

جامعة ميدأوشن



كلية الإدارة

تخصص إدارة مخاطر

تقييم مخاطر المدفوعات الإلكترونية وانعكاساتها على رضا

العملاء: دراسة تطبيقية على مصرف الراجحي

إعداد الطالب/

عبدالرحمن عواض العتيبي

242001623

إشراف/

د. أسماء أبو عنزة

العام الدراسي:

2024

جدول المحتويات

3	مقدمة:
6	أهمية الدراسة:
7	أهداف الدراسة:
8	تساؤلات الدراسة:
8	فروض الدراسة:
9	الدراسات السابقة:
17	الفجوة البحثية:
18	المنطلقات النظرية للدراسة:
20	المنهجية وطرق البحث:
21	طرق جمع البيانات:
21	حدود الدراسة:
22	المراجع:

مقدمة:

تشهد أنظمة الدفع الإلكتروني تحولاً جذرياً في الطريقة التي تُجرى بها المعاملات المالية في العصر الرقمي. تمكن هذه الأنظمة العملاء من إجراء المدفوعات بسهولة وسرعة، مما يعزز من كفاءة العمليات التجارية و في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها الأسواق و تعد المدفوعات الإلكترونية أداة أساسية لتحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم عن الخدمات المقدمة. ومع ذلك، فإن الاستخدام المتزايد لهذه الأنظمة يبرز العديد من المخاطر التي قد تؤثر سلباً على رضا العملاء وثقتهم في الخدمات المالية.

تتضمن مخاطر المدفوعات الإلكترونية مجموعة من الأبعاد التي يجب النظر إليها بعناية و تشمل المخاطر الأمنية التي تتعلق بحماية البيانات والمعلومات الحساسة. وفقاً لدراسة Hossain et al. (2024) فإن أنظمة الدفع الآمنة تعتمد على تقنيات متقدمة مثل التشفير والمصادقة متعددة العوامل، مما يحمي المعلومات الحساسة ويقلل من مخاطر الاحتيال و تشير هذه النتائج إلى أهمية الأمان كعنصر أساسي في تحقيق رضا العملاء وتعزيز ثقتهم في أنظمة الدفع.

بالإضافة إلى المخاطر الأمنية و تواجه المدفوعات الإلكترونية مخاطر الاحتيال و التي يمكن أن تؤدي إلى فقدان الأموال والمعلومات الشخصية للعملاء و تشير دراسة Vishal (2022) إلى أن زيادة الثقة في أنظمة الدفع الإلكترونية تتطلب اتخاذ تدابير فعالة لمكافحة الاحتيال وتعزيز الأمان و تتعلق المخاطر التقنية بالعتل أو الانقطاع في خدمات الدفع، وهو ما قد يؤثر على تجربة العملاء و تبرز دراسة William & Johnson (2024) أهمية التكامل التقني بين أنظمة الدفع الحالية والأنظمة الجديدة لتجنب مثل هذه المشاكل.

و تظهر مخاطر الاستخدام عند مواجهة العملاء لصعوبات في التعامل مع أنظمة الدفع الإلكتروني. يعزز هذا الأمر من الحاجة إلى تصميم واجهات مستخدم سهلة الاستخدام. كما يشير التقرير في الدراسة التي تناولت Electronic Payment Systems and Its Impact (2022) إلى أن سهولة الاستخدام تعد من العوامل الأساسية التي تعزز تجربة العملاء، مما يساهم في رفع مستويات رضاهم عن الخدمات.

تمثل المخاطر القانونية جانباً آخر من مخاطر المدفوعات الإلكترونية، حيث تتعلق بالتحديات المرتبطة بالامتثال للوائح المحلية والدولية. توضح دراسة كمال (2023) أن الابتكارات الرقمية تتطلب أطراً قانونية واضحة تحمي المستهلكين وتضمن سلامة النظام المالي و تتعلق مخاطر التكاليف بالعبء المالي الذي قد يترتب على استخدام هذه الأنظمة، مما يؤثر على استدامتها على المدى الطويل.

في ظل هذه المخاطر المتعددة، يواجه مصرف الراجحي كأحد المؤسسات المالية الرائدة في المملكة العربية السعودية، تحديات كبيرة تتعلق بإدارة هذه المخاطر و تشير الدراسات السابقة إلى وجود علاقة وثيقة بين جودة أنظمة الدفع الإلكترونية ورضا العملاء وتبرز الحاجة الملحة لتقييم هذه المخاطر بشكل شامل لتعزيز تجربة العملاء وضمان ولائهم.

وتمثل التحولات نحو الدفع الإلكتروني ثورة حقيقية في عالم المعاملات المالية، لكن يجب على المؤسسات المالية أن تكون مستعدة لمواجهة التحديات المرتبطة بهذا التحول و من خلال فهم المخاطر المرتبطة بالمدفوعات الإلكترونية و يمكن لمصرف الراجحي تعزيز موقعه في السوق وضمان رضا عملائه في بيئة تتسم بالتغير المستمر والابتكار.

مشكلة الدراسة:

تتزايد أهمية المدفوعات الإلكترونية في العصر الرقمي الحديث، حيث أصبحت جزءاً أساسياً من التجارة والمعاملات المالية. ومع ذلك، فإن اعتماد هذه الأنظمة يعرض المؤسسات المالية لمجموعة من المخاطر التي قد تؤثر على رضا العملاء وثقتهم في الخدمات المقدمة. تسلط هذه الدراسة الضوء على مشكلة المخاطر المرتبطة بالمدفوعات الإلكترونية في مصرف الراجحي، متسائلة عن كيفية تأثير هذه المخاطر على تجربة العملاء.

تتضمن المخاطر المرتبطة بالمدفوعات الإلكترونية عدة أبعاد، منها المخاطر الأمنية التي تتعلق بحماية البيانات وخصوصية المعلومات، وكذلك مخاطر الاحتيال التي يمكن أن تتعرض لها الأنظمة. بالإضافة إلى ذلك، توجد المخاطر التقنية التي تشمل الأعطال والانقطاعات في الخدمة، ومخاطر الاستخدام التي تتعلق بسهولة تفاعل العملاء مع الأنظمة. كما لا يمكن تجاهل المخاطر القانونية والتكاليف المرتبطة بإدارة أنظمة الدفع، والتي قد تؤثر سلباً على كفاءة العمليات.

