



**كلية التجارة  
قسم إدارة الأعمال**

**” دراسة تحليلية للعوامل المؤثرة على قبول العميل  
لتكنولوجييا الخدمة الذاتية  
بالتطبيق على البطاقات الالكترونية ”**

*”An analytical study of the factors affecting the customer acceptance of self-service technology an applied study on E-cards ”*

دراسة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال

**مقدمة من  
الباحثه ، سمرأحمد حافظ**

**تحت إشراف**

**د. ريم محمد الألفي**  
مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة  
جامعة عين شمس

**أ.د/ جيهان عبد المنعم رجب**  
أستاذ التسويق بكلية التجارة  
جامعة عين شمس





كلية التجارة  
قسم إدارة أعمال

عنوان الرسالة

**”دراسة تحليلية للعوامل المؤثرة على قبول  
العميل لتقنيات الخدمة الذاتية  
بالتطبيق على البطاقات الإلكترونية ”**

اسم الباحثة: سمر أحمد حافظ حسنين

الدرجة العلمية: ماجستير

القسم التابع له: قسم إدارة أعمال

أسم الكلية: كلية التجارة

أسم الجامعة: جامعة عين شمس

سنة التخرج: ٢٠١٠

سنة المنح: ٢٠١٦





كلية التجارة  
قسم إدارة أعمال

## رسالة ماجستير

# "دراسة تحليلية للعوامل المؤثرة على قبول العميل لتكنولوجييا الخدمة الذاتية بالتطبيق على البطاقات الإلكترونية"

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال  
من الباحثة

سمر أحمد حافظ حسنين

لجنة المناقشة والحكم على الرسالة :

أ. د/ عائشة مصطفى المنياوي  
(رئيساً)

أ. د/ عائشة مصطفى المنياوي

أستاذ التسويق بقسم إدارة أعمال كلية التجارة جامعة عين شمس.

أ. د/ جيهان عبد المنعم رجب  
(مشرفاً وعضواً)

أ. د/ جيهان عبد المنعم رجب

أستاذ التسويق بقسم إدارة أعمال كلية التجارة جامعة عين شمس.

أ. د/ منى إبراهيم الدركوري  
(عضواً)

أ. د/ منى إبراهيم الدركوري

أستاذ التسويق بقسم إدارة أعمال كلية التجارة جامعة المنصورة  
ورئيس قسم إدارة الأعمال.

الدراسات العليا

ختم الإجازة: / أجازت الرسالة: / بتاريخ: /

موافقة مجلس الكلية: / موافقة مجلس الجامعة: /

م ٢٠١٦ / / م ٢٠١٦ / /



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قِيلَ لَكُمْ تَفَسَّحُوا فِي الْمَجَالِسِ  
فَافْسَحُوا يَفْسَحِ اللَّهُ لَكُمْ وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا  
يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ  
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ"

الْمُبَارَكَةُ  
الْمُبَارَكَةُ

سورة المجادلة الآية [١١]



## الإهداء

### إلى أمي الحبيبة

رداً لبعض من فضلك ، وحباً وعرفاناً وتقديراً لما بذلتة من جهد في تربيتي وتعليمي بارك الله في عمرك وأدام عليك الصحة والعافية.

### إلى روح والدي الحبيب

رحمه الله وغفر له وأسكنه فسيح جناته

### إلى إخوتي أحبابي

وفقكم الله إلى ما يحبه ويرضاه

### إلى زوجي الحبيب

أنت لي نعم الرفيق ، أثابك الله ووفقك إلى ما يحب ويرضى

### إلى أبني مالك

قرة عيني ومهجه قلبي ، أرجوا من الله أن يبارك لي فيك و يجعلك خير خلف  
إلى كل من كان سبباً في إنهاء هذا العمل . . . شكرًا وتقدير

الباحثة



## شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلوة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين .

نتقدم الباحثة بخالص الشكر والعرفان للأستاذة الدكتورة / جيهان عبد المنعم رجب أستاذ التسويق بكلية التجارة - جامعة عين شمس المشرف على الرسالة لما قدمته للباحثة من تشجيع وتوجيه ، فلم تخل بوقتها وعلمها في سبيل تحسين هذا العمل ، ويكتفى الباحثة فخرا أنها تلمندت على يديها. وفقها الله إلى ما يحب ويرضى وأدام عليها نعمه العطاء.

كما تتقد الباحثة بخالص الشكر والتقدير للأستاذة الدكتورة/ ريم الألفي مدرس إدارة الأعمال بكلية التجارة - جامعة عين شمس لما بذلته من مجهود كبير في توجيه الباحثة وإرشادها لإنها هذه الرسالة.

كما يسر الباحثة أن تقدم بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة/ عائشة المنياوي ، أستاذ التسويق بكلية التجارة - جامعة عين شمس . بقبولها رئاسة لجنة المناقشة والحكم على الرسالة ، وما قدمته من جهد ووقت في قراءة الرسالة والحكم عليها.

