



**كلية التجارة**

**قسم إدارة الأعمال**

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

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

**دراسه مقدمه للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال**

**مقدمه من**

**الباحثه / سمر أحمد حافظ**

**تحت إشراف**

**د. ريم محمد الألفى**

**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  
العمل لتكنولوجيا خدمه الذاتيه  
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 لتكنولوجيا 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 :

(رئيساً)

أ.د / عائشة مصطفى المنياوي

أستاذ التسويق بقسم إدارة أعمال كلية التجارة جامعة عين شمس.

(مشرفاً وعضواً)

أ.د / جيهان عبد المنعم رجب

أستاذ التسويق بقسم إدارة أعمال كلية التجارة جامعة عين شمس.

(عضواً)

أ.د / منى إبراهيم الدكروري

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

الدراسات العليا

بتاريخ / /

أُجيزت الرسالة:

ختم الإجازة:

موافقة مجلس الجامعة

موافقة مجلس الكلية



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

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

بِسْمِ اللَّهِ  
الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

سورة المجادلة الآية [ ١١ ]





## الإهداء

إلى أمي الحبيبة

ردا لبعض من فضلك ، وحبا و عرفانا وتقديرا لما بذلته من جهد في تربيّتي وتعليمي بارك الله في  
عمرّك وأدام عليك الصحة والعافية.

إلى روح والدي الحبيب

رحمه الله وغفر له وأسكنه فسيح جناته

إلى إخوتي أحبائي

وفقكم الله إلى ما يحبه ويرضاه

إلى زوجي الحبيب

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

إلى أبنى مالك

قرة عيني ومهجه قلبي ، أرجوا من الله أن يبارك لي فيك ويجعلك خير خلف

إلى كل من كان سببا في إنهاء هذا العمل .... شكرا وتقدير

الباحثة



## شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد وعلى

آله وصحبه أجمعين .

تتقدم 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 تبخل بوقتها وعلمها في سبيل تحسين هذا العمل ، ويكفي الباحثة  
فخرا أنها تتلمذت على يديها. وفقها الله إلى ما يحب ويرضى وأدام عليها نعمه العطاء.

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

كما يسر الباحثة أن تتقدم 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 تتوجه الباحثة بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة/ منى إبراهيم  
الدكروري أستاذ التسويق بكلية التجارة - جامعة المنصورة ، على تفضلها بالأشتراك في  
لجنة المناقشة والحكم على الرسالة .

وأخيرا ... تتوجه الباحثة بخالص الشكر إلى الدكتور/ وليد صديق، على ما

قدمه من مساعده 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 الدراسه
٤	ثالثاً :الدراسات السابقة.
١٣	رابعاً : أهداف الدراسة.
١٤	خامساً : فروض الدراسة.
١٥	سادساً : نموذج الدراسة المقترح.
١٥	سابعاً : متغيرات الدراسة.
١٩	ثامناً : أهمية الدراسة.
١٩	تاسعاً : منهج الدراسة.
٢١	عاشراً : حدود الدراسة.
٢٢	حادي عشر: أساليب تقييم أدوات الدراسه
٢٣	الثاني عشر : خطة الدراسة.
<b>الفصل الثاني</b> <b>الإطار النظري للدراسة</b>	
<b>المبحث الأول قبول العميل للخدمة الذاتية الإلكترونية والعوامل المؤثرة على قبوله لها</b>	
٢٤	مقدمه:
٢٤	أولاً : مفهوم قبول العميل

الصفحة	الموضوع
٢٦	- نظريات قبول التكنولوجيا
٤٠	- نماذج قبول التكنولوجيا
٤٧	ثانيًا : العوامل المؤثرة على قبول العميل لتكنولوجيا الخدمة الذاتية الإلكترونية.
٤٧	- العوامل الخاصة بالخدمة الذاتية الإلكترونية المؤثرة على قبول العميل لها.
٥٢	- العوامل الخاصة بالعملاء والمؤثرة على قبول العميل.
المبحث الثاني : مشاركة العميل	
٦٠	مقدمة.
٦٠	أولاً : مفهوم مشاركة العميل.
٦٠	ثانيًا : تعريف مشاركة العميل.
٦١	ثالثًا: العوامل الخاصة بمشاركه العميل فى الخدمة.
٦٣	رابعًا : أبعاد مشاركة العميل.
٦٤	خامسًا : مستويات مشاركة العميل.
٦٦	سادسًا : فوائد مشاركة العميل.
٦٦	سابعًا : أهمية مشاركة العميل.
الفصل الثالث	
الدراسة الميدانية (الطريقة والإجراءات)	
٦٩	أولاً : المقدمة
٦٩	ثانيًا: التعريف بمجال التطبيق
٧٠	ثالثًا: الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة
٧٥	رابعًا: ثبات أداة الدراسة
١٠٧	خامسًا: المعالجة الإحصائية المستخدمة
الفصل الرابع	
النتائج والتوصيات	
١٢١	أولاً : خلاصه النتائج.

الصفحة	الموضوع
١٢٤	ثانيًا : التوصيات.
١٢٦	ثالثًا : الأبحاث المستقبلية.
المراجع	
١٢٧	أولاً : المراجع باللغة العربية.
١٢٨	ثانيًا : المراجع باللغة الإنجليزية.
الملاحق	
١٣٠	قائمة الاستقصاء.

## قائمة الأشكال

الصفحة	الشكل
١٥	شكل رقم (١) : الإطار المقترح 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 الخاصة بالخدمة الإلكترونية المؤثرة على قبول العميل لها
٦٣	الشكل رقم (١٣) : مشاركته العميل في تصميم وتسليم الخدمة
٨٥	الشكل رقم (١٤) : نموذج التحليل العاملي النهائي
٨٦	الشكل رقم (١٥) : نموذج نتائج التحليل العاملي التأكيدى لمقاييس العوامل المتعلقة بالخدمة
٩٠	شكل رقم (١٦) : نموذج نتائج التحليل العاملي التأكيدى لمقاييس العوامل المتعلقة بالعميل (قبل التعديل)