تشير الدراسات السابقة إلى أهمية تقييم تأثير هذه المخاطر على رضا العملاء. على سبيل المثال، في دراسة (Hossain et al. (2024 تم التركيز على دور الأمان والراحة والشفافية في تشكيل تصورات العملاء، حيث أظهرت النتائج وجود علاقة قوية بين هذه العوامل وولاء العملاء. كما أشارت دراسة (Vishal (2022 إلى أن جودة نظام الدفع المرتبط بالراحة والأمان تلعب دوراً حاسماً في تعزيز ثقة العملاء.

وتبرز دراسة (William & Johnson (2024 التحديات المرتبطة بتبني أنظمة الدفع الرقمية، مشيرةً إلى ضرورة تخصيص الحلول لتلبية احتياجات مختلف بيئات التجزئة. تشير هذه النتائج إلى أهمية فهم العلاقة بين المخاطر المتعلقة بالمدفوعات الإلكترونية ورضا العملاء، مما يستدعي الحاجة إلى مزيد من البحث في هذا المجال.

و تتناول الدراسة الحالية مسألة تقييم مخاطر المدفوعات الإلكترونية في سياق مصرف الراجحي بشكل خاص، مما يوفر رؤية معمقة حول كيفية تأثير هذه المخاطر على تجربة العملاء. تسعى الدراسة إلى تحليل تأثير المخاطر الأمنية، الاحتيال، التقنية، الاستخدام، القانونية والتكاليف، وكيفية تفاعل هذه الأبعاد مع رضا العملاء.

إن الفجوة في الدراسات السابقة تكمن في عدم التركيز على البيئة المصرفية تحديداً، حيث لم تتناول الدراسات بشكل كافٍ كيف يمكن أن تؤثر هذه المخاطر في السياق المصرفي المحلي. بينما تناولت الدراسات الموضوع من منظور التجارة الإلكترونية بشكل عام، تركز هذه الدراسة على كيفية تأثير المخاطر المحددة على مصرف الراجحي كحالة دراسية.

و يمكن القول إن الدراسة تسعى إلى توضيح أهمية تحليل المخاطر المتعلقة بالمدفوعات الإلكترونية وتأثيرها على رضا العملاء، مما يساهم في تطوير استراتيجيات فعالة تعزز من كفاءة وجودة الخدمات المقدمة. من خلال تقديم رؤى جديدة حول تأثير هذه المخاطر، يأمل الباحثون في تقديم توصيات عملية تساعد مصرف الراجحي على تحسين تجربته المصرفية الرقمية، وضمان رضا العملاء في بيئة تتسم بالتنافسية العالية والابتكار المستمر.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية بالغة في سياق تقييم مخاطر المدفوعات الإلكترونية وتأثيرها على رضا العملاء في مصرف الراجحي، حيث تمتد هذه الأهمية لتشمل جوانب علمية وعملية متعددة تسهم في تعزيز الفهم وتطوير الممارسات المصرفية.

الأهمية العلمية

تسهم هذه الدراسة في إثراء المعرفة الأكاديمية من خلال تقديم تحليل شامل ودقيق لمخاطر المدفوعات الإلكترونية. في عصر تتزايد فيه أهمية التجارة الإلكترونية، تصبح الحاجة ملحة لفهم العوامل التي تؤثر في رضا العملاء بشكل أعمق. تساهم هذه الدراسة في توسيع الأدبيات المتعلقة بموضوع المدفوعات الإلكترونية، مما يعزز من مستوى البحث العلمي في هذا المجال.

تقدم الدراسة منهجية تقييم متكاملة يمكن استخدامها كمرجع للأبحاث المستقبلية. بفضل هذه المنهجية، يمكن للباحثين الاستفادة من النتائج والتوصيات المستخلصة، مما يسهم في تطوير أدوات بحثية جديدة تعزز من جودة الدراسة في هذا المجال. كما أن تحليل أبعاد المخاطر مثل المخاطر الأمنية، ومخاطر الاحتيال، والمخاطر التقنية يعمق الفهم الأكاديمي حول هذه العوامل، مما يمكن الأكاديميين من دراسة الظواهر المتعلقة برضا العملاء بشكل أكثر دقة.

الأهمية العملية

تتجلى أهمية هذه الدراسة في تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل مصرف الراجحي. تُعتبر توصيات الدراسة أداةً استراتيجية تساهم في تعزيز أنظمة الدفع الإلكتروني، مما يؤدي إلى تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم. بفضل النتائج التي تم التوصل إليها، يمكن للمصرف تطبيق استراتيجيات فعالة لتعزيز الثقة لدى العملاء، وهو أمر بالغ الأهمية في عالم المال والأعمال اليوم.

تساعد هذه الدراسة المؤسسات المالية على فهم التأثيرات المتبادلة بين المخاطر الأمنية والاحتياطية وثقة العملاء. إذ تُظهر نتائج الدراسة أن تعزيز الأمان وحماية البيانات الحساسة يمكن أن يؤثر بشكل إيجابي على ولاء العملاء، مما يحسن سمعة المصرف ويزيد من قاعدة عملائه.

و تسهم الدراسة في توجيه صانعي القرار في المصرف نحو تبني سياسات فعالة لإدارة المخاطر. تتيح لهم هذه السياسات تحليل التحديات والتعامل معها بشكل استباقي، مما ينعكس إيجاباً على مستوى الخدمات المقدمة. كما أن تحسين التجربة الرقمية للعميل من خلال تقليل المخاطر التقنية ومخاطر الاستخدام يسهم في تعزيز القدرة التنافسية للمصرف في السوق.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى معرفة تقييم مخاطر المدفوعات الإلكترونية في مصرف الراجحي من خلال تحليل أبعادها المختلفة وتأثيرها على رضا العملاء.

