

أثر جودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي.

" دراسة تطبيقية على عملاء البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية "

باسم مأمون خساره

باحث دكتوراة الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري

أ.د أشرف عادل لبيب

عميد كلية الإدارة والتكنولوجيا

الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري

أ.د طلعت أسعد عبد الحميد

أستاذ التسويق والإعلان

كلية التجارة - جامعة المنصورة

الملخص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على تأثير جودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية. واعتمدت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كما تمت هذه الدراسة من خلال الاعتماد على مجتمع عملاء البنوك التجارية الذين يستخدمون تطبيقات الموبايل البنكي من خلال هواتفهم في جمهورية مصر العربية، حيث تم عمل استبانة إلكترونية تم طرحها على مواقع التواصل الإلكترونية، واختيار عينة النهر (River Samples) وهي عينة اعتراضية على مواقع الإنترنت، إذ تم استلام الاستثمارات السليمة (٣٩٤) استثمار ، وقام الباحث باستخدام برنامج التحليل الإحصائي spss. وقد توصلت النتائج إلى أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة تطبيقات الموبايل، على ولاء عملاء الموبايل البنكي في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية.

الكلمات المفتاحية: جودة تطبيقات الموبايل، ولاء العملاء.

Abstract

This research aims to explore the impact of quality of mobile applications on Loyalty of mobile banking customers commercial banks in the Arab Republic of Egypt.

This study employed a descriptive analytical approach and was conducted using a population of commercial bank customers who use mobile banking applications on their smartphones in the Arab Republic of Egypt. An electronic questionnaire was created and distributed on social media platforms, selecting a river sampling method (random purposive sampling) via the internet. an intercept sample collected online, and received (394) valid forms. The researcher utilized the SPSS statistical analysis program.

The results indicated a statistically significant effect of mobile application quality on Loyalty of mobile banking customers commercial banks in the Arab Republic of Egypt.

Keywords: quality of applications, customer loyalty.

المقدمة:

مع تزايد الاهتمام بالهواتف الذكية في السنوات الاخيرة، وذلك بسبب التوسع في استخداماتها لفتح قنوات اتصال جديدة، وحيث تعتبر الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أحد هذه الأشكال، وتتطوي الخدمات المصرفية تحت مظلة التجارة الإلكترونية، التي تقوم بجميع الخدمات المصرفية، عبر تكنولوجيا الاتصالات المحمولة (أو ما تسمى بالتجارة المتنقلة) مما يجعلها قناة هامة تكمل القنوات المصرفية الإلكترونية، وتعد تطبيقات الهواتف الذكية وسيلة تسويقية لجذب المستهلك

او العمل إلى الاشتراك في هذه التطبيقات والتفاعل معها (kim , et al ، ٢٠١٨)، وبناء على ما سبق تأتي أهمية جودة هذه التطبيقات لتجعلها قادرة على تلبية احتياجات العملاء، وزيادة ولائهم للعلامة التجارية وقدرة هذه القناة التسويقية على المنافسة. كما يعد ولاء العميل أحد أهم المرتكزات الأساسية ، التي تهدف الشركات لتحقيقها وتسعى من ورائها الي دعم إيراداتها الربحية، وينظر إلى ولاء العملاء على أنه التزام طويل الأجل للحصول على واحدة أو أكثر من المنتجات والخدمات المفضلة له ،وحيث أن التطور السريع في تقديم الخدمات المصرفية والائتمانية للعملاء والناتج عن التطور التكنولوجي والاقتصادي، وارتفاع مستوى الوعي المصرفي لدى العملاء، وزيادة عمق إدراكهم بأهميته، أدى إلى زيادة المنتجات والخدمات المصرفية المقدمة إلى العملاء، وقامت العديد من البنوك على ابتكار خدمات ومنتجات مصرفية جديدة تكون قادرة من خلالها على تلبية احتياجات عملائها، والسيطرة على حصة أكبر من المحفظة المادية والرقمية لعملائها، بالإضافة إلى القدرة على المنافسة مع البنوك الأخرى من أجل زيادة مبيعاتها والاحتفاظ بالعملاء (عبد الحميد، وآخرون، ٢٠٢٠).

وتاريخيا كانت المؤسسات المالية تركز على اكتساب عملاء جدد ولكن في الوقت الحالي من المهم بالنسبة لهم الاحتفاظ بالعملاء الحاليين، حيث أوضحت الدراسات أن احتمالية البيع للعملاء الحاليين تشكل نسبة من ٦٠ إلى ٧٠%، بينما تحظى احتمالية البيع للعملاء جدد بنسبة من ٥ إلى ٢٠% (Nhuong ,et al ,2022)، لذلك يعد البيع المتقاطع والبيع البديل المرتكز على العملاء الحاليين هو الأكثر فاعلية، من حيث القدرة على اكتساب ولاء العملاء، وتقليل تكاليف اكتساب عميل جديد.

وتعتبر جمهورية مصر العربية واحدة من الدول الرائدة التي بدأت بتنفيذ سياسات التحول الرقمي في معظم المجالات وذلك وفقا لرؤية مصر ٢٠٣٠ ومن أهم هذه المجالات القطاعات المصرفية حيث تشجع على استخدام الموبايل البنكي والمحافظ الذكية والخدمات البنكية المتاحة عبر الإنترنت لتسهيل التعاملات المصرفية اليومية.

وانطلاقا مما سبق تأتي هذه الدراسة في محاولة من الباحث لتركيز على أثر جودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي، بالتطبيق على عملاء البنوك التجارية في جمهورية مصر.

الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحث بالاطلاع على كل من متاجر التطبيقات المتاحة، وهي الابل ستور (App Stor) لموبايلات التي تعمل بنظام ISO، والبلاي ستور (Play Stor) للموبايلات التي تعمل على نظام الاندرويد، من أجل معرفة تقييم العملاء لهذه التطبيقات، ويعتمد المتجرين مقياس خماسي النجوم أي درجة ٥ نجوم، وهي أعلى درجة لتقييم التطبيقات من قبل العملاء، وبناء عليه تمت المقارنة كما هو موضح بالجدول رقم (١).

و يلاحظ الباحث أن هناك مشاكل تواجه عملاء هذه البنوك عند استخدامهم هذه التطبيقات، وأن نسبة تقييمهم لهذه التطبيقات كانت تتراوح بين / ٢.٥ / إلى / ٤.٥٥ / من درجة / ٥ /، وهذه النسب تعبر على أن المستخدمين لهذه التطبيقات لم يجدوا ما كانوا يرغبون به، أو أن هذه التطبيقات لا تقدم لهم الخدمات بشكل جيد أو بشكل يجعلهم راضين عن استخدام التطبيق، أو ان هذه التطبيقات لا تساعد على القيام بأعمالهم البنكية عن طريق الموبايل بشكل كامل أو جيد.

أثر جودة تطبيقاته الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي. " دراسة تطبيقية على عملاء البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية "

باسم هاهون خساره

جدول رقم (١). يوضح درجة تقييم العملاء للتطبيق.

