



مقالة بحثية

## دور التكنولوجيا المالية في تحقيق رضا الزبون: دراسة ميدانية في عينة من المصارف العراقية

ريام خليل خضير<sup>1</sup> , أ.م.د. ابتسام علي حسين<sup>2</sup>

<sup>1</sup> الجامعة التقنية الوسطى - بغداد - العراق

الكلية التقنية الادارية - قسم تقنيات إدارة الأعمال

<sup>2</sup> الجامعة التقنية الوسطى - بغداد - العراق

الكلية التقنية الادارية

### الملخص:

يهدف البحث إلى تحديد مستوى تأثير المتغير المستقل التكنولوجيا المالية بأبعاده (تكنولوجيا المدفوعات، تكنولوجيا الرقابة المالية، تكنولوجيا التمويل و الأقرض، تكنولوجيا الاستثمار) في المتغير التابع رضا الزبون ، وتجسدت مشكلة البحث في عدم الاهتمام بتطوير التكنولوجيا المالية في المصارف العراقية إذ إن دعمها وتوفير متطلباتها يساعد في تحقيق رضا الزبون ، وتم اختيار (7) مصارف حكومية وخاصة موقعا للدراسة وهي (مصرف الرافدين ، مصرف الرشيد، مصرف التنمية الدولي، مصرف أشور الدولي ، مصرف الخليج التجاري ، مصرف المنصور للاستثمار، مصرف الاتحاد العراقي)، واستهدفت عينة قوامها (147) فرداً من المسؤولين والموظفين في الاقسام ذات العلاقة ، وأعدت البحث المنهج الوصفي التحليلي من خلال الاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات والمعلومات وتحليلها واستعملت عدد من الاساليب الاحصائية (المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف، معامل الارتباط سبيرمان، الانحدار الخطي البسيط) عبر البرنامج الاحصائي SPSS، واثبتت نتائج تحليل البيانات وجود تأثير ذو دلالة معنوية للتكنولوجيا المالية بأبعاده ( تكنولوجيا المدفوعات، تكنولوجيا التمويل و الاقرض ، تكنولوجيا الرقابة المالية ، تكنولوجيا الاستثمار) في رضا الزبون ، مما يشير إلى التأثير الايجابي للتكنولوجيا المالية في زيادة رضا الزبون.

**الكلمات المفتاحية:** التكنولوجيا المالية، تكنولوجيا المدفوعات، تكنولوجيا الرقابة المالية، تكنولوجيا التمويل و الاقرض، تكنولوجيا الاستثمار، رضا الزبون.

### RESEARCH ARTICLE

## The Role of Financial Technology in Achieving Customer Satisfaction: A Field Study in a Sample of Iraqi Banks

Reyam Khalil Khudair<sup>1</sup>, Ibtisam Ali Hussein<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Middle Technical University-Baghdad-Iraq

Technical College of Management Baghdad - Business Management Techniques

<sup>2</sup> Middle Technical University-Baghdad-Iraq

Technical College of Management Baghdad

### Abstract

The study aims to determine the level of influence of the independent variable financial technology in its dimensions (payment technology, financial control technology, financing and lending technology, investment technology) on the dependent variable customer satisfaction; achieving customer satisfaction. Seven government banks were selected for the study, namely (Al-Rafidain Bank, Al-Rasheed Bank, International Development Bank, Ashur International Bank, Khaleej Commercial Bank, Al-Mansour Investment Bank, Union Bank of Iraq). In addition, a sample of 147 officials and employees in the relevant departments were selected. The study adopted the

analytical descriptive approach through the questionnaire as a main tool in data and information collection and analysis. The researchers used a number of statistical methods (average, simple linear regression, standard deviation, coefficient of variation, Spearman correlation coefficient, simple linear regression) through the SPSS statistical program. The results of data analysis proved a significant effect of financial technology with its dimensions (payment technology, finance and lending technology, financial control technology, investment technology) on the satisfaction of customers, indicating a positive impact of financial technology in increasing customer satisfaction.

**Keywords:** financial technology, payments technology, financial control technology, financing and lending technology, investment technology, customer satisfaction.

## المبحث الاول: الأطار العام للبحث

### 1. المقدمة

تعد التكنولوجيا المالية من أهم القضايا التي ظهرت في العصر الرقمي الحديث ، اذ ساهمت بشكل كبير في تسهيل الاعمال وتطور القطاع المصرفي واحداث تغيير جذري في طبيعة العمل فيه، وقد اصبحت من اهم التقنيات التي تستخدمها المصارف في حماية الانظمة والحسابات التي تمتلكها من خلال تقنيات الرقابة المالية ، وكذلك تقديم خدمات مصرفية الكترونية بكلفة وجهد اقل متمثلة بخدمات الدفع الالكتروني و تقنيات التمويل الاقراض وتقنيات الاستثمار التي ساعدت في تقديم المشورة الالكترونية لتوفير المعلومات التي يحتاجها الزبون قبل عملية الاستثمار ، ونتيجة لذلك فقد حققت خدمات حديثة ومتميزة للوصول الى رضا الزبون، وبناءاً على ذلك تكونت فكرة البحث، ونتيجة حداثة الموضوع وتناوله في الادبيات السابقة بصور مختلفة ومحدودة وندرت وجود دراسات تربط بين متغيرات البحث الحالية بشكل مباشر ادى ذلك الى تكون فجوة معرفية لتحديد العلاقة بين المتغيرات وأبعادها ، فظهرت أهمية الخوض في هذه البحث والافادة من معطياته لتجسيدها في البيئة المصرفية العراقية ، وتمثلت مشكلة البحث الرئيسية في عدم الاهتمام بتطوير التكنولوجيا المالية وعدم تطبيق تقنياتها بالشكل المطلوب في المصارف العراقية، إذ إن دعمها وتوفير متطلباتها يساعد في تحقيق رضا الزبون.