ويتفرع من الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية منها :

- تحديد تأثير المخاطر الأمنية على رضا العملاء في مصرف الراجحي.
- تقييم تأثير مخاطر الاحتيال على رضا العملاء في مصرف الراجحي.
- استكشاف تأثير المخاطر التقنية على رضا العملاء في مصرف الراجحي.
- تقييم تأثير مخاطر الاستخدام على رضا العملاء في مصرف الراجحي.
- تحديد تأثير المخاطر القانونية على رضا العملاء في مصرف الراجحي.
- تقييم تأثير مخاطر التكاليف على رضا العملاء في مصرف الراجحي.

تساؤلات الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى معرفة كيف تؤثر مخاطر المدفوعات الإلكترونية بأبعادها (المخاطر الأمنية - مخاطر الاحتيال - مخاطر تقنية - مخاطر الاستخدام - مخاطر قانونية - مخاطر قانونية - مخاطر التكاليف) وانعكاساتها على رضا العملاء في مصرف الراجحي ؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما تأثير المخاطر الأمنية على رضا العملاء في مصرف الراجحي؟
- ما تأثير مخاطر الاحتيال على رضا العملاء في مصرف الراجحي؟
- ما تأثير المخاطر التقنية على رضا العملاء في مصرف الراجحي؟
- ما تأثير مخاطر الاستخدام على رضا العملاء في مصرف الراجحي؟
- ما تأثير المخاطر القانونية على رضا العملاء في مصرف الراجحي؟
- ما تأثير مخاطر التكاليف على رضا العملاء في مصرف الراجحي؟

فروض الدراسة:

بالاستناد إلى السؤال الرئيسي للدراسة والأسئلة الفرعية يمكن تحديد الفرضيات بالشكل الآتي:

الفرضية الرئيسية :

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمخاطر المدفوعات الإلكترونية بمختلف أبعادها على رضا العملاء في مصرف الراجحي .

ويتفرع من الفرضية الرئيسية فرضيات فرعية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطر الأمنية على رضا العملاء في مصرف الراجحي .

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمخاطر الاحتيال على رضا العملاء في مصرف الراجحي .
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطر التقنية على رضا العملاء في مصرف الراجحي .
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمخاطر الاستخدام على رضا العملاء في مصرف الراجحي .
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمخاطر القانونية على رضا العملاء في مصرف الراجحي .
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمخاطر التكاليف على رضا العملاء في مصرف الراجحي .

الدراسات السابقة:

دراسة (Hossain & etal ,2024).

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير أنظمة الدفع عبر الإنترنت على ثقة العملاء وولائهم في التجارة الإلكترونية، مع الالتزام بإرشادات PRISMA. تمت مراجعة الأدبيات المتعلقة بالموضوع، حيث كشفت النتائج عن أهمية الأبعاد الأساسية مثل الأمان والراحة والشفافية في تشكيل تصورات وسلوكيات العملاء تجاه أنظمة الدفع.

تمتاز أنظمة الدفع الآمنة بتقنيات التشفير المتقدمة والمصادقة متعددة العوامل، مما يحمي المعلومات الحساسة ويقلل من مخاطر الاحتيال، وبالتالي يعزز ثقة العملاء. كما أن الراحة، المتمثلة في واجهات المستخدم سهلة الاستخدام وخيارات الدفع المتعددة وسرعة إجراء المعاملات، تحسن من تجربة التسوق الشاملة وتعزز رضا العملاء.

تظهر الدراسة العلاقة القوية بين الثقة والولاء، حيث تُشير النتائج إلى أن أنظمة الدفع التي تتمتع بالأمان والراحة والشفافية تُعتبر ضرورية لتحقيق ولاء العملاء على المدى الطويل. توصي

الدراسة بضرورة أن تركز منصات التجارة الإلكترونية على هذه الجوانب لتحسين الثقة والولاء، مما يساهم في تحقيق النجاح المستدام في السوق الرقمية التنافسية.

دراسة. (Vishal. 2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير أنظمة الدفع عبر الإنترنت على ثقة العملاء وولائهم في التجارة الإلكترونية بأبعادها المختلفة، مع التركيز على الأمان والراحة والشفافية. اتبعت الدراسة منهج مراجعة منهجية وفق إرشادات PRISMA ، ما ساعد على تقديم نظرة شاملة حول العلاقة بين أنظمة الدفع وثقة العملاء وولائهم، مع تحليل الأبعاد الرئيسية لأنظمة الدفع الإلكترونية التي تؤثر على تصورات وسلوكيات العملاء.

أظهرت النتائج أن الأمان يعد عنصراً أساسياً في أنظمة الدفع، حيث يعتمد على تشفير قوي ومصادقة متعددة العوامل لحماية المعلومات الحساسة وتقليل مخاطر الاحتيال، ما يعزز ثقة العملاء في هذه الأنظمة. كما أشارت النتائج إلى أن الراحة تعتبر من العوامل المحورية التي تساهم في تحسين تجربة التسوق، إذ يزداد رضا العملاء بفضل سهولة الاستخدام وتعدد خيارات الدفع وسرعة إتمام المعاملات، مما يشجع على تكرار التعامل مع منصات التجارة الإلكترونية.

أوصت الدراسة بأن تهتم منصات التجارة الإلكترونية بتطوير أنظمة دفع آمنة ومريحة وشفافة لبناء وتعزيز ثقة العملاء وولائهم. ومن خلال تعزيز الشفافية عبر توفير معلومات واضحة حول الرسوم وإيصالات مفصلة وتعقب فوري للمعاملات، تساهم هذه الجوانب في تحقيق ولاء طويل الأمد، مما يضمن النجاح المستدام لهذه المنصات في السوق الرقمي التنافسي.

دراسة. (William, & Johnson. 2024)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تبني أنظمة الدفع الرقمية في صناعة التجزئة، مع التركيز على الدوافع والتحديات والفوائد المرتبطة بتطبيقها. استندت الدراسة إلى منهج البحث الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات من مجموعة متنوعة من تجار التجزئة لتحليل كيفية تأثير هذه الأنظمة على العمليات التجارية وتجربة العملاء.