المجموع		Play Store		App Store		اسم التطبيق
متوسط درجة التقييم	عدد التقييمات	درجة التقييم	عدد التقييمات	درجة التقييم	عدد التقييمات	
٣.٠٥	١٩,٠٤٠	٣.٥	١٧,٠٢٤	٢.٦	٢,٠١٦	NBE Mobile
٤.٥٥	١٣٨,٣٧٠	٤.٧	١٢١,٨٥٤	٤.٤	١٦,٥١٦	BM Online
٢.٥	٢,٦٥١	٢.٦	٢,٤٦٤	٢.٤	١٨٧	BDC Mobile Banking
٣.٧٥	٤,٧٧٧	٣.٦	٤,٣٦٥	٣.٩	٤١٢	ALEXBANK Mobile
٣.٤٥	٢٧,٦٦٣	٣.٥	٢٦,٠٥٢	٣.٤	١,٦١١	CIB Egypt Mobile Banking
٣.٥٥	٣٥,٣٨٤	٣.٦	٣١,٧١٣	٣.٥	٣,٦٧١	QNB ALAHLI Mobile Banking
٢.٨٥	٧٩,٨٨٩	٢.٥	٧٩,٥٠٢	٣.٢	٣٨٧	HSBC Mobile Banking
٣.٩	٢٠,٤٥٩	٣.٨	١٩,٩٧٩	٤.٠	٤٨٠	Arabi-Mobile
٤.٧٥	٧٣٧	٤.٨	٥٨٠	٤.٧	١٥٧	ADCB-Egypt Mobile
٣.٨٥	١,٤٩٣	٣.٩	١,٢٩٥	٣.٨	١٩٨	AAIB Mobile
٣.٢٥	١٨٩	٣.٥	١٤٩	٣.٠	٤٠	Saib Mobile Banking
٣.٤	٦٠٠	٢.٥	٥٣٠	٤.٣	٧٠	FABMISR Mobile
٣.٥٧	٣٣١,٥٥٢	٣.٥٤	٣٠٥,٥٠٧	٣.٦	٢٥,٧٤٥	المجموع ومتوسط التقييمات

المصدر: من إعداد الباحث بالعودة الى متاجر التطبيقات.

الدراسات السابقة:

قام الباحث بمراجعة المحتوى العلمي السابق المتعلق بموضوع الدراسة وذلك بهدف استخلاص مؤشرات المعرفية، والنظرية، والمنهجية، وجاءت الدراسات السابقة كما يلي:

- دراسة (Redda,2023) : جاءت الدراسة من أجل تحديد وشرح الآليات التي من خلالها ترتبط جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالولاء للعملاء، وذلك عند توسيط متغير الرضا لدى العملاء، حيث قامه الدراسة على أحد البنوك في جنوب إفريقيا، وتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال تحليل الوسط الكمي، حيث قام الباحث بجمع المعلومات عن طريق الاستمارة، التي قام بتوزيعها على عملاء البنك اللذين يستخدمون الخدمات المصرفية عبر الإنترنت،

وبلغت عدد الاستثمارات / ٣١٠ / استمارة، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS). وجاءت النتائج كما يلي هناك تأثير كبير لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء، ووجود تأثير كبير إيجابي لرضا العملاء على ولائهم، وأيضا وجود تأثير مباشر لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على ولاء العملاء.

• دراسة (Nhuong ,et al ,2022) : هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أبعاد جودة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على رضا وولاء العملاء، والتعرف على مدى تأثير جودة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول على ولاء العملاء، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث قام الباحث بعمل الاستبيان وإرساله عبر البريد الإلكتروني إلى الطلاب في كلية إدارة الأعمال التابعة لجامعة (National Economics University) في جنوب شرق الولايات المتحدة الأمريكية، وشملت العينة / ٢٨٣ / مفردة وكان مجموع الاستبيانات الصحيحة / ٢٥٨ / استبانة، وتم استبعاد الباقي الغير مكتمل، وبعد ذلك يتم تحليل البيانات عن طريق حزم البيانات الإحصائية المستخدمة في تحليل الاحصائية وهي (SPSS٢٥ .) و برنامج (smart PLS ٣) . وأظهرت النتائج أن هناك تأثير مباشر قوي بين جودة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، ورضا وولاء العملاء، وأن المؤسسات المالية يجب أن تركز على بناء وصيانة تطبيقاتها المصرفية بحيث تكون فعالة وآمنة عبر الهواتف المحمول لتعزيز ولاء العملاء والاحتفاظ بهم.

• دراسة (العموش ، ٢٠٢٢) : تسعى الدراسة الى توضيح أثر جودة الخدمات الإلكترونية وأبعادها (سهولة الاستخدام، الأمان، المصداقية) على ولاء عملاء شركة الاتصال الخليوي في الأردن، وتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لقياس المتغيرات، ولهذه الغاية تم عمل استبيان إلكتروني، تم توزيعها على عملاء شركة الاتصالات الخليوية، حيث جمع / ٥٨٠ / استمارة وكان عدد

الاستمارات الصحيحة / ٤١٧ / استمارة من عملاء هذه الشركات، حيث قام الباحث باستخدام الأساليب الإحصائية من خلال برنامج التحليل (SPSS) من أجل اختبار فروض الدراسة.

وكانت النتائج المهمة التي توصلت إليها الدراسة كالاتي صحة الفرض القائل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمات الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، الأمان، المصادقية)، على ولاء عملاء شركات الاتصالات في الأردن، ولقد جاء بعد سهولة الاستخدام أكثر الأبعاد تأثيراً، وجاءت المصادقية في المركز الثاني، والأمان في المركز الثالث.

• دراسة (Paulraj, 2021) : جاءت الدراسة إلى ايضاح تأثير جودة تطبيقات الموبايل المدركة على نية الشراء عبر الهاتف المحمول من تطبيقات متاجر بيع التجزئة، وتمت الدراسة على أربعة مدن في الهند، وهدفت الدراسة إلى دراسة تأثير الجودة المدركة لتطبيقات الهواتف الذكية بأبعادها (المظهر، وجودة المحتوى، والكفاءة الفنية، والمتعة، والفائدة، وثقة، وسهولة الاستخدام)، على نية الشراء لدى العملاء، ودراسة التأثير بين متغيرات الدراسة عند توسط العوامل الديموغرافية مثل (العمر، والجنس، والمؤهل التعليمي، والدخل، والحالة الاجتماعية)، اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، ومن أجل جمع البيانات قام الباحث بتصميم قائمة الاستبيان للحصول على البيانات الأولية، حيث قام بتوزيعها على / ١٤٨٠ spss. ٢١ لتحليل البيانات للوصول الى نتائج الدراسة.

وجاءت أهم النتائج ان هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين جودة وتطبيقات الموبايل المدركة بأبعادها على نية الشراء، ويختلف هذا التأثير باختلاف العمر والجنس والدخل.

مشكلة الدراسة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة، وبناءً على نتيجة الدراسة الاستطلاعية يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

- ما هو تأثير جودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي في البنوك التجارية في جمهورية مصر؟
- هل هناك تأثير جودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي عند توسيط المتغيرات الديمغرافية (النوع، السن، المؤهل العلمي، الدخل الشهري)، في البنوك التجارية في جمهورية مصر؟

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق مجموعة من الأهداف أمكن صياغتها على النحو التالي:

١. التعرف على تأثير جودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي في البنوك التجارية في جمهورية مصر.