### 2. مشكلة البحث

ان القطاع المصرفي يعاني من عدم الاهتمام بتطوير التكنولوجيا المالية وعدم تطبيق تقنياتها بالشكل الكامل في المصارف، مما يقتضي التركيز على تطوير التكنولوجيا المالية الموجودة في تلك المؤسسات الى جانب تطوير استراتيجيات العمل المتبعة وتوجيه المؤسسات المالية العراقية الى هذه التكنولوجيا لتكون داعمة للأساليب الادارية ومواكبة الامة بغية الاستفادة من خدماتها لتحقيق رضا الزبون. وتمثلت مشكلة البحث في الاجابة على التساؤل الرئيس ماهو دور التكنولوجيا المالية في تحقيق رضا الزبون. وينبثق منها الاسئلة الفرعية:

1. ما هو دور تكنولوجيا المدفوعات في تحقيق رضا الزبون ؟
2. ما هو دور تكنولوجيا الرقابة المالية في تحقيق رضا الزبون ؟
3. ماهو دور تكنولوجيا التمويل والاقراض في تحقيق رضا الزبون ؟
4. ماهو دور تكنولوجيا الاستثمار في تحقيق رضا الزبون ؟

### 3. أهمية البحث

- 1- معرفة تأثير التكنولوجيا المالية في تطوير بيئة الاعمال المصرفية ومدى تعزيزها لنقاط القوة فيها وقدرتها على استغلال ذلك من خلال تقديم خدمات مالية متطورة تجذب المزيد من الزبائن وتسهم في تعزيز مركز المصارف التجارية التنافسي في السوق المصرفية
- 2- بيان أهمية حصول أفراد المجتمع على خدمات التكنولوجيا المالية وزيادة الوعي الثقافي التكنولوجي لديهم في كيفية الاستفادة من الخدمات المصرفية باستعمال تلك التكنولوجيا.

#### 4. أهداف البحث

- 1- تحديد مستوى تطبيق المصارف عينة البحث للتكنولوجيا المالية .
- 2- اختبار العلاقة بين التكنولوجيا المالية بأبعادها وتحقيق رضا الزبون في المصارف عينة البحث.
- 3- اختبار تأثير التكنولوجيا المالية بأبعادها في تحقيق رضا الزبون في المصارف عينة البحث.

#### 5. فرضيات البحث

**الفرضية الرئيسية الاولى:** توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية معنوية بين التكنولوجيا المالية بأبعادها الفرعية وتحقيق رضا الزبون.

**الفرضية الرئيسية الثانية:** يوجد تأثير ذو دلالة احصائية معنوية للتكنولوجيا المالية في تحقيق رضا الزبون.

#### 6. منهج البحث

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات وتحليلها واثبات فرضيات البحث ووضع الإستنتاجات التي على أساسها تبني التوصيات .

#### 7. مجتمع البحث

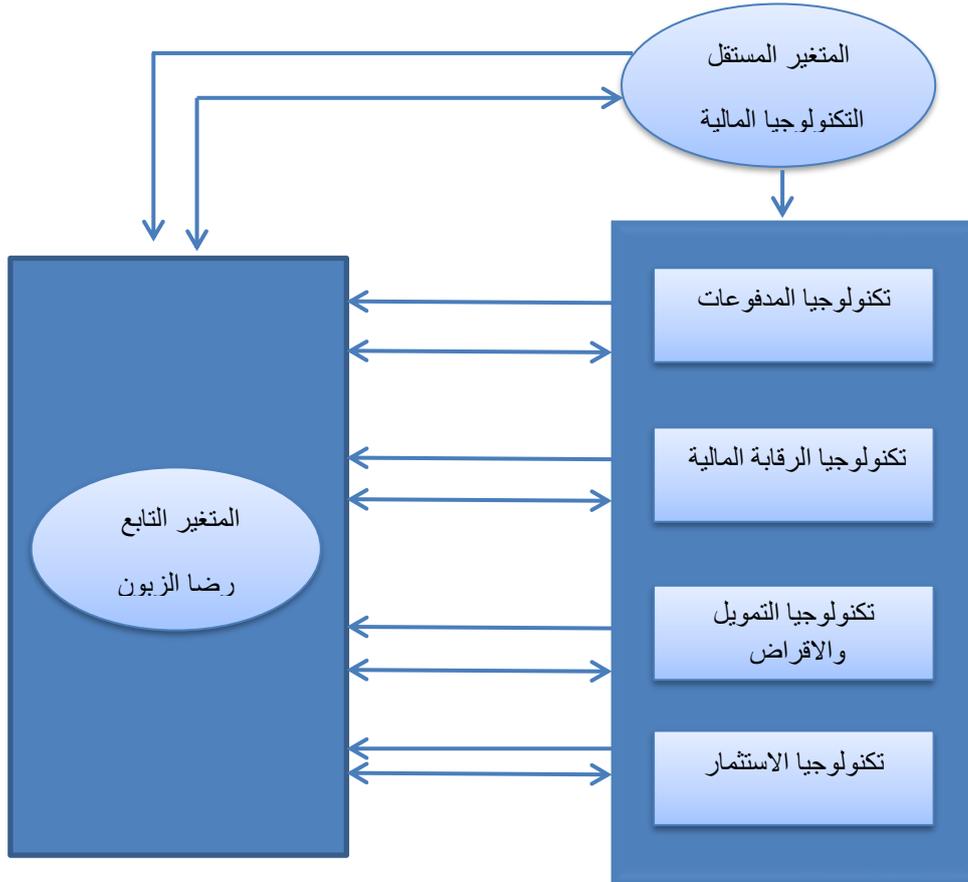
حدد مجتمع البحث بالقطاع المصرفي العراقي متمثل بالمصارف الحكومية والخاصة لغرض شمول القطاع المصرفي بشكل كامل في البحث وللمنافسة الواضحة للمصارف الحكومية مع المصارف الخاصة في تقديم خدمات حديثة واستعمال اساليب متطورة إذ تعمل جميع هذه المصارف وفق اجراءات وقوانين البنك المركزي العراقي واختيار عينة من (7) مصارف وهي:

( مصرف الرافدين ، مصرف الرشيد ، مصرف التنمية الدولي ، مصرف الخليج التجاري، مصرف اشور الدولي ، مصرف الاتحاد العراقي ، مصرف المنصور للاستثمار).

وذلك لاستيفاء هذه المصارف لمتطلبات البحث وابداء تعاونهم مع الباحثة وتمثلت الفئة المستهدفة في البحث من مدراء المصرف ومسؤولي الاقسام والشعب والوحدات وموظفي الاقسام التي تخص البحث، وقد تم تعيين حجم عينة البحث وفق معادلة Steven K.Thompson، (Thompson,2012:59) ، إذ بلغت 159 استبانة تم توزيعها على المصارف عينة البحث وتم استرجاع 150 استبانة منها واستبعاد 3 لعدم صلاحيتها لتكون العينة 147 استبانة تضمنت 35 فقرة حلت نتائجها احصائياً.

#### 8. النموذج الفرضي للبحث

يحتوي النموذج الفرضي للبحث على المتغير المستقل التكنولوجيا المالية وابعاده ( تكنولوجيا المدفوعات ، تكنولوجيا الرقابة المالية ، تكنولوجيا التمويل والاقراض ، تكنولوجيا الاستثمار). والمتغير التابع رضا الزبون .



