

## أثر التكنولوجيا المالية في تفعيل الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن The impact of financial technology in activating the electronic management of customer relations

ط.د/ سلوى قرنة<sup>1\*</sup>، مخبر الابتكار في التحليل الاقتصادي والمالي، جامعة باجي مختار - عنابة،  
الجزائر، salwakarna@gmail.com

د. كحول محمد يزيد<sup>2</sup>، جامعة باجي مختار - عنابة، الجزائر، kahoulyazid@hotmail.fr

تاريخ قبول المقال: 21/05/2023

تاريخ إرسال المقال: 04/01/2023

### الملخص:

هدفت دراستنا إلى معرفة أثر التكنولوجيا المالية في تفعيل الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن، وقد اعتمدنا على المنهج الوصفي، فقد قمنا باستخدام الاستبيان كأداة لجمع بيانات (30 عامل) من البنك الخارجي الجزائري تبسة، وتحليل هذه البيانات عن طريق استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss.25). وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها مستوى إدراك التكنولوجيا المالية والإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن كان متوسط لدى أفراد عينة الدراسة، توجد علاقة تأثير بين التكنولوجيا المالية في تفعيل الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن في المؤسسة محل الدراسة  
كلمات مفتاحية: تكنولوجيا مالية، إدارة إلكترونية، علاقات زبائن

### Abstract:

Our study aimed to know the impact of financial technology in activating the electronic management of customer relations, and we relied on the descriptive approach, we used the questionnaire as a tool for collecting data (30 workers) from the institution under study and analyzing this data by using the Statistical Package for Social Sciences program (spss.25 ). The study reached several results, the most important of which is the level of awareness of financial technology and electronic management of customer relations, which was average among the study sample.

**Keywords:** financial technology, electronic management, customer relations

## المقدمة:

مع كل هذا التطور في استخدام الانترنت والتجارة الالكترونية ظهرت تحديات أمام مؤسسات الأعمال الموجودة لإعادة النظر في أهم علاقة أساسية لها وهي علاقة المؤسسة بزبائنهم، وبما أننا ندرك تماما أن جميع مؤسسات الأعمال أنفأ وأولا وأخيرا إلى الديمومة، فإنه في ظل هذه الظروف يتعين على المؤسسات أن تجذب المزيد من الزبائن الجدد، والتركيز على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين من خلال بناء علاقة طويلة الأجل مبنية على الثقة بين المؤسسة والزبون ولا شك أيضا أن هذا الهدف صعب خصوصا في ظل المتغيرات السريعة في التقنيات، ومع كثرة الخيارات أمام الزبائن، فلا بد لهذه المؤسسات من مواكبة مستجدات العصر واستخدام التكنولوجيا الحديثة من خلال علاقة زبائنهم إلكترونيا عبر الموقع الإلكتروني الخاص بها ويكون لها القدرة على تتبع وإدارة مختلف الأنشطة الإلكترونية والتي تتطلب استجابة شخصية سريعة لكل زبون لفهم وإدراك متطلبات الزبائن لتقديم قيمة لهم والقدرة على الاحتفاظ بهم وبولائهم.

وبما أن غالبية مؤسسات الأعمال تسعى لتحقيق رضا وولاء زبائنهم فان شعور الزبون بقيمة عالية يعد مؤشرا كبيرا لولائه ورضاه، وقد أكدت العديد من الدراسات على وجود علاقة ايجابية بين رضا الزبون وقيمة الزبون، وان هناك ترابط وتقارب واضح بين رضا الزبون وق الزبون إذ أن رضا الزبون يضم بمضمونه بناءا على قيمة للزبون وان القيمة لا تتحقق إلا بوجود خدمات ذات جودة عالية تلبي رغبات ذلك الزبون وعليه تسعى العديد من المؤسسات إلى تبني مداخل متطورة لتحقيق قيمة الزبون وإحدى هذه المداخل هي استخدام إدارة علاقات الزبائن الالكترونية، إذ تحتوي هذه الأخيرة على خصائص عدة لتجمع كافة مراحل تعامل الزبون مع المؤسسة في الدورة الشرائية، سواء في إدارة علاقتها معه في مرحلة ما قبل الشراء، وفي مرحلة الشراء، وفي مرحلة ما بعد الشراء<sup>1</sup>

يعتبر الزبون بالنسبة للمؤسسة مركز اهتمام نظرا للدور الرئيسي الذي يلعبه في ظل التحولات المختلفة الذي يشهدها عالم الأعمال اليوم من منافسة شديدة للغاية، وهذا ما أجبر العديد من المؤسسات بتطبيق إدارة علاقات الزبون من أجل بناء علاقات طيبة مع زبائنهم لأطول فترة ممكنة وكذا محاولة الحفاظ عليهم والتعرف على مختلف حاجاتهم ورغباتهم، هذا من أجل خلق القيمة لديهم وكذا تحقيق رضاهم بخطوات ثابتة لبناء الثقة وتحقيق الالتزام معهم وبالتالي الوصول إلى ما يسمى بالولاء في ظل الظروف الحالية لذا أصبحت المؤسسات تتسابق نحو إرضاء الزبون بشتى الطرق والوسائل، من خلال تلبية حاجاته ورغباته بشكل أفضل، بل أكثر من ذلك اكتشاف رغبات كان عاجزا عن التعبير عنها بهدف زيادة مستوى الرضا لديه، وبناء ولاءه

<sup>1</sup> - بد الرزاق قاضي، و رايح عرابية: توظيف إدارة علاقات الزبائن الالكترونية في مراحل الشراء الالكتروني وأثرها على بناء قيمة الزبون: دراسة على عينة من المتسوقين على موقع جومبا الجزائر. الجزائر: مجلة اقتصاديات شمال افريقيا. 2021.

من خلال بناء علاقة قوية بينه وبين المؤسسة فولاء الزبائن أصبح أهم أهداف المؤسسة ومفتاح نجاحها وبقائها في السوق، وتبحث باستمرار على أنجع الطرق والوسائل لبنائه.

ولقد كانت إدارة علاقة الزبون مجرد أداة تستعمل في تعقب نشاطات المبيعات ويتم استعمالها من قبل المؤسسات الكبيرة فقط، أما اليوم فقد تطورت إلى أن أصبحت إستراتيجية إدارية تسعى كل مؤسسة تبنيها وتطبيقها والتي تفيد العاملين لمقابلة حاجات الزبائن، إذ تستعمل كإنظمة لفهم سلوكيات الزبائن وإضافة طابع شخصي على التفاعلات العلائقية بين المؤسسة وزبائنهم، حيث تستعمل كل الإمكانيات التكنولوجية لضمان نجاح هذه الإستراتيجية ففي ظل النظرة الجديدة للزبون.

ونظرا لتحول المؤسسات، من مؤسسات قائمة على علاقاتها الداخلية، إلى مؤسسات تعتمد على علاقات إلكترونية، تربطها بزبائنهم، أضحت من الضروري لها أن تحول سياستها من ما هو تقليدي، لتطور علاقاتها مع زبائنهم، من خلال تبني وسائل تعتمد على التكنولوجيا الحديثة، لإدارة علاقاتها إلكترونيا مع زبائنهم، الشيء الذي أصبح أكثر فعالية، لامتلاك المعرفة، وأدار هذا بشكل جيد، مما يعكس طبيعة العلاقة التي تربط المؤسسة بزبائنهم، ويساعدها في معرفة مدى ولائهم لها، ورضاهم عن الخدمة المقدمة، أو المنتج المعروض، وهذا بدوره يساهم بفائدة للمؤسسة، لتطوير ما تقدمه، أو تحويل فكرة الزبون إلى منتج أو خدمة<sup>2</sup>.

**الإشكالية:**

تعد التكنولوجيا المالية من التطورات التكنولوجية الكبيرة التي غيرت نشاطات القطاعات وحولت اتجاه الدول حول البحث عن الشمول المالي، فهناك دول عربية تبنتها وكانت ناجحة فيها، ووجدت الشركات التي تستثمر فيها نفسها حيث لجأ إليها العديد من العملاء لإتمام معاملاتهم المالية والتجارية من تمويل والحصول على قروض وصرف العملة الصعبة وتحويلات مالية، مما كان لها الأثر في القطاع التجاري، إلا أن الجزائر مازالت بعيدة نوعا ما عن هذا الاستثمار وبنوكها تسيير بوتيرة بطيئة لإتمام المعاملات بوسائل التكنولوجيا المالية.

واعتباره المدخل الرئيسي لنجاح أي مؤسسة وفي إطار تفعيل التوجه نحو الزبون تبادر إلى أذهاننا الإشكالية الرئيسية التالية:

- هل تؤثر التكنولوجيا المالية في تفعيل الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن؟  
وعلى ضوء التساؤل الرئيسي المطروح يمكن صياغة الأسئلة الفرعية التالية:
- ما مفهوم التكنولوجيا المالية ؟
  - ما الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن ؟

<sup>2</sup> - فاطيمة حو: إدارة العلاقة الإلكترونية مع الزبائن. الجزائر: جامعة وهران 1 احمد بن بلة. 2019، ص373.

- ما مستوى إدراك التكنولوجيا المالية في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين فيها؟
- ما مستوى الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين فيها؟

- هل ثمة علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين التكنولوجيا المالية كمتغير مستقل، وبين الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن كمتغير تابع في المؤسسة محل الدراسة من وجهة نظر العاملين فيها؟
- فرضيات الدراسة:**

- الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد مستوى إدراك متوسط لمتغيرات الدراسة (التكنولوجيا المالية، والإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن) لدى الموظفين في البنك محل الدراسة .
- الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين التكنولوجيا المالية ؛ والإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن لدى الموظفين في البنك محل الدراسة .
- الفرضية الرئيسية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية؛ بين التكنولوجيا المالية ؛ والإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن لدى الموظفين في البنك محل الدراسة.

#### **أهداف الدراسة:**

تكمن أهمية دراستنا فيما يلي:

- \* معرفة مستوى التكنولوجيا المالية والإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن في المؤسسة محل الدراسة
- \* معرفة العلاقة بين أبعاد التكنولوجيا المالية والإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن.
- \* معرفة اثر أبعاد التكنولوجيا المالية والإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن.

#### **أهمية الدراسة:**

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

- \* حداثة الموضوع بكلا المتغيرين حيث يلقي متغير التكنولوجيا المالية ومتغير الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن أهمية بالغة في الوقت الراهن والتي لم تلقى الاهتمام الكافي من قبل المؤسسات الاقتصادية في الجزائر في الأعوام الماضية، بالرغم من المزايا العديدة التي يمنحها الاستخدام الجيد للتكنولوجيا المالية باعتبارها احد الركائز المهمة لتعميق الشمول المالي وتحسين علاقات الزبائن الإلكترونية .
- \* تكمن الدراسة الدراسة في محاولة معرفة مستوى كل من التكنولوجيا المالية والإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن

#### **مفاهيم الدراسة:**

**التكنولوجيا المالية:** أكثر المصطلحات شيوعاً في عصرنا الحالي<sup>3</sup> يقصد به التقنيات المستخدمة في تقديم أو تحسين الخدمات المالية لتعبر عن كيفية تعامل الناس مع الأموال من خلال الاختراعات الإلكترونية سواء مدفوعات أو تحويلات مالية أو محافظ الكترونية أو سجلات حسابية رقمية<sup>4</sup>، هي اختراعات من مجموعة من برامج رقمية مستخدمة في العمليات المالية للبنوك والتي من ضمنها المعاملات مع الزبائن والخدمات المالية كتحويل الأموال وتبديل العملات وحسابات نسب الفائدة ومعرفة قيمة الأرباح المتوقعة للاستثمارات وغير ذلك من العمليات المصرفية.

### علاقات الزبون:

علم وفن جذب مستهلكين جدد والاحتفاظ بالمستهلكين الحاليين وتحقيق النمو اللازم للمعاملات التي تتم مع المستهلكين المربحين<sup>5</sup>

### وتعرف إجرائياً:

مجموعة العمليات التي تساهم في جذب وكسب الزبائن من خلال عرض وتحليل وفهم متطلباتهم من أجل بناء علاقة قوية مع الزبون وكسب ولائه ورضائهم.

### الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن:

عبارة عن عملية زيادة معدلات الاحتفاظ بالعملاء، بواسطة الرفع من مستوى إرضائهم، وهي مجموعة من الخطوات المنسقة، والتي يتم تصميمها من أجل زيادة إيرادات المبيعات، وقوية العلاقات التي تربطك مع عملائك.

وتعرف إجرائياً: الاستخدام الواسع لمختلف تطبيقات تكنولوجيا المعلومات وشبكات الأعمال وبرمجيات، وأنظمتها الخبيرة من أجل إدارة وتطوير العلاقات مع الزبون

### الدراسات السابقة:

#### دراسة (2022) Mahmood Al-Bashayreh بعنوان:

#### Evaluating Electronic Customer Relationship Management System Success: The Mediating Role of Customer Satisfaction<sup>6</sup>

<sup>3</sup> - عصام خلف العنزي: التكنولوجيا Fintech وأثرها على الخدمات المالية المصرفية ، بحوث مؤتمر الدوحة الخامس للمال الإسلامي - التمويل الإسلامي والعالم الرقمي، 2019، ص 74.

<sup>4</sup> - أيمن زيد، و أمينة بودراع: التكنولوجيا المالية والحاجة إلى الابتكار ، تجربة المصارف الثلاثة. تم الاسترداد من مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، ب ت ، ص28

<sup>5</sup> - سلطان الطائي: إدارة علاقات الزبون. الأردن-عمان: دار الورق للنشر. 2009، ص19.

<sup>6</sup> - Al-Bashayreh, M. Evaluating Electronic Customer Relationship Management System Success: The Mediating Role of Customer Satisfaction. Sustainability. 2022. <https://doi.org/10.3390/su141912310>

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير التكنولوجيا الجاهزية، الخصوصية، COVID-19، ضغط العملاء، الثقة، مستوى جودة الخدمة، ورضا العملاء. تم تطبيق المنهج الوصفي في دراسة الارتباطات السببية بين المتغيرات الأساسية للدراسة. استخدمنا نهج عينة يسمي أخذ العينات الهادف. بيانات، وتم الحصول عليها من 390 استبياناً مكتملاً تم جمعها من الموظفين الذين شاركوا في CRM الأنشطة التكنولوجية العاملة في الشركات الأردنية. تم تحليل البيانات عبر برنامج AMOS الإصدار 22، تم فحص الفرضيات من خلال تطبيق نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM). وخلصت النتائج أن الاستعداد التكنولوجي وCOVID-19 وضغط العملاء ورضا العملاء كان له أثر إيجابي تأثير على نظام نجاح e-CRM. علاوة على ذلك، أظهرت الدراسة أن الاستعداد التكنولوجي والخصوصية ومستوى جودة الخدمة أثر إيجابياً على رضا العملاء. بالإضافة إلى الوساطة رضا العملاء عن العلاقة بين الثقة والنجاح في نظام إدارة علاقات العملاء الإلكتروني، وأيضاً بين مستوى جودة الخدمة ونجاح نظام إدارة علاقات العملاء الإلكتروني. نواتج عملية: في الممارسة العملية، يمكن أن تساعد هذه الدراسة المديرين والممارسين في تنفيذ أنظمة إدارة علاقات العملاء الإلكترونية. علاوة على ذلك، يمكن أن يؤدي إلى مزيد من الدراسات التجريبية حول العلاقات بين الاستعداد التكنولوجي والخصوصية، COVID-19 وضغط العملاء والثقة ومستوى جودة الخدمة إلى جانب رضا العملاء. فقط

دراسة Esam El GOHARY (2019) بعنوان:

### The Impact of Financial Technology on Facilitating E-Government Services in Egypt<sup>7</sup>

هدفت الدراسة إلى تحديد تأثير التكنولوجيا المالية بما في ذلك الدفع الإلكتروني للخدمات والفواتير الدفع الإلكتروني وطرق الدفع والحسابات المصرفية لدى الحكومة الإلكترونية على تسهيل خدمات الحكومة الإلكترونية من حيث التوافر وإمكانية الوصول والكفاءة والاستجابة. تصميم البحث والبيانات والمنهجية - تتلخص مشكلة هذه الورقة في نقص الدراسات في هذا الموضوع. لذلك، تم تطبيق مسح على 400 مشارك في مصر للتحقيق في تأثير التكنولوجيا المالية على تسهيل الحكومة الإلكترونية من أجل تحديد عنصر التكنولوجيا المالية الذي يمكن أن يؤثر على أي من أبعاد الخدمات التيسيرية.

أظهرت النتائج أن الحسابات المصرفية مع الحكومة الإلكترونية لا تؤثر على أي من أبعاد الخدمات التيسيرية، في حين أن كل عنصر من العناصر المتبقية له تأثير على بعض الأبعاد وليس له تأثير على البعض الآخر.

<sup>7</sup> - 1 GOHARY, E. The Impact of Financial Technology on Facilitating E-Government Services in Egypt. Egypt. Journal of Distribution Science. 2019.PP39-51

الاستنتاجات - كشف تحليل البيانات أن أكثر المعوقات التي تواجه المبحوثين هي ضعف الإنترنت الشبكات، ونقص كفاءة الموظفين في بوابة الحكومة الإلكترونية وقلة فعالية النظام. بشكل عام، فإنه يوضح ذلك يؤثر تطبيق التكنولوجيا المالية على أبعاد تسهيل خدمات الحكومة الإلكترونية، ولكن ليس كل تطبيقات التكنولوجيا المالية المكونات لها نفس التأثير على الأبعاد.

دراسة Pešte Almir (2011) بعنوان :

### Impact of Electronic Customer Relationship Management( e-CRM) on Efficiency of Rent-a-Car Sector in Bosnia and Herzegovina<sup>8</sup>

هدفت الدراسة الى استكشاف تأثير e - CRM على كفاءة وكالات تأجير السيارات في البوسنة والهرسك. يشرح ما إذا كان يتم دمج e- CRM في الأعمال اليومية لوكالات تأجير السيارات في البوسنة والهرسك. علاوة على ذلك، فإنه يثبت أن وكالات تأجير السيارات تلك التي أدركت أهمية e - CRM في الأعمال اليومية، فإنها تؤدي إلى زيادة الوكالات تظهر الربحية من خلال مستوى الاحتفاظ بالعملاء وجذبهم. تستند هذه الدراسة إلى المقابلات الشخصية المنظمة التي أجريت مع شركة تأجير السيارات الرئيسية وكالات في البوسنة والهرسك. البحث لديه العديد من النتائج. أولاً، قم بتأجير وكالات السيارات في تدرك البوسنة والهرسك أهمية e CRM للأعمال اليومية. ومع ذلك، فإن e - CRM

يستخدم النظام في الغالب من قبل وكالات تأجير السيارات التي لديها ترخيص / امتياز أجنبي. ثانياً، الأسباب وراء عدم استخدام إدارة علاقات العملاء الإلكترونية في الوكالات الأخرى هو في الغالب نقص في القدرات، وعدم كفاية المعرفة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من درجة أعلى، فضلاً عن القيود المالية. ثالثاً، وكالات تأجير السيارات التي تستخدم e - CRM تعتبرها مساهمة في التعامل مع العملاء على المدى الطويل العلاقات وزيادة الربحية

دراسة وفاء حمدوش ولمياء عماني (2021) بعنوان : دور التكنولوجيا المالية في تعزيز أداء

القطاع المصرفي الجزائري: الدوافع والتحديات<sup>9</sup>

<sup>8</sup> - Pešte, A. Impact of Electronic Customer Relationship Management (e-CRM) on Efficiency of Rent-a-Car Sector in Bosnia and Herzegovina. Bosnia and Herzegovina: Economic Analysis. 2011. PP47-58

<sup>9</sup> - وفاء حمدوش، و لمياء عماني. دور التكنولوجيا المالية في تعزيز أداء القطاع المصرفي الجزائري: الدوافع والتحديات. الجزائر: مجلة الاقتصاد الجديد . 2021، ص540-557.

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور التكنولوجيا المالية كآلية لتعزيز أداء القطاع المصرفي الجزائري، من خلال تحديد دوافع وتحديات تبني التقنيات المالية الرقمية في هذا القطاع. وقد توصلت الدراسة إلى ضعف مستوى أداء القطاع المصرفي من منظور توسيع الشمول المالي في الجزائر، وهو ما يمثل دافعا أساسيا لتبني تقنيات التكنولوجيا المالية، لكن ذلك متوقف على النجاح في تجاوز عدة عوائق. وتوصي الدراسة بضرورة الاستفادة من تجارب الدول العربية في إنشاء المختبرات التنظيمية المخصصة لاختبار الخدمات الرقمية، تشجيع الإقبال على أدوات الدفع الإلكتروني، ووضع إطار قانوني يسمح بإنشاء شراكة بين شركات التكنولوجيا المالية والبنوك الجزائرية.

**دراسة قاضي عبد الرزاق وعراية رابح (2021) بعنوان : توظيف إدارة علاقات الزبائن الإلكترونية في مراحل الشراء الإلكتروني وأثرها على بناء قيمة الزبون: دراسة على عينة من المتسوقين على موقع جوميا الجزائر<sup>10</sup>**

دف هذه الدراسة إلى معرفة أثر استخدام إدارة علاقات الزبائن الإلكترونية في الشراء الإلكتروني على بناء قيمة الزبون، وتحقيقا لهدف البحث فقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي، عبر تصميم استمارة استبيان الكترونية موجهة لعينة من المتسوقين عبر موقع جوميا الجزائر واقتصرت عينة الدراسة على 328 مفردة، تم تفرغها في برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية ، S.P.S.S,V/26 وتوصلت الدراسة بشكل عام إلى ارتياح غالبية أفراد العينة جراء التعامل مع موقع جوميا كموقع للتسوق الإلكتروني، وأكدت الدراسة على ضرورة اهتمام إدارة المواقع الإلكترونية بالعوامل التالية ( سهولة الاستخدام، محرك بحث سريع وفعال، عوامل الضمان والأمن، خدمة متميزة، معلومات شفافة) وذلك نظرا لتأثيرها الإيجابي على قيمة وثقة الزبون

**إجراءات البحث الميدانية:**

#### **المنهج المتبع:**

اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي بأسلوب منهج دراسة الحالة لبنك الخارجي الجزائري تبسة

**حدود الدراسة:**

**الحدود المكانية:** تم اختيار البنك الخارجي الجزائري تبسة - كدراسة تطبيقية.

**الحدود الزمنية:** تحدد الإطار الزمني من 10 نوفمبر الى غاية 2 ديسمبر 2022

**أداة جمع البيانات :** اعتمدنا في جمع المعلومات المتعلقة بموضوع الدراسة على الأدوات التالية :

<sup>10</sup> - عبد الرزاق قاضي، و رابح عراية، مرجع سابق، ص 321-340

**الاستبانة:** قد اخترنا في دراستنا هذه أن نستعمل الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وذلك نظرا لطبيعة البحث بالإضافة إلى خصائص مجتمع البحث من جهة أخرى.

### صدق أداة الدراسة

▪ **الصدق الذاتي (الاتساق الداخلي):** وللقيام بهذا الاختبار قمنا بحساب معامل الارتباط بيرسون بين درجة كل فقرة من فقرات كل محور والدرجة الكلية لجميع فقرات كل محور وقد حصلنا على النتائج المبينة في الجداول الآتية:

### ثبات أداة الدراسة

ولقياس مدى ثبات أداة البحث (الاستبانة)، استخدمت الباحثة معامل (ثبات ألفا كرونباخ cronbach's alpha)، الذي يعتبر أفضل الطرق للدلالة على تقدير الثبات .

### الطرق الإحصائية المستخدمة:

✓ التكرارات والنسب المئوية: للتعرف التفصيلي على الصفات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة وتحليلها. المتوسط الحسابي (Mean): الانحراف المعياري (Standard déviation): <sup>11</sup>معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha (a):

### الخصائص السيكومترية لأداة جمع البيانات:

#### -الصدق:

و للتحقق من صدق الأداة تم الإعتماد على طريقة صدق الاتساق الداخلي:

**الجدول رقم 1: يمثل الصدق الاتساق الداخلي بين الفقرات والدرجة الكلية**

| التكنولوجيا المالية |          |        |          | الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن |          |        |          |
|---------------------|----------|--------|----------|-------------------------------------|----------|--------|----------|
| الفقرة              | الارتباط | الفقرة | الارتباط | الفقرة                              | الارتباط | الفقرة | الارتباط |
| 1                   | .476**   | 8      | .722**   | 1                                   | .549**   | 9      | .720**   |
| 2                   | .620**   | 9      | .614**   | 2                                   | .646**   | 10     | .788**   |
| 3                   | .654**   | 10     | .712**   | 3                                   | .676**   | 11     | .471**   |
| 4                   | .717**   | 11     | .633**   | 4                                   | .601**   | 12     | .486**   |
| 5                   | .747**   | 12     | .568**   | 5                                   | .666**   | 13     | .570**   |
| 6                   | .724**   | 13     | .508**   | 6                                   | .841**   | 14     | .331     |

<sup>11</sup> - امتثال حسن عبد الرازق وآخرون، مبادئ الإحصاء الوصفي، الدار الجامعية، الإسكندرية مصر، 2002، ص: 115.

|        |    |        |   |       |    |        |   |
|--------|----|--------|---|-------|----|--------|---|
| .528** | 15 | .697** | 7 | .450* | 14 | .710** | 7 |
| .488** | 16 | .707** | 8 |       |    |        |   |

المصدر : من اعداد الباحثة بناءا على مخرجات spss25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بيرسون بلغت ما بين (0.450) في العبارة 13 في حدها الأدنى و(0.747) في حدها الأعلى أمام العبارة 5 هذا فيما يخص التكنولوجيا المالية، أما الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن فبلغت معامل الارتباط بيرسون بلغت ما بين (0.331) في العبارة 14 في حدها الأدنى و(0.841) في حدها الأعلى أمام العبارة 06 وجاءت كل العبارات دالة عند مستوى الدلالة 0.05، وهذا ما يدل على وجود اتساق داخلي بين عبارات كل متغير مع الدرجة الكلية .

#### -حساب الثبات بطريقة ألفا كرونباخ:

و قد تم حساب ثبات الاداة بهذه الطريقة وكانت النتيجة كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (2) يوضح نتائج معامل ثبات الاداة بألفا كرونباخ

| التكنولوجيا المالية                                    |        |        |        | الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن |        |        |        |
|--------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------------------------------------|--------|--------|--------|
| الفقرة                                                 | الثبات | الفقرة | الثبات | الفقرة                              | الثبات | الفقرة | الثبات |
| 1                                                      | .885   | 8      | .871   | 1                                   | .880   | 9      | .872   |
| 2                                                      | .877   | 9      | .877   | 2                                   | .875   | 10     | .869   |
| 3                                                      | .875   | 10     | .872   | 3                                   | .874   | 11     | .884   |
| 4                                                      | .872   | 11     | .876   | 4                                   | .877   | 12     | .882   |
| 5                                                      | .870   | 12     | .881   | 5                                   | .874   | 13     | .878   |
| 6                                                      | .871   | 13     | .882   | 6                                   | .869   | 14     | .886   |
| 7                                                      | .872   | 14     | .885   | 7                                   | .873   | 15     | .881   |
|                                                        |        |        |        | 8                                   | .872   | 16     | .884   |
| معامل الثبات العام لتكنولوجيا المالية                  |        |        |        | .884                                |        |        |        |
| معامل الثبات العام الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن |        |        |        | .884                                |        |        |        |
| معامل الثبات العام                                     |        |        |        | .930                                |        |        |        |

المصدر : من إعداد الباحثة بناءا على مخرجات spss25

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن معامل ثبات الاداة وفق معادلة ألفا كرونباخ كان مساويا ل  $\alpha$  (0.93) وهي قيمة دالة مما يؤكد تمتع المقياس بمستوى جيد من الثبات.

## خصائص العينة:

## الجدول رقم 3: يبين خصائص العينة.

| النسبة المئوية | التكرار |                |        |
|----------------|---------|----------------|--------|
| 70.0           | 21      | ذكر            | الجنس  |
| 30.0           | 9       | انثى           |        |
| 20.0           | 6       | اقل من 30 سنة  | العمر  |
| 50.0           | 15      | 31-40 سنة      |        |
| 20.0           | 6       | 41-50 سنة      |        |
| 10.0           | 3       | اكبر من 51 سنة |        |
| 30.0           | 9       | اقل من 5 سنوات | الخبرة |
| 50.0           | 15      | 5-10 سنة       |        |
| 20.0           | 6       | اكبر من 11 سنة |        |
| 26.7           | 8       | إطار           | المنصب |
| 40.0           | 12      | عون تحكم       |        |
| 33.3           | 10      | عون تنفيذ      |        |

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على مخرجات spss25

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية العينة من الذكور حيث بلغت نسبتهم 70.0، ونسبة 50 أعمارهم 31-40 سنة، ونسبة 50 لديهم خبرة 5-10 سنة، ونسبة 40.0 عون تحكم.

## الأساليب الإحصائية المستعملة :

تم الاعتماد في الدراسة الحالية على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لطبيعة الدراسة وهي كالتالي: التكرارات والنسب المئوية للبيانات، المتوسط والانحراف المعياري، معامل ارتباط بيرسون، معامل ألفا كرومباخ

## عرض وتحليل النتائج:

1- عرض النتائج المتعلقة بمتغير التكنولوجيا المالية يتكون هذا المتغير من 14 فقرة موزعة في الاستبانة وفقاً للترتيب الآتي (1-14)، ومن أجل تحليلها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة أهمية التكنولوجيا المالية داخل البنك محل الدراسة، والجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة التكنولوجية المالية

| الترتيب   | S  | X    | الاتجاه العام | التكنولوجيا المالية                                                                                |
|-----------|----|------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| أحيانا    | 5  | 1.27 | 3.03          | 1 يملك البنك فكرة واسعة عن التكنولوجيا المالية وآلية تنفيذها في العمل                              |
| أحيانا    | 2  | 1.20 | 3.06          | 2 لدى البنك كل المقومات والبنى التحتية اللازمة لتنفيذ التكنولوجيا المالية                          |
| أحيانا    | 4  | 1.21 | 3.03          | 3 تسهل تكنولوجيات المعلومات العمل وتختصر الوقت                                                     |
| أحيانا    | 9  | 1.05 | 2.70          | 4 زيادة الربح من دوافع الابتكار في المجال المصرفي                                                  |
| أحيانا    | 12 | 1.32 | 2.63          | 5 تعد خدمات الدفع عبر الانترنت من ابرز خدمات تكنولوجيا المالية                                     |
| أحيانا    | 6  | 1.43 | 2.86          | 6 يعتمد البنك على برامج تقنية رقمية في تسير عملياته                                                |
| غير موافق | 13 | 1.35 | 2.5           | 7 يمتلك البنك مراكز متخصصة لتطوير الابتكارات في الخدمات والتقنيات                                  |
| أحيانا    | 1  | 1.18 | 3.10          | 8 تسهم التكنولوجيا المالية تقنيات من اجل تقديم منتجات وخدمات بأقل تكلفة للزبائن                    |
| أحيانا    | 7  | .99  | 2.80          | 9 تقدم التكنولوجيا المالية حولا تكنولوجية ابتكارية في مجال الخدمات المالية عبر التجارة الالكترونية |
| أحيانا    | 10 | 1.41 | 2.70          | 10 يؤدي استخدام التكنولوجيا المالية عبر التجارة الالكترونية إلى تنمية أفضل الأعمال                 |
| غير موافق | 14 | 1.22 | 2.46          | 11 تقدم التكنولوجيا المالية حولا فعالة لمشاكل التأخير في التعاملات                                 |
| أحيانا    | 11 | 1.39 | 2.70          | 12 توفر التكنولوجيا المالية                                                                        |
| أحيانا    | 3  | 1.09 | 3.03          | 13 يعمل البنك مع الشركات الناشئة للتكنولوجيا المالية                                               |
| أحيانا    | 8  | 1.18 | 2.80          | 14 يمتلك البنك نظام الأمن السيبراني للكشف المبكر عن احتيال                                         |
| متوسط     | /  | 0.21 | 2.81          | المجموع العام                                                                                      |

**المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss25**

يتضح من خلال الجدول (4) أن التكنولوجيا المالية أحيانا ما تمنح للأفراد عينة الدراسة وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا البعد اذ بلغ (2.81)، بانحراف معياري قدره (0.21) مما يشير إلى وجود تباين كبير في إجابات أفراد عينة الدراسة حول ما جاء في هذا البعد.

وانطلاقا من النتائج الواردة في الجدول (4) يمكن ترتيب الفقرات المشكلة للتكنولوجيا المالية تنازليا من الاتجاه الأقوى إلى الأقل بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما يلي :

- جاءت الفقرة رقم 8 التي تضمنت تسهم التكنولوجيا المالية تقنيات من اجل تقديم منتجات وخدمات بأقل تكلفة للزبائن.في المرتبة الأولى من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.10) بانحراف معياري قدره (1.18)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما تسهم التكنولوجيا المالية تقنيات من اجل تقديم منتجات وخدمات بأقل تكلفة للزبائن

- جاءت الفقرة رقم 2 التي تضمنت لدى البنك كل المقومات والبنى التحتية اللازمة لتنفيذ التكنولوجيا المالية. في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.06) بانحراف معياري قدره (1.20)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما لدى البنك كل المقومات والبنى التحتية اللازمة لتنفيذ التكنولوجيا المالية

- جاءت الفقرة رقم 13 التي تضمنت يعمل البنك مع الشركات الناشئة للتكنولوجيا المالية.في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.03) بانحراف معياري قدره (1.39)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما يعمل البنك مع الشركات الناشئة للتكنولوجيا المالية

- جاءت الفقرة رقم 3 التي تضمنت تسهل تكنولوجيات المعلومات العمل وتختصر الوقت في المرتبة الرابعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.03) بانحراف معياري قدره (1.21)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما تسهل تكنولوجيات المعلومات العمل وتختصر الوقت

- جاءت الفقرة رقم 1 التي تضمنت يملك البنك فكرة واسعة عن التكنولوجيا المالية وآلية تنفيذها في العمل في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ

- المتوسط الحسابي المرجح لها (3.03) بانحراف معياري قدره (1.27)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما يملك البنك فكرة واسعة عن التكنولوجيا المالية وآلية تنفيذها في العمل
- جاءت الفقرة رقم 6 التي تضمنت يعتمد البنك على برامج تقنية رقمية في تسير عملياته في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.86) بانحراف معياري قدره (1.43)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما يعتمد البنك على برامج تقنية رقمية في تسير عملياته
  - جاءت الفقرة رقم 9 التي تضمنت تقدم التكنولوجيا المالية حلولاً تكنولوجية ابتكارية في مجال الخدمات المالية عبر التجارة الإلكترونية. في المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.80) بانحراف معياري قدره (0.99)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما تقدم التكنولوجيا المالية حلولاً تكنولوجية ابتكارية في مجال الخدمات المالية عبر التجارة الإلكترونية
  - جاءت الفقرة رقم 14 التي تضمنت يمتلك البنك نظام الأمن السيبراني للكشف المبكر عن احتيال في المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.80) بانحراف معياري قدره (1.18)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما يمتلك البنك نظام الأمن السيبراني للكشف المبكر عن احتيال
  - جاءت الفقرة رقم 4 التي تضمنت زيادة الربح من دوافع الابتكار في المجال المصرفي في المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.70) بانحراف معياري قدره (1.05)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما زيادة الربح من دوافع الابتكار في المجال المصرفي
  - جاءت الفقرة رقم 10 التي تضمنت يؤدي استخدام التكنولوجيا المالية عبر التجارة الإلكترونية إلى تنمية أفضل الأعمال في المرتبة العاشرة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.70) بانحراف معياري قدره (1.41)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما يؤدي استخدام التكنولوجيا المالية عبر التجارة الإلكترونية إلى تنمية أفضل الأعمال
  - جاءت الفقرة رقم 12 التي تضمنت توفر التكنولوجيا المالية في المرتبة الحادي عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها

(2.70) بانحراف معياري قدره (1.39)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، أحيانا ما توفر التكنولوجيا المالية

- جاءت الفقرة رقم 5 التي تضمنت تعد خدمات الدفع عبر الانترنت من ابرز خدمات تكنولوجيا المالية في المرتبة الثامنة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.63) بانحراف معياري قدره (1.32)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، غالبا ما تعد خدمات الدفع عبر الانترنت من ابرز خدمات تكنولوجيا المالية

- جاءت الفقرة رقم 7 التي تضمنت يمتلك البنك مراكز متخصصة لتطوير الابتكارات في الخدمات والتقنيات في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.50) بانحراف معياري قدره (1.35)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، غالبا ما يمتلك البنك مراكز متخصصة لتطوير الابتكارات في الخدمات والتقنيات

- جاءت الفقرة رقم 11 التي تضمنت تقدم التكنولوجيا المالية حولا فعالة لمشاكل التأخير في التعاملات في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.46) بانحراف معياري قدره (1.22)، وهذا ما يدل على انه حسب أفراد عينة الدراسة، غالبا ما تقدم التكنولوجيا المالية حولا فعالة لمشاكل التأخير في التعاملات  
إدارة الالكترونية للعلاقات مع الزبائن

2- عرض النتائج المتعلقة بمتغير إدارة الالكترونية للعلاقات مع الزبائن يتكون هذا المتغير من 16 فقرة موزعة في الاستبانة وفقا للترتيب الآتي (1-16)، ومن اجل تحليلها سنقوم بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك لمعرفة درجة أهمية إدارة الالكترونية للعلاقات مع الزبائن داخل البنك محل الدراسة، والجدول التالي يوضح ذلك :

الجدول رقم (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستويات الموافقة إدارة الالكترونية

للعلاقات مع الزبائن

| إدارة الالكترونية للعلاقات مع الزبائن |                                                                             | X    | S    | الترتيب | الاتجاه العام |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------|------|---------|---------------|
| 1                                     | يعتمد البنك على الموقع الالكتروني في التعرف على الزبائن الحاليين والمحتملين | 3.03 | 1.29 | 7       | احيانا        |

|    |                                                                                                                          |      |      |    |        |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|----|--------|
| 2  | يتم وصف الزبائن بحسب عدة خصائص (الدخل، الطبقة الاجتماعية، الحالة الاجتماعية، ...) تؤثر على سلوكهم الشرائي                | 2.93 | 1.28 | 9  | احيانا |
| 3  | يتم التفرقة بين الزبائن على أساس جمع ودراسة المعلومات عنهم                                                               | 2.9  | 1.21 | 10 | احيانا |
| 4  | يتوفر البنك على برمجيات لحساب الإيرادات المحصل عليها من كل زبون                                                          | 2.9  | 1.21 | 11 | احيانا |
| 5  | يتم تخصيص قاعدة بيانات لكل زبون لتلبية احتياجات الزبائن في الوقت المناسب                                                 | 3.13 | 1.22 | 3  | احيانا |
| 6  | يتواصل البنك بزبائنه باستمرار عبر وسائل الاتصال الحديثة                                                                  | 3.23 | .93  | 1  | احيانا |
| 7  | يهتم البنك بسرعة الاستجابة لاستفسارات الزبائن وحل مشاكلهم                                                                | 2.9  | 1.18 | 12 | احيانا |
| 8  | يوفر البنك للزبائن صفحة على موقعها الإلكتروني لتقديم شكاويهم وطرح استفساراتهم                                            | 3.03 | 1.15 | 8  | احيانا |
| 9  | يقوم البنك بدعوة زبائنه للبقاء على اتصال مع ما يقدمه البنك من عروض من خلال تطبيقات سوشل ميديا (فيسبوك، انستغرام، واتساب) | 2.90 | 1.24 | 13 | احيانا |
| 10 | يرسل البنك رسائل إلكترونية واشعارات لتذكير زبائنها بعروض الخدمات الأخير                                                  | 3.1  | 1.15 | 4  | احيانا |
| 11 | يتم الرجوع إلى قاعدة بيانات الزبائن باستمرار لتوفير خدمات مكاملة للزبائن أو تتناسب مع تغيرات في حالتهم الاجتماعية        | 3.1  | 1.32 | 5  | احيانا |
| 12 | يواكب البنك التطورات المستمرة في الرغبات والاتجاهات المتباعدة من زبون إلى آخر                                            | 3.16 | 1.23 | 2  | احيانا |
| 13 | يستجيب البنك بسرعة لأسئلة الزبائن وانشغالاتهم                                                                            | 3.10 | 1.18 | 6  | احيانا |
| 14 | يوفر البنك الحماية الإلكترونية لحسابات الزبائن                                                                           | 2.63 | .99  | 15 | احيانا |
| 15 | يبقى البنك على اتصال دائم ومستمر مع زبائنه بعد انتهاء عملية تقديم الخدمة                                                 | 2.60 | 1.30 | 16 | احيانا |

|    |                                                                   |      |      |    |        |
|----|-------------------------------------------------------------------|------|------|----|--------|
| 16 | يتم تدريب الموظفين بالوكالة باستمرار على التعامل الجيد مع الزبائن | 2.86 | 1    | 14 | احيانا |
|    |                                                                   |      | .43  |    |        |
|    | المجموع العام                                                     | 2.97 | 0.17 | /  | متوسط  |

المصدر : من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss25

يتضح من خلال الجدول (5) ان ادارة الالكترونية للعلاقات مع الزبائن احيانا ما تمنح لافراد عينة الدراسة وهذا ما يعكسه المتوسط الحسابي العام المرجح لهذا البعد اذا بلغ (2.97)، بانحراف معياري قدره (0.17) مما يشير الى وجود تباين كبير في اجابات افراد عينة الدراسة حول ما جاء في هذا البعد.

وانطلاقا من النتائج الواردة في الجدول (5) يمكن ترتيب الفقرات المشكلة لادارة الالكترونية للعلاقات مع الزبائن تنازليا من الاتجاه الاقوى الى الاقل بناء على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري كما يلي :

- جاءت الفقرة رقم 6 التي تضمنت يتواصل البنك بزبائنه باستمرار عبر وسائل الاتصال الحديثة.في المرتبة الاولى من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.23) بانحراف معياري قدره (0.93)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يتواصل البنك بزبائنه باستمرار عبر وسائل الاتصال الحديثة

- جاءت الفقرة رقم 12 التي تضمنت يواكب البنك التطورات المستمرة في الرغبات والاتجاهات المتباعدة من زبون إلى آخر. في المرتبة الثانية من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.16) بانحراف معياري قدره (1.23)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يواكب البنك التطورات المستمرة في الرغبات والاتجاهات المتباعدة من زبون إلى آخر

- جاءت الفقرة رقم 5 التي تضمنت يتم تخصيص قاعدة بيانات لكل زبون لتلبية احتياجات الزبائن في الوقت المناسب.في المرتبة الثالثة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.13) بانحراف معياري قدره (1.22)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يتم تخصيص قاعدة بيانات لكل زبون لتلبية احتياجات الزبائن في الوقت المناسب

- جاءت الفقرة رقم 10 التي تضمنت يرسل البنك رسائل إلكترونية واشعارات لتذكير زبائنها بعروض الخدمات الأخير في المرتبة الرابعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.10) بانحراف معياري قدره (1.15)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يرسل البنك رسائل إلكترونية واشعارات لتذكير زبائنها بعروض الخدمات الأخير

- جاءت الفقرة رقم 11 التي تضمنت يتم الرجوع إلى قاعدة بيانات الزبائن باستمرار لتوفير خدمات مكاملة للزبائن أو تتناسب مع تغيرات في حالتهم الاجتماعية في المرتبة الخامسة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.10) بانحراف معياري قدره (1.32)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يتم الرجوع إلى قاعدة بيانات الزبائن باستمرار لتوفير خدمات مكاملة للزبائن أو تتناسب مع تغيرات في حالتهم الاجتماعية
- جاءت الفقرة رقم 13 التي تضمنت يستجيب البنك بسرعة لأسئلة الزبائن وانشغالاتهم في المرتبة السادسة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.10) بانحراف معياري قدره (1.18)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يستجيب البنك بسرعة لأسئلة الزبائن وانشغالاتهم
- جاءت الفقرة رقم 1 التي تضمنت يعتمد البنك على الموقع الإلكتروني في التعرف على الزبائن الحاليين والمحتملين في المرتبة السابعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.03) بانحراف معياري قدره (1.29)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يعتمد البنك على الموقع الإلكتروني في التعرف على الزبائن الحاليين والمحتملين
- جاءت الفقرة رقم 8 التي تضمنت يوفر البنك للزبائن صفحة على موقعها الإلكتروني لتقديم شكاويهم وطرح استفساراتهم في المرتبة الثامنة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (3.03) بانحراف معياري قدره (1.15)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يوفر البنك للزبائن صفحة على موقعها الإلكتروني لتقديم شكاويهم وطرح استفساراتهم
- جاءت الفقرة رقم 2 التي تضمنت يتم وصف الزبائن بحسب عدة خصائص (الدخل، الطبقة الاجتماعية، الحالة الاجتماعية، ...) تؤثر على سلوكهم الشرائي في المرتبة التاسعة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.93) بانحراف معياري قدره (1.28)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يتم وصف الزبائن بحسب عدة خصائص (الدخل، الطبقة الاجتماعية، الحالة الاجتماعية، ...) تؤثر على سلوكهم الشرائي
- جاءت الفقرة رقم 3 التي تضمنت يتم التفرقة بين الزبائن على أساس جمع ودراسة المعلومات عنهم في المرتبة العاشرة من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط

الحسابي المرجح لها (2.90) بانحراف معياري قدره (1.21)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يتم التفرقة بين الزبائن على أساس جمع ودراسة المعلومات عنهم

- جاءت الفقرة رقم 4 التي تضمنت يتوفر البنك على برمجيات لحساب الإيرادات المحصل عليها من كل زبون في المرتبة الحادي عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.90) بانحراف معياري قدره (1.21)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يتوفر البنك على برمجيات لحساب الإيرادات المحصل عليها من كل زبون

- جاءت الفقرة رقم 7 التي تضمنت يهتم البنك بسرعة الاستجابة لاستفسارات الزبائن وحل مشاكلهم في المرتبة الثامنة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.90) بانحراف معياري قدره (1.18)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يهتم البنك بسرعة الاستجابة لاستفسارات الزبائن وحل مشاكلهم

- جاءت الفقرة رقم 9 التي تضمنت يقوم البنك بدعوة زبائنه للبقاء على اتصال مع ما يقدمه البنك من عروض من خلال تطبيقات سوشل ميديا (فيسبوك، انستغرام، واتساب) في المرتبة الثالثة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.90) بانحراف معياري قدره (1.24)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يقوم البنك بدعوة زبائنه للبقاء على اتصال مع ما يقدمه البنك من عروض من خلال تطبيقات سوشل ميديا (فيسبوك، انستغرام، واتساب)

- جاءت الفقرة رقم 16 التي تضمنت يتم تدريب الموظفين بالوكالة باستمرار على التعامل الجيد مع الزبائن في المرتبة الرابعة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.86) بانحراف معياري قدره (1.43)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يتم تدريب الموظفين بالوكالة باستمرار على التعامل الجيد مع الزبائن