٢. التعرف على تأثير جودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي عند توسيط المتغيرات الديمغرافية (النوع، السن، المؤهل العلمي، الدخل الشهري)، في البنوك التجارية في جمهورية مصر.

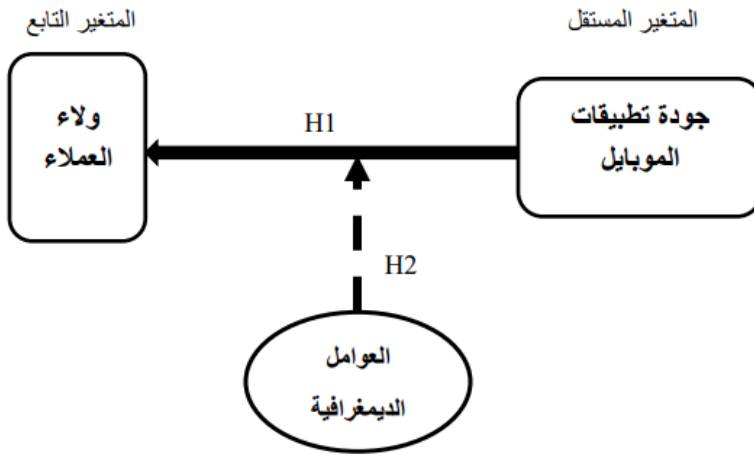
فروض الدراسة:

H1 : يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية.

H2: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي عند توسيط المتغيرات الديمغرافية (النوع، السن، المؤهل العلمي، الدخل الشهري)، في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية.

نموذج الدراسة:

يوضح الشكل رقم (1) نموذج الدراسة والذي يوضح تأثير المتغير المستقل (جودة تطبيقات الموبايل) على المتغير التابع (ولاء العملاء).



الشكل رقم (1) النموذج المقترح للدراسة

المصدر: إعداد باحث.

أهمية الدراسة:

تظهر أهمية البحث على المستويين العلمي والتطبيقي كما يلي:

أ- الأهمية العلمية:

تتبع الأهمية العلمية لهذه الدراسة من أنها تتناول دراسة المفاهيم الحديثة الخاصة بجودة تطبيقات الموبايل البنكي وولاء العملاء؛ وتستمد هذه الدراسة أيضاً أهميتها العلمية من أنها تدرس تأثير جودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي في البنوك التجارية في جمهورية مصر، أيضاً تأثير المتغيرات الديمغرافية عليها في نموذج واحد.

ب- الأهمية التطبيقية:

يستنتج الباحث من نتائج هذه الدراسة أنها سوف تساعد القائمين على البنوك التجارية تطوير تقديم خدماتهم، وذلك من خلال قناة توزيعية حديثة ومتطورة، وهي تطبيقات الموبايل، والعمل على رفع مستوى جودتها، من خلال معرفة وتحديد متطلبات واحتياجات عملائهم من أجل بناء علاقات متميزة ومستمرة مع العملاء. وتساعد مدراء التسويق في البنوك التجارية، على تحقيق مستوى عالي من ولاء عملائهم عن طريق رفع جودة تطبيقات الموبايل الخاصة بنوكهم.

منهج الدراسة:

قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي القائم على جمع البيانات، وإخضاعها للمعالجة الإحصائية واستخلاص النتائج منها، وذلك في جميع فروض الدراسة.

أسلوب الدراسة:

أ- البيانات المطلوبة ومصادرها:

سوف يعتمد الباحث على نوعين من البيانات هما:
بيانات ثانوية: يتم الحصول عليها عن طريق الاطلاع على الدراسات والبحوث العربية والأجنبية التي تناولت متغيرات الدراسة والموضوعات المتعلقة بها، بما يمكن الباحث من تأصيل المفاهيم وإعداد الإطار النظري للدراسة.

بيانات أولية: سيتم جمعها من عملاء الموبايل البنكي في البنوك التجارية في جمهورية مصر باستخدام قائمة استقصاء تعد لهذا الغرض، وتحليلها بما يمكن الباحث من اختبار صحة أو خطأ فروض الدراسة والتوصل إلى النتائج.

ب- مجتمع وعينة الدراسة:

• مجتمع البحث:

يتمثل مجتمع الدراسة من عملاء البنوك التجارية، الذين تستخدمون تطبيقات البنكية على هواتفهم الذكية في جمهورية مصر العربية، وكما يوضح تقرير منظور

التكنولوجيا المالية مصر ٢٠٢٣ ان عدد مستخدمي الانترنت البنكي في مصر في نهاية عام ٢٠٢٢ وصل الي ١٤.٤ مليون مستخدم وان عدد مستخدمي التطبيقات البنكية من خلال الهاتف المحمول ١٣.٢ مليون مستخدم، ومما يظهر لدينا مجتمع الدراسة يتكون من ١٣.٢ مليون عميل.

• عينة الدراسة:

قام الباحث بتحديد عينة قوامها (٣٨٤) مفردة، وذلك حسب الجداول الاكتوارية وقوانين حساب العينات، وحيث أن مجتمع الدراسة يزيد عن (١٠٠٠٠٠) مفردة، يصبح الحد الأدنى لحجم عينة الدراسة (٣٨٤) وذلك ضمن هامش خطأ يعادل ٩٥% ومستوى ثقة ٩٥%

ومن أجل أن تمثل العينة مجتمع الدراسة بشكل صحيح، حيث قام الباحث بعمل الاستمارة الالكترونية على برنامج (google Forms)، وتم توزيع رابط الاستمارة على تطبيقات مواقع التواصل الاجتماعي، وقام الباحث بسحب عينة انترنت اعتراضية عشوائية، حيث قام بتحديد عينة النهر - River Samples وهي عينة انترنت اعتراضية-، وهي تستهدف جميع الأجهزة التي تستخدم شبكة الإنترنت، حيث تقوم بدعوة زوار المواقع الاجتماعية على شبكة الإنترنت للمشاركة بالاستبيان (Burns, ٢٠٢٠)، ولقد استخدم تعبير النهر بشكل مجازي بتشبيه شبكة الإنترنت بالنهر - وذلك دلالة على تدفق الزوار الذين يزورون المواقع بشكل كبير بأعداد كبيرة-، حيث نقوم باعترض عينة من زوار المواقع، وهم جمهور المنتجات المستقصى عنها واختيارهم عشوائيا.

وكانت النتائج بان استقبل الباحث عدد / ٤٢٠ / قائمة استقصاء عن طريق النت، حيث قام بفرزها من أجل استخراج الاستثمارات الصحيحة التي بلغ عددها / ٣٩٤ / استمارة بنسبة / ٩٣.٨١ % / .

ج- أداة جمع البيانات:

تم استخدام الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية للبحث، ولأغراض هذا البحث، قام الباحث بتطوير قائمة استقصاء خاصة بالدراسة، قام الباحث بعمل الاستمارة الالكترونية على برنامج جوجل فورم (google Forms)، تضمنت مجموعة من الأسئلة التي من خلالها يتم تحديد وتوصيف العينة، وتتألف من أسئلة تخص متغيرات الدراسة وأسئلة تخص المتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة، بالإضافة إلى مجموعة من العبارات من أجل قياس أثر جودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي في البنوك التجارية العاملة في جمهورية مصر العربية.

محددات الدراسة:

تتمثل محددات الدراسة في التالي:

- تركز الدراسة على مفهوم جودة تطبيقات الموبايل، وتركز أيضاً على ولاء العملاء.
- تتم هذه الدراسة من وجهة نظر عملاء الموبايل البنكي في البنوك التجارية العاملة في جمهورية مصر العربية، ولا يدخل في الدراسة وجهة نظر العاملين بها.
- تخضع الدراسة لقيود مكانية، حيث تتم داخل جمهورية مصر العربية، وحدود زمنية، حيث يتم إجراؤها خلال شهري يناير وفبراير لعام ٢٠٢٤.

أساليب تحليل البيانات:

سوف يعتمد الباحث على الحزم الإحصائية (SPSS ٢٦V) لإجراء التحليلات التالية:
أ. تحليل الارتباط بيرسون: من أجل التأكد من صدق الاتساق داخلي لعبارات المقياس المستخدمة في الدراسة.

ب. معامل ألفا كرو نباخ: لقياس مدى ثبات قائمة الاستقصاء كأداة لجمع البيانات.

ج. أسلوب الانحدار المتعدد: للتعرف على التأثيرات المباشرة لمتغيرات وابعاد الدراسة.

أولاً: نتائج الصدق والثبات للمقياس المستخدم في الدراسة:

يهدف الباحث من إجراء الصدق والثبات إلى الاطمئنان والتأكد من صلاحية الأداة المستخدمة (قائمة الاستقصاء)، حيث يتم الحكم على صلاحية المحتوى بمدى

الاتفاق بين المتغيرات التي يشملها المقياس المجمع، وفيها يتم التحديد الشخصي لتجانس المفردات المستخدمة مع الفكرة، ولتحقيق ذلك نتناول كل منهما كما يلي:

١. صدق أداة الدراسة.

الصدق الظاهري للاستبانة: استمدت الاستبانة صدقها الظاهري من خلال صدق المحكمين بعد اعداد الصورة المبدئية للاستبانة وعرضها على الأستاذ المشرف، والأخذ بملاحظاته وتعديلاته بغرض عرض الصورة المعدلة على الأساتذة المحكمين، والطريقة الثانية فقد اعتمدت على حساب الصدق الذاتي للأداة بحساب معامل ارتباط بيرسون وجاءت النتائج كما في جدول (٢) كما يلي:

نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين عبارات المتغير، والدرجة الكلية للمتغير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١)، وعليه فإن جميع عبارات المتغير متسقة داخلياً مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لجميع عبارات متغير جودة تطبيقات الموبايل.

جدول رقم (٢).

معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المتغير (جودة تطبيقات الموبايل).

العبارات	معامل ارتباط بيرسون	معامل الارتباط
العمليات التي سوف أقوم بها من خلال التطبيق يتم معالجتها بشكل آمن ودقيق.	.844**	0.000
أتق أنه سيتم الاحتفاظ بمعلوماتي الشخصية بشكل سري عند استخدام التطبيق البنكي.	.803**	0.000
يمكنني الاعتماد على التطبيقات البنكية من أجل إنجاز الأنشطة البنكية بسهولة وفاعلية.	.826**	0.000
أعتقد أن استخدام التطبيقات البنكية يمكنني من تحسين أدائي في إجراء العمليات البنكية الخاصة بي.	.831**	0.000
استخدام التطبيق البنكي على هاتفي الذكي يساعدني على إجراء معاملاتي البنكية بسهولة ويوفر على الوقت والمجهود.	.850**	0.000
استخدام التطبيق البنكي الخاص بي يلبي كل توقعاتي واحتياجاتي اتجاه الخدمات البنكية المتاحة على التطبيق.	.807**	0.000
يتمتع التطبيق بتصميم مناسب ومريح يجعلني مرتاح عند استخدامه.	.842**	0.000
يتم تحديث التطبيق بشكل مستمر وإضافة عليه كل الخدمات البنكية الجديدة التي تساعدني على توفير الوقت والمجهود.	.880**	0.000
** عند مستوى معنوية ١% . * عند مستوى معنوية ٥% .		

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

من نتائج الجدول التالي رقم (٣) نجد أن جميع معاملات ارتباط بيرسون بين عبارات المتغير، والدرجة الكلية للمتغير دالة إحصائياً عند مستوى معنوية (٠,٠١)، وعليه فإن جميع عبارات المتغير متسقة داخلياً مما يثبت صدق الاتساق الداخلي لجميع عبارات متغير ولاء العملاء.

جدول رقم (٣).

معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المتغير (ولاء العملاء).

العبارة	معامل ارتباط بيرسون	الدالة الإحصائية
أثق في التطبيق البنكي في إنجاز معاملاتي البنكية بشكل جيد.	.792**	0.000
بشكل عام راضي عن استخدام التطبيق البنكي المقدم من قبل البنك الذي اتعامل معه.	.714**	0.000
أجد بأن استخدام تطبيق البنكي يساهم في تسهيل حصولي على الخدمات البنكية مما جعلني استخدمه بشكل متكرر.	.698**	0.000
حققت الخدمات المقدمة عبر التطبيق البنكي توقعاتي وتميزت بالدقة وسرعة الإنجاز.	.639**	0.000
أنا على ثقة من اني سوف استمر في استخدام التطبيق البنكي لإجراء معاملاتي البنكية بشكل مستمر في المستقبل.	.652**	0.000
أعبر عن ارتياحي من تجربتي في استخدام التطبيق البنكي للآخرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.	.683**	0.000
سوف أوصي غيري من أجل استخدام التطبيق البنكي الذي استخدمه وأتحدث له عن مميزاته.	.748**	0.000
** عند مستوى معنوية ١%		
* عند مستوى معنوية ٥%		

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

٢. ثبات أداة الدراسة.

يشير ثبات المقياس إلى مدى استقرار عبارات قائمة الاستقصاء وعدم تناقضها مع نفسها، أي أن قائمة الاستقصاء سوف تعطي نفس النتائج تقريباً باحتمال مساوي لقيمة معامل الثبات إذا أعيد تطبيقها على عينة أخرى من نفس المجتمع وب نفس الحجم. ولإجراء اختبار الثبات للعبارات الواردة بقائمة الاستقصاء تم استخدام معامل Cronbach's Alpha وهو معامل يأخذ قيماً تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح. فإذا لم يكن هناك ثباتاً على الإطلاق فإن قيمة هذا المعامل سوف تكون مساوية للصفر، بينما إذا كان هناك ثباتاً تاماً فإن قيمة هذا المعامل سوف تكون مساوية للواحد

الصحيح، أن أي زيادة في قيمة معامل Cronbach's Alpha ليقترّب من الواحد الصحيح تعني زيادة مستوى الثبات بما يعكس نتائج العينة على المجتمع محل الدراسة، علماً بأن أقل قيمة يمكن قبولها لهذا المعامل هي ٠.٧، وما يزيد عن ٠.٧ يعطي مؤشراً قوياً للحكم على ثبات قائمة الاستقصاء.

جدول رقم (٤).

معاملات الثبات لمحاولات أداة الدراسة.

