

أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية

دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري

The Impact Of Application Of Digital transformation On Quality of Banking Services –An applied study on the Egyptian banking system

اعداد/ د. اشرف عبد الرحمن محمد عبد الرحمن
مدرس إدارة الاعمال كلية التجارة جامعة القاهرة

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى قياس أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية لمجموعة من البنوك العامة والخاصة بالقطاع المصرفي المصري، ولتحقيق أهداف الدراسة صممت استمارة استقصاء ووزعت على ٢٤٠ مفردة من العاملين بالبنوك محل الدراسة، وتم استرجاع ٢١٢ استمارة منها صالحة للتحليل والدراسة، حيث تم تحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام برنامج SPSS للتحليل الإحصائي، وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر معنوي لتطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية
الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، التقنيات الرقمية، جودة الخدمات المصرفية خدمة العملاء الرقمية، تجربة العميل.

Abstract:

This study aims to measure the impact of the application of digital transformation on the quality of banking services for a group of public and private banks in the Egyptian banking sector. and to achieve the objectives of the study, a survey form was designed and distributed to 240 for analysis on employees of the

banks under study, and 212 of them were retrieved valid for the study The data were analyzed and hypotheses were tested using SPSS program for statistical analysis, and the study found a significant impact of the application of digital transformation on the quality of banking services

Keywords: digital transformation, digital technology, quality of banking services, digital customer service, customer experience.

١ - المقدمة

شهد العالم منذ بداية الألفية الثالثة تغيرات قوية وسريعة، نتيجة التطور التكنولوجي الهائل والذي أصبح يمثل ثورة تكنولوجية حقيقية تختلف في شدتها وسرعتها وأتساع مداها عن غيرها من الثورات الصناعية السابقة؛ حيث اعتمدت في جوهرها على ظاهرة تكنولوجية جديدة سميت بالتحول الرقمي، أي اندماج التكنولوجيات الرقمية وتغلغلها السريع في البنية التحتية للمؤسسات والهيئات، وتشمل تلك التكنولوجيات إنترنت الأشياء، والحوسبة السحابية، وتحليلات البيانات الضخمة، والطباعة ثلاثية الأبعاد، والذكاء الاصطناعي، كما تتضمن نماذج الأعمال الجديدة تحويل البيانات والمعلومات الرقمية إلى قيم اقتصادية واجتماعية جديدة، وتطوير منتجات وخدمات جديدة، ونماذج مختلفة للعمل والوظائف والعمليات والمنظمات، وأنماط بديلة للإدارة، وأشكال جديدة من الاستهلاك والتبادلات التجارية وسلاسل القيمة والتوريد الرقمية. وقد أصبح التحول الرقمي أحد الملامح الرئيسة لعالم اليوم الذي تجاوز فيه مستخدمو الإنترنت أكثر من ٤.٦ مليار نسمة يمثلون أكثر من ٥٩.٦% من سكان العالم في مايو ٢٠٢٠ وقد صاحب هذه الزيادة الكبيرة في استخدام الإنترنت الانتشار الواسع للتقنيات الرقمية المعتمدة على الشبكة الدولية وتطبيقاتها، والقائمة على جمع وتخزين وتحليل وتبادل البيانات والمعلومات والمعارف في كافة مجالات الحياة، ومن بينها

