

في تحديد مواقف ونوايا المتعلقة بإعلانات 'TAM' نسعى من خلال هذه الدراسة إلى معرفة مدى صلاحية نموذج قبول التكنولوجيا الهاتف المحمول للمستهلكين على هذا الأساس سنقوم في هذا الفصل بعرض نموذج و فرضيات البحث، ثم نقوم بعد ذلك باستعراض لمنهجية الدراسة التي تكون متكاملة و تتناسب من الفرضيات الموضح في النموذج من أجل الوصول إلى إجابة عندما ننتهي من عرض Facebook للإشكالية المدروسة و ذلك من خلال محاولة دراسة سلوك زبائن المنخرطين في موقع المنهجية نتحقق من نتائج التحليل الاستكشافي و العاظمي للبيانات و نتحقق من التوزيع الطبيعي للعينة المدروسة، التي ستمكننا من قبول أو رفض الفرضيات الموضوعة في البحث. المبحث الأول:فرضيات البحث و تبرير النموذج النظري للدراسة: لقد اشار مهمة في PEOU هي "درجة السهولة المرتبطة باستخدام النظام". تعتبر (PEOU) أن سهولة الاستخدام الملموسة Venkatesh المواقف التي تنطوي على الاستخدام الطوعي وغير الطوعي، نظراً لأنها تعزز تصور الزبائن الإيجابي لإعلانات الهاتف المحمول إنه يوضح، (1985) Davis المطورة من طرف (TAM) والهواتف الذكية باعتبارها مفيدة للمستخدم. إن نموذج قبول التكنولوجيا مدى اعتقاد المستخدم أن البرنامج الذي يستخدمه سيحسن قدرته على تنفيذ عمله. لقد وجد أن العامل الأساسي الذي يؤثر على بمدى اعتقاد الفرد أن ، (Soroa- Curie and Yang) استخدام أنظمة تكنولوجيا المعلومات هو إدراك الفائدة. و يوافقه كل من استخدام نظام معين من شأنه أن يحسن أداءه الوظيفي، وذلك عندما يميل الأفراد إلى استخدام أو عدم استخدام تطبيق أو تقنية، أن المعايير الذاتية هي إيمان (Ajzen, 1991) إلى الحد الذي يعتقدون أنه سيساعدهم على الأداء عملهم بشكل أفضل و يعرف الفرد بتوقعات المجموعة المرجعية، والتي تتكون من أشخاص مهمين في بيئتهم المباشرة. و لأنها متغير يتناول أهمية السياق الاجتماعي فيما يتعلق بالسلوك، فإن المعايير الذاتية تعد عنصراً حاسماً يوجه النية السلوكية المستقبلية. وأيضا يبينها بتلك الآراء حول ما يعتقد الأشخاص المهمون أنه سلوك مناسب أو غير مناسب لذلك من أجل توفير ميزة تنافسية لأنفسهم وتعزيز الربحية، قد تقوم الشركات بتقسيم قاعدة المستهلكين الخاصة بها بناءً على سلوكهم وموقفهم تجاه الإعلان. إن الموقف تجاه الإعلان هو الرغبة في التفاعل بشكل إيجابي أو سلبي مع إعلان تجاري معين بعد مشاهدته، بالإضافة إلى الرغبة المكتسبة في الاستجابة بشكل انه ميل بشري مكتسب، (Fishbin and Ajzen 1975) ويرى، (Lutz 1985) إيجابي أو سلبي مستمر للإعلان بشكل عام وفقاً ليملي كيفية تفاعل الشخص المحتمل مع كائن أو مفهوم أو مجموعة متنوعة من الأشياء أو وجهات النظر. ووافقه في ذلك كل من يتم تعريف اتجاه الفرد على أنه تقييمه الإيجابي أو السلبي المستمر، وميله إلى التصرف تجاه Derbaix Blondeau et Pecheu، بأنها الرغبة في التصرف أو الرد (Jung 1971) و (Mehta and Purvis 1996) أشياء أو مفاهيم معينة. واتفق أيضا كل من