كما تتجه الباحثة بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة/ منى إبراهيم الديكوري أستاذ التسويق بكلية التجارة - جامعة المنصورة ، على تفضيلها بالاشتراك في لجنة المناقشة والحكم على الرسالة .

وأخيرا ... تتجه الباحثة بخالص الشكر إلى الدكتور/ وليد صديق، على ما قدمه من مساعدته للباحثة وتوجيهها في مجال التحليل الإحصائي .

الباحثة



# محتويات الدراسة

الصفحة	الموضوع
	<b>الفصل الأول</b> <b>الإطار العام للدراسة</b>
أ	مستخلص الرسالة
١	مقدمة.
٣	أولاً : الدراسة الاستطلاعية.
٤	ثانياً : مشكله الدراسة
٤	ثالثاً : الدراسات السابقة.
١٣	رابعاً : أهداف الدراسة.
١٤	خامساً : فرض الدراسة.
١٥	سادساً : نموذج الدراسة المقترن.
١٥	سابعاً : متغيرات الدراسة.
١٩	ثامناً : أهمية الدراسة.
١٩	تاسعاً : منهج الدراسة.
٢١	عاشرًا : حدود الدراسة.
٢٢	حادي عشر: أساليب تقييم أدوات الدراسة
٢٣	الثاني عشر : خطة الدراسة.
	<b>الفصل الثاني</b> <b>الإطار النظري للدراسة</b>
	<b>المبحث الأول قبول العميل للخدمة الذاتيه الإلكترونيه والعوامل المؤثره على قبوله لها</b>
٢٤	مقدمة:
٢٤	أولاً : مفهوم قبول العميل

الصفحة	الموضوع
٢٦	- نظريات قبول التكنولوجيا
٤٠	- نماذج قبول التكنولوجيا
٤٧	ثانياً : العوامل المؤثرة على قبول العميل لـ تكنولوجيا الخدمة الذاتية الإلكترونية.
٤٧	- العوامل الخاصه بالخدمة الذاتيه الإلكترونيه المؤثرة على قبول العميل لها.
٥٢	- العوامل الخاصه بالعملاء والمؤثرة على قبول العميل.
المبحث الثاني : مشاركة العميل	
٦٠	مقدمة.
٦٠	أولاً : مفهوم مشاركة العميل.
٦٠	ثانياً : تعريف مشاركة العميل.
٦١	ثالثاً: العوامل الخاصه بمشاركة العميل في الخدمة.
٦٣	رابعاً : أبعاد مشاركة العميل.
٦٤	خامساً : مستويات مشاركة العميل.
٦٦	سادساً : فوائد مشاركة العميل.
٦٦	سابعاً : أهمية مشاركة العميل.
الفصل الثالث	
الدراسة الميدانية (الطريقة والإجراءات)	
٦٩	أولاً : المقدمة
٦٩	ثانياً: التعريف بمجال التطبيق
٧٠	ثالثاً: الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة
٧٥	رابعاً: ثبات أداة الدراسة
١٠٧	خامساً: المعالجة الإحصائية المستخدمة
الفصل الرابع	
النتائج والتوصيات	
١٢١	أولاً : خلاصه النتائج.

الصفحة	الموضوع
١٢٤	ثانياً : التوصيات.
١٢٦	ثالثاً : الأبحاث المستقبلية.
<b>المراجع</b>	
١٢٧	أولاً : المراجع باللغة العربية.
١٢٨	ثانياً : المراجع باللغة الإنجليزية.
<b>الملحق</b>	
١٣٠	قائمة الاستقصاء.

## قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل
١٥	شكل رقم (١) : الإطار المقترن للدراسة
٢٧	شكل رقم (٢) : نظرية انتشار الابتكار
٣١	شكل رقم (٣) : مجموعه العملاء المتبنين للخدمة
٣٢	شكل رقم (٤) : نموذج قبول التكنولوجيا ATM
٣٥	شكل رقم (٥) : نموذج قبول التكنولوجيا ATM2
٣٨	شكل رقم (٦) : نموذج قبول التكنولوجيا ATM3
٤١	شكل رقم (٧) : نموذج Rogers التقليدي للتبني
٤٢	شكل رقم (٨) : نموذج Rogers & Shoemaker للتبني
٤٣	شكل رقم (٩) : نموذج Rogers المطور
٤٤	الشكل رقم (١٠) : نموذج Antil للتبني
٤٥	الشكل رقم (١١) : النموذج الحديث لتبني الجديد
٤٧	الشكل رقم (١٢) : العوامل الخاصه بالخدمة الإلكترونيه المؤثره على قبول العميل لها
٦٣	الشكل رقم (١٣) : مشاركه العميل فى تصميم وتسليم الخدمة
٨٥	الشكل رقم (١٤) : نموذج التحليل العاملی النهائي
٨٦	الشكل رقم (١٥) : نموذج نتائج التحليل العاملی التأکیدی لمقاييس العوامل المتعلقة بالخدمة
٩٠	شكل رقم (١٦) : نموذج نتائج التحليل العاملی التأکیدی لمقاييس العوامل المتعلقة بالعميل (قبل التعديل)