



أثر الإدارة الالكترونية في تحقيق رضا الزبائن - دراسة استطلاعية على زبائن بنك الوطني الجزائري لولاية الجلفة-
**The Impact of Electronic Management in Achieving Customer Satisfaction -
Exploratory Study on the Clients of the National Bank of Algeria
in the State of Djelfa-**

ط.د. صفاي عبد الحي ♦، جامعة ابن خلدون، تيارت، (الجزائر)

د. بن علية لخضر، جامعة زيان عاشور، الجلفة، (الجزائر)

2023/07/01 تاريخ النشر:	2023/06/15 تاريخ القبول:	2023/05/30 تاريخ الإرسال:
الكلمات المفتاحية	الملخص	
الإدارة الالكترونية؛ رضا الزبائن؛ البنك.	هدفت هذه الدراسة بشكل رئيسي إلى دراسة علاقة والأثر بين الإدارة الالكترونية ورضا الزبائن ، حيث توقف اختيار على عينة من زبائن بنك الوطني الجزائري لولاية جلفة ، حيث بلغ عددهم 126 زبون، حيث تم الاستعانة بالمنهج الوصفي والتحليلي، ولتحقيق هدف الدراسة تم تصميم استبيان وتوزيعه على زبائن وقيام بالتحليل باستخدام برنامج SPSS ولدراسة العلاقة والأثر بين كل من الإدارة الالكترونية والشمول المالي تم الاستعانة بمجموعة من الأساليب الإحصائية متمثلة في معامل الارتباط بيرسون والانحدار، حيث خلصت الدراسة في الأخير على وجود أثر وعلاقة ارتباط طردية و إيجابية بينهما ، ويجب على البنوك عمل دورات لتوعية بأهمية الإدارة الالكترونية وما له من تأثير على تحقيق رضا الزبائن.	
Abstract	Keywords	
This study aimed mainly at studying the relationship and the effect between electronic management and customer satisfaction, where the selection stopped on a sample of customers of the National Bank of Algeria in the state of Djelfa, where they numbered 126 customers, where the use of the descriptive and analytical approach, and to achieve the goal of the study, a questionnaire was designed and distributed to customers And doing the analysis using the SPSS program, and to study the relationship and impact between each of the electronic management and financial inclusion, a set of statistical methods were used, represented in the Pearson correlation coefficient and regression, as the study concluded in the end that there is an impact and a direct and positive correlation between them, and banks must conduct awareness sessions The importance of electronic management and its impact on achieving customer satisfaction.	Electronic Management; Customer Satisfaction; The bank.	
JEL Classification Codes : L63 ;L86 ; L8 ; M15.		

♦ المؤلف المرسل: صفاي عبد الحي، الإيميل: abdelhai.seffai@univ-tiaret.dz

1. مقدمة:

تسمت الألفية الثالثة بالطفرة التقنية الكبيرة في عالم الاتصالات الحديثة في مقدمتها الشبكات الالكترونية والانتقال من مجتمع الصناعة إلى مجتمع المعلومات، وترتب على ذلك التحول التدريجي من الأنشطة العادية إلى الأنشطة الإلكترونية، وأصبحت هذا التطور المعلوماتي الأداة الأكفأ والوسيلة المثلى في نقل البيانات وإيصال المعلومات، من دون أن تعيقها الحدود الجغرافية والتباعد الموجود، حتى قيل أن العالم يشكل قرية الكترونية صغيرة، وصاحب هذا التطور التكنولوجي الهائل ازدهار الإدارة الالكترونية كإحدى أهم معالم ومظاهر ثورة المعلومات التي اكتسحت الإدارات لتكون عسبا من الأعصاب الممارسات الإدارية، التي تهدف إلى تقليص الإجراءات واختصارها، والسرعة في تنفيذها، مما يترتب عليها زيادة كفاءة الأداء، حيث أصبح معيار التقدم والغنى هو قدرة الإدارات على اللحاق بركب الثورة المعلوماتية وفهم حقيقة حتميتها. إضافة إلى ذلك أصبح التحول نحو الإدارة الالكترونية يمثل توجها عالميا، يشجع على تبني نظم الخدمات الإلكترونية، مما لا شك سيساهم هذا في تطوير القطاع المصرفي ويسهل الوصول الى خدماته ما سينعكس إيجابا على تحقيق رضا الزبائن. ومن هنا تتحدد مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي:

ما هو أثر الإدارة الالكترونية في تحقيق رضا الزبائن في بنك الوطني الجزائري لولاية الجلفة؟

1.1 فرضيات الدراسة:

بغرض الإجابة على الإشكالية نعتمد في دراستنا على الفرضيات التالية:

1) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية ورضا الزبائن في عند مستوى معنوية 0.05.

2) يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لإدارة الالكترونية على رضا الزبائن في عند مستوى معنوية 0.05.

2.1 أهداف الدراسة:

✓ التعرف على المفاهيم النظرية المتعلقة بكل من الإدارة الالكترونية ورضا الزبائن.

✓ تحليل أثر تطبيق الإدارة الالكترونية على رضا الزبائن في بنك الوطني الجزائري لولاية جلفة.

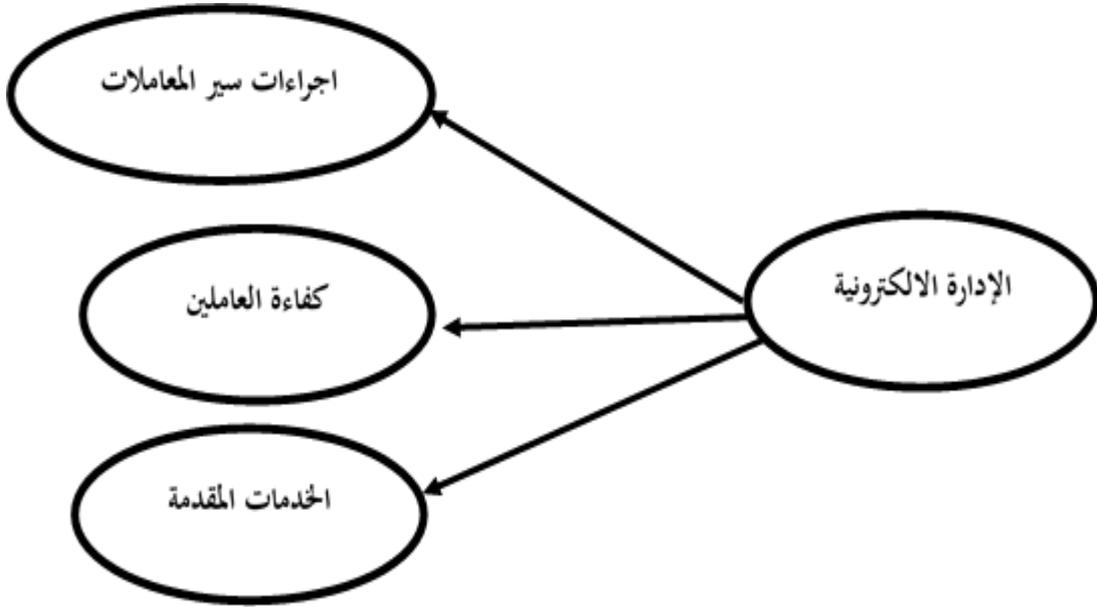
3.1 منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي، باستعانة ما ورد في الأدب النظري والدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة الحالية وذلك سواء في الكتب أو الدوريات العلمية، أما الجانب التطبيقي تم الاستعانة باستبانة لجمع بيانات وتمت معالجتها بواسطة برنامج SPSS.

4.1 نموذج الدراسة: يوضح نموذج الدراسة العلاقات الواردة بين المتغيرات الرئيسية فيه، وهي:

حيث المتغير المستقل ممثل في الإدارة الالكترونية، والمتغير التابع ممثل في أبعاد رضا الزبون (إجراءات سير المعاملات، كفاءة العاملين، الخدمات المقدمة).

الشكل رقم (01): نموذج الدراسة



المصدر: من اعداد الباحثين

2. مفهوم الإدارة الإلكترونية

تعتبر الإدارة الإلكترونية من الأساليب المعاصرة التي تسعى لتحويل المؤسسات إلى مؤسسات إلكترونية تستخدم تكنولوجيا المعلومات في إنجاز جميع أعمالها ومعاملاتها الوظيفية ووظائفها الإدارية، سنتطرق فيما يلي لمفهومها.

1.2. تعريف الإدارة الإلكترونية

إنجاز المعاملات الإدارية، أو تقديم الخدمات العامة على شبكة الإنترنت، دون أن يضطر العملاء للانتقال إلى الإدارات شخصياً لإنجازها مع ما يترافق من إهدار للوقت والجهد والطاقات. (بن داود و لعشاب، 2017، صفحة 609).