شكل (1) نموذج البحث الفرضي



المبحث الثاني : الأطار النظري للبحث

## 1.2. التكنولوجيا المالية (Financial Technology)

### 1. مفهوم التكنولوجيا المالية

أدت التطورات التكنولوجية التي شهدها العالم في القرن الماضي إلى تغييرات مهمة في النواحي الاقتصادية والاجتماعية والسياسية ، نتيجة الابتكارات التي يوفرها مجال تكنولوجيا المعلومات في تبسيط العمليات وتحسين وسائل الاتصال وكذلك جمع البيانات والمعلومات وتخزينها ومعالجتها وإرسالها واستردادها ، ظاهرة واسعة تستخدم التقنية في تغيير المعايير واحداث ثورة في الصناعة المالية من خلال مجموعة من الابتكارات التي يجمعها رابط مشترك بين التمكين والتكنولوجيا. ( Alterkawi & Bittar, 2019:10 ) ، هي استعمال التقنيات في المعاملات المصرفية المالية بما يساعد في تطوير الخدمات المصرفية التقليدية والوصول إلى أكبر عدد من الزبائن. (المنشد وخلف، 2018:3) .

### 2. أهمية التكنولوجيا المالية

- تسهم التكنولوجيا المالية في زيادة الوصول إلى التمويل بين الافراد وتقليل كلف الوساطة المالية للمصارف ومن ثم تعزيز النمو الاقتصادي وزيادة حجم المعاملات المالية في النظام المالي. ( Ozili,2018:229 )
- تؤدي الى توسيع نطاق التمويل من خلال الوسائل الرقمية وإطلاق العنان للإنتاجية والاستثمار، والحد من الفقر ، وتمكين المرأة ، والمساعدة في بناء مؤسسات أقوى مع قدر أقل من الفساد - كل ذلك مع توفير فرصة عمل مربحة ومستدامة لمقدمي الخدمات المالية. (Manyika et al,2016:4)

ت. تسمح المنصات عبر الإنترنت ، والتي تختلف عن قنوات التمويل التقليدية ، لمقدمي الخدمات المالية تقديم مجموعة واسعة من الخدمات الجديدة التي تزيل الوسطاء والطبقات الإدارية لتقديمها معاملات أكثر فعالية وأقل عرضة للخطأ. (Xiang et al, 2021:6)

ث. تعمل على تحسين جودة الخدمات المصرفية لتكون متوافرة في أي مكان أو زمان حيث تركز على تقديم الخدمات المصرفية وزيادة نقاط البيع والاتصال مع الزبون لاستخدام تلك الخدمات. (Cheng et al, 2017:252)

ج. تغطي مجموعة واسعة من الخدمات المالية مثل خدمات الدفع والتحويلات المالية والتمويل الشخصي وأدارة المحفظة الاستثمارية عبر الانترنت والتي عجزت المصارف التقليدية عن تقديمها للزبائن.

ح. تسهم في تحقيق ميزة تنافسية للمصارف والشركات المالية أي كلما كانت المؤسسة أكثر تطوراً زادت القدرة على المنافسة المحلية والعالمية. (شحاته، 2019:17)

### 3. مجالات تطبيق التكنولوجيا المالية

#### أ. تكنولوجيا المدفوعات Payment Technology

يمكن تعريف تكنولوجيا المدفوعات على أنها تحويل إلكتروني لقيمة مدفوعة إلى المستلم من خلال آلية دفع إلكترونية، تأتي خدمة الدفع الإلكتروني مع واجهة مستخدم على شبكة الإنترنت تتيح للزبائن الوصول إلى حساباتهم المصرفية ومعاملاتهم وإدارتها عن بُعد .

(Fatonah et al, 2018:2)

#### ب. تكنولوجيا التمويل والإقراض Finance and Lending Technology

يشير مصطلح تكنولوجيا التمويل إلى توفير الخدمات المصرفية عبر الإنترنت ، والتداول الإلكتروني ، وتسليم المنتجات المالية مثل التأمين ، والرهن العقاري ، والنقود الإلكترونية ، ونقل المعلومات المالية والتحليلات عبر الإنترنت أو عبر الشبكات العامة الأخرى. (Joshi,2010:29)

#### ت. تكنولوجيا الرقابة المالية Financial Control Technology

هي استخدام الأجهزة الإلكترونية الحديثة مثل أجهزة الكمبيوتر والكاميرات وأجهزة الاتصال الحديثة ، وتوفير المعلومات لمختلف إدارات المؤسسة، واتخاذ الإجراءات التصحيحية فور خروج الأداء الفعلي عن الخطة وأدى الانتقال من استخدام الوسائل القديمة إلى الوسائل الحديثة إلى تغييرات في أداء البيانات التنظيمية التي بدأت في تطبيق الأنظمة والإجراءات الحديثة للرقابة على الأشخاص والأنظمة والمعدات التابعة للمؤسسة. (جاد الرب، 2020:66)

#### ث. تكنولوجيا الاستثمار Investment Technology

هو مستشار استثمار رقمي يتولى دور مستشار الاستثمار التقليدي من خلال تعاون هجين بين الإنسان والآلة يستبدل فيها العمليات اليدوية ، مثل تحديد ملف تعريف الزبائن ، وتخصيص الأصول وإعادة موازنة المحفظة ويمكن للزبائن الوصول إليها عبر الإنترنت وتسهم في تقديم المعلومات التي تفيد المستثمرين قبل عملية الاستثمار (Metzler et al ,2021)

### 2.2 رضا الزبائن Customer Satisfaction Concept

يعني شعور وموقف الزبون من السلع والخدمات المقدمة بعد استخدامها ويأتي نتيجة مقارنة الخدمات المتوقعة من الزبون مع الخدمات الفعلية المقدمة وكذلك توقعات السعر وغيرها إذ يعد فهم رضا الزبون من القضايا الرئيسية في المؤسسة وجزء من استراتيجيتها ومن ثم يعد مصدر ربح لها لما يوفره من فوائد في تحقيق الولاء للمؤسسة من قبل الزبون

(Gilanina et al ,2013:2)

يعرف أيضاً رضا الزبائن بأنه بمثابة استجابة عاطفية للتجربة المقدمة أو المرتبطة بمنتجات أو خدمات معينة تم شراؤها ، أو منافذ البيع بالتجزئة ، أو حتى أنماط السلوك الموالية. (Sharmin,2012:16)