- جاءت الفقرة رقم 14 التي تضمنت يوفر البنك الحماية الإلكترونية لحسابات الزبائن في المرتبة الخامسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.63) بانحراف معياري قدره (0.99)، وهذا ما يدل على انه حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يوفر البنك الحماية الإلكترونية لحسابات الزبائن

- جاءت الفقرة رقم 15 التي تضمنت يبقى البنك على اتصال دائم ومستمر مع زبائنه بعد انتهاء عملية تقديم الخدمة في المرتبة السادسة عشر من حيث درجة الموافقة عليها من طرف افراد عينة الدراسة، حيث بلغ المتوسط الحسابي المرجح لها (2.60) بانحراف معياري قدره (1.30)، وهذا ما يدل على انه

حسب افراد عينة الدراسة، احيانا ما يبقى البنك على اتصال دائم ومستمر مع زبائنه بعد انتهاء عملية تقديم الخدمة

#### اختبار علاقات التأثير بين متغيرات الدراسة:

حيث تضمنت هذه الفرضية ما يلي: هناك علاقة تأثير موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، بين التكنولوجيا المالية وإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن عند العاملين بالمؤسسة محل الدراسة ومن أجل اختبار هذه الفرضية التي تعتبر **جوهر البحث** لا بد أولاً التأكد من صلاحية النموذج لاختبار هذه الفرضية، وذلك بالاعتماد على نتائج تحليل التباين لانحدار (**Analysis of variance**)، بالإضافة إلى تحليل معامل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي (**Multiple Regression Analysis**)، وذلك لتحديد المتغيرات المستقلة الأكثر تأثيراً على المتغير التابع.

الجدول رقم(6): نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار أثر التكنولوجيا المالية

#### في تفعيل الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن

| مصدر التباين | درجة الحرية | مجموع المربعات | متوسط المربعات | قيمة (F) | (R <sup>2</sup> ) | مستوى الدلالة (F) |
|--------------|-------------|----------------|----------------|----------|-------------------|-------------------|
| الانحدار     | 1           | 2192.665       | 2192.66        | 33.793   | .740 <sup>a</sup> | 0.00              |
| الخطأ        | 28          | 1816.802       | 64.886         |          |                   |                   |
| المجموع      | 29          | 4009.467       |                |          |                   |                   |

المصدر: من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات (spss).

من خلال النتائج الواردة في الجدول رقم (6): يتضح أن قيمة مستوى الدلالة (F)، والبالغة (33.73)، ومعامل التحديد 0.74، وقيمة الدلالة المعنوية 0.00 وهو اصغر من مستوى الدلالة المفروض (0.05) وبناءً عليه نستنتج أن النموذج صالح لاختبار هذه الفرضية، ويتضح من الجدول نفسه أن التكنولوجيا المالية تقسر على نحو عام ما مقداره (74.0%)، من التباين في المتغير التابع (إدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن) وهي قوة تفسيرية عالية .

الجدول(7): نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد التدريجي لاختبار أثر التكنولوجيا المالية في تفعيل

#### الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن

| المتغير المستقل     | (β)  | قيمة (T) | (R)   | (R <sup>2</sup> ) | (sig) | وجود الأثر |
|---------------------|------|----------|-------|-------------------|-------|------------|
| الثابت              | 16.4 | 2.964    | /     | /                 | /     | /          |
| التكنولوجيا المالية | .788 | 5.813    | .740a | .547              | 0.00  | يوجد اثر   |

|                                                          |                               |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------|
| ( $\alpha \leq 0.05$ ) ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة | ( $\epsilon$ ) الخطأ المعياري |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------|

**المصدر:** من إعداد الطالبة بناءً على مخرجات (spss).

يتضح من خلال الجدول رقم (7)، توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية بين التكنولوجيا المالية، وبين الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن. وذلك استناداً إلى أن قيمة الدلالة المعنوية للتكنولوجيا المالية والبالغة (0.00) وهي أقل من قيمة مستوى الدلالة (0.05).

**خاتمة:**

تعد التكنولوجيا المالية السبيل الوحيد لإنجاح التغير في إدارة العلاقات الزبونية من خلال تقنياتها المالية الرقمية، التي تجعل هذه الخدمات أسرع، وأقل تكلفة، وأكثر أمناً وشفافية وإتاحة، كما تعتبر التكنولوجيا المالية أحد المكونات الأساسية في عالم الرقميات مستقبلاً في المؤسسات المالية، حيث تطورت بشكل كبير ومستمر على امتداد السنوات الأخيرة، وخصوصاً في ظل التقدم الرهيب في عالم الرقميات، ومن خلال إجراء دراستنا خلصنا إلى أن مستوى إدراك التكنولوجيا المالية والإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن كان متوسط لدى أفراد عينة الدراسة، توجد علاقة تأثير بين التكنولوجيا المالية في تفعيل الإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن في لبنك الخارجي بنسبة.

**المراجع:**

**الكتب:**

1. امتثال حسن عبد الرازق وآخرون، مبادئ الإحصاء الوصفي، الدار الجامعية، الإسكندرية مصر، 2002.

2. سلطان الطائي: إدارة علاقات الزبون. الأردن-عمان: دار الورق للنشر. 2009.

**المجلات:**

3. أيمن زيد، وأمينه بودراع: التكنولوجيا المالية والحاجة إلى الابتكار، تجربة المصارف الثلاثة. تم الاسترداد من مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، ب ت .

4. عبد الرزاق قاضي، ورابع عرابية: توظيف إدارة علاقات الزبائن الإلكترونية في مراحل الشراء الإلكتروني وأثرها على بناء قيمة الزبون: دراسة على عينة من المتسوقين على موقع جومبا الجزائر. الجزائر: مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا. 2021.

5. عصام خلف العنزي: التكنولوجيا Fintech وأثرها على الخدمات المالية المصرفية، بحوث مؤتمر النوحة الخامس للمال الإسلامي - التمويل الإسلامي والعالم الرقمي، 2019.

6. فاطيمة حو: إدارة العلاقة الإلكترونية مع الزبائن. الجزائر: جامعة وهران 1 احمد بن بلة. 2019.

7. وفاء حمدوش، ولمياء عماني. دور التكنولوجيا المالية في تعزيز أداء القطاع المصرفي الجزائري:

الدوافع والتحديات. الجزائر: مجلة الاقتصاد الجديد . 2021.

8. Al-Bashayreh, M. Evaluating Electronic Customer Relationship Management System Success: The Mediating Role of Customer Satisfaction. Sustainability .2022. <https://doi.org/10.3390/su141912310>
9. GOHARY, E. The Impact of Financial Technology on Facilitating E-Government Services in Egypt. Egypt: Journal of Distribution Science. 2019.
10. - Peštek, A. Impact of Electronic Customer Relationship Management (e-CRM) on Efficiency of Rent-a-Car Sector in Bosnia and Herzegovina. Bosnia and Herzegovina: Economic Analysis. 2011.