كما عرفت الإدارة الإلكترونية بتبادل الأعمال والمعلومات بين الأطراف من خلال استخدام الوسائل الإلكترونية بدلا من الاعتماد على استخدام الوسائل المادية الأخرى كوسائل الاتصال المباشر (عزي ، عروس، إدير، 2020، صفحة 131).

2.2. أهداف الإدارة الإلكترونية: (يجياوي، 2019، صفحة 626).

يعد تطبيق الإدارة الإلكترونية وسيلة وليست غاية في حد ذاتها، ذلك أن التحول لنظام الإدارة الإلكترونية من قبل الجهات الحكومية وجهات القطاع الخاص سيؤدي إلى تحقيق أهداف تتفق مع ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، الأمر الذي سينعكس على شكل الأداء العام ومدى تقديم الخدمات للجمهور بسهولة وتكلفة أقل، ومن أهداف الإدارة الإلكترونية نذكر ما يلي:

- الانتقال إلى عصر المعلومات؛
- تخفيض التكاليف الإدارية؛
- تحسين الأداء الإداري؛
- تبسيط الإجراءات الإدارية؛
- إضفاء الشفافية على الأنشطة الإدارية العمومية.

3.2 متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية (مراكشي و فقير ، 2017 ، صفحة 183)

-وضع الاستراتيجيات وخطط التأسيس: ويتطلب ذلك تشكيل إدارة أو هيئة لتخطيط ومتابعة وتنفيذ ووضع الخطة لمشروع الإدارة الإلكترونية والاستعانة بالجهات الاستشارية والبحثية لدراسة ووضع المواصفات العامة ومقاييس الإدارة الإلكترونية، والتكامل والتوافق بين المعلومات المرتبطة بأكثر من جهة.

-القيادة والدعم الإداري: من أهم العوامل المؤثرة في أي مشروع كان هو القيادة وهي المفتاح الرئيسي لنجاح أو فشل أي منها، إذ أن دعم الإدارة وقدرتها على إيجاد بيئة مناسبة للعمل تلعب دورا رئيسيا في نجاح أي عمل أو فشله، كما أن التزام القيادة كما أن فناعة واهتمام ومساندة الإدارة العليا لتطبيق تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات كافة يعتبر أحد العوامل الحرجة والمساعدة في تحقيق نجاح تطبيق الإدارة الإلكترونية.

-الهيكل التنظيمي: أصبح النموذج الهرمي التقليدي للمؤسسة الذي واكب عصر الصناعة لم يعد ملائما لنماذج الأعمال الجديدة في عصر تكنولوجيا المعلومات والأعمال الإلكترونية، إذ نجد أن الهياكل التنظيمية الملائمة للأعمال الإلكترونية هي المصفوفات والشبكات وتنظيمات الخلايا الحية المرتبة بنسيج الاتصالات. ويتطلب تطبيق الإدارة الإلكترونية إجراء تغييرات في الجوانب الهيكلية والتنظيمية والإجراءات والأساليب، بحيث تتناسب مع مبادئ الإدارة الإلكترونية وذلك عن طريق استحداث إدارات جديدة أو إلغاء أو دمج بعض الإدارات مع بعضها، وإعادة الإجراءات والعمليات الداخلية بما يكفل توفير الظروف الملائمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية بشكل أسرع وأكثر كفاءة وفاعلية مع مراعاة أن يتم ذلك التحول في إطار زمني متدرج من المراحل التطورية.

-تعليم وتدريب العاملين، توعية وثقافة المتعاملين: تتطلب الإدارة الإلكترونية إحداث تغييرات جذرية في نوعية الموارد البشرية الملائمة لها وهذا يعني إعادة النظر بنظم التعليم والتدريب الحالية لمواكبة متطلبات التحول الجديد بما في ذلك إعداد الخطط والبرامج والأساليب التعليمية والتدريبية على كافة المستويات، بالإضافة إلى توعية أفراد المجتمع بثقافة وطبيعة الإدارة الإلكترونية والاستعداد النفسي والسلوكي والتقني والمادي وغير ذلك من متطلبات التكيف مع متطلبات الإدارة الإلكترونية.