المجالات الاقتصادية؛ حيث بدأ الاقتصاد في التحول التدريجي إلى اقتصاد رقمي يعتمد على نماذج أعمال مغايرة ومختلفة لخلق الثروة والقيمة. وترتكز أهمية التحول الرقمي في اعتماده على الثورة التكنولوجية بالغة الأثر على المجتمعات، المختلفة وذلك بسبب مقدرتها على إنتاج كميات ضخمة من البيانات الجديدة، وتحسين نقل المعلومات والمعارف ودعم إنتاجها وتسهيل الابتكار. ولقد أحدث القطاع المصرفي طفرةً في الخدمات المصرفية الرقمية خلال الخمس سنوات الأخيرة وازدادت هذه الطفرة بصورة خاصة مع بداية عام ٢٠٢٠ في ظل تداعيات جائحة كورونا والتي فرضت أساليب متطورة جديدة على مستوى العمليات البنكية مع تقليل عدد ساعات العمل وإغلاق بعض الفروع؛ بسبب متطلبات التباعد الاجتماعي، حيث قامت البنوك بإطلاق إصدارات جديدة من خدمات الانترنت البنكي، والمحمول البنكي، مما أتاح للعملاء إجراء معاملاتهم في سهولة ويسر دون الحاجة للتوجه إلى فروع البنك،^١ مع إضافة عدد أكبر من الخدمات المصرفية التي يمكن تنفيذها عبر المنصات الرقمية، علاوةً على استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومعالجة البيانات الضخمة وغيرها من التقنيات الرقمية في العمليات التشغيلية، وذلك بهدف تحقيق الكفاءة التشغيلية وتلبية احتياجات العملاء مما أدى إلى تحسن ملموس وواضح في أداء القطاع المصرفي بصفة عامة خصوصاً خدمة العملاء، كما تتم مشاركة العملاء والمستخدمين في خلق القيمة للبيانات، من خلال استخدام منظمات الأعمال للمنصات الرقمية للتفاعل مع عملائها بواسطة تحليل سلوك العملاء وزيادة عائدها مثل إعادة بيع البيانات ووضع اعلانات خاصة بالعميل على المنصات مقابل رسوم يضاف إلى ذلك أن خلق القيمة يحدث بواسطة إنترنت الأشياء والعملاء والعملات الافتراضية والاقتصاد التشاركي.

٢- الإطار النظري والدراسات السابقة:

١/٢ التحول الرقمي Digital transformation

يعرف بأنه استخدام التقنيات الرقمية الجديدة من أجل الوصول إلى أداء فائق وميزة تنافسية مستمرة ودائمة من خلال تحويل أبعاد الأعمال إلى أبعاد رقمية، بما في ذلك

نموذج العمل وتجربة العميل التي تشتمل على المنتجات والخدمات والعمليات التي تم
ميكنتها رقمياً^٢

كما يعرف بأنه استخدام المنظمة للتكنولوجيا الرقمية في إدارة أعمالها وخدماتها
وعملياتها وفي معالجة وتحليل البيانات الخاصة بها وفي التفاعل بين أفرادها وفي
تنفيذ معاملاتها إلكترونياً بصورة كاملة ولا بد أن يتم كل ذلك في بيئة تكنولوجية أو
رقمية تم تأمينها بالكامل اعتماداً على قواعد بيانات محمية.^٣

يعرف بالتحول العميق لنماذج الأعمال وللكفاءات والنماذج التنظيمية والعمليات
والممارسات التجارية بواسطة التكنولوجيا الرقمية بما يضمن تلبية أفضل لاحتياجات
العملاء بما يضمن رضاهم.^٤

وهو عملية إحداث تغييرات جوهرية داخل سلسلة خلق القيمة للمنظمة أو هيكلها
الداخلي والتي تكون إما شرط مسبق لاستخدام التكنولوجيا^٥

كما يعرف بأنه قيام المنظمة بتصميم نظام مميز للأعمال يساهم في استثمار
تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات على الوجه الأكمل مما يؤدي إلى تمتعها بكل ما
توفره التكنولوجيا الرقمية من إمكانيات للعمل والأداء لم تكن متوفرة من قبل، علاوة
على تمتعها بمزايا تصميم نظام للأعمال يحقق لها التفوق في المنافسة، بحيث يتضمن
تصميم الأعمال الاختيار الذكي لعوامل عديدة من أهمها ما يلي:^٦

- اختيار العملاء والمستفيدين من الخدمة
- تحديد المزايا الفريدة التي تقدمها المنظمة لعملائها.
- تحديد المغريات للموارد البشرية للعمل في المنظمة.
- تصميم وسائل بناء وتحقيق الربحية.
- تصميم آليات التميز.
- تصميم نطاق الأعمال لتحقيق أقصى قيمة.
- تصميم البناء التنظيمي المناسب.
- تصميم آليات إدارة المعلومات والمعرفة.

١/١/٢ أبعاد التحول الرقمي:

يوجد بعدان رئيسان للتحول الرقمي:

أ- التقنيات الرقمية :

يمثل التحول الرقمي تحولاً تقنياً كبيراً بالاعتماد على تقنيات الإنترنت التحليلية، ولقد تطورت هذه التقنيات بدرجة كبيرة في السنوات الثلاثة الماضية مما سهل من تحول العديد من المنظمات رقمياً.