#### العوامل المؤثرة في رضا الزبائن Factors Affecting Customer Satisfaction

1- جودة الخدمة: أصبح الزبائن أكثر دراية وتطوراً في المطالبة بحقوقهم بسبب الثورة التكنولوجية والتفاعل الصناعي، ونتيجة لذلك ، ارتفعت توقعاتهم بشأن تقديم جودة الخدمة بشكل كبير ، إذ تؤدي صناعة الخدمات دوراً مهماً في اقتصاد العديد من البلدان في البيئة التنافسية العالمية الحالية ، يعد تقديم خدمة عالية الجودة بمثابة استراتيجية أساس للنجاح والبقاء، وتعرف جودة الخدمة على أنها القوة الدافعة الرئيسية لاستدامة الأعمال وينتج رضا الزبائن أو عدم رضاهم عن تجربة الخدمة ومقارنة تلك

التجربة بنوع جودة الخدمة المتوقعة وقد خلصت العديد من الدراسات المتعلقة برضا الزبائن إلى أن هناك علاقة كبيرة بين رضا الزبائن وولائهم ومن ثم ، فإن الهدف الأساس لمقدمي الخدمات هو تطوير وتقديم الخدمات التي تلبي احتياجات الزبائن وتوقعاتهم. (Kumasey,2014:172)

**2- الامان:** يشير الامان إلى الاعتقاد والاحساس بان مقدم الخدمة لن يتصرف بصورة انتهازية مع الزبون حتى لو سمحت له الفرصة بذلك وهو احد السمات التي تؤثر على التعامل عبر الانترنت بسبب أفكارهم حول امن المعلومات وان الثقة في التعامل تأتي باعتماد تكنولوجيا متقدمة والحصول على درجة عالية من الخصوصية باعتماد أنظمة تسهم في حماية معلوماتهم. ( عبد الحميد وآخرون 2020:5)

**3- الصورة الذهنية والقيمة المتصورة :** يؤدي تكوين الصورة الذهنية وتحديد موقع الخدمة أو البنك دوراً رئيسياً في تقييم الزبون للخدمة والمصرف ، فهو يمثل تشخيص وتطوير وتقديم الخدمات المتميزة التي تجعل منتجات وخدمات المصرف الأفضل في نظر الزبائن المستهدفين ، عن تلك الخاصة بالمنافسين.(مباركة,2019:66) كما تعني القيمة المتصورة المقارنة التي يجريها الزبائن بين مزايا أو عيوب مقدم خدمة واحد أو أكثر لديها ارتباط ملحوظ مع ولاء الزبائن أن القيمة المتصورة تؤثر بشكل إيجابي على الزبائن. (Irfan & Hadi,2016:59)

**4- مميزات الخدمة :** يتأثر رضا الزبائن بشكل كبير بتقييم الزبون لميزات المنتج أو الخدمة، ومن ثم تدرس المؤسسات أيضاً فيما يتعلق بالرضا سمات خدماتها التي يقيسها الزبائن أكثر من غيرها وأن المؤسسات تقيس تصورات تلك الميزات ورضا الخدمة بشكل عام، في هذا الصدد ، توصلت الأبحاث إلى أن الزبائن عادةً ما يقومون بالمقارنة بين مستوى جودة الخدمة وسعرها ، لذلك للحصول على رضا الزبون يجب تقديم خدمات مميزة عن المنافسين وبنفس الوقت التنوع إذ أن دورة حياة المنتج الأقصر والمنافسة المتزايدة تزيد من حالة عدم اليقين وحاجة المؤسسات إلى التكيف، ومن ثم يجب على المصارف ان لتكون مرنة ومواكبة للتطور في تقديم خدماتها .

**5- الزبائن الآخرون وأفراد الاسرة وزملاء العمل :** لايعتمد رضا الزبائن على ميزات المنتج أو الخدمة فحسب ، إذ يعتمد أيضاً على تجربة الفرد الخاصة و يتأثر بتصور الزبائن الآخرين وتجاربهم وما إلى ذلك على سبيل المثال ، تأثر رضا أفراد العائلة أو عدم رضاهم بشكل كبير حيال خدمة معينة في بعض الأحيان بسبب توقف الأصدقاء والعائلات عن التفكير في هذه الخدمة (20,19 Sharmin,2012:

### المبحث الثالث : الدراسة التطبيقية

#### 1. وصف خصائص عينة البحث

الغرض من هذا التحليل هو التشخيص الخصائص العامة التي تتصف بها عينة البحث وفقاً للمؤشرات خاصة .

جدول (1) خصائص عينة البحث

المتغيرات الديموغرافية	الفئات	العدد	النسبة %
النوع الاجتماعي	ذكور	69	46.9
	اناث	78	53.1
	المجموع	147	100
الفئة العمرية (سنة)	20 – 30	25	17
	31 – 40	47	32
	41 – 50	33	22.4
	51 فأكثر	42	28.6
	المجموع	147	100

18.4	27	دبلوم تقني	المؤهل العلمي
62.5	92	بكلوريوس	
8.2	12	دبلوم عالي	
9.5	14	ماجستير	
1.4	2	دكتوراه	
<b>100</b>	<b>147</b>	<b>المجموع</b>	
36.7	54	موظف	المنصب الوظيفي
26.5	39	مسؤول وحدة	
17	25	مدير شعبة	
19.1	28	مدير قسم	
0.7	1	مدير فرع	
<b>100</b>	<b>147</b>	<b>المجموع</b>	

المصدر: من اعداد الباحثين.

## 2. اختبار الثبات لأداة القياس

وهو الاستقرار والموضوعية في اجابات افراد العينة خلال مدة زمنية مختلفة ويسمى اختبار الاتساق الداخلي وهو شرط مسبق لثبات الاستبانة، أن معامل الفا كرونباخ (Cronbach's alpha) هو أحد مقاييس الثبات الأكثر شيوعاً ، ويتم استخدامه لتقييم ثبات الاتساق الداخلي لإجابات أفراد العينة من حيث فقرات الاستبانة، وأن قيمة الفا كرونباخ تكون موجبة إذ تتراوح من 0 إلى 1، وهناك إجماعاً من قبل الكتاب بأن القيمة المقبولة تكون أكبر أو يساوي (0.60)، ومن خلال نتائج الاستبانة تم توضيح صدقها وثباتها في متغيري التكنولوجيا المالية و رضا الزبون .

### جدول (2) معامل الفا كرونباخ لثبات وصدق مقياس الاستبانة

عدد الفقرات	معامل الثبات $\sqrt{\alpha}$	قيمة الفا كرونباخ $\alpha$	المتغيرات
7	0.914	0.836	تكنولوجيا المدفوعات
7	0.928	0.861	تكنولوجيا الرقابة المالية
9	0.940	0.884	تكنولوجيا التمويل والاقراض
5	0.927	0.860	تكنولوجيا الاستثمار
28	0.904	0.818	التكنولوجيا المالية
7	0.869	0.756	رضا الزبون
35	0.887	0.787	الإجمالي

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي .

## 3. التحليل الوصفي الإحصائي لمتغيرات البحث

### أ. التحليل الوصفي الإحصائي للمتغير المستقل التكنولوجيا المالية

يتضمن هذا المبحث التحليل الوصفي الإحصائي لبيانات البحث والتي تمثلت بالاستبانة الموزعة على عينة البحث عن طريق معرفة مستوى الاهتمام لمتغيرات البحث.

### جدول (3) المتوسط والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف للمتغير المستقل وأبعاده

ت	المتغير المستقل وأبعاده	المتوسط	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	الأهمية
---	-------------------------	---------	-------------------	------------------	---------

X1	تكنولوجيا المدفوعات	3.89	0.983	25.27	الثاني
X2	تكنولوجيا الرقابة المالية	3.85	0.976	25.35	الثالث
X3	تكنولوجيا التمويل والاقراض	3.74	1.008	26.95	الرابع
X4	تكنولوجيا الاستثمار	3.89	0.881	22.65	الأول
X	تكنولوجيا المالية	3.84	0.933	24.30	n=147

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي .

ويخلص الجدول رقم (3) ترتيب مستوى الأهمية لابعاد المتغير المستقل (تكنولوجيا المالية)، إذ بلغ المتوسط (3.89) وهو أكبر من الوسط الفرضي البالغ قيمته (3)، وهذا ما يشير إلى أن إجابات أفراد عينة البحث لهذا المتغير اتجهت أغلبها بأن ممارسات تكنولوجيا المالية كانت واضحة ومفهومة بالنسبة لعينة البحث، وتعمل باستمرار على رفع مستوى أدائها بإنجاز المهام التقنية بالشكل المناسب من خلال أبعاده (تكنولوجيا المدفوعات، تكنولوجيا الرقابة المالية، تكنولوجيا التمويل والاقراض، تكنولوجيا الاستثمار)، والإنحراف المعياري الذي سجل (0.933) يدل على وجود درجة تشتت متوسط بين إجابات أفراد عينة البحث لأبعاد المتغير المستقل، وكلما كان الإنحراف المعياري للإجابات متقارباً كلما كان الإنحراف صغيراً والتشتت قليلاً، وبمعامل الاختلاف بنسبة (24.30%). ويؤكد هذا وجود اختلافات قليلة بين إجابات أفراد عينة البحث للمتغير المستقل، ترتيب أهمية كل بُعد لمتغير تكنولوجيا المالية، إذ جاء بالمرتبة الأولى (تكنولوجيا الاستثمار) وفي الترتيب الأخير (تكنولوجيا التمويل والاقراض).

#### ب. التحليل الوصفي الإحصائي للمتغير التابع رضا الزبون

يعرض الجدول رقم (4) نتائج تحليل إجابات أفراد العينة عن بعد رضا الزبون، وهي كالتالي:

#### جدول (4) تحليل إجابات أفراد العينة عن بعد رضا الزبون

ت	الفقرات	المتوسط	الإنحراف المعياري	معامل الاختلاف %	الأهمية
1	Q1	3.78	1.012	26.77	الرابع
2	Q2	3.75	1.122	29.92	السابع
3	Q3	3.85	0.961	24.96	الأول
4	Q4	3.76	0.995	26.46	الثالث
5	Q5	3.75	1.006	26.83	الخامس
6	Q6	3.67	1.067	29.10	السادس
7	Q7	3.93	1.038	26.41	الثاني
Y	رضا الزبون	3.78	1.029	27.22	n=147

المصدر : من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي .

يشير الجدول رقم (4) أن قيمة المتوسط العام لبعده رضا الزبون البالغ (3.78)، وكان الإتفاق العام على الإجابات بمستوى جيد، وتراوحت فقرات هذا البعد للمتوسط بين (3.67-3.93)، في حين تراوحت فقرات هذا المتغير للإنحراف المعياري (0.961-1.006)، وهذا يبين وجود تشتت مقبول في الإجابات، ومعامل الاختلاف تراوحت فقراته بين (24.96%-29.92%)، والنسب المتفاوتة تشير إلى أن الاختلافات في إجابات العينة كانت نوعاً ما بسيطة إذ حصل في المرتبة الأولى أقل معامل اختلاف (24.96%) للفقرات الثلاثة وقيمة المتوسط (3.85) و انحراف المعياري (0.961)، أي أن أغلب أفراد العينة يؤكدون ان الخدمات المقدمة من قبل المصرف تسهم في استقطاب الزبائن الجدد وبناء علاقات معهم وهذا يشير إلى ان كلما كانت هناك خدمات جديدة ومتطورة سوف يحقق رضا الزبون ورغبته في التعامل مع المصرف، في حين بلغ أعلى قيمة لمعامل الاختلاف بين إجابات أفراد العينة للدراسة (29.92%) للفقرات الثانية، إذ بلغت قيمة المتوسط (3.75)، وأنحراف معياري (1.122)، أي ان افراد العينة لم يؤكدوا تماماً بأن المصرف يعمل على زيادة ثقة الزبائن وولائهم عن طريق حماية حساباتهم المصرفية ويبرر ذلك في احتمال عدم الاهتمام بولاء الزبون بالشكل المطلوب اووجود بعض الاختراقات القليلة لبعض الحسابات المصرفية .

## 4. اختبار فرضيات علاقة الارتباط والتأثير لمتغيرات البحث

## أ. اختبار فرضيات علاقة الارتباط بين متغيرات البحث

هو مؤشر إحصائي هدفه قياس علاقة الارتباط (الرتب) بين متغيرين وصفيين، لإختبار الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المالية وأبعادها في تحقيق رضا الزبون) ، وفيما يلي نتائج معامل الارتباط بصيغة سيبرمان.

ويوضح الجدول (5) علاقة الارتباط بين أبعاد تكنولوجيا المالية ولرضا الزبون على النحو الآتي:

## جدول (5) معاملات الارتباط بين متغيرات البحث

\*\*تمثل القيمة معنوية عالية بثقة (99%)

المتغير التابع	المتغير المستقل
رضا الزبون Y	
تكنولوجيا المدفوعات X1	**0.756
تكنولوجيا الرقابة المالية X2	**0.712
تكنولوجيا التمويل والاقتراض X3	**0.712
تكنولوجيا الاستثمار X4	**0.715
التكنولوجيا المالية X	**0.732

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي .

ومن خلال النتائج المعروضة في جدول (5) هنالك علاقة ارتباط طردية قوية بدلالة معنوية عالية بين (تكنولوجيا المالية) والمتغير التابع (رضا الزبون) بمعامل الارتباط (0.804)

عند مستوى ثقة (99%)، مما يشير إلى صحة الفرضية الرئيسية الأولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تكنولوجيا المالية ورضا الزبون).

وأشارت النتائج في الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط طردية قوية بدلالة معنوية بين (تكنولوجيا المدفوعات) والمتغير التابع تفرعا وجمالا بمعامل الارتباط (0.756) مع رضا الزبون اجمالا عند مستوى ثقة (99%).

وأوضحت النتائج في الجدول أعلاه أن العلاقة بين (تكنولوجيا الرقابة المالية) و المتغير التابع تفرعا وجمالا هي علاقة ارتباط طردية قوية بدلالة معنوية عالية وبلغ معامل الارتباط الإجمالي مع رضا الزبون (0.712)، ومستوى ثقة (99%).

وعرضت النتائج في الجدول أعلاه هنالك علاقة ارتباط طردية قوية بدلالة معنوية عالية بين (تكنولوجيا التمويل والاقتراض) و ابعاد المتغير التابع تفرعا وجمالا و بلغ معامل الارتباط الإجمالي مع رضا الزبون (0.712)، عند مستوى ثقة (99%).

وبينت النتائج في الجدول أعلاه وجود علاقة ارتباط طردية قوية بدلالة معنوية عالية بين (تكنولوجيا الاستثمار) و المتغير التابع , وبلغ معامل الارتباط الإجمالي مع رضا الزبون (0.715)، بمستوى ثقة (99%).

## ب. تأثير التكنولوجيا المالية في رضا الزبون

يتطلب اختبار فرضيات التأثير الرئيسية والفرعية لتحديد قوة تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع، وذلك عن طريق تطبيق بعض الأساليب الإحصائية تتمثل بمعامل الانحدار (التأثير) ( $\beta$ )، ومعامل التحديد ( $R^2$ ) حيث يفسر نسبة تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع، ومقارنة قيمة (F) المحسوبة مع قيمتها الجدولية لبيان قبول أو عدم قبول الفرضية.

## جدول (6) تأثير تكنولوجيا المالية في رضا الزبون

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل التحديد $R^2$	معامل الانحدار (التأثير) B	الحد الثابت $\alpha$	قيمة t المحسوبة	قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة P	طبيعة العلاقة
-----------------	----------------	---------------------	----------------------------	----------------------	-----------------	-----------------	-----------------	---------------

							تكنولوجيا المالية X
معنوية عالية	0.000	**64.856	**8.053	0.690	0.805	0.536	
صحة الفرضية الرئيسية الثانية بمعنوية عالية عند مستوى ثقة 99%							علاقة التأثير

المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل الاحصائي .

يبين الجدول (6) اختبار تأثير تكنولوجيا المالية اجمالاً في تحقيق رضا الزبون، وتوضح النتائج قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) البالغة (0.536) وهذه دلالة على نسبة مساهمة التكنولوجيا المالية بنسبة (53.6%) في متغير رضا الزبون، وإما النسبة المتبقية (46.4%) فنرجع إلى عوامل غير معروفة ولم تظهر في النموذج وإن أي زيادة في قيمة تكنولوجيا المالية بوحدة واحدة يؤدي إلى تحقيق رضا الزبون، التي تمثلت بمعامل الانحدار ( $\beta$ ) بمقدار (0.805)، وان قيمة (t) المحسوبة (8.053) كانت أكبر من القيمة الجدولية البالغة (2.326) عند مستوى معنوية (0.01)، وتشير قيمة (F) المحسوبة (64.856) بأنها أكبر من القيمة الجدولية التي بلغت (6.63) عند مستوى معنوية (0.01) بمستوى ثقة (99%)، كما يتضح أيضاً ان المتغير المستقل اجمالاً ذو تأثير معنوي عالي في رضا الزبون كما هو واضح في نتائج الجدول السابق.

وبذلك يتم قبول الفرضية الثانية التي هي (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية عالية للتكنولوجيا المالية في رضا الزبون).

### الاستنتاجات والتوصيات

#### أولاً : الاستنتاجات

1. المجالات الرئيسية للتكنولوجيا المالية مكملة لبعضها البعض فللحصول على الأداء المتميز ينبغي على المصارف الجمع بين هذه المجالات فيعمل قسم المدفوعات إلى جانب قسم الرقابة وقسم الائتمان وقسم التوعية على التعاون فيما بينهم للوصول إلى المستوى المطلوب.
2. يعد قسم الرقابة الإلكترونية مكملاً لقسم الرقابة الداخلية وليس مستقلاً عنه إذ يلتزم هذا القسم بالوقت المحدد والسرعة في اتمام الاعمال المطلوبه منه مما يساهم في حماية المعاملات المصرفية لانها مازالت تفتقر إلى بعض التقنيات التي توفر الرقابة على جميع الأنشطة المصرفية مع جميع الفروع.
3. تساعد القروض الإلكترونية الممنوحة إلى تخفيض الكلف التي يتحملها الزبون في القروض التقليدية مثل كلف النقل والمعاملات الورقية، اثبتت مصادر التمويل الحديثة قدرتها في الحد من المخاطر المصرفية مثل المخاطر القانونية ومخاطر الائتمان الا ان المصارف عينة البحث لا تعتمد بشكل كامل في منحها القروض على الوسائل الالكترونية إذ هناك بعض العمليات التي لا تزال تتم بصورة تقليدية وبشكل مباشر مع الزبون.
4. على رغم من اعتماد المصارف تكنولوجيا الاستثمار المتمثلة بتقديم المشورة الإلكترونية وكافة المعلومات التي تهتم المستثمرين قبل عملية الاستثمار عبر القسم المختص بالتوعية المصرفية إلا أنها تحتاج إلى التطوير المستمر للوصول إلى شريحة أكبر من الزبائن .
5. اثبتت نتائج تحليل البيانات وجود علاقة ارتباط طردية ذات دلالة أحصائية معنوية بين التكنولوجيا المالية بأبعادها ( تكنولوجيا المدفوعات، تكنولوجيا التمويل والاقراض ، تكنولوجيا الرقابة المالية ، تكنولوجيا الاستثمار) و رضا الزبون ، أي أن المصرف كلما زاد اهتمامه بالتكنولوجيا المالية سيؤدي ذلك إلى زيادة رضا الزبون .

6. اثبتت النتائج وجود تأثير ذو دلالة معنوية للتكنولوجيا المالية بأبعادها ( تكنولوجيا المدفوعات، تكنولوجيا التمويل والاقراض ، تكنولوجيا الرقابة المالية ، تكنولوجيا الاستثمار) في رضا الزبون ، مما يشير إلى التأثير الإيجابي للتكنولوجيا المالية في زيادة رضا الزبون .

#### ثانياً: التوصيات

1. تطوير التقنيات الموجودة حالياً في المصارف بما يتناسب مع التطور التكنولوجي في العالم وضرورة اعتماد أغلب العمليات المصرفية على التقنيات الإلكترونية في تسير المعاملات المصرفية .
2. ضرورة توفير أنظمة وتقنيات رقابية إلكترونية على جميع الأنشطة والعمليات المصرفية بما يضمن تحقيق الحماية والامان والسيطرة على جميع العمليات المالية وعلى جميع الفروع المصرفية في العراق.
- على المصارف التحول إلى التقنيات الإلكترونية في منح القروض بشكل كامل مما يوفر للمصرف والزبون الجهد والوقت والكلفة .

3. بما ان رضا الزبون هو العنصر الاساس الذي تسعى المصارف لتحقيقه لذا على المصارف تقديم خدمات تلبي احتياجاته مع وجود بعض التحفيز والتميز في هذا الخدمات كتقديم هدايا عينية أو مادية مع ضرورة توفير الامان الكامل لحساباتهم المصرفية لان الامان والثقة هو ابرز ما يبحث عنه الزبون .
4. ضرورة زيادة الوعي الثقافي للزبون عن التقنيات الحديثة وطرائق عملها وأهميتها عن طريق زيادة الاهتمام بدور قسم التوعية المصرفية واقامة دورات تثقيفية للزبائن .
5. تطبيق نظام المدفوعات الإلكترونية بشكل كامل في جميع المصارف بما يوفر الكفاءة العالية والسرعة في اتمام جميع العمليات.

### المصادر

#### • المصادر العربية

1. شحاتة ، محمد موسى علي،(2019)، " نموذج محاسبي مقترح للقياس والافصاح عن معلومات ابتكارات التكنولوجيا المالية كمرتكز لتعزيز الشمول المالي واثره على معدلات الاداء المصرفي" دراسة تطبيقية، مجلة البحوث المحاسبية ، المجلد 6، العدد1، صفحة 601-668.
2. عبد الحميد واخرون ، "العوامل المؤثرة على رضا العملاء وعلاقتها بالتحول للشراء من المتاجر التقليدية الى المواقع الالكترونية باستخدام مقياس NPS" ، المجلة المصرية للدراسات التجارية ، المجلد 44 ، العدد 1، الصفحة 129-157.
3. مباركة، نابتي،(2019)،"العوامل المؤثرة في رضا العملاء عن خدمات المصارف الاسلامية"،رسالة ماجستير في العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،جامعة محمد خيضر،الجزائر.
4. المنشد، وحيدة جبر خلف وخلف ، صادق عطية،(2019)، " تطوير البيئة الحاضنة للتكنولوجيا المالية والدور المرتقب في تحقيق التنمية الاقتصادية" ، مجلة الدراسات النقدية والمالية ، عدد خاص،المؤتمر السنوي الرابع ، الصفحة 1-28.

#### • المصادر الاجنبية

1. Alterkawi,M. and Bittar,T.,(2019), "The Impact Of Fintech Companies On Financial Institutions In Sweden",Master's Thesis Of Business Administration, Umea School Of Business, Umea University, Sweden.
2. Cheng,Ya-Wen, et Al.,(2017), "Innovation And Imitation Competition Between The Us And China On Third-Party Payment Technology", Journal Of Chinese Economic And Foreign Trade Studies,Vol.10 ,No. 3,Pp.252-258.
3. Gilaninia, S. et al. ,(2013),"The Impact Of Service Quality On Customer Satisfaction", Journal of Research and Development, 1(4), pp. 1–7.
4. Irfan, M., and Hadi, N.U.,(2016),"How Important Is Customer Satisfaction? Quantitative Evidence from Mobile Telecommunication Market", International Journal of Business and Management, 11(6), p. 57 .
5. Joshi ,V.C.,(2010)," E-finance The future is here" , Second Edition, SAGE Response Business books , New Delhi.
6. Kumasey, A.S. ,(2014),"Service Quality and Customer Satisfaction : Empirical Evidence from Ghanaian Public Service", European journal of Business and Management, 6(6), pp. 172–181.
7. Manyika, J. Et Al. (2016) ,"Digital Finance For All : Powering Inclusive Growth In Emerging Economies", Mckinsey Global Institute, (September), Mckinsey & Company , Atlanta, Pp. 1–15.
8. Metzler, D.R., Neuss, N. And Torno, A. (2022) "The Digitization Of Investment Management-An Analysis Of Robo-Advisor Business Models", 17th International Conference On Wirtschaftsinformatik, (February), Nürnberg, Germany.
9. Ozili, P.K. ,(2018), "Impact Of Digital Finance On Financial Inclusion And Stability",*Borsa Istanbul Review*,18(4), Pp.329–340.
10. Sharmin,W. ,(2012)," Customer Satisfaction In Business A Case Study Of Moon Travel LTD Finland", Master's Thesis Of Business Management, Laurea University Of Applied Sciences , Finland.

11. Xiang, D., Zhang, Y. And Worthington, A.C. ,(2021) ,"Determinants Of The Use Of Fintech Finance Among Chinese Small And Medium-Sized Enterprises", Ieee Transactions On Engineering Management, 68(6), Pp. 1590–1604.

## ملحق رقم (1)



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
الجامعة التقنية الوسطى  
الكلية التقنية الادارية / بغداد  
ماجستير تقنيات إدارة الأعمال

م/ استمارة استبيان

## وَأولاً-البيانات الشخصية

ملاحظة :- يرجى تأشير علامة (√) في مقياس الأجوبة الصحيحة :-

1-الجنس ذكر  أنثى 

2-العمر

	30-20	40-31	50-41	51 وأكثر
--	-------	-------	-------	----------

3-المؤهل العلمي

دبلوم	بكالوريوس	دبلوم عالي	ماجستير أو مايعادله	الدكتوراه او ما يعادله

4-التخصص العلمي.

العلوم المالية والمصرفية	الاقتصاد	إدارة أعمال	محاسبة	أخرى تذكر

5-المنصب الوظيفي .

6-سنوات الخدمة

موظف	مسؤول وحدة	مدير شعبة	مدير قسم	مدير فرع
5 او اقل	10-6	15-11	20-16	20 فأكثر

## ثانياً-محاوِر الاستبانة

المتغير الأول- التكنولوجيا المالية : وهي الابتكارات الحديثة التي تشتمل على البرامج والتطبيقات والتقنيات التي استخدمت لتحسين القطاع المالي وامتة العمليات المصرفية ومن ثم تقليل الوقت والجهد وتوفير الامان وسهول الوصول الى الخدمات المالية .  
أولاً- تكنولوجيا المدفوعات: وهي عملية سداد الأموال واستلامها بشكل الكتروني وليس بالطرائق التقليدية بحيث يتم تحويلها من حساب إلى آخر اعتمادا على شفرات رقمية لا يعرفها سوى الزبون.

ت	الفقرات	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
1	اسهمت المدفوعات الإلكترونية في تيسير التعاملات المالية لتلبية احتياجات السوق الحالية والمستقبلية في العراق					
2	يسهم الدفع الإلكتروني في انخفاض مخاطر الائتمان والسيولة والتداول قياساً بالطرائق التقليدية الأخرى للسداد والتداول					
3	يوفر الدفع الإلكتروني الوقت والجهد لكل من الزبون والمصرف وكذلك انخفاض قيمة التداول المصرفي					
4	يعد نظام المدفوعات الإلكتروني العراقي من النظم الذي تتسم بالسرعة والكفاءة في أتمام التسويات بين الأطراف المشاركة في النظام					
5	تسهم المدفوعات الإلكترونية بدفع قيم السلع والخدمات بصورة سلسة وأمنة					
6	بطاقات الدفع الإلكترونية من أبرز وسائل جذب الزبائن وزيادة حجم ودائع المصرف					
7	يسهم نظام المدفوعات الإلكتروني إلى تحسين كفاءة الأداء المالي للمصرف					

ثانياً – تكنولوجيا الرقابة المالية : وهي عملية ضمان فاعلية الوظائف التقنية المالية وتوجيه الاداء وفقاً للقوانين والانظمة ومن ثم معرفة نقاط الضعف والاحطاء في الأداء المالي والعمل على معالجتها.

ت	الاسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
8	يلتزم القسم المختص بالرقابة الإلكترونية بما يعد به في الوقت المحدد ويسهم في السرعة بالإنجاز					
9	يتكامل نظام الرقابة الإلكترونية مع نظام الرقابة الداخلية ويعد جزء منه وليس مستقلاً عنه.					
10	تناسب الشبكات المتاحة بالمصرف مع احتياجات الرقابة الإلكترونية المستخدمة فيه.					
11	توفر نظم الرقابة الداخلية في حالة استخدام وسائل رقابة إلكترونية معلومات تتصف بالمصدقية					
12	توجد نظم رقابة إلكترونية لحماية البرامج المستخدمة في المصرف ولضمان سلامة التشغيل الإلكتروني					
13	استخدام وسائل الرقابة الإلكترونية في المصرف أنسب من استخدام وسائل الرقابة التقليدية في حماية العمليات المصرفية وحماية حسابات الزبون					
14	يمتلك المصرف أنشطة الرقابة الإلكترونية على جميع العمليات التجارية ويتم بواسطتها السيطرة على الأنشطة والمعلومات المصرفية					

ثالثاً – تكنولوجيا التمويل والأقراض : وتعني الحصول على الاموال من مصادر تقنية للانخراط في أنشطة متعددة ،اما الاقراض فهو عملية تقديم الائتمان للراغبين بالحصول عليها من خلال القنوات الرقمية إذ يستخدم المقرضون القنوات الرقمية لبناء مشاركة ذكية مع الزبون.

ت	الاسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
15	يعتمد المصرف على الوسائل الإلكترونية في منح القروض المصرفية للزبائن					
16	يسمح المصرف للمقترضين بسداد القروض التي عليهم عن طريق الوسائل الإلكترونية					
17	يطور المصرف الوسائل التكنولوجية المستخدمة في منح القروض					
18	يسهم الإقراض الإلكتروني في خفض تكلفة القروض وتقليل الوقت والجهد					
19	أدى الإقراض الإلكتروني إلى زيادة حجم المشاريع الاستثمارية المقدمة من المستثمرين لتعزيز مواردهم المالية وتطوير الاقتصاد المحلي					
20	يسهم الإقراض الإلكتروني في فهم افضل للوسائل الالكترونية الإقراضية ولا سيما كيفية منح القروض					
21	تسهم مصادر التمويل الإلكترونية في تحسين أداء الهيكل المالي للمصرف عن طريق الاستغلال المناسب لها					
22	يتلقى المصرف الأموال من مصادر التمويل إلكترونيا باستخدام الأنظمة التي تدعم التمويل الإلكتروني					
23	مصادر التمويل الحديثة أثبتت قدرتها في الحد من المخاطر المصرفية					

رابعاً- تكنولوجيا الاستثمار: وهي اجراءات مؤتمتة تقدم المشورة والنصح المالي بطريقة الكترونية في مجالات الاستثمار وتوفير كافة المعلومات التي تعيد المستثمر للقيام بعملية الاستثمار.

ت	الاسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
24	يستند المصرف إلى تكنولوجيا تساعد في تقديم النصح والأرشادات المالية للزبائن					
25	تقانة الاستثمار قادرة على إزالة التحديات المالية عبر ترويج سلسلة من الخدمات الذكية و الحلول لاستقطاب المستثمرين					
26	تقانة الاستثمار تشجع على الاستثمار وجذب المستثمرين عن طريق التغلب على العقبات التي تواجههم					
27	توفر تقانة الاستثمار كافة المعلومات الهامة التي تهتم المستثمرين قبل عملية الاستثمار مما يؤثر على قراراتهم الاستثمارية					
28	تساعد تقانة الاستثمار المصرف على التوسع والانتشار في نطاق أوسع والوصول إلى شريحة أكبر من الزبائن والمستثمرين					

**المتغير الثاني - رضا الزبون :** وهي شعور وموقف الزبون من الخدمة المقدمة ويأتي ذلك عن طريق مقارنة الخدمات التي يتوقعها الزبون مع الخدمات الفعلية المقدمة له وكذلك كلفة الخدمة وغيرها.

ت	الأسئلة	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
22	يحرص المصرف على متابعة زبائنه بحصوله على آرائهم حول الخدّمات المقدمة ويأخذ بعين الاعتبار اقتراحات الزبائن					
23	يحرص المصرف على بناء ثقة الزبائن وضمّان ولأنهم بواسطة حماية معلومات حساباتهم					
24	تساعد الخدمات المقدمة في المصرف على استقطاب الزبائن الجدد وبناء علاقات متجددة معهم.					
25	تحرص إدارة المصرف عند تقديم خدماتها على استخدام أحدث الأساليب الإلكترونية					
26	يملك المصرف تصورات ومعلومات واضحة عن درجة رضا الزبّون عن خدماته المقدمة					
27	يعمل المصرف على كسب درجة الرضا المناسبة للزبائن عن طريق تقديم خدمات ذات جودة عالية وسعر مناسب.					
28	يستهدف مقياس الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وكسب زبائن جدد إيجاد خدمات تلبي حاجات الزبائن المادية والمعنوية.					