أظهرت النتائج أن تزايد الطلب على الراحة والسرعة من قبل المستهلكين يعد دافعاً رئيسياً لاعتماد أنظمة الدفع الرقمية مثل المحافظ الإلكترونية والمدفوعات غير التلامسية. ومع ذلك، تواجه الشركات تحديات تتعلق بالتكامل التقني مع أنظمة نقاط البيع الحالية، بالإضافة إلى المخاوف المتعلقة بالأمان وتكاليف التنفيذ. ورغم هذه العقبات، فإن الفوائد طويلة الأجل المرتبطة بأنظمة الدفع الرقمية، مثل زيادة حجم المعاملات وقيمتها ومتطلبات البيانات، غالباً ما تفوق التكاليف الأولية والمستمرة.

توصلت الدراسة إلى أن تأثير أنظمة الدفع الرقمية يختلف عبر بيئات التجزئة المختلفة، بما في ذلك المتاجر الكبرى وتجار التجزئة المستقلين وأعمال التجارة الإلكترونية. أوصت الدراسة بضرورة تخصيص حلول الدفع الرقمية لتلبية الاحتياجات المحددة لكل بيئة تجزئة، مما يعزز من الفوائد ويضمن نجاح التنفيذ. كما تشير النتائج إلى أهمية التركيز على تحسين تجربة العملاء من خلال استخدام هذه الأنظمة لتحقيق رضا العملاء وولائهم.

دراسة (2022. Electronic payment systems and its impact in affecting behaviour and satisfaction of customers. *Technoarete Journal on Accounting and Finance*).

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني على سلوك الشراء ورضا العملاء، مع التركيز على أنواع مختلفة من أنظمة الدفع الإلكتروني مثل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، وأجهزة الصراف الآلي، والخدمات المصرفية عبر الإنترنت، ونظام نقاط البيع (POS) استُخدم منهج جمع البيانات الكمية الأساسية لتحليل كيفية تأثير هذه الأنظمة على مستويات رضا العملاء وسلوكهم الشرائي، وتمت معالجة البيانات باستخدام برنامج SPSS لتحليل النتائج بشكل منظم.

أظهرت نتائج الدراسة أن أنظمة الدفع الإلكتروني توفر مزايا متعددة، من بينها التكلفة المنخفضة، والموثوقية، والأمان، وسهولة الوصول، وإمكانية تحويل الأموال فوراً، مما يسهم في تعزيز رضا العملاء وولائهم للخدمات. أشارت الدراسة إلى أن سهولة استخدام أنظمة الدفع الإلكتروني ومرونتها تسهم في تحسين تجربة العملاء وتعزز ثقتهم بالنظام، إضافة إلى دورها في تحسين خدمات التوصيل.

خلصت الدراسة إلى توصية بضرورة معالجة بعض التحديات التي تواجه أنظمة الدفع الإلكتروني لتحسين تأثيرها على رضا العملاء. وأكدت على أهمية هذه الأنظمة في تتبع سلوك العملاء واستخدام هذه البيانات لرسم استراتيجية أفضل لمستقبل عمليات الدفع.

دراسة (الإمبابي، 2022)

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير الإدارة اللوجيستية للنقدية في البنوك على رضا العملاء، وذلك من خلال تحليل أبعاد متعددة تشمل تخزين النقدية، وتوريد النقدية، ونقل النقدية، وجودة خدمات النقدية، والوقت المستغرق في تأدية خدمات النقدية، وتكلفة خدمات النقدية. كما سعت الدراسة إلى قياس تأثير العوامل الديموغرافية مثل النوع، والسن، والمستوى التعليمي، ومدة الخبرة على جودة الإدارة اللوجيستية للنقدية في البنوك.

استخدم الباحث أسلوب المعاينة العشوائية لجمع البيانات من موظفي البنوك المصرية، حيث بلغ حجم العينة 384 موظفًا. تم تحليل البيانات إحصائياً باستخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط والمتعدد، بالإضافة إلى أسلوب التباين، مما ساهم في تقديم تحليل شامل للعوامل المؤثرة على رضا العملاء.

توصلت الدراسة إلى وجود تأثير قوي جداً للإدارة اللوجيستية للنقدية على رضا العملاء، مما يشير إلى أهمية تحسين جوانب الإدارة اللوجيستية لضمان تحسين تجربة العملاء. كما كشفت النتائج عن تباين تأثير العوامل الديموغرافية على رضا العملاء، مما يستدعي ضرورة مراعاة هذه العوامل عند تصميم الاستراتيجيات لتحسين الخدمات النقدية.

دراسة (العباني، 2016)

هدفت الدراسة إلى التعرف على رضا العملاء عن الخدمات المقدمة وعلاقته بسلوكهم الشرائي، وذلك من خلال دراسة تطبيقية على مكاتب مبيعات فرع طرابلس بشركة الخطوط الجوية الليبية. تناولت الدراسة أربعة محاور رئيسية، حيث عرض المحور الأول الأدب الإداري المتعلق برضا العملاء والسلوك الشرائي، بينما ركز المحور الثاني على دراسة وتحليل العلاقة بين خصائص العملاء في الشركة وسلوكهم الشرائي. أما المحور الثالث فقد كشف عن العلاقة بين رضا العملاء عن الخدمة المقدمة وسلوكهم الشرائي، بينما خصص المحور الرابع لدراسة دور المتغيرات الديموغرافية للعملاء في رضاهم وسلوكهم الشرائي.

استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات من العملاء المترددين على مكتب مبيعات التذاكر هابتي ومكتب مبيعات التذاكر عمر المختار من خلال استبيان مصمم لقياس رضا العملاء وتكرار شراء الخدمة المقدمة. أظهرت نتائج البحث أن الشركة تمتلك مجموعة من المقومات

التي تكفل تحقيق رضا العملاء الحاليين واستقطاب عملاء جدد، كما تبين أن هناك اهتماماً بتحديد السعر المناسب للخدمات المقدمة، حيث تُعتبر تسعير الخدمات من أولويات استراتيجياتها التسويقية. قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، من أبرزها ضرورة وضع خطة اتصالية تتيح للشركة الاتصال المباشر بعملائها للتعرف على احتياجاتهم ومتطلباتهم الأساسية وتلبيتها. كما أوصت الدراسة بإجراء بحوث ميدانية تتعلق بتقييم رضا العملاء عن الخدمة المقدمة، بهدف التعرف على جوانب النقص والقصور في الخدمة ومعالجتها لضمان تحسين تجربة العملاء.