بطريقة معينة. يتم تحفيز الناس من خلال موقفهم الاستهلاكي، والذي يرتبط بتفسير والتنبؤ برغبة المستهلك في اختيار الأشياء أو استخدامها. الذين لهم تأثير على قراراتهم باستخدام عنصر معين. اما بالنسبة الى نية الاستخدام إعلانات الهواتف الذكية يوضحها في هي وظيفة التأثير السلوكي بمثابة متغير تابع ويشير إلى الرغبة في النقر على الإعلان (Nysveen et al. 2005) دراسة أجراها Hofsted والانتباه إليه وقراءته. يتم تعريفه على أنه الموقف العام تجاه الإعلانات داخل التطبيق، ويعمل كمتغير تدخلي و يوافقه يشير . [PU] بشكل إيجابي على الفائدة المدركة [PEU] الفرضية الأولى: يؤثر تصور سهولة الاستخدام 1.1 . (1980- 1984) إلى سهولة الاستخدام المدركة على أنها المدى الذي يعتقد فيه المتسوق الإلكتروني أن التسوق عبر (Wang and Genc 1989) الإنترنت سيكون سهلاً ويسلط الضوء على أهمية وحدة التخطيط الاستراتيجي، مما يوضح أن هذا عامل مهم في التنبؤ بالمواقف إلى أن التعقيد هو عامل محدد في الحد من رغبة (Rogers 1995) تجاه التكنولوجيا الخدمات القائمة على الخدمات، حيث أشار وبناءً على ملاحظاتهم، أكد الباحثون أن سهولة، (Teo 2003) المشتري الإلكتروني في "اعتماد نظام ما و وافقه في ذلك عمل ينظر إليها من قبل المتسوقين عبر الإنترنت لتقليل التعقيد وزيادة احتمالية المواقف الإيجابية تجاه اعتماد PEU الاستخدام له تأثير إيجابي على الموقف [PEU] الاستخدام ومن ثم تم طرح الفرضية التالية: 2.1 الفرضية الثانية: إن إدراك سهولة الاستخدام تكشف الضوء على الفكرة الأصلية القائلة بأن السهولة (DAVIS 1989) تجاه استخدام الإعلانات على الهاتف الذكي. يسلط [ATT] (بعد 2004) Berkowitz الملموسة لها تأثير إيجابي وهام على موقف المستخدمين تجاه إعلانات الهاتف المحمول، ويتفق معه توفر الهواتف الذكية المتقدمة تقنياً أيضاً للمستخدمين (Shin 2011) و Choo لها التأثير الأكبر. وفقاً PEOU دراسة مفادها أن سهولة كبيرة في الاستخدام من خلال السماح لهم بإدارة الوظائف الأساسية بوضع نقرات فقط. ويمكن للمستخدمين تحسين إمكانية الوصول إلى الهواتف الذكية باستخدام هذه الميزات. مما له في النهاية الأثر الإيجابي على اتجاهات الأفراد نحو استخدام له تأثير إيجابي على [PU] هذه الأجهزة ويمكننا صياغة الفرضية الثالثة على النحو التالي: 3.1 الفرضية الثالثة: إن إدراك المنفعة

Summarized by © lakhasly.com

الانحراف المعياري: يستخدم الانحراف المعياري لقياس مستوى تشتت بيانات العينة. وتكون القيمة موجبة عندما تكون أقل من 1. يقوم Cronbach: 5 مما يدل على تقارب البيانات، وعندما تزيد عن هذه القيمة فهذا يدل على اختلاف الإجابات. معامل α لـ بتقييم موثوقية عناصر الدراسة وتقييم مدى فهم المستجيبين لها. كما يمكن استخدامه لتحديد نسبة أو احتمالية الحصول على نفس Kaiser-Meyer-Olkin: الإجابات إذا أجابت عليها نفس العينة من المستجيبين مرة أخرى. 7 إلى أن الفقرات تتمتع اعتمادية جيدة. مؤشر مناسباً لتقييم جودة الاتصالات بين عناصر Kaiser-Meyer-Olkin يعد مؤشر KMO، وفقاً للاختصار Meyer-Olkin تعتبر طريقة الاختبار مفيدة للتحقق من صحة: Ficher الاستبيان. 