



جامعة الموصل  
كلية الإدارة والاقتصاد

إبداع تكنولوجيا المعلومات: اختبار أنموذجي قياس للتوقعات  
المحتملة من استخدام المصارف الإلكترونية لعينة من العاملين  
في مصارف أربيل

رسالة تقدم بها  
محمد أحمد يونس آل سليمان

إلى

مجلس كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة الموصل وهي جزء من متطلبات  
نيل شهادة الدبلوم العالي في اختصاص إدارة الأعمال

بإشراف

المدرس الدكتور أحمد يونس السبعاعي

## المستخلص

يمثل إبداع تكنولوجيا المعلومات أحد الموضوعات التي حظيت بإهتمام بالغ من الباحثين وإدارة المنظمات المختلفة لما له دور واضح في التأثير في الكثير من العوامل المنظمة ذات الأبعاد الإستراتيجية مثل الموقع التنافسي للمنظمة، والكلف، والأداء المنظمي، ورضا الزبائن.

ولقد إنصب الإهتمام على قضية اساسية تتمثل بتبني إبداع تكنولوجيا المعلومات وإنتشاره، إذ أن بعض الإبداعات لا تلاقي قبولا ولا إنتشار في بعض المنظمات، في حين أن الإبداع نفسه قد يلاقي قبولا واسعا وإنتشار كبيرا في منظمات أخرى. لذلك فلقد إنصب الإهتمام على دراسة الأسباب الكامنة وراء قبول الأفراد لإبداع تكنولوجيا المعلومات من عدمه وتحليلها. ولقد ظهرت الكثير من الإسهامات في هذا المجال، ولكن أحد أهم الإسهامات وأكثرها قبولا كانت النظرية المقدمة من لدن Rogers والمسماة نظرية إنتشار الإبداعات (Diffusion of Innovations).

إن هذه النظرية درست جوانب متعددة ومنها خصائص إبداع تكنولوجيا المعلومات وأنواع متبني إبداع تكنولوجيا المعلومات وخطوات إتخاذ قرار تبنيه. ولقد ركزت الدراسة الحالية على خصائص إبداع تكنولوجيا المعلومات كونها تمثل أكثر المتغيرات اهمية التي من الممكن أن تستخدم في تفسير معدل تبني إبداع تكنولوجيا المعلومات والمتمثلة بالميزة النسبية والتوافق والتعقيد وإمكانية التجربة والمربئية.

إن فهم توقعات الأفراد الذين من المحتمل سوف يتبنون إبداعاً ما تعد مسألة مهمة، إذ أنه من خلال هذه التوقعات سيتم التعرف على مواقف الافراد وبشكل مبكر تجاه هذه الابداعات قبل تبنيها، ولقياس هذه التوقعات فلقد صمم (1991) Moore and Benbasat أداة لقياس توقعات الأفراد تجاه إبداع تكنولوجيا المعلومات، وتضمنت المتغيرات الخمسة الأساسية المطروحة في نظرية إنتشار الإبداع فضلا عن ثلاثة متغيرات أخرى هي الطوعية، وقابلية إثبات النتائج والصورة (المكانة او القبول الاجتماعي)، وانطلقت الدراسة الحالية من فجوة اساسية تمثلت، على حد علم الباحث، بعدم وجود اي أنموذج قياس لخصائص إبداع تكنولوجيا المعلومات باللغة العربية. لذلك فإن هذه الفجوة سوف تغطي في الدراسة الحالية وذلك من خلال تبني مقياس من المقاييس المستخدمة عالميا والمعد من قبل (1991) Moore and Benbasat وترجمة هذا المقياس وإختبار مدى صلاحيته في بيئة المصارف، فضلا عن ذلك، فإن هناك ندرة في الدراسات التي قارنت بين أنموذجي (1983) Rogers و (1991) Moore and Benbasat، وإثبات أن المتغيرات الثلاثة المضافة من قبل (1991) Moore and Benbasat هي فاعلة أيضا في عملية القياس.

شملت عينة البحث (229) من الأفراد العاملين في المصارف الحكومية والأهلية في مدينة اربيل والذين لديهم تعامل مع تكنولوجيا المعلومات المصرفية.

لقد تم تبني اسلوب التحليل العاملي التوكيدي من اجل إختبار فرضيات البحث وتحقيق اهدافه. إن أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة هي ملائمة أنموذجي الدراسة لقياس التوقعات حول إبداع تكنولوجيا المعلومات من لدن الأفراد العاملين. إن توقعات الأفراد تجاه متغيرات تبني المصارف الألكترونية كانت تميل الى الإتجاه الإيجابي، وهذا ما يمكن أن يكون مؤشراً جيداً على أن عملية تبني وإنتشار تكنولوجيا المعلومات قد تكون سهلة في إطار تفهم الأفراد العاملين للمصارف الالكترونية والية عملها ومزاياها.

إن واحداً من أهم التوصيات هي ضرورة قيام إدارات المصارف بتعزيز التوقعات الإيجابية لدى الأفراد تجاه المصارف الإللكترونية وذلك من خلال العمل على إيصال رسائل الى الأفراد العاملين في المصرف تكون متمحورة حول مزايا التطورات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي وسهولة العمل عليها.

## **Abstract**

A considerable attention is paid to Information technology (IT) innovation by the researchers in information systems arena and the top management of organizations. The reason behind this attention is the impacts of IT innovation on strategic posture, cost, organizational performance, and customer satisfaction. The efforts of researchers focus on an essential issue is that the adoption and diffusion of IT innovation. Some innovations are widely accepted by some users and do not accept by others. Therefore, these efforts emphasis on exploring and analyzing factors that impact IT acceptance. One of the most important contributions in the IT innovation was produced by Rogers which is called the “Diffusion of Innovation” theory. This theory focuses on characteristics of IT innovation, classifications of information technology adopters, and processes of adoption decision. The current study emphasized on the characteristics (factors) of IT innovation due to the importance of them in explaining the rate of technology adoption. These factors are relative advantage, compatibility, complexity, trailability, and visibility. Perceptions of potential adopters are important to understand their attitude toward IT innovation before the ultimate adoption. Moore and Benbasat (1991) designed an instrument to measure the perceptions of non-adopters and adopters of IT innovation. The instrument includes eight factors, five of them were adopted form the diffusion of innovation theory and three factors were added by the authors: voluntariness of use, result demonstrability, and image. The current study aims to fill a critical gap is the lack in the measurements that assess the IT innovations in Arabic language. In addition, there is rarity in studies that hold a comparison between the model of Rogers (five factors) and the model Moore & Benbasat (eight factors). The instrument of Moore & Benbasat (1991) was adopted in this study to measure the perceptions of employees toward the adoption of electronic banking. The validity and reliability of the instrument were examined. The sample included (22<sup>9</sup>) employees working in private and public banks in Erbil. Confirmatory factor analysis was employed to analyze the data and testing the study hypotheses. The study results showed that the perceptions of respondents toward IT innovations were in the positive direction and that can help to adopt and diffuse the electronic banking easily and speedily. One of the essential recommendations is that the top management of banks should working to enhance the positive perceptions toward electronic banking via sending a positive message to employees about the advantages and ease of use these technologies.



# **Information Technology Innovation: A test of two measurement models of potential perceptions of using electronic banks**

A Thesis submitted by

**Mohammed Ahmed Younis Al Sulaiman**

To

**The Council of the College of Administration and Economics  
University of Mosul**

**As a Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of  
Higher Diploma in Business Administration**

Supervised by

**Dr. Ahmed Younis Alsabawy**