عدد العبارات	Cronbach's alpha معامل	المتغير
7	0.830	ولاء العملاء
8	0.938	جودة تطبيقات الموبايل

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

ويتضح من الجدول السابق أن قيم معامل Cronbach's alpha للثبات تتراوح بين ٠.٨٣٠ و ٠.٩٣٨ (أي أن جميعها يزيد عن ٠.٧) ، بما يؤكد التناسق الداخلي لعبارات أداة الدراسة، مما يعني ارتفاع درجة ثبات وصدق محتوى متغيرات البحث، بحيث إذا تمت إعادة الدراسة مرة أخرى خلال فترة زمنية مقبلة على نفس المفردات المستقصى آراؤها، فإن نسبة ثباتهم على نفس الإجابات ستتراوح ما بين ٨٣% إلى ٩٣%.

٣. التطبيق الأكثر استخداماً من بين تطبيقات هذه البنوك.

يوضح الجدول التالي جدول رقم (٥) التطبيق الأكثر استخداماً من بين تطبيقات البنوك محل الدراسة، من وجهة نظر العينة التي تم أخذ رأيهم في الاستبيان، حيث جاء تطبيق البنك الأهلي في المركز الأول بنحو ٣٢%، يليه تطبيق بنك مصر بنحو ٢٠%، ثم البنك التجاري الدولي بنحو ١٢%، وبنك الإسكندرية بنحو ١٠%، ويليه بنك القاهرة بنحو ٨%، ثم بنك قطر الأهلي بالنسبة ٥%، ويليه البنك العربي الإفريقي بنحو ٤%، ثم جاء كلاً من بنك إتش أس بي سي والبنك العربي بنسبة ٣%، وجاء بالمركز الأخير بنك أبو ظبي التجاري بالنسبة ٢% .

جدول رقم (٥).

توزيع مفردات عينة البحث وفقاً للتطبيق الأكثر استخداماً من بين تطبيقات هذه البنوك.

النسبة المئوية	التكرار	التطبيق البنكي
32%	128	البنك الأهلي المصري
20%	80	بنك مصر
12%	48	بنك التجاري الدولي
10%	40	بنك الإسكندرية
8%	33	بنك القاهرة
5%	19	بنك قطر الأهلي
4%	14	البنك العربي الافريقي
3%	11	بنك اتش اس بي سي
3%	12	البنك العربي
2%	9	بنك ابو ظبي التجاري
100%	394	الإجمالي

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

٤. توصيف محاور الدراسة.

يشتمل التحليل على ثلاث متغيرات وهي المتغير المستقل البيع المتقاطع، والمتغير التابع ولاء العملاء، حيث يتم عرض نتائج الإحصاء الوصفي لكل متغير لآراء عينة البحث وذلك بحساب الوسيط الحسابي، والانحراف المعياري، ونسبة الاستجابة، والترتيب، ودرجة الموافقة، لكل متغير من متغيرات الدراسة وكل بعد من أبعاد المتغيرات.

✓ توصيف المتغير المستقل "جودة تطبيقات الموبايل".

يعرض جدول (٦) تحليل استجابات أفراد العينة المتعلقة بالمتغير المستقل "جودة تطبيقات الموبايل"، ونجد أن المتوسط الكلي للمتغير (٣.٧٦)، ويدل ذلك على أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة عالية على عبارات المتغير المستقل (جودة تطبيقات الموبايل)، وقد بلغ الانحراف المعياري نحو (١.٠٥)، وبنسبة استجابة عالية

بنحو ٧٥%، وذلك يشير إلى انخفاض الانحرافات المعيارية لعبارات المتغير مما يدل على تمركز الاجابات حول وسطها الحسابي.

جدول رقم (٦).تحليل استجابات أفراد العينة المتعلقة بالمتغير المستقل "جودة تطبيقات الموبايل".

الرقم	المتغير الوسيط جودة تطبيقات الموبايل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الاستجابة %	الترتيب	درجة الموافقة
1	العمليات التي سوف أقوم بها من خلال التطبيق يتم معالجتها بشكل آمن ودقيق.	3.73	1.26	75%	8	موافق
2	أثق أنه سيتم الاحتفاظ بمعلوماتي الشخصية بشكل سري عند استخدام التطبيق البنكي.	3.76	1.26	75%	5	موافق
3	يمكنني الاعتماد على التطبيقات البنكية من أجل إنجاز الأنشطة البنكية بسهولة وفاعلية.	3.74	1.23	75%	7	موافق
4	أعتقد أن استخدام التطبيقات البنكية يمكنني من تحسين أدائي في إجراء العمليات البنكية الخاصة بي.	3.79	1.28	76%	1	موافق
5	استخدام التطبيق البنكي على هاتفي الذكي يساعدي على إجراء معاملاتي البنكية بسهولة ويوفر على الوقت والمجهود.	3.78	1.26	76%	2	موافق
6	استخدام التطبيق البنكي الخاص بي يلبي كل توقعاتي واحتياجاتي اتجاه الخدمات البنكية المتاحة على التطبيق.	3.77	1.23	75%	4	موافق
7	يتمتع التطبيق بتصميم مناسب ومريح يجعلني مرتاح عند استخدامه.	3.78	1.23	76%	3	موافق
8	يتم تحديث التطبيق بشكل مستمر وإضافة عليه كل الخدمات البنكية الجديدة التي تساعدني على توفر الوقت والمجهود.	3.75	1.30	75%	6	موافق
	جودة تطبيقات الموبايل	3.76	1.05	75%	— —	موافق

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

ويلاحظ من الجدول السابق قد جاء في المركز الأول العبارة "أعتقد أن استخدام التطبيقات البنكية يمكنني من تحسين أدائي في إجراء العمليات البنكية الخاصة بي" وذلك بمتوسط حسابي (٣.٧٩)، ويدل ذلك على أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة عالية على العبارة، وقد بلغ الانحراف المعياري نحو (١.٢٨)، وبنسبة استجابة

نحو ٧٦%، وقد جاء في المركز الثاني العبارة "استخدام التطبيق البنكي على هاتفي الذكي يساعدني على إجراء معاملاتي البنكية بسهولة ويوفر على الوقت والمجهود" وذلك بمتوسط حسابي (٣.٧٨)، ويدل ذلك على أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة عالية على العبارة، وقد بلغ الانحراف المعياري نحو (١.٢٦)، وبنسبة استجابة نحو ٧٦%، وقد جاء في المركز قبل الاخير العبارة "يمكنني الاعتماد على التطبيقات البنكية من أجل إنجاز الأنشطة البنكية بسهولة وفاعلية" وذلك بمتوسط حسابي (٣.٧٣)، ويدل ذلك على أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة مرتفعة على العبارة، وقد بلغ الانحراف المعياري نحو (١.٢٦)، وبنسبة استجابة نحو ٧٥%، وقد جاء في المركز الاخير العبارة "العمليات التي سوف أقوم بها من خلال التطبيق يتم معالجتها بشكل آمن ودقيق" وذلك بمتوسط حسابي (٣.٧٣)، ويدل ذلك على أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة مرتفعة على العبارة، وقد بلغ الانحراف المعياري نحو (١.٢٦)، وبنسبة استجابة نحو ٧٥%.

✓ توصيف المتغير التابع " ولاء العملاء".

يعرض جدول رقم (٧) تحليل استجابات أفراد العينة المتعلقة بالمتغير التابع "ولاء العملاء"، ونجد أن المتوسط الكلي للمتغير (٣.٦٤)، ويدل ذلك على أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة منخفضة على عبارات المتغير التابع (ولاء العملاء)، وقد بلغ الانحراف المعياري نحو (٠.٩١)، وبنسبة استجابة عالية بنحو ٧٣%، وذلك يشير إلي انخفاض الانحرافات المعيارية لعبارات المتغير مما يدل على تركز الاجابات حول وسطها الحسابي.

قد جاء في المركز الأول العبارة "سوف أوصي غيري من أجل استخدام التطبيق البنكي الذي استخدمه وأحدث له عن مميزاته" وذلك بمتوسط حسابي (٣.٧٠)، ويدل ذلك على أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة مرتفعة على العبارة، وقد بلغ الانحراف المعياري نحو (١.٢٩)، وبنسبة استجابة نحو ٧٤%، وقد جاء في المركز الثاني العبارة "أثق في التطبيق البنكي في إنجاز معاملاتي البنكية بشكل جيد"

وذلك بمتوسط حسابي (٣.٦٩)، ويدل ذلك على أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة مرتفعة على العبارة، وقد بلغ الانحراف المعياري نحو (١.٣٢)، وبنسبة استجابة نحو ٧٤%، وقد جاء في المركز قبل الاخير العبارة "حققت الخدمات المقدمة عبر التطبيق البنكي توقعاتي وتميزت بالدقة وسرعة الإنجاز" وذلك بمتوسط حسابي (٣.٦١)، ويدل ذلك على أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة مرتفعة على العبارة، وقد بلغ الانحراف المعياري نحو (١.٣٠)، وبنسبة استجابة نحو ٧٢%، وقد جاء في المركز الأخير العبارة "بشكل عام راضي عن استخدام التطبيق البنكي المقدم من قبل البنك الذي أتعامل معه" وذلك بمتوسط حسابي (٣.٦٠)، ويدل ذلك على أن أفراد العينة لديهم درجة موافقة مرتفعة على العبارة، وقد بلغ الانحراف المعياري نحو (١.٦٢)، وبنسبة استجابة نحو ٧٢%.

جدول رقم (٧) تحليل استجابات أفراد العينة المتعلقة بالمتغير التابع " ولاء العملاء".

الرقم	المتغير التابع ولاء العملاء	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	نسبة الاستجابة %	الترتيب	درجة الموافقة
1	أثق في التطبيق البنكي في إنجاز معاملاتي البنكية بشكل جيد.	3.69	1.32	74%	2	موافق
2	بشكل عام راضي عن استخدام التطبيق البنكي المقدم من قبل البنك الذي أتعامل معه.	3.60	1.26	72%	7	موافق
3	أجد بأن استخدام تطبيق البنكي يساهم في تسهيل حصولي على الخدمات البنكية مما جعلني استخدمه بشكل متكرر.	3.63	1.33	73%	4	موافق
4	حققت الخدمات المقدمة عبر التطبيق البنكي توقعاتي وتميزت بالدقة وسرعة الإنجاز.	3.61	1.30	72%	6	موافق
5	أنا على ثقة من اني سوف استمر في استخدام التطبيق البنكي لإجراء معاملاتي البنكية بشكل مستمر في المستقبل.	3.64	1.28	73%	3	موافق
6	أعبر عن ارتياحي من تجربتي في استخدام التطبيق البنكي للآخرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي.	3.62	1.29	72%	5	موافق
7	سوف أوصي غيري من اجل استخدام التطبيق البنكي الذي استخدمه وأحدث له عن مميزاته.	3.70	1.29	74%	1	موافق
ولاء العملاء		3.64	0.91	73%	—	موافق

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

٥. اختبار الفرض الثالث للدراسة.

• **H1:** يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة تطبيقات الموبايل على ولاء العملاء في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية.

ونعرض فيما يلي نتائج الفرضية الرئيسية باستخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد كما يلي:

جدول رقم (٨) نموذج الانحدار الخطي جودة تطبيقات الموبايل على ولاء العملاء.

النموذج	معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل التحديد المعدل	الانحراف المعياري لخطأ المقدرات
1	٠.٩١٣	٠.٨٣٤	٠.٨٣٤	٠.٣٧٢
المقدرات: (الثابت)، جودة تطبيقات الموبايل				

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

يوضح لنا الجدول توصيف للنموذج والذي من خلاله نتعرف على قيمة معامل ارتباط بيرسون وهي تساوى (٠.٩١٣) مما يدل على أنه يوجد ارتباط طردي قوي بين المتغير التابع (ولاء العملاء) والمتغير (جودة تطبيقات الموبايل)، ونجد أيضاً أن معامل التحديد والذي يوضح لنا قدرة النموذج على تفسير التغير في المتغير التابع ونجد أن قيمة معامل التحديد عالية وتساوى (٠.٨٣٤) وتعنى ذلك أن النموذج قد نجح في تفسير ما يقرب من ٨٣% من قيم المتغير (جودة تطبيقات الموبايل).

جدول رقم (٩) تحليل التباين لمتغير جودة تطبيقات الموبايل وولاء العملاء.

النموذج	مجموع المربعات	درجات الحرية	المتوسط المربع	قيمة (ف)	الدلالة الإحصائية
الاتحدار	٢٧٢.٨٧	١	٢٧٢.٨٧	١٩٦٩.٢	b٠٠٠.
البواقي	٥٤.٣٢	٣٩٢	٠.١٣٨٦		
الإجمالي	٣٢٧.١٩	٣٩٣			
المتغير التابع: ولاء العملاء.					
المتغير المستقل: جودة تطبيقات الموبايل.					

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

يوضح لنا جدول تحليل التباين مدى معنوية نموذج الانحدار الخطى المتعدد ونجد أن قيمة الدلالة الإحصائية Sig تساوى (٠.٠٠٠) وهى أقل من (٠.٠٥) ويعنى ذلك اننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل مما يعنى ذلك معنوية النموذج، أي أنه يوجد تأثير ذات دلالة إحصائية بين المتغير التابع (ولاء العملاء) والمتغير (جودة تطبيقات الموبايل).

جدول رقم (١٠) المعاملات تأثير جودة تطبيقات الموبايل على ولاء العملاء.

المعاملات	المعاملات	قيمة (ت)	الدلالة الإحصائية
الثابت	1.474	17.96	0.00
جودة تطبيقات الموبايل	0.794	44.375	0.000
المتغير التابع: ولاء العملاء			

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

يوضح لنا جدول المعاملات الخاصة بالمتغيرات المستقلة والتي يتضح أنها معنوية كما يلي:

✓ المتغير (جودة تطبيقات الموبايل) له تأثير ذات دلالة إحصائية على المتغير التابع (ولاء العملاء)، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية Sig أقل من (٠.٠٥)، ونجد أن قيمة المعامل للمتغير (جودة تطبيقات الموبايل) هي (٠.٧٩٤)، أي أنه كلما زادت درجة المتغير (جودة تطبيقات الموبايل)، درجة واحدة ستزداد درجة المتغير التابع (ولاء العملاء) بمقدار (٠.٧٩٤) درجة.

• H2: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي عند توسيط المتغيرات الديمغرافية (النوع، السن، المؤهل العلمي، الدخل الشهري)، في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية.

وفيما يلي سنقوم بدراسة المتغيرات الديموغرافية (السن، النوع، المؤهل العلمي، الدخل الشهري) وهل هناك فروق ذات دلالة إحصائية على متغيرات الدراسة كما يلي:

١- المتغير الديموغرافي النوع.

فيما يلي اختبار مان ويتني (Mann Whitney U)، لمتغيرات الدراسة وذلك وفقاً للمتغير الديموغرافي النوع، وجاءت النتائج كما يلي.

جدول رقم (١١) اختبار (Mann Whitney U) لمتغيرات الدراسة المختلفة وذلك وفقاً للمتغير الديموغرافي (النوع).

المتغيرات	النوع	العدد	الوسط الرتبى	Mann-Whitney U	الدلالة الإحصائية
ولاء العملاء	ذكر	248	186.45	15,363	0.012
	انثى	146	216.27		
جودة تطبيقات الموبايل	ذكر	248	191.62	16,646	0.017
	انثى	146	207.49		

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

يتضح من خلال نتائج جدول اختبار (Mann Whitney U) بين محاور الدراسة وفقاً للنوع ما يلي:

✓ توجد فروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول ولاء العملاء وذلك وفقاً لمتغير النوع، حيث جاءت قيمة الدلالة الإحصائية تساوي ٠.٠١٢ وهي أقل من ٠.٠٥ ولذلك نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، وتأتي هذه الفروق لصالح فئة عينة الإناث ذات المتوسط الأكبر مقابل لعينة الذكور.

✓ توجد فروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول جودة تطبيقات الموبايل وذلك وفقاً لمتغير النوع، حيث جاءت قيمة الدلالة الإحصائية تساوي ٠.٠١٧ وهي أقل من ٠.٠٥ ولذلك نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل. وتأتي هذه الفروق لصالح فئة عينة الإناث ذات المتوسط الأكبر مقابل لعينة الذكور.

٢- المتغير الديموغرافي العمر.

فيما يلي اختبار كروسكال واليس (Kruskal-Wallis H)، لمتغيرات الدراسة وذلك وفقاً للمتغير الديموغرافي العمر، وجاءت النتائج كما يلي.

جدول رقم (١٢) اختبار (Kruskal-Wallis H) لمتغيرات الدراسة المختلفة وذلك وفقاً للمتغير الديموغرافي (العمر).

المتغيرات	السن	العدد	الوسط الرتبي	Kruskal-Wallis H	الدالة الإحصائية
ولاء العملاء	أقل من ٣٠ سنة	97	204.09	0.730	0.866
	من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة	117	196.03		
	من ٤٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة	96	190.64		
	أكثر من ٥٠ سنة	84	199.77		
جودة تطبيقات الموبايل	أقل من ٣٠ سنة	97	204.53	1.572	0.666
	من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة	117	195.69		
	من ٤٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة	96	186.70		
	أكثر من ٥٠ سنة	84	204.24		

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

يتضح من خلال نتائج جدول اختبار (Kruskal-Wallis H) بين محاور الدراسة وفقاً للسن ما يلي:

- ✓ لا توجد فروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول ولاء العملاء وذلك وفقاً لمتغير السن، حيث جاءت قيمة الدلالة الاحصائية تساوي ٠.٠١٢ وهي أقل من ٠.٠٥ ولذلك نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل.
- ✓ لا توجد فروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول جودة تطبيقات الموبايل وذلك وفقاً لمتغير السن، حيث جاءت قيمة الدلالة الاحصائية تساوي ٠.٦٦٦ وهي أكبر من ٠.٠٥ ولذلك نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل.

٣- المتغير الديموغرافي المؤهل العلمي.

فيما يلي اختبار كروسكال واليس (Kruskal-Wallis H)، لمتغيرات الدراسة وذلك وفقاً للمتغير الديموغرافي المؤهل العلمي، وجاءت النتائج كما يلي.

جدول (١٣) اختبار (Kruskal-Wallis H) لمتغيرات الدراسة المختلفة وذلك وفقاً للمتغير الديموغرافي (المؤهل العلمي).

المتغيرات	المؤهل العلمي	العدد	الوسط الرتبي	Kruskal-Wallis H	الدلالة الإحصائية
ولاء العملاء	ثانوية عامة فأقل	62	161.73	26.33	0.000
	مؤهل متوسط او ما يعادله	97	193.77		
	بكالوريوس أو ليسانس	184	224.97		
	دراسات عليا	51	148.97		
جودة تطبيقات الموبايل	ثانوية عامة فأقل	62	162.05	27.30	0.000
	مؤهل متوسط او ما يعادله	97	200.09		
	بكالوريوس أو ليسانس	184	223.15		
	دراسات عليا	51	143.13		

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

يتضح من خلال نتائج جدول اختبار (Kruskal-Wallis H) بين محاور الدراسة وفقاً للمؤهل العلمي ما يلي:

✓ توجد فروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول ولاء العملاء وذلك وفقاً لمتغير المؤهل العلمي، حيث جاءت قيمة الدلالة الاحصائية تساوي ٠.٠٠٠ وهي أقل من ٠.٠٥ ولذلك نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، وتأتي هذه الفروق لصالح فئة عينة الدراسة الحاصلين علي مؤهل علمي بكالوريوس أو ليسانس حيث جاءت بأكبر متوسط حسابي.

✓ توجد فروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول جودة تطبيقات الموبايل وذلك وفقاً لمتغير المؤهل العلمي، حيث جاءت قيمة الدلالة الاحصائية تساوي ٠.٠٠٠ وهي أقل من ٠.٠٥ ولذلك نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، وتأتي هذه الفروق لصالح فئة عينة الدراسة الحاصلين علي مؤهل علمي بكالوريوس أو ليسانس حيث جاءت بأكبر متوسط حسابي.

٤- المتغير الديموغرافي الدخل الشهري.

فيما يلي اختبار كروسكال واليس (Kruskal-Wallis H)، لمتغيرات الدراسة وذلك وفقاً للمتغير الديموغرافي الدخل الشهري، وجاءت النتائج كما يلي.

جدول (١٤) اختبار (Kruskal-Wallis H) لمتغيرات الدراسة المختلفة وذلك وفقاً للمتغير الديموغرافي (الدخل الشهري).

المتغيرات	الدخل الشهري	العدد	الوسط الرتبي	Kruskal- Wallis H	الدلالة الإحصائية
ولاء العملاء	أقل من ١٠٠٠٠ جنيه	116	193.44	0.275	0.871
	من ١٠٠٠٠ إلى ٢٠٠٠٠ جنيه	131	201.03		
	أكثر من ٢٠٠٠٠ جنيه	147	197.56		
جودة تطبيقات الموبايل	أقل من ١٠٠٠٠ جنيه	116	204.47	1.828	0.401
	من ١٠٠٠٠ إلى ٢٠٠٠٠ جنيه	131	202.49		
	أكثر من ٢٠٠٠٠ جنيه	147	187.55		

المصدر: من إعداد الباحث وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي SPSS.

يتضح من خلال نتائج جدول اختبار (Kruskal-Wallis H) بين محاور الدراسة وفقاً للدخل الشهري ما يلي:

✓ لا توجد فروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول ولاء العملاء وذلك وفقاً لمتغير الدخل الشهري، حيث جاءت قيمة الدلالة الإحصائية تساوي ٠.٨٧١ وهي أكبر من ٠.٠٥ ولذلك نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل.

✓ لا توجد فروق ذات الدلالة الإحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول جودة تطبيقات الموبايل وذلك وفقاً لمتغير الدخل الشهري، حيث جاءت قيمة الدلالة الإحصائية تساوي ٠.٤٠١ وهي أكبر من ٠.٠٥ ولذلك نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل.

نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة الحالية إلى النتائج التالية:

فيما يتعلق بالفرض الأول:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية، نجد أن المتغير المستقل (جودة تطبيقات الموبايل) له تأثير ذات دلالة إحصائية على المتغير التابع (ولاء العملاء)، وهذا يعني رفض الفرض الصفري، وقبول الفرض البديل (يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية).

فيما يتعلق بالفرض الثاني: نجد ما يلي:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي، عند توسيط متغير النوع (ذكر، إناث)، في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية، نجد أن المتغير المستقل (جودة تطبيقات الموبايل) والمتغير التابع (ولاء العملاء)، له تأثير ذات دلالة إحصائية عند توسيط متغير النوع، وهذا يعني رفض الفرض الصفري، وقبول الفرض البديل (يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية).
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي، عند توسيط متغير العمر، في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية، نجد أن المتغير المستقل (جودة تطبيقات الموبايل) والمتغير التابع (ولاء العملاء)، له تأثير ذات دلالة إحصائية عند توسيط متغير العمر، وهذا يعني قبول الفرض الصفري، ورفض الفرض البديل (لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية).
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي، عند توسيط متغير المؤهل العلمي، في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية، نجد أن المتغير المستقل (جودة تطبيقات الموبايل) والمتغير التابع (ولاء العملاء)، له تأثير ذات دلالة إحصائية عند توسيط متغير النوع، وهذا يعني رفض الفرض الصفري، وقبول الفرض البديل (يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية).

- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة تطبيقات الموبايل على ولاء عملاء الموبايل البنكي، عند توسيط متغير الدخل الشهري، في البنوك التجارية في جمهورية مصر العربية، نجد أن المتغير المستقل (جودة تطبيقات الموبايل) والمتغير التابع (ولاء العملاء)، له تأثير ذات دلالة إحصائية عند توسيط متغير الدخل الشهري، وهذا يعني قبول الفرض الصفري، ورفض الفرض البديل (لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية).

توصيات الدراسة:

بعد استعراض أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة الميدانية، خلصت الدراسة الي عدد من التوصيات جاءت أهمها فيما يلي:

❖ يجب أن توفر البنوك التطبيقات الخاصة بها التي تحتوي على خدمات متكاملة ومتنوعة بشكل جيد لعملائها، ويجب أن تقدم التطبيقات الخاصة بالبنوك مجموعة واسعة من الخدمات البنكية التي يحتاجها العملاء والتعرف على متطلباتهم بشكل جيد لمعرفة احتياجات العملاء وتلبيتها.

❖ يجب على البنوك إدراك مدى أهمية جودة التطبيقات البنكية بأبعادها الأمن، والخصوصية، وحماية الحسابات والمعلومات الخاصة بالعملاء، والممارسات العملية، والتصميم، والجمالية، وسهولة الاستخدام، لما لها تأثير قوي ومباشر على رضا وولاء العملاء بالإضافة إلى جذب عملاء جدد، والعمل على تشجيع العملاء على استخدام التطبيق بشكل أكبر، ورفع مستوى الوعي لدى العملاء بالخدمات المقدمة عبر التطبيق وذلك عن طريق الرسائل القصيرة SMS، وأيضا الفيديوهات التعليمية وعلى مواقع التواصل الاجتماعي، من أجل توضيح كيفية استخدام التطبيق والحصول على الخدمات بسهولة.

❖ العمل على تحديث وتطوير تصميم التطبيقات البنكية، لتكون أكثر إبداعاً فيما يتعلق بالألوان وعدم شعور العميل بالملل أثناء استخدام التطبيق، والعمل دائما على

تحديث مظهر وشكل التطبيق وتطوير أساليب الدفع والشراء من على تطبيق بشكل آمن ، وأيضاً تقليل الشروط والأحكام في التطبيق لسهولة الاستخدام، بالإضافة إلى ضرورة مواكبة المؤسسات المصرفية البرمجيات الحديثة واستخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين ذلك بما يتلاءم مع التطور العلمي في هذا المجال، وذلك من أجل رفع كفاءة أداء التطبيق البنكي على الموبايل من أجل تحقيق ولاء العملاء.

❖ تبني البنوك لنظرية ولاء العميل والاحتفاظ بالعملاء القدامى الذين تكلف الاحتفاظ بهم تقل عن تكلفة جذب عملاء جدد، وذلك من حيث العمل على تلبية كافة احتياجاتهم ورغباتهم المالية، وتقديم الخدمات المصرفية لهم بشكل أسهل في أي وقت وأي مكان على مدار ال ٢٤ ساعة، بتكلفة أقل وجهد أقل عبر التطبيقات البنكية الموجودة على هواتفهم، وقيام البنوك بحملات تسويقية مستمرة تهدف إلى زيادة وعي العملاء بالخدمات المصرفية المتنوعة والمنتجات التي يقدمها البنك عبر التطبيق البنكي.

المراجع:

مراجع العربية:

- العموش، طارق موسى، والعظامات، عبد الله، (٢٠٢٢) : "أثر جودة الخدمات الإلكترونية على ولا العملاء لشركات الاتصالات الخلوية في الأردن"، رسالة الدكتوراه منشورة، جامعة آل البيت، كلية إدارة الأعمال، المفرق، الأردن .
- عبد الحميد ، طلعت أسعد ، ومحمد، نسمة محمد ، و خشبة، ناجي محمد فوزي، (٢٠٢٠) : " إدارة علاقات العملاء وأثرها على الولاء: دراسة ميدانية على عملاء مراكز عمليات التجميل في محافظة الدقهلية " ،المجلة المصرية للدراسات التجارية، مج ٤٤ ، ٢٤ ، المنصورة.

مراجع اجنبية :

- Burns, Alvin C., & Veeck, Ann,(2020) : "MARKETING RESEARCH", Pearson Education ,Printice Hall, 9th ed, ISBN 0134895126 , New York, p.p248.

- Kim, S. & Baek, T. ,(2018) :**"Examining the Antecedents and Consequences of Mobile App Engagement "**, *Telematics and Informatics*, Vol (35) , No (2) , pp. 148 - 158.
- Nhuong ,B. , & Moore, Z. , & Wimmer, H., & Pham, L. ,(2022) :**" Predicting Customer Loyalty in the Mobile Banking Setting: An Integrated Approach"**, *International Journal of E-Services and Mobile Applications*, Vol (14) No(1) ,pp 1 – 32.
- Paulraj, A. ,(2021) :**" An exploratory study of the influences of mobile applications' quality and smartphones' attributes on selected mobile shoppers' buying behaviour in selected cities of Gujarat"**, (Order No. 28648887), Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2563694407).
- Redda, E. ,(2023) :**" E-banking quality and customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction"**, *Banks and Bank Systems*, pp. 177 - 188. doi:10.21511 /bbs.18(2).2023.15.