ملخص مذكرة تخصص تسويق الخدمات بعنوان أثر الثقة الإلكترونية على نية الحجز عبر الانترنت

الملخص باللغة العربية:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الثقة الإلكترونية في تعزيز نية الحجز الإلكتروني لدى زبائن الخطوط الجوية الجزائرية، وذلك في ظل التوسع المتزايد في استخدام الخدمات الرقمية والتحول نحو المعاملات الإلكترونية في قطاع النقل الجوي. وقد تم الاعتماد على عينة عشوائية من زبائن الشركة بلغت 257 مفردة، تم اختيارهم بناء على استخدامهم الفعلي لخدمات الحجز الإلكتروني وخبرتهم السابقة في التعامل مع الموقع الإلكتروني للشركة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الأنسب لطبيعة الموضوع، كما تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث صمم لقياس المتغير المستقل المتمثل في الثقة الإلكترونية بأبعادها: الجدارة، النزاهة، حسن النية، الأمان، السمعة، والتكيف الثقافي، في حين تمثل المتغير التابع في نية الحجز الإلكتروني لدى الزبائن.

تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS الإصدار 27، بالاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة، كالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبارات الارتباط والانحدار وتحليل الفروق. وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية للثقة الإلكترونية بأبعادها المختلفة على نية الحجز الإلكتروني، مما يعكس الدور المحوري الذي تلعبه الثقة الإلكترونية في تعزيز توجه الزبائن نحو استخدام خدمات الحجز الإلكتروني.

كما أظهرت النتائج أن بعد الأمان جاء في مقدمة الأبعاد الأكثر تأثيرا في نية الحجز الإلكتروني، يليه بعد الجدارة، وهو ما يؤكد أهمية توفير بيئة رقمية آمنة وموثوقة تدعم ثقة المستخدمين أثناء إجراء عمليات الحجز والدفع الإلكتروني. كذلك بينت الدراسة أن السمعة الجيدة للشركة، وشفافية المعلومات، وجودة الخدمات الإلكترونية المقدمة، تسهم بشكل مباشر في تعزيز ثقة الزبائن وزيادة رغبتهم في استخدام خدمات الحجز الإلكتروني مستقبلا.

وفي ضوء النتائج المتوصل إليها، أوصت الدراسة بضرورة تطوير البنية التحتية الرقمية وتعزيز أنظمة الحماية والأمن الإلكتروني، إضافة إلى تحسين جودة الخدمات الإلكترونية وتبسيط إجراءات الحجز عبر الموقع الرسمي للشركة، بما يسهم في تعزيز الثقة الإلكترونية وتحفيز الزبائن على الاعتماد بشكل أكبر على خدمات الحجز الإلكتروني.

الكلمات المفتاحية :الثقة الالكترونية .نية الحجز الالكتروني .التحول الرقمي .شركات الطيران .

الملخص باللغة الإنجليزية:

This study aimed to identify the impact of electronic trust on enhancing the intention to use e-booking services among customers of Air Algérie, in light of the increasing expansion of digital services and the growing shift toward electronic transactions in the air transport sector. A random sample of 257 customers was selected based on their actual use of e-booking services and their previous experience with the company's official website.

The study adopted the descriptive-analytical approach as the most appropriate method for the nature of the research topic. A questionnaire was used as the main tool for data collection. It was designed to measure the independent variable represented by electronic trust through its dimensions: competence, integrity, benevolence, security, reputation, and cultural adaptation, while the dependent variable was represented by customers' intention to use e-booking services.

The collected data were analyzed using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS), version 27, relying on several appropriate statistical methods such as arithmetic means, standard deviations, correlation tests, regression analysis, and variance analysis. The findings revealed a statistically significant effect of electronic trust and its various dimensions on customers' intention to use e-booking services, reflecting the central role of electronic trust in encouraging customers to adopt online booking services.

The results also showed that the security dimension had the strongest impact on e-booking intention, followed by the competence dimension. This confirms the importance of providing a secure and reliable digital environment that enhances users' confidence while conducting online booking and electronic payment transactions. Furthermore, the study demonstrated that the company's good reputation, information transparency, and the quality of electronic services provided contribute directly to strengthening customers' trust and increasing their willingness to use e-booking services in the future.

In light of the findings, the study recommended the need to develop digital infrastructure and strengthen electronic protection and cybersecurity systems, in addition to improving the quality of electronic services and simplifying booking procedures through the company’s official website. Such efforts would contribute to enhancing electronic trust and encouraging customers to rely more on e-booking services.
Keywords: Electronic Trust, E-booking Intention, Digital Transformation, Airline Companies.

الملخص باللغة الفرنسية:

Cette étude visait à identifier l'impact de la confiance électronique sur l'intention d'utiliser les services de réservation en ligne chez les clients d'Air Algérie, compte tenu du développement croissant des services numériques et de la transition vers les transactions électroniques dans le secteur du transport aérien. Un échantillon aléatoire de 257 clients a été sélectionné en fonction de leur utilisation effective des services de réservation en ligne et de leur expérience antérieure avec le site web officiel de la compagnie.

L'étude a adopté une approche descriptive et analytique, jugée la plus appropriée au regard de la nature du sujet de recherche. Un questionnaire a été utilisé comme principal outil de collecte de données. Il a été conçu pour mesurer la variable indépendante, représentée par la confiance électronique, à travers ses dimensions : compétence, intégrité, bienveillance, sécurité, réputation et adaptation culturelle. La variable dépendante était l'intention des clients d'utiliser les services de réservation en ligne.

Les données recueillies ont été analysées à l'aide du logiciel SPSS (Statistical Package for Social Sciences), version 27, en utilisant plusieurs méthodes statistiques appropriées telles que

les moyennes arithmétiques, les écarts-types, les tests de corrélation, l'analyse de régression et l'analyse de variance. Les résultats ont révélé un effet statistiquement significatif de la confiance électronique et de ses différentes dimensions sur l'intention des clients d'utiliser les services de réservation en ligne, soulignant le rôle central de cette confiance pour .encourager l'adoption de ces services

Les résultats ont également montré que la dimension de sécurité avait l'impact le plus fort sur l'intention de réserver en ligne, suivie par la dimension de compétence. Ceci confirme l'importance de fournir un environnement numérique sécurisé et fiable, renforçant la confiance des utilisateurs lors de leurs réservations et paiements électroniques. De plus, l'étude a démontré que la bonne réputation de l'entreprise, la transparence de l'information et la qualité des services électroniques proposés contribuent directement à renforcer la confiance des clients et à accroître leur propension à utiliser les .services de réservation en ligne à l'avenir

Au vu de ces résultats, l'étude recommande de développer l'infrastructure numérique et de renforcer les systèmes de protection électronique et de cybersécurité, ainsi que d'améliorer la qualité des services électroniques et de simplifier les procédures de réservation via le site web officiel de l'entreprise. Ces efforts contribueraient à renforcer la confiance électronique et à encourager les clients à privilégier les services .de réservation en ligne

Mots-clés : Confiance électronique, Intention de réservation en **.**ligne, Transformation numérique, Compagnies aériennes