دراسة (عباس، 2023) .

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير أبعاد العلامة التجارية على رضا العملاء، وذلك من خلال دراسة ميدانية على عملاء العلامة التجارية (HP) في جامعة طرطوس. تناولت الدراسة أربعة أبعاد للعلامة التجارية وهي الوعي بالعلامة التجارية، الصورة الذهنية للعلامة التجارية، الجودة المدركة للعلامة التجارية، والولاء للعلامة التجارية، بهدف قياس تأثير كل بُعد منها على رضا العملاء.

اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم توزيع 245 استبياناً على عينة من طلاب وأعضاء الهيئة التدريسية بجامعة طرطوس. تم استرداد 211 استبياناً، منها 200 استبيان صالح للتحليل، وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS 25. أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير معنوي لجميع أبعاد العلامة التجارية على رضا عملاء HP في جامعة طرطوس، بنسب تراوحت بين 29% و 54%. أوصت الدراسة بضرورة أن تبحث شركة HP عن عوامل إضافية لزيادة رضا العملاء، مثل تأمين مراكز خدمة تشمل الصيانة وخدمات ما بعد البيع. كما أوصت بأهمية الإعلان عن الأنشطة الاجتماعية التي تقوم بها الشركة لتعزيز ثقة العملاء بالعلامة التجارية، مما يساهم في رفع مستوى رضاهم وولائهم.

دراسة (العوضي، و حامد، 2023) .

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسباب الرئيسية والصعوبات التي تؤدي إلى عدم رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من قبل شركة أورانج مصر، بالإضافة إلى مساعدة الإدارة في الشركة على تحسين خدماتها وتعزيز رضا العملاء، مما يساهم في تحسين وضعها السوقي. كما استعرضت الدراسة العلاقة

بين مستوى أداء وجودة الخدمات المقدمة للعملاء وأثر ذلك على رضاهم، حيث تم تحديد طرق قياس جودة الخدمة وتأثيرها على مستوى الرضا.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يهدف إلى تفسير الوضع القائم للمشكلة من خلال تحديد أبعادها ووصف العلاقات بينها. استخدمت الدراسة الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات، وتمت معالجة المعلومات من خلال برنامج SPSS، مما ساعد في اختبار الفرضيات المرتبطة بجودة الخدمات ورضا العملاء. وتناولت الدراسة مستوى الخدمات المقدمة من شركة أورنج وعلاقتها برضا العملاء، مع مراعاة احتياجات وتوقعات العملاء الذين يتعاملون مع الشركة.

أظهرت نتائج البحث زيادة مستوى رضا العملاء عن جودة الخدمات التي تقدمها مراكز خدمة العملاء في شركة أورنج، ويرجع ذلك إلى اعتماد الشركة لأساليب جديدة في خدمة العملاء، مما ساهم في تحسين أدائها وتقليل الخسائر السابقة. وقدمت الدراسة مجموعة من التوصيات، أبرزها ضرورة توفير مناخ تنظيمي ملائم لتمكين موظفي خدمة العملاء من تطبيق المهارات المكتسبة، ومتابعة احتياجات العملاء لتقديم خدمات جديدة تلبي تطلعاتهم، مما يساعد الشركة على الحفاظ على عملائها الحاليين وجذب عملاء جدد.

دراسة (أشكناني.2017).

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التسويق المصرفي الإلكتروني على رضا العملاء، مع التركيز على أبعاد التسويق المختلفة وتأثيرها على تجربة العملاء في البنك الوطني الكويتي. تناولت الدراسة أبعاد التسويق الإلكتروني مثل سرية الخدمة والثقة، وكيف تساهم هذه الأبعاد في تحقيق رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة.

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم جمع البيانات من عينة مكونة من 200 عميل من عملاء البنك الوطني الكويتي باستخدام استمارة الاستبيان كأداة رئيسية. أظهرت النتائج وجود ارتباط وتأثير متبادل عالٍ بين التسويق الإلكتروني ورضا العملاء، حيث كانت هذه العلاقة أكبر في مؤشري سرية الخدمة والثقة، مما يعكس أهمية هذه الجوانب في تحسين تجربة العملاء.

اختتمت البحث بعرض أهم التوصيات التي تهدف إلى تعزيز فعالية التسويق الإلكتروني في البنك. أوصت الدراسة بضرورة المتابعة الدورية للمستجدات في بيئة العمل المصرفي الإلكتروني وتحديث استراتيجيات التسويق وفقاً للمتغيرات المحلية والدولية. كما أكدت على أهمية تحسين طريقة عرض

الخدمة والإعلان عن العروض الترويجية بطرق واضحة وسهلة للعميل، بالإضافة إلى تحسين إدارة الشكاوى والاقتراحات لضمان استجابة سريعة وفعالة لاحتياجات العملاء.

دراسة (البسيوني، وآخرون . 2021).

هدفت الدراسة إلى التعرف على نماذج قياس درجة رضا المستهلك باستخدام توقعات المستهلك وإدراكه لجودة الخدمة كمقدمات لرضاهم وثقتهم. تناولت الدراسة إدماج مدخلات استطلاعات رأي المستهلك مع أساليب النمذجة السببية للحصول على أدلة موضوعية تعكس مستوى رضا العملاء.

اعتمدت الدراسة على منهجية بحث تعتمد على جمع بيانات استطلاعات الرأي، حيث تم استخدام عينة عشوائية طبقية منتظمة من عملاء بلدية العين خلال ربيع 2008. أكدت الاختبارات الإحصائية جودة توفيق النموذج المقترح، مما أظهر نتائج إيجابية تشير إلى ارتفاع مستويات رضا العملاء وثقتهم في الخدمة المقدمة.

بالرغم من النتائج المشجعة، حددت الدراسة بعض المجالات التي تحتاج إلى تحسين في جودة الخدمة. وقدمت مجموعة من التوصيات اللازمة لتعزيز هذه الجوانب، بما في ذلك التركيز على تحسين أداء الخدمات المقدمة والاستماع لآراء العملاء لضمان تحقيق رضاهم ورفع مستوى ثقتهم في بلدية العين.

دراسة (صقر، 2015)

هدفت الدراسة إلى التعرف على الدفع الإلكتروني وآليات حمايته من الناحيتين القانونية والتقنية، من خلال تحليل أبعاد الصرافات الآلية ونقاط البيع كنموذج لتطبيقات الدفع الإلكتروني. تناولت الدراسة تنظيم الدفع عبر الصرافات الآلية ونقاط البيع، متضمنة أبعاداً تشمل العناصر التكوينية للصرافات الآلية وسماتها، إضافةً إلى آلية عمل أجهزة نقاط البيع وخصائصها.

اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي لاستعراض الحماية القانونية والتقنية لهذه الأدوات، حيث ناقشت التحديات القانونية مثل الحاجة إلى تشريعات جزائية لحماية المدفوعات الإلكترونية، وآليات الحماية التقنية التي تشمل تركيب آلات التصوير والفيديو، ونماذج نظم الحماية المعتمدة. أظهرت النتائج أن التطورات التقنية والمنافسة الشديدة دفعت البنوك إلى تبني خدمات مصرفية إلكترونية جديدة كالاعتماد على الصرافات الآلية ونقاط البيع لتلبية احتياجات العملاء وجذب عملاء جدد.

قدمت الدراسة توصيات بضرورة تطوير أداء الكادر الوظيفي وتدريب العاملين لتحسين مستوى الخدمات البنكية المقدمة إلكترونياً، كما أوصت البنوك بتبني استراتيجيات لتقليل المخاطر المرتبطة

بالعمل المصرفي الإلكتروني، خاصة في مجال الصرافات الآلية ونقاط البيع، بهدف تعزيز الثقة وضمان حماية المدفوعات الإلكترونية.

دراسة (كمال، 2023) .

هدفت الدراسة إلى التعرف على القضايا القانونية المرتبطة بالابتكارات الرقمية في مجال المعاملات المالية، مع التركيز على تأثير هذه الابتكارات على مدفوعات البيع بالتجزئة والمعاملات الإلكترونية. تناولت الدراسة أبعاد الابتكارات التكنولوجية وتأثيرها على تنفيذ وتسوية مدفوعات التجزئة، وكيف يمكن أن تؤدي إلى تخفيض القصور أو القضاء عليه في المعاملات الاستهلاكية عن بعد.

اعتمدت الدراسة على منهج تحليل الأدبيات القانونية المتعلقة بالابتكارات الرقمية، حيث استعرضت الآثار القانونية المترتبة على تطبيقات الدفع غير النقدية، وحددت التحديات التي تطرأ على صناع السياسات في ظل استمرار تطور الابتكار التكنولوجي. أبرزت النتائج أن الابتكارات الرقمية تقدم مزايا متعددة ولكنها تحمل أيضاً مخاطر قانونية تتطلب تقييماً دقيقاً لتجنب التأثير السلبي على سلامة وكفاءة المدفوعات.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات لصناع السياسات، تشمل ضرورة دراسة المزايا والمخاطر المترتبة على الابتكارات الرقمية في مجال الدفع، والتركيز على وضع الأطر القانونية التي تدعم الابتكار بينما تضمن حماية المستهلكين وسلامة النظام المالي. كما أوصت بتعزيز التعاون بين الجهات التنظيمية ومقدمي خدمات الدفع لضمان تحقيق توازن بين الابتكار والمخاطر القانونية المحتملة.

دراسة (علي، 2023) .

هدفت الدراسة إلى التعرف على القضايا القانونية المرتبطة بالابتكارات الرقمية في مجال المعاملات المالية، مع التركيز على تأثير هذه الابتكارات على مدفوعات البيع بالتجزئة والمعاملات الاستهلاكية عن بعد. تناولت الدراسة أبعاد الابتكارات التكنولوجية وقدرتها على تخفيض القصور في تنفيذ وتسوية المدفوعات، وأهمية تقييم التطبيقات المختلفة لهذه الابتكارات وكيفية إدارة المخاطر القانونية المحتملة.

اعتمدت الدراسة على منهج تحليل الأدبيات المتعلقة بالقضايا القانونية لتقييم الابتكارات الرقمية، حيث استعرضت الآثار القانونية المترتبة على المدفوعات غير النقدية وتحدياتها. أبرزت النتائج أن

الابتكارات الرقمية تخلق فرصاً لتحسين كفاءة المدفوعات، لكنها أيضاً تثير مخاوف قانونية تتعلق بالسلامة وكفاءة النظام المالي، مما يتطلب تقييماً دقيقاً من صناع السياسات.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات، منها ضرورة أن يأخذ صناع السياسات في الاعتبار المزايا والمخاطر المترتبة على الابتكارات الرقمية، مع التأكيد على أهمية وضع أطر قانونية تحمي المستهلكين وتعزز من استقرار النظام المالي. كما أوصت الدراسة بتعزيز التعاون بين الجهات التنظيمية ومقدمي خدمات الدفع لضمان تحقيق توازن فعال بين الابتكار والمخاطر القانونية المحتملة.

الفجوة البحثية:

تتناول الدراسة الحالية تقييم مخاطر المدفوعات الإلكترونية من خلال تحليل أبعاد متعددة تشمل المخاطر الأمنية، مخاطر الاحتيال، المخاطر التقنية، مخاطر الاستخدام، المخاطر القانونية، ومخاطر التكاليف، بالإضافة إلى انعكاساتها على رضا العملاء في مصرف الراجحي. في هذا السياق، يمكن مقارنة الدراسة الحالية بعدد من الدراسات السابقة، حيث تشترك العديد من هذه الدراسات في الأهداف والمنهجيات، لكنها تتباين في التركيز البيئي والمجالات التي يتم تناولها.

ويتمثل التشابه الأول بين الدراسة الحالية ودراسة Hossain et al. (2024) في التركيز على التأثيرات المترتبة على أنظمة الدفع الإلكترونية على ثقة العملاء وولائهم. حيث تبحث الدراسة الحالية في كيفية تأثير المخاطر المختلفة المرتبطة بالمدفوعات الإلكترونية على رضا العملاء، بينما تعالج دراسة Hossain et al. الأبعاد الأساسية مثل الأمان والراحة والشفافية، مما يجعل كلا الدراستين تسعيان إلى تحسين تجربة العملاء في بيئة التجارة الإلكترونية.