5. إذا تجاوزت قيمتها 50% فهي تعتبر جيدة. اختبار الكروية: مصطلح معناه صفر يدل على أن التناقص بين الفقرات جيد. 2. 3.2 التحليل ألعاملي Bartlett Khi2 المتغيرات. اختبار باستخدام GLS-ML. التوكيدي: استخدمنا طريقة المعادلة الهيكلية لإجراء التحليل ألعاملي التوكيدي. اختيار طريقة التقدير هو T ومن الضروري أن يتجاوز اختبار [BBNFI، BBNNFI، BCFI، Bollen's Rho، Bollen's Delta] هذه الطريقة، التزايدية وأن يكون مستوى دلالة 5% لجميع التشبعات العالمية للمتغيرات المقاسة. يتم التعبير عن معاملها عندما ينحصر بين [0.965، 1.0]. 1. 2. اختبار توزيع طبيعي للبيانات: معامل الالتواء: يتيح هذا المعامل تقييم مدى اتجاه استجابات العينة المدروسة، أي إذا كانت متفقة مع 7 و6 و5، مما يعني أن الميل سلبي، أو إذا كانت تختلف مع الأرقام 3 و2 و1، درجة التفرطح: وتشير درجة التفرطح إلى استواء منحني توزيع الاستجابة للعينة المدروسة، مثل وجود منحني مسطح عندما تكون الاستجابات مختلفة ومتباعدة. تشير القيمة السالبة لهذا المعامل إلى أن البيانات بعيدة تماماً عن بعضها البعض، وكلما كانت أعلى من الصفر، كلما فكانت sn: مما يدل على أن الإجابات كانت ممتعة. وأما att. ui. كانت أقرب. يبين الجدول 4 البيانات من التحليل الاستكشافي أقل من 4، مما يدل على أن الردود كانت مضرة. كما كان هناك الانحراف المعياري أكبر من 1. 5 في معظم الفقرات، وبصرف α يعتبر الانحراف الأقل من 1. أما بالنسبة لاختبار ثبات العنصر (اعتمادية الفقرات)، فقد كان أداء معامل Pu، النظر عن فقرة Cronbach 0.825 1.60 4,746 4 ATT جيداً حيث كانت غالبية نتائجه أعلى من 0.742 0.609 103 227، 344 مواقف Sphericity of SPSS. [N=255]. مصدر: من إعداد الباحث باستخدام برنامج، 0.764 12, 00 367, 956 631، 6، Bartlett - JKhi-2، ووفقاً لتحليل التباين، سنتناول في هذا البند نتائج معايير المطابقة و التشبعات العالمية 3 معايير المطابقة: 6، و بالتالي نقول أنه في العموم كانت النتائج جيدة. 5: معايير المطابقة المطلقة [RMS = 0.08 و GFI=0.830، 0.82 و Chi_2 652, 501 Indice RMSEA Steiger-Lind 0. Joreskog 0, 830 Joreskog 0, 794 IGP) Indice Gamma كانت غالبية نتائجها مرضية، 0.837 = 0.761, 855] كانت قريبة من 0، وفي رأينا أن النتائج كانت مرضية 0, 889 Population 0، بشكل عام، نعتقد أن معايير Statistica. بشكل عام 6: معايير المطابقة التزايدية مصدر: من إعداد الباحث باستخدام برنامج المطابقة كانت مرضية وأظهرت توافقاً مرضياً للبيانات مع النموذج النظري. 2.2. وتوضح الجداول 8 و9 و10 و11 و12 نتائج كانت قيمتها كلها أكبر من (0.833 6, 0 595 000, 11 646, 22 441 000 000) (Loading) التحليل بأن التشبعات العالمية Niveau P < خطأ القياس 1.96، 0 790 000،