-وضع الأطر التشريعية وتحديثها وفقا للمستجدات: أي إصدار القوانين والأنظمة والإجراءات التي تسهل التحول نحو الإدارة الإلكترونية وتلبي متطلبات التكيف معها، لأن معظم التشريعات والقوانين نشأت في بيئة تقليدية، لذا فإنها قد أسست لأداء العمل وفقا لمعايير الانتقال واللقاء المباشر بين الموظف وطالب الخدمة، وكذا الاعتماد على شهادات

الإثبات الموثقة، وبالطبع فإن التحول إلى الإدارة الإلكترونية يحتاج بيئة قانونية وتشريعية مختلفة، كما أن وجود التشريعات والنصوص القانونية يسهل عمل الإدارة الإلكترونية ويضفي عليها المشروعية والمصدقية على كافة النتائج القانونية المترتبة عليها.

- المتطلبات البشرية: يعتبر العنصر البشري من أهم الموارد التي يمكن استثمارها لتحقيق النجاح في أي مشروع وفي أي مؤسسة، وله أهمية كبيرة في تطبيق الإدارة الإلكترونية حيث يعتبر المنشأ للإدارة الإلكترونية، فهو الذي اكتشفها ثم طورها وسخرها لتحقيق أهدافها التي يصبو إليها، لذلك فإن الإدارة الإلكترونية من وإلى العنصر البشري فهم الخبراء والمختصون العاملون في حقل المعرفة، الذين يمثلون البنية الإنسانية ورأس المال الفكري في المؤسسة، يتولون إدارة التعاقد الاستراتيجي لعناصر الإدارة الإلكترونية ومنهم: المديرون والوكلاء والمساعدون، المبرمجون، ضابط البيانات، والمشغل أو المحرر.

- المتطلبات التقنية: وتتمثل في توفير البنية التحتية للإدارة الإلكترونية والتي تشمل تطوير وتحسين شبكة الاتصالات بحيث تكون متكاملة وجاهزة للاستخدام واستيعاب الكم الهائل من الاتصالات في آن واحد، لكي تحقق الهدف من استخدام شبكة الإنترنت، بالإضافة إلى توفير التكنولوجيا الرقمية الملائمة من تجهيزات وحاسبات آلية وأجهزة ومعدات وأنظمة وقواعد البيانات والبرامج، وتوفير خدمات البريد الرقمي، وتوفير كل ذلك بالاستخدام الفردي أو المؤسسي على أوسع نطاق ممكن.

- المتطلبات الأمنية: تعد مسألة أمن المعلومات من أهم معضلات العمل إلكترونياً؛ بمعنى أن المعلومات والوثائق التي يجرى حفظها وتطبيق إجراءات المعالجة والنقل عليها إلكترونياً لتنفيذ متطلبات العمل يجب الحفاظ على أمنها، حيث يجب توفر الأمن الإلكتروني والسرية الإلكترونية على مستوى عالٍ لحماية المعلومات الوطنية والشخصية ولصون الأرشيف الإلكتروني من أي عبث والتي تتطلب القيام ببعض الإجراءات منها وضع السياسات الأمنية لتقنيات المعلومات بما فيها خدمة الإنترنت، تبنى استراتيجية وطنية لأمن المعلومات بحيث يضمن تعاون أجهزة القطاعين العام والخاص، وضع القوانين واللوائح التنظيمية التي تحد من السطو الإلكتروني وانتهاكات خصوصية المعلومات في الإدارة الإلكترونية، تحديد الحماية اللازمة لنظم التشغيل والتطبيقات المختلفة، تحديد آليات المراقبة والتفتيش لنظم المعلومات والشبكات الحاسوبية، الاحتفاظ بنسخ احتياطية لنظم المعلومات بشكل آمن وتشفير المعلومات التي يتم حفظها وتخزينها ونقلها على مختلف الوسائط.

3. مفهوم رضا الزبائن:

في نظرية التسويق يحتل رضا الزبون مكانة رئيسية. وتستند هذه النظرية إلى فرضية مفادها أن الأرباح تتحقق من خلال عملية رضا الزبائن، نظراً لحقيقة أن جذب زبائن جدد أعلى بكثير من الحفاظ على الزبائن، ويعرف رضا الزبون بأنه الاحساس الجيد أو السيئ الذي يشعر به المستهلك نتيجة لعملية المقارنة بين مستوى التضحيات المادية أو النفسية التي بذلها المستهلك والتعويض الذي يحصل عليه بعد عملية الشراء لمنتج أو خدمة معينة. (قروج و لحرش، 2020، صفحة 582)

1.3 تعريف رضا الزبون:

يعرف رضا المستهلك بأنه الاستجابة العاطفية الشاملة للمستهلك للخدمة غير الملموسة بأكملها. فعندما يختبر الزبون خدمة ما ويقارنون مواقفهم منها مع توقعاتهم، فإن الاستجابة العاطفية للخدمة بأكملها عند نقطة الشراء تتمثل في رضا الزبون، وإذا كانت الخدمة تلبي و/أو تتجاوز التوقعات، يكون الزبائن راضين بشكل عام. (حموتي و بن أشنهو، 2022، صفحة 06)

ويعرف أيضا على أنه الشعور الذي يتولد لدى الزبون الناتج عن المقارنة بين ما كان يتوقعه من المنتج وما أدركه بعد تلقي المنتج، قد يكون هذا الشعور ايجابيا (شعور الرضا) أو سلبيا (شعور بعدم الرضا). (براهيمي، 2020، صفحة 429)

2.3 أهمية رضا الزبون: (يونسي و عمارة، 2019، صفحة 145)

يشكل رضا الزبون أهمية كبيرة في فكر أي مؤسسة تطمح لتحقيق أهدافها، حيث يؤكد Kotler في هذا المجال أن على المؤسسة التي ترغب في النجاح في أسواق المنافسة اليوم أن تجعل من الزبون النواة التي تدور حولها عمليا وأن تتعد عن المفهوم التسويقي السابق وتركز على المفهوم التسويقي الحديث الذي يبدأ وينتهي بحاجات ورغبات الزبون وكيفية إشباعها.

تبرز أهمية رضا الزبون لكونها أحد العوامل التي تمكن المؤسسة من البقاء والاستمرار في السوق، ويعد من أكثر المعايير فاعلية للحكم على أداءها، وتكمن فيما يلي:

- إن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه يقلل من انتقاله إلى مؤسسة منافسة؛
- إن المؤسسة التي تم برضا الزبون تكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين؛
- يمثل تغذية عكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يساعدها على تطوير خدماتها؛
- ان المؤسسة التي تسعى لقياس رضا الزبائن يمكنها تحديد حصتها السوقية.

3.3 مراحل بناء رضا الزبون:

يمر رضا الزبون عبر ثلاث مراحل هي:

- فهم حاجات الزبائن: من خلال اتصال المسوقين الدائم بالزبائن لمعرفة العوامل التي تحدد سلوكهم الشرائي.
- التغذية المرتدة للزبائن: وتتمثل في الطرق والأساليب التي يستعملها المسوقون لتعقب آراء الزبائن حول المؤسسة لمعرفة مدى تلبية توقعاتهم.
- القياس المستمر: وهو قيام المؤسسة بإنشاء برنامج خاص لقياس رضا الزبائن، والذي يقدم إجراء لتتبع رضا الزبائن طوال الوقت بدلاً من معرفة مدى تحسين أداء المؤسسة في وقت معين

4.3 أبعاد رضا الزبون:

يتم تقسيم أبعاد الرضا الزبون: (الخفاجي، 2012، صفحة 86)

-بعد اجراءات سير المعاملات: انجاز المعاملات في وقت محدد دون تأخير، ووضوح الإجراءات وبساطتها وبعدها عن الروتين.

-بعد كفاءة العاملين: حيث يشمل حسن تعامل العاملين في المصرف ولطفهم واستجابتهم لاحتياجاتهم، بالإضافة لسلوكهم ومظهرهم الجيد، وتواجدهم دائما على أرس أعمالهم، وتنفيذهم المعاملات دون تمييز، وتقديمهم بالمواعيد المحددة لإنجاز المعاملات.

-بعد الخدمات المقدمة: وهي تعبر عن وجهة نظر الرضا العام للزبون عن الخدمات المقدمة له من ناحية تعددها ووضوح إجراءاتها وبساطتها وبعدها عن الروتين وسرعة تقديمها والالتزام بالوقت المحدد لها دون تأخير وألية حل المشاكل التي قد تحصل.

4. الجانب التطبيقي

تعتبر منهجية الدراسة واجراءاتها محور رئيسي يتم من خلاله انجاز الجانب التطبيقي من الدراسة، عن طريقها يتم الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي للتوصل للنتائج التي يتم تفسيرها في ضوء أدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة.

1.4 أداة الدراسة: لدراسة أثر الإدارة الالكترونية في تحقيق رضا الزبائن في بنك الوطني الجزائري لولاية جلفة، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم الاعتماد على الاستبيان، ومعالجة معطياته باستخدام برنامج SPSS V26، وقد تم تصميم الاستبيان على النحو التالي:

- المحور الأول: المتغيرات الديمغرافية.
- المحور الثاني: إدارة الالكترونية.
- المحور الثالث: رضا الزبائن.

2.4 عينة الدراسة: تم اجراء دراسة على عينة عشوائية بلغت 126 من زبائن بنك الوطني الجزائري لولاية الجلفة.

الجدول رقم (01): الخصائص الشخصية لأفراد العينة

67	ذكر	الجنس
59	أنثى	
126	المجموع	
18	بكالوريا	المستوى التعليمي
27	ليسانس	
21	ماستر	
60	أخرى	
126	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

من خلال الجدول رقم (01) يتبين لنا أن عدد الذكور بلغ 67 أما عدد الاناث بلغ 59، أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي تم تسجيل 18 فرد متحصل على بكالوريا، و 27 فرد متحصل على ليسانس، 21 فرد متحصل على ماستر، أما بالنسبة للمتحصلين على شهادات أخرى تم تسجيل 60 فرد.

3.4. ثبات أداة الدراسة: يقصد بثبات الدراسة استقرار النتائج إذا طبقت أكثر من مرة في ظروف مماثلة، وحسب معامل الاتساق الداخلي كرو نباخ ألفا كما هو مبين في الجدول الموالي، يدل على ارتفاع قيم ألفا كرو نباخ عند مستويات مقبولة.

الجدول رقم (02): معامل الثبات ألفا كرو نباخ

المحاور	عدد فقرات الاستبيان	معامل الثبات Alpha de Cronbach
إدارة الالكترونية	07	0.882
اجراءات سير المعاملات	05	0.711
كفاءة العاملين	05	0.825
الخدمات المقدمة	05	0.879
الدرجة الكلية	22	0.947

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

من خلال النتائج الموضحة في الجدول، يتضح وجود ثبات داخلي بين متغيرات الدراسة حيث بلغت نسبة ألفا كرو نباخ 94.7% وهي تفوق 60% ما يبين أن هناك اتساق في الأسئلة الموضوعية لدراسة المتغيرات، ومنه يمكن الاعتماد عليها في الدراسة.

4.4. نتائج الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة: ➤ المتغير المستقل إدارة الاللكترونية.

يتناول هذا المحور عرض وتحليل البيانات التي أظهرها استبيان البحث، من خلال تحليل أجوبة أفراد العينة بالاستعانة بكل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

الجدول رقم (03): نتائج استجابات أفراد العينة المتعلقة بالإدارة الاللكترونية

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الإدارة الاللكترونية
02	1	2.31	يقوم البنك باستعانة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال في تقديم خدماته المصرفية
07	1.026	1.92	يتم توفير الحماية الأمنية والسرية التامة للمعلومات الاللكترونية
06	0.984	2.04	تساهم الإدارة الاللكترونية في تسهيل الحصول على خدمات
05	1.188	2.26	يوجد موقع على شبكة الإنترنت تابع للبنك مفعّل وسهل التصفح
03	1.077	2.30	يتم تحديث أجهزة وتقنيات المتواجدة لدى البنك بشكل دوري
01	1.106	2.43	يتم التواصل مع عبر المنصات الاللكترونية
04	1.305	2.29	تساهم تكنولوجيا في تقليص العوائق الزمنية ومكانية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

يظهر من خلال جدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات متغير إدارة الاللكترونية تتراوح بين 1.92 و 2.43، كان أعلاها للفقرة " يتم التواصل مع عبر المنصات الاللكترونية " ، وهذا يفسر على اتجاه العام للأفراد المستجوبين على هذا الاستبيان يوافقون إلى حد كبير على عبارات المطروحة في الاستبيان، بالإضافة إلى أن تم تسجيل انحراف معياري منخفض لم يتجاوز 0.984 وهذا يدل على أن إجابات الأفراد لم تسجل تشتت كبير عن المتوسط.

➤ المتغير التابع رضا الزبون:

الجدول رقم (04): نتائج استجابات أفراد العينة المتعلقة رضا الزبون

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	رضا الزبون
بعد اجراءات سير المعاملات			
04	1.124	2.30	التصميم الداخلي للمصرف يسهل من اجراء
03	1.195	2.35	تحرص وكالة المصرف المختلفة على تقديم نفس المعاملات المصرفية
02	1.068	2.47	يقدم المصرف معلومات بشكل كافي عن خدماته
01	1.123	2.62	يسعى المصرف دائما لتسهيل الإجراءات الإدارية
05	1.121	2.20	شروط التعامل مع المصرف واضحة ومفهومة
بعد كفاءة العاملين			
05	1.129	2.23	يتعامل موظفو المصرف بلطف مع جميع الزبائن
04	1.172	2.56	يعي موظفو المصرف جيدا بمهامهم
01	1.278	2.90	يتمتع موظفو المصرف بالمهارة في تقديم الخدمة
03	1.286	2.68	يسعى موظفو المصرف لتوفير أفضل خدمة وفي أي وقت
02	1.318	2.76	يتصرف موظفو المصرف بشكل سريع في حل المشكل التي تواجهني
بعد الخدمات المقدمة			
02	1.245	2.72	حرص المصرف على تقديم الخدمات بشكل جيد، يجعلني أثق به
01	1.194	2.74	سهولة الاتصال بالمصرف عبر الهاتف وعبر البريد الإلكتروني، تقلل من زياراتي المتكررة له
03	1.116	2.67	يحرص المصرف على تقديم الخدمات للزبون بسرعة
05	1.154	2.48	يوفر المصرف خدمات بدون أخطاء
04	1.281	2.61	يقدم المصرف مجموعة متنوعة من الخدمات التي تلبي حاجياتي

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

يظهر من خلال جدول السابق أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة عن فقرات متغير الشمول المالي تتراوح بين 2.24 و 2.90، كان أعلاها للفقرة " يتمتع موظفو المصرف بالمهارة في تقديم الخدمة " ضمن بعد كفاءة العاملين، وهذا يفسر على اتجاه العام للأفراد المستجوبين على هذا الاستبيان يوافقون إلى حد كبير على عبارات المطروحة في الاستبيان، بالإضافة إلى أن تم تسجيل انحراف معياري منخفض لم يتجاوز 1.068. وهذا يدل على أن إجابات الأفراد لم تسجل تشتت كبير عن المتوسط.

5.4. اختبار فرضيات الدراسة ومناقشتها:

➤ الفرضية الرئيسية الأولى:

H₀ : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الالكترونية ورضا الزبائن (اجراءات سير المعاملات، كفاءة العاملين، الخدمات المقدمة) في بنك الوطني الجزائري لولاية جلفة.

H₁ : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الالكترونية ورضا الزبائن (اجراءات سير المعاملات، كفاءة العاملين، الخدمات المقدمة) في بنك الوطني الجزائري لولاية جلفة.

الجدول رقم (05): نتائج اختبار الفرضية الأولى

الحكم	مستوى الدلالة	معامل الارتباط بيرسون	متغيرات الدراسة
قبول	0.000	0.790	اجراءات سير المعاملات
قبول	0.000	0.729	كفاءة العاملين
قبول	0.000	0.664	الخدمات المقدمة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن معاملات ارتباط إدارة الالكترونية ورضا الزبون (اجراءات سير المعاملات، كفاءة العاملين، الخدمات المقدمة) محصور بين 0.664 و 0.790. وهذا يفسر بوجود علاقة ارتباط قوية بين إدارة الالكترونية ورضا الزبون عند مستوى دلالة 0.000 وهي أقل من 0.05 مما يدل على أن الارتباط معنوي احصائيا أي نستطيع تعميمه على المجتمع ومن هذا المنطلق يمكننا قول إن إدارة الالكترونية تساهم في تحقيق رضا الزبون.

➤ الفرضية الرئيسية الثانية:

H₀ : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة الالكترونية ورضا الزبائن (اجراءات سير المعاملات، كفاءة العاملين، الخدمات المقدمة) في بنك الوطني الجزائري لولاية جلفة.

H₁ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة الالكترونية ورضا الزبون (اجراءات سير المعاملات، كفاءة العاملين، الخدمات المقدمة) في بنك الوطني الجزائري لولاية جلفة.

الجدول رقم (06): نتائج اختبار الفرضية الثانية

الحكم	مستوى الدلالة	معامل التحديد R^2	معامل الانحدار B	الثابت	متغيرات الدراسة
قبول	0.000	0.625	0.871	0.143	اجراءات سير المعاملات
قبول	0.000	0.532	0.648	0.518	كفاءة العاملين
قبول	0.000	0.576	0.698	0.441	الخدمات المقدمة

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS V26

اجراءات سير المعاملات = $0.871 + 0.143$ إدارة الالكترونية

كفاءة العاملين = $0.648 + 0.518$ إدارة الالكترونية

الخدمات المقدمة = $0.698 + 0.441$ إدارة الالكترونية

يتضح من الجدول أعلاه أن الانحدار معنوي حيث مستوى الدلالة الناتج 0.000 أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية مما يؤكد عدم صحة فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة، القائلة إنه هناك أثر بين إدارة الإدارة الإلكترونية ورضا الزبون (اجراءات سير المعاملات، كفاءة العاملين، الخدمات المقدمة) في بنك الوطني الجزائري لولاية جلفة. وهذا راجع لان الإدارة الالكترونية ستقوم بتسهيل وصول الزبائن للخدمات المصرفية مما ينعكس إيجابا على رضاهم عن خدمات المقدمة من طرف البنك.

5. الخاتمة:

يمكننا القول بأن فكرة استعمال التكنولوجيا الحديثة في جانب الإدارة أصبح لو أهمية كبيرة مما توفر من مميزات للمؤسسات، من حيث اختصار الوقت وتسهيل عمليات الإدارة مما سيزيد من كفاءة المؤسسات.

وسعت هذه الدراسة لمعرفة أثر الإدارة الالكترونية على رضا الزبائن، حيث خلصت للنتائج التالية:

- 1) توجد علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية وبعد اجراءات سير المعاملات؛
- 2) توجد علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية وبعد كفاءة العاملين؛
- 3) توجد علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية وبعد الخدمات المقدمة؛
- 4) يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية وبعد اجراءات سير المعاملات؛
- 5) يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية وبعد كفاءة العاملين؛
- 6) يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية وبعد الخدمات المقدمة.

التوصيات:

- 1) عمل دورات لتوعية بأهمية الإدارة الالكترونية وما لها من تأثير في تحقيق رضا الزبون؛
- 2) تدريب الموظفين في البنوك على استعمال التقنيات والتكنولوجيا الحديثة؛
- 3) متابعة تطوير وتحديث البنية التحتية من أجهزة وبرامج وشبكات باستمرار لضمان صلاحيتها لتطبيق الادارة الالكترونية وخصوصا في ظل التطور والتغير السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الوقت الحاضر؛ تعزيز استخدام الادارة الالكترونية في البنوك الجزائرية مع التركيز على تدريب الموارد البشرية وتأهيلها في مجال الادارة الالكترونية.

6. قائمة المراجع:

1. جبوري حاكم الخفاجي. (2012). رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي فرع النجف. الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية(العدد 25).
2. صالح حموتي، و سيدي محمد بن أشنهو. (2022). دور تجربة العلامة التجارية و رضا الزبائن في تحديد الوفاء للعلامة التجارية في صناعة التأمينات. مجلة الابتكار والتسويق(العدد : 01).
3. محمد لمين مراكشي، وفيصل فقير . (2017). الإدارة الالكترونية و أثرها على إصلاح الخدمة العمومية في الجزائر. مجلة الابداع العدد 7.
4. محمد ياسين مختار بن داود ، ومريم لعشاب. (2017). إسهامات الإدارة الالكترونية في التطوير الإداري. مجلة الدراسات القانونية و السياسية العدد 05.
5. محمد يحياوي. (2019). الإدارة الالكترونية كآلية للارتقاء بالخدمة العمومية. مجلة إقتصاد المال والأعمال العدد 02.
6. مسيكة براهيم. (2020). أثر الابعاد المدركة للسعر على رضا الزبائن دراسة تطبيقية على عينة من زبائن المطاعم بمدينة قسنطينة. مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا(العدد: 23).
7. مصطفى يونس، لخصر عمارة. (2019). أثر المسؤولية الاجتماعية في تحقيق رضا الزبائن. مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال(العدد : 02).
8. هاجر عزي ، أمينة عروس، و رانية إدير . (2020). أثر تطبيق الادارة الالكترونية على ترشيد الخدمات . الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة العدد 01.
9. يوسف قروج، الطاهر حرش. (2020). تأثير عناصر المزيج التسويقي الخدمي على رضا الزبائن دراسة ميدانية لتزاموي مدينة الجزائر العاصمة. مجلة معهد العلوم الاقتصادية. (العدد : 02).