و تتقاطع منهجية البحث في الدراسة الحالية مع منهجيات العديد من الدراسات السابقة مثل دراسة Vishal (2022) ودراسة البسيوني وآخرون (2021)، حيث تعتمد جميعها على المنهج الوصفي التحليلي، مما يعكس أهمية جمع البيانات من العملاء لتقييم تجربتهم. بينما تركز الدراسات السابقة

على أبعاد محددة من الدفع الإلكتروني، فإن الدراسة الحالية تأخذ في الاعتبار مجموعة واسعة من المخاطر، مما يوفر إطاراً شاملاً لتقييم رضا العملاء.

على الرغم من أوجه الشبه هذه، تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث البيئة التطبيقية. في حين تركز معظم الدراسات السابقة على منصات التجارة الإلكترونية أو على أنواع محددة من المدفوعات، تركز الدراسة الحالية على بنك محدد هو مصرف الراجحي، مما يجعلها أكثر تحديداً في تحليل المخاطر وتأثيرها على رضا العملاء في القطاع المصرفي.

أما بالنسبة للأبعاد التي يتم تناولها، فإن الدراسة الحالية تقدم منظوراً متكاملًا يتضمن المخاطر القانونية والتكاليف، وهي جوانب قد تكون أقل تناولاً في بعض الدراسات السابقة. بينما تتناول بعض الدراسات مثل دراسة كمال (2023) وعلي (2023) القضايا القانونية المرتبطة بالابتكارات الرقمية، فإنها لا تتعمق في تحليل تأثير هذه المخاطر على رضا العملاء كما تفعل الدراسة الحالية.

تسلط الدراسة الحالية الضوء على أهمية تقييم المخاطر المتعددة المرتبطة بالمدفوعات الإلكترونية وتأثيرها على رضا العملاء، مما يساهم في ملء فجوة في الأدبيات السابقة من خلال تقديم تحليل شامل يتناول مختلف جوانب هذه المخاطر في سياق مصرفي محدد.

المنطلقات النظرية للدراسة

1. تعتبر المدفوعات الإلكترونية جزءاً أساسياً من النظام المالي الحديث، حيث تتيح للعملاء إجراء المعاملات بسهولة وسرعة. ومع ذلك، يواجه هذا النوع من المدفوعات مجموعة من المخاطر التي قد تؤثر سلباً على رضا العملاء وثقتهم في الخدمات المصرفية. تتناول هذه الدراسة تقييم

مخاطر المدفوعات الإلكترونية من خلال عدة أبعاد، تشمل المخاطر الأمنية، مخاطر الاحتيال، المخاطر التقنية، مخاطر الاستخدام، المخاطر القانونية، ومخاطر التكاليف. سيتم تعريف كل من هذه الأبعاد وتوثيقها من خلال الدراسات السابقة.

2. المخاطر الأمنية تشير المخاطر الأمنية إلى التهديدات المحتملة التي قد تؤثر على سرية المعلومات وحمايتها في المعاملات الإلكترونية. يتضمن ذلك هجمات القرصنة، وسرقة البيانات، والاختراقات الأمنية. في دراسة (Hossain et al. 2024) تم التأكيد على أن أنظمة الدفع الآمنة التي تعتمد على تقنيات التشفير المتقدمة والمصادقة متعددة العوامل تسهم في تعزيز ثقة العملاء ورضاهم.

3. مخاطر الاحتيال تشير مخاطر الاحتيال إلى الأنشطة غير المشروعة التي تستهدف الأفراد أو المؤسسات بهدف الاستيلاء على الأموال أو البيانات. تظهر هذه المخاطر بشكل خاص في المدفوعات الإلكترونية بسبب عدم وجود تفاعل وجهًا لوجه. ووفقًا لدراسة (Vishal 2022)، يمكن أن تؤدي مخاطر الاحتيال إلى فقدان ثقة العملاء في أنظمة الدفع الإلكترونية، مما يؤثر سلبًا على ولائهم للعلامة التجارية.

4. المخاطر التقنية تشمل المخاطر التقنية الأعطال والانقطاعات في الخدمة التي قد تؤثر على عملية الدفع. تتطلب الأنظمة الإلكترونية بنية تحتية تقنية موثوقة لضمان أداء فعال. وقد أظهرت دراسة (William & Johnson 2024) أن التحديات المتعلقة بالتكامل التقني مع أنظمة نقاط البيع الحالية تمثل عقبة رئيسية أمام تبني المدفوعات الرقمية.

5. مخاطر الاستخدام تشير مخاطر الاستخدام إلى الصعوبات التي قد يواجهها العملاء أثناء استخدام أنظمة الدفع الإلكترونية، مثل التعقيد في واجهات المستخدم أو نقص الدعم الفني. في دراسة (Electronic Payment Systems and Its Impact 2022)، تم الإشارة إلى أن

سهولة الاستخدام تعتبر من العوامل المحورية التي تعزز تجربة العملاء ورضاهم عن الخدمات المقدمة.

6. المخاطر القانونية تمثل المخاطر القانونية التحديات المرتبطة بالامتثال للقوانين واللوائح المتعلقة بالدفع الإلكتروني. في دراسات كمال (2023) وعلي (2023)، تم التأكيد على أهمية وجود تشريعات واضحة تحمي حقوق العملاء وتعزز من سلامة النظام المالي، مما يساهم في بناء ثقة العملاء.

7. مخاطر التكاليف تشير مخاطر التكاليف إلى التكاليف المرتبطة بتطوير وصيانة أنظمة الدفع الإلكترونية، والتي قد تؤثر على الربحية. أظهرت دراسة العوضي وحامد (2023) أن الشركات يجب أن تراعي التكاليف في استراتيجياتها لتجنب التأثير السلبي على رضا العملاء.

المنهجية وطرق البحث:

تم اعتماد منهج البحث الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، حيث يهدف هذا المنهج إلى استكشاف وتحليل مخاطر المدفوعات الإلكترونية وتأثيرها على رضا العملاء في مصرف الراجحي. يعتمد هذا المنهج على جمع البيانات من المصادر الأولية والثانوية لتوفير رؤية شاملة حول الموضوع.

أدوات البحث

استخدمت الدراسة استبياناً كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث تم تصميم الاستبيان ليشمل مجموعة من الأسئلة المتعلقة بأبعاد مخاطر المدفوعات الإلكترونية. تم تقسيم الأسئلة إلى فئات تعكس المخاطر الأمنية، ومخاطر الاحتيال، والمخاطر التقنية، ومخاطر الاستخدام، والمخاطر القانونية، ومخاطر التكاليف. كما تم استخدام مجموعة من المقاييس لتقييم رضا العملاء.

طرق جمع البيانات

تم جمع البيانات من خلال توزيع الاستبيانات على عينة من عملاء مصرف الراجحي. تم استخدام أسلوب العينة العشوائية لضمان تمثيل مختلف فئات العملاء. تم استخدام وسائل رقمية وتطبيقات الهواتف الذكية لتسهيل عملية جمع البيانات وزيادة نسبة الاستجابة.

الأساليب الإحصائية

تم تحليل البيانات باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة. شملت هذه الأساليب التحليل الوصفي لحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية، بالإضافة إلى التحليل الاستنتاجي لاختبار الفرضيات. تم استخدام اختبار t-tests لتحليل الفروق بين المجموعات واختبارات الانحدار لتحليل العلاقات بين المتغيرات. كما تم استخدام برامج إحصائية متقدمة مثل SPSS لتحليل البيانات وتقديم نتائج دقيقة وموثوقة.

حدود الدراسة:

← حدود موضوعية: تركز هذه الدراسة بشكل رئيسي على تقييم مخاطر المدفوعات الإلكترونية بإبعادها (المخاطر الأمنية - مخاطر الاحتيال - مخاطر تقنية - مخاطر الاستخدام - مخاطر قانونية - مخاطر قانونية - مخاطر التكاليف) وانعكاساتها على رضا العملاء .

← حدود زمنية: سيتم إجراء الدراسة خلال عام 2024م .

← حدود مكانية : تقتصر الدراسة على مصرف الراجحي .

المراجع:

اولا المراجع العربية

- أشكناني، صفية مختار محمد. (2017). أثر التسويق المصرفي الإلكتروني على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي في الكويت. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، مج31، ع3 ، 301 - 334. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1123821>
- الإمبابي، محمد عبد الحميد أحمد. (2022). تأثير الإدارة اللوجيستية للنقدية في البنوك على رضا العملاء مجلة البحوث المالية والتجارية، ع2 ، 413 - 448. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1277005>
- البسيوني، محمد يحيى، زبيدي، توفيق الأمين، ماضي، محمد الطاهر، و حسن، محمد يوسف. (2021). تطوير نماذج رضا المستهلك: تطبيق على مركز خدمة العملاء ببلدية العين. المجلة العربية للعلوم الإدارية، مج 18، ع 3 ، 514 - 534. - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/135757>

- صقر، رواد ميلود. (2015). الدفع الإلكتروني وآليات حماية القانونية والتقنية: الصرافات الآلية ونقاط البيع أنموذجا مجلة العلوم القانونية، س3، ع5 ، 225. 208 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/840781>
- عباس، رشا أمين. (2023). أثر العلامة التجارية على رضا العملاء: دراسة ميدانية على عينة من عملاء العلامة التجارية "HP" في جامعة طرطوس مجلة جامعة البعث سلسلة العلوم الاقتصادية، مج45، ع7 ، 63. 90 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1387141>
- العباني، حنان معمر أبو عجيبة. (2016). رضا العملاء عن الخدمات المقدمة وعلاقته بسلوكهم الشرائي: دراسة تطبيقية على مكاتب مبيعات فرع طرابلس بشركة الخطوط الجوية الليبية مجلة الجامعي، ع23 ، 135. 160 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/770828>
- علي، مصطفى راتب حسن. (2023). تأثير الابتكار الرقمي على معالجة المدفوعات الإلكترونية: نظرة عامة على المخاطر القانونية مجلة كلية الشريعة والقانون بتفها الأشراف، ع26، ج2 ، 1037. 1120 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1409706>
- العوضي، العوضي منصور أحمد، و حامد، محمد محمد عبدالفتاح. (2023). تأثير جودة أداء الخدمات على رضا العملاء: دراسة ميدانية. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، ع16 ، 637. 692 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1394960>

- كمال، أحمد. (2023). تأثير الابتكار الرقمي على معالجة المدفوعات الإلكترونية: نظرة

عامة على المخاطر القانونية. المجلة الاجتماعية القومية، مج66، ع2، 1-70. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1453206>

ثانيا المراجع الاجنبية

- (2022). Electronic payment systems and its impact in affecting behaviour and satisfaction of customers. *Technoarete Journal on Accounting and Finance*, 2(3). <https://doi.org/10.36647/tjaf/02.03.a003>

- Hossain, M. A. ., Islam, S., Rahman, M. M., & Arif, N. U. M. (2024). IMPACT OF ONLINE PAYMENT SYSTEMS ON CUSTOMER TRUST AND LOYALTY IN E-COMMERCE ANALYZING SECURITY AND CONVENIENCE. *Academic Journal on Science, Technology, Engineering & Mathematics Education*, 4(03), 1-15. <https://doi.org/10.69593/ajsteme.v4i03.85>

- Vishal. (2022). A critical study on the impact of electronic banking on customer satisfaction. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, 13(9), 4276-4283. <https://doi.org/10.47750/pnr.2022.13.s09.531>

– William, L., Brown, G., Wilson, O., & Johnson, O. (2024). Exploring the adoption of digital payment systems in retail.

<https://doi.org/10.20944/preprints202407.2424.v1>

Mid–Ocean University

College of Management

Department of risk management



**Assessment of Electronic Payment Risks and Their
Impact on Customer Satisfaction: An Applied Study on
Al Rajhi Bank**

Preparation:

Abdulrahman Awwad Alotaibi

242001623

Supervision:

Dr. Asmaa AbuAnza

1446-2024