ب- تجربة العميل :

يضع التحول الرقمي العملاء موضعاً مميزاً في استراتيجية المنظمة، فالعملاء تزداد مطالبهم باستمرار فيما يتعلق بجودة المنتجات والخدمات، ويتوقعون أن تكون المنظمة قادرة على التكيف بسرعة وتخصيصها حسب احتياجاتهم المتغيرة. وينطبق هذا الأمر بصورة خاصة على الأجيال الرقمية الجديدة التي لديها معرفة عميقة بالتكنولوجيات الجديدة وقدرة كبيرة على مشاركة تجربتها مع الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

ولمواجهة هذه التوقعات الجديدة، يجب على المنظمات تكيف أسلوب إدارتها لمنتجاتها وخدماتها وفقاً لاتجاهات الاستهلاك.

هذا هو السبب الذي يجعل التحول الرقمي يبدأ عموماً بتحويل وظيفة التسويق إلى الاعتماد على أدوات إدارة علاقات العملاء (CRM) وذلك من أجل تصميم بعد اجتماعي قوي بواسطة وحدات تحليل الشبكات الاجتماعية.

كما حدث تحول رقمي لوظيفة إدارة الموارد البشرية أيضاً حيث أصبح ينظر للموظف كعميل داخلي مستهدف للحصول على مستوى عال من الخدمة.

٢/١/٢ أشكال التحول الرقمي ومستوياته في المنظمات: أ^٧

أ- أشكال التحول الرقمي:

للتحول الرقمي أشكال ودرجات متعددة تختلف من منظمة لأخرى طبقاً لدرجة نشاطها وتقنياتها ولكن بعض الأشكال تصنف الأكثر استخداماً في التحول الرقمي وهي :

- تطبيقات الهاتف الذكية:

وهي أكثر التكنولوجيات استخداماً في الوقت الحالي حيث تستطيع المنظمات إنشاء تطبيقات خاصة بها لإدارة أنشطتها وتسهيل خدماتها لكل من الأعضاء والمستفيدين.

- الحوسبة السحابية:

وهي كل مصادر وأنظمة الحاسب الألي المتوفرة تحت الطلب عبر الإنترنت والتي توفر العديد من الخدمات الحاسوبية الشاملة، مثل توفير مساحات لتخزين البيانات و النسخ الاحتياطي والمزامنة الذاتية، علاوة على قدرات معالجة برمجية وجولة للمهام وإدارة للبريد الإلكتروني والطباعة والاطلاع عن بعد.

- إنترنت الأشياء:

ويعتمد على تبادل موسع للبيانات من خلال شبكة من الأجهزة المادية والمركبات والأجهزة المنزلية وغيرها من الأجهزة الإلكترونية وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة الاستشعار والمحركات والاتصال، وتستطيع هذه الأجهزة الإتصال وتبادل البيانات بينها.

- الذكاء الاصطناعي:

وهو قدرة بعض البرامج الإلكترونية والتطبيقات والأنظمة الحاسوبية على محاكاة وتقليد السلوك البشري والقدرات الذهنية للإنسان وتحديداً القدرة على التعلم، والاستنتاج .

٣/١/٢ فوائد التحول الرقمي:

- يوفر التحول الرقمي التكلفة والجهد بشكل كبير.
- يقوم بتحسين الكفاءة التشغيلية وينظمها .
- يعمل على تحسين الجودة وتبسيط الإجراءات للحصول على الخدمات.
- يخلق فرص لتقديم خدمات مبتكرة وإبداعية، بعيداً عن الطرق التقليدية
- يساعد التحول الرقمي المنظمات والشركات على الزيادة والانتشار في نطاق أوسع والوصول إلى شريحة أكبر من العملاء والجمهور.

-التحول الرقمي ضرورة في تحسين كفاءة المنظمات حيث يساعد التحول الرقمي المنظمات على تحسين الكفاءة التشغيلية وتحسين الخدمات التي تقدمها للعملاء والجمهور المستهدف من تلك الخدمات، فهو يقوم على توظيف التكنولوجيا بالشكل الأمثل ، مما يخدم سير العمل داخل المنظمة في كافة أقسامها ، وأيضا في تعاملها مع العملاء والجمهور لتحسين الخدمات وتسهيل الحصول عليها، مما يضمن توفير الوقت والجهد في آن واحد.

٢/٢ جودة الخدمات المصرفية Quality of banking services ١/٢/٢ تعريف الخدمة:

هي عبارة عن أداء أو تصرفات أو أنشطة غير ملموسة تقدم من طرف إلى طرف آخر ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء وقد يكون تقديم الخدمة مرتبطاً أو غير مرتبطاً بمنتج مادي ملموس^٩

وهي مجموعة إجراءات أو أنشطة أو معاملات تقع بين صاحب العمل (مقدم الخدمة) وبين متلقي الخدمة (العميل) وذلك لإنتاج مخرجات تعمل على إرضاء العميل^٩ قد تشمل مظاهر خدمة العميل ما يلي:

- النطاق الشخصي للعميلة .
- استجابة منظمة الخدمة.
- مرونة العاملين في مقابل العملية.
- تودد وكفاءة العميل في مقابلة مقدمي الخدمة.
- سهولة الوصول إلي مقدم أو نظم المعلومات.
- التفاعلات مع العملاء الآخرين

٢/٢/٢ تعريف الخدمات المصرفية:

هي "مجموعة من الخدمات المصرفية الممثلة في أنشطة وعمليات منفعية تكون كامنة في العناصر الملموسة وغير الملموسة المقدمة من البنك والتي تعد طريقة أساسية لإشباع حاجات ورغبات العملاء المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية ، كما تعد أيضاً مصدراً للحصول على الأرباح من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين^{١٠}

و كذلك تعرف بأنها "مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء كان ذلك بمقابل مادي أو بدونه فقد يقوم البنك أحياناً بتقديم خدمات مجانية للعميل"^{١١}
كما تعرف بأنها تلك الأنشطة والعمليات المالية المتعلقة بالقيمة والمزودين للخدمة المصرفية.^{١٢}

تعريف الخدمة المصرفية مرتبط ببعدين هامين: البعد الأول:

يتمثل في مجموعة من المنافع المادية المباشرة التي يسعى العميل للحصول عليها من خلال شرائه للخدمة المصرفية، وهو عامل مرتبط بالعمل نفسه.

البعد الثاني :

يتمثل في مجموعة من الخصائص أو السمات التي يتصف بها المضمون المنفعي المباشر للخدمة

٣/٢/٢ خصائص الخدمات المصرفية :

- الخدمات المصرفية غير ملموسة وليست مادية لذلك فهي غير قابلة للتلف ولا يمكن تخزينها.
- الخدمات المصرفية ليست محمية بحقوق الملكية الفكرية وبالتالي أي خدمة جديدة يوجد بها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.
- الخدمات المصرفية ليست قابلة للتقسيم أو التجزئة أو الانفصال عند تقديمها
- تعتمد الخدمات المصرفية في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة و العميل.
- الخدمات المصرفية تنتج وتقدم في نفس اللحظة التي يتقدم الزبون لطلبها فهي لا يمكن صنعها وتخزينها سلفاً .
- لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينة من الخدمة وإرسالها للعميل للحصول على تقييمه لها وقبولها قبل الشراء.

- الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى، في حالة وجود أخطاء في إنتاجها أو عيوب عند تقديمها فإن الاعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.
- جودة الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص بواسطة موظف البنك قبل تقديمها للعملاء.
- أن تقديم الخدمة المصرفية غير تقليدي وتختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لآخر حسب درجة التفاعل بين موظف البنك و العميل.

٤/٢/٢ تعريف جودة الخدمة:

هي عبارة عن مقياس لمستوى الخدمة المقدمة للعملاء بالمقارنة مع توقعات العملاء، فالجودة المدركة للخدمة من جانب العميل عبارة عن الفرق بين توقعات العميل لأبعاد جودة الخدمة وبين الخدمة الفعلية التي تعكس مدى توافر هذه الأبعاد بالفعل وحتى تتصف الخدمة المقدمة بالجودة فيجب أن تتفق مع احتياجات وتوقعات العملاء أو تتفوق عليها.^{١٣}

معظم دراسات قياس جودة الخدمة من كتابات العلماء الثلاثة Berry, Parasuraman and Zeithaml 1985-1991 اصحاب نموذج BPZ الفكرة الأساسية لهذا النموذج هي أهمية دور العميل وتجاوبه في تحقيق جودة الخدمة ، وأهمية تحقيق توقعاته ، لكسب رضائه وولائه ومن هذا المنطلق يقوم النموذج بتعريف جودة الخدمة على أساس فجوات بين الأداء الذي يتوقعه العميل والأداء الفعلي وذلك اعتماداً على أن جودة الخدمة = الإدراكات - التوقعات. وتنتمل فجوات الأداء فيما يلي:

- الفجوة الأولى:** بين توقعات العميل وبين إدراك الإدارة لهذه التوقعات
- الفجوة الثانية:** بين إدراكات الإدارة لتوقعات العميل ومواصفات جودة الخدمة
- الفجوة الثالثة:** الفرق بين المعايير المحددة لجودة الخدمة وبين الأداء الفعلي (تسليم الخدمة)

الفجوة الرابعة بين الأداء الفعلي (تسليم الخدمة) والاتصالات الخارجية للعملاء حول تسليم الخدمة.

٣/٢ أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية:

يعرف التحول الرقمي في القطاع المصرفي بأنه عملية تطوير تكنولوجيا وإداري وثقافي تقوم بها البنوك لتلبية احتياجات عملائها المتغيرة واحتياجات موظفيها من خلال الاستفادة من القدرات الرقمية لبناء وابتكار نماذج أعمال وخدمات بنكية جديدة وتحسين جودة تجربة العميل ورقمنة الخدمات بهدف تطوير الأداء المالي وتخفيض المخاطر البنكية ودعم الميزة التنافسية، وبالتالي خلق القيمة للبنك.^{١٤}

١/٣/٢ مفهوم الخدمات المالية الرقمية^{١٥}

تعرف الخدمة المالية الرقمية بأنها تلك الخدمة المالية التي تشمل خدمات معلوماتية وخدمات عبر شبكة الانترنت، وتعد الخدمة المالية الرقمية أكبر من كونها مجرد خدمات تكنولوجيا المعلومات أو خدمات الويب وذلك بسبب :

- تضمنها للخدمات المعتمدة على تكنولوجيا المعلومات المتاحة عبر الشبكات الإلكترونية بالإعتماد على مزود الخدمة وبيئة الخدمة
- أنها تعبر عن إجراء العمليات المصرفية بطرق رقمية، سواء عمليات السحب أو الائتمان أو التحويل أو التعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال البنوك، وفي ظل هذا الشكل من الخدمات فإن العميل لا يكون مضطراً للذهاب إلى البنك، بل يمكنه القيام ببعض العمليات مع بنكه وهو في منزله أو مكتبه وهذا ما يعني تجاوز بعدي الزمان والمكان.

٢/٣/٢ أمثلة للخدمات المصرفية الرقمية

- تطبيقات الدفع الإلكتروني
- خدمات الدفع الإلكتروني.
- التأمين عبر الإنترنت.
- التمويل الجماعي.
- العملات الافتراضية الإلكترونية.

○ ال (blockchain) أو سلسلة الكتل (نموذج نقل الأصول المالية).

٣/٣/٢ قنوات تقديم الخدمات المصرفية الرقمية: ^{١٦}

يتم من خلال هذه القنوات تقديم الخدمات المالية رقمياً بشكل كامل بشكل بدايةً من طلب الخدمة من جانب العميل مروراً بإجراءات إتمامها وإنهائها بشكل إلكتروني كامل ومن هذه الخدمات

أ. خدمة الصراف الآلي

الصراف الآلي هو جهاز أتماتيكي يعمل لخدمة العملاء بدون أي تدخل بشري، ويقوم بالعمل من خلال برامج يتم إعدادها لتلبية الحاجات المصرفية للعملاء على مدار الساعة من خلال استخدام بطاقة الصراف الآلي ومن هذه الخدمات:

١. السحب النقدي

٢. الاستعلام عن الرصيد

٣. سداد الفواتير

٤. الإيداع،

ب. خدمة الصيرفة عبر الهاتف:

تعتمد هذه الخدمة كذلك على وجود شبكة تقوم بربط كل فروع البنك الواحد مع ضمان قدرة الموظف المختص بتقديم الخدمة على الوصول لبيانات العملاء بصورة مباشرة من أي فرع من فروع البنك، وتتم الخدمة عندما يقوم العميل بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرفه، ويقوم الموظف الذي يