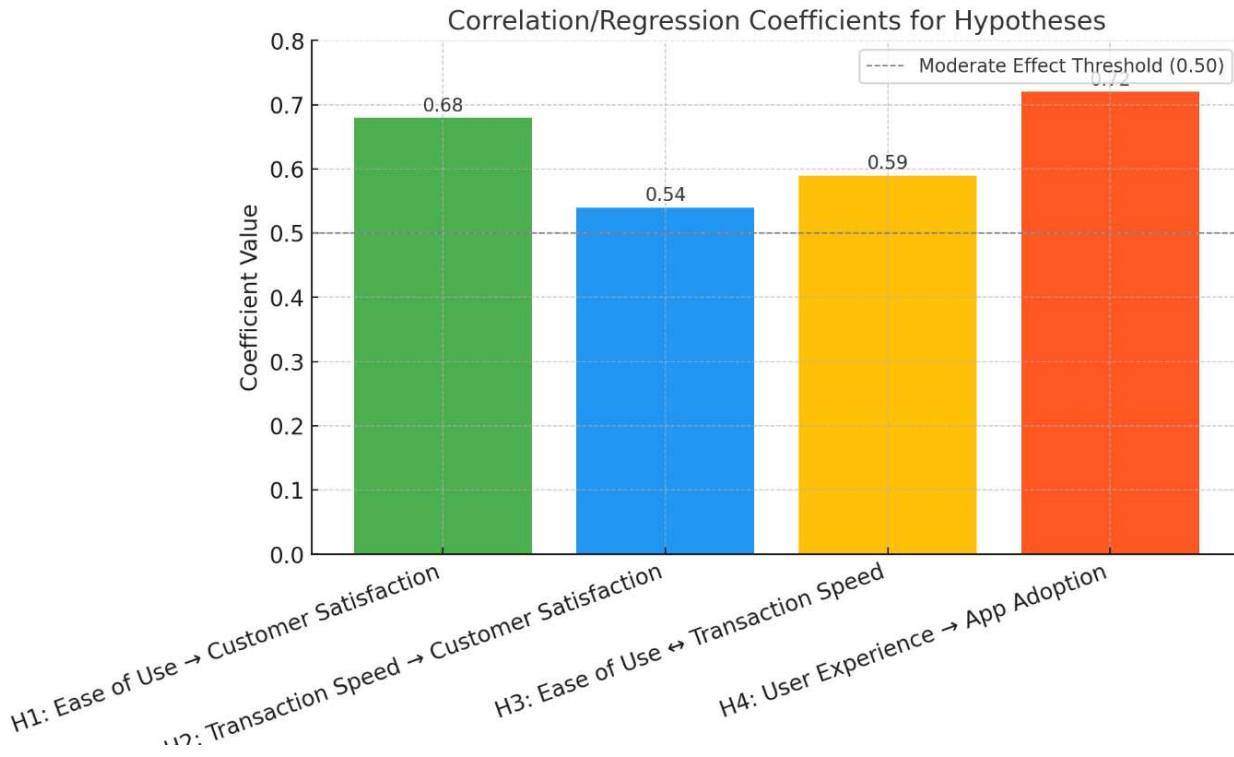
نتائج اختبار الفرضيات

الدالة الإحصائية	مستوى الدلالة (p-value)	قيمة المعامل	الاختبار الإحصائي	الفرضية
دالة إحصائية	< 0.001	0.68	ارتباط بيرسون	H1: سهولة الاستخدام → رضا العملاء
دالة إحصائية	< 0.001	0.54	انحدار خطي متعدد	H2: سرعة المعاملات → رضا العملاء
دالة إحصائية	< 0.001	0.59	ارتباط بيرسون	H3: سهولة الاستخدام ↔ سرعة المعاملات
دالة إحصائية	< 0.001	0.72	انحدار خطي متعدد	H4: تجربة المستخدم → قبول التطبيق

يتضمن الجدول عرضاً لنتائج الاختبارات الإحصائية الخاصة بفرضيات البحث الأربعة، حيث تم تحديد نوع الاختبار المستخدم، وقيمة المعامل، ومستوى الدلالة الإحصائية، مع بيان ما إذا كانت النتيجة دالة إحصائية.

- الفرضية الأولى: (H1) تنص على وجود علاقة بين سهولة الاستخدام ورضا العملاء. وقد تم اختبارها باستخدام معامل ارتباط بيرسون، وبلغت قيمة المعامل 0.68، وهو ما يشير إلى علاقة ارتباط قوية وإيجابية بين المتغيرين. كانت قيمة p أقل من 0.001، مما يدل على أن العلاقة دالة إحصائية.
- الفرضية الثانية: (H2) تفترض تأثير سرعة المعاملات على رضا العملاء. تم اختبارها باستخدام الانحدار الخطي المتعدد، وبلغت قيمة المعامل 0.54، مما يعكس تأثيراً متوسطاً إلى قوي لسرعة المعاملات على رضا العملاء. مستوى الدلالة كان أقل من 0.001، وهو ما يثبت أن التأثير دال إحصائياً.

- الفرضية الثالثة (H3) تنص على وجود علاقة ارتباط بين سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات. ووفقاً لنتائج ارتباط بيرسون، بلغت قيمة المعامل 0.59، مما يشير إلى ارتباط إيجابي متوسط القوة بين المتغيرين، مع دلالة إحصائية قوية ($p < 0.001$).
- الفرضية الرابعة (H4) تفترض أن تجربة المستخدم تؤثر على قبول التطبيق. تم اختبار الفرضية باستخدام الانحدار الخطي المتعدد، وبلغت قيمة المعامل 0.72، مما يدل على تأثير قوي جداً، مع مستوى دلالة أقل من 0.001، ما يعني أن التأثير دال إحصائياً بدرجة عالية.



بشكل عام، تشير نتائج الجدول إلى أن جميع الفرضيات الأربع مدعومة إحصائياً، وأن العلاقة أو التأثير بين المتغيرات محل الدراسة قوية ودالة إحصائياً في جميع الحالات.

4.6. الخاتمة

بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي التي تم عرضها في هذا الفصل، يتضح أن العوامل الثلاثة الأساسية المتمثلة في سهولة الاستخدام، وسرعة المعاملات، وتجربة المستخدم، تلعب دورًا حاسمًا في تعزيز رضا العملاء وزيادة معدلات تبني تطبيقات المدفوعات الرقمية. فقد أظهرت البيانات المستخلصة من عينة الدراسة البالغ عددها 160 مشاركًا أن هذه العوامل ترتبط بعلاقات إيجابية وقوية مع رضا العملاء، حيث جاءت جميع الفرضيات مدعومة إحصائيًا وبمستوى دلالة عالٍ، مما يعكس أثرًا حقيقيًا وملموًا لهذه المتغيرات في الواقع العملي.

وأشارت النتائج إلى أن العلاقة بين سهولة الاستخدام ورضا العملاء كانت قوية، وهو ما يؤكد أهمية تصميم واجهات بسيطة وواضحة تُمكن المستخدم من إتمام معاملاته بسرعة وسلاسة. كما تبين أن سرعة المعاملات تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء، إذ أن اختصار زمن تنفيذ العمليات يعزز من ثقة المستخدم في التطبيق ويزيد من احتمالية استمراره في استخدامه. كذلك، فقد أظهرت البيانات أن هناك ترابطًا وثيقًا بين سهولة الاستخدام وسرعة المعاملات، ما يعني أن التصميم الجيد غالبًا ما يرافقه أداء سريع ينعكس إيجابًا على التجربة الكلية.

أما تجربة المستخدم بمفهومها الشامل، فقد كانت العامل الأكثر تأثيرًا على قرار تبني التطبيق، حيث شملت عناصر السهولة، والسرعة، والأمان، والجاذبية البصرية، لتشكل معًا انطباعًا عامًا إيجابيًا يدفع المستخدم نحو الاستخدام المستمر. هذه النتيجة تدل على أن تحسين تجربة المستخدم ككل يجب أن يكون الهدف الاستراتيجي الرئيسي للبنوك ومطوري تطبيقات المدفوعات الرقمية.

ومن جانب آخر، أثبتت نتائج الصدق والثبات أن أداة البحث كانت على درجة عالية من الموثوقية، حيث حققت قيم KMO و $Bartlett's$ مستويات تؤكد ملاءمة البيانات للتحليل الإحصائي، كما أظهرت معاملات كرونباخ ألفا لكل المحاور قيمًا مرتفعة جدًا، مما يعكس اتساقًا داخليًا قويًا لفقرات الاستبانة.

وبناءً على هذه النتائج، يمكن القول إن الجمع بين تبسيط واجهات الاستخدام، وضمان سرعة المعاملات، وتوفير تجربة مستخدم متكاملة، يمثل استراتيجية فعالة لزيادة ولاء العملاء وتعزيز اعتمادهم على تطبيقات المدفوعات الرقمية في المملكة، وهو ما يتماشى مع توجهات التحول الرقمي في القطاع المالي محليًا وعالميًا.

5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

5.2. توصيات الدراسة:

5.3. الخاتمة:

قائمة المراجع

- Al-Harbi, A., & Khan, S. (2023). User experience in financial mobile applications in the Middle East: Cultural and linguistic considerations. IEEE Access, 11, 12560–12575. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2023.xxxxx>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- ISO 9241-210:2019. (2019). Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems. International Organization for Standardization.
- McKinsey & Company. (2023). Global banking consumer survey: Enhancing digital adoption through improved UX. <https://www.mckinsey.com>
- Müller, S. D., Mattke, J., Maier, C., & Weitzel, T. (2019). Explaining the acceptance of mobile payment systems by users: An empirical analysis. Electronic Markets, 29, 661–675. <https://doi.org/10.1007/s12525-019-00392-3>
- Saudi Central Bank (SAMA). (2023). Annual report on the development of digital payments in the Kingdom of Saudi Arabia. Riyadh: SAMA. <https://www.sama.gov.sa>

- Schierz, P. G., Schilke, O., & Wirtz, B. W. (2010). Understanding consumer acceptance of mobile payment services: An empirical analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 9(3), 209–216.
<https://doi.org/10.1016/j.elerap.2009.07.005>
- Suh, B., & Lee, I. (2018). The effects of system quality and user satisfaction on mobile banking loyalty. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 23(2), 1–17.
- 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. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- World Bank. (2022). Digital financial services in emerging markets: Trends, opportunities, and challenges. Washington, DC: World Bank Group.
<https://www.worldbank.org>
- القصبي، م. (2021). تجربة المستخدم في تطبيقات المدفوعات الرقمية في السعودية: دراسة ميدانية. *مجلة العلوم الإدارية*، 12(4)، 55–78.

الملاحق

استبانة البحث:

عنوان الاستبانة: أثر سهولة الاستخدام على تجربة المستخدم ورضا العملاء في تطبيقات المدفوعات الرقمية في المملكة العربية السعودية.

أولاً: البيانات الديموغرافية

الجنس:

☐ ذكر

☐ أنثى

الفئة العمرية:

☐ أقل من 25 سنة

☐ 25-34 سنة

☐ 35-44 سنة

☐ 45 سنة فأكثر

المؤهل العلمي:

☐ ثانوي أو أقل

☐ دبلوم

☐ بكالوريوس

☐ دراسات عليا

مدة استخدامك للتطبيقات المصرفية:

☐ أقل من سنة

☐ 1-3 سنوات

☐ 4-6 سنوات

□ أكثر من 6 سنوات

ثانياً: محور سهولة الاستخدام (Perceived Ease of Use)

الرجاء تحديد مدى موافقتك على العبارات التالية (1 = لا أوافق بشدة، 5 = أوافق بشدة):

رقم	العبارة	1	2	3	4	5
1	من السهل تعلم استخدام تطبيق المدفوعات الرقمية.	☐	☐	☐	☐	☐
2	التعامل مع واجهة التطبيق لا يتطلب جهداً كبيراً.	☐	☐	☐	☐	☐
3	خطوات تنفيذ العمليات المالية واضحة وبسيطة.	☐	☐	☐	☐	☐
4	أجد من السهل تذكر كيفية استخدام التطبيق بعد فترة من عدم الاستخدام.	☐	☐	☐	☐	☐

ثالثاً: محور تجربة المستخدم (User Experience)

رقم	العبارة	1	2	3	4	5
5	التصميم العام للتطبيق جذاب وسهل التصفح.	☐	☐	☐	☐	☐
6	سرعة استجابة التطبيق تلبي توقعاتي.	☐	☐	☐	☐	☐
7	أشعر بالرضا عند استخدام هذا التطبيق في معاملاتي اليومية.	☐	☐	☐	☐	☐
8	استخدام التطبيق يمنحني تجربة مريحة وخالية من التعقيد.	☐	☐	☐	☐	☐

رابعاً: محور رضا العملاء (Customer Satisfaction)

رقم	العبارة	1	2	3	4	5
9	التطبيق يلبي احتياجاتي المصرفية بشكل كامل.	☐	☐	☐	☐	☐
10	أنا راضٍ عن مستوى الخدمة المقدمة عبر التطبيق.	☐	☐	☐	☐	☐
11	أوصي الآخرين باستخدام هذا التطبيق.	☐	☐	☐	☐	☐

<https://shorturl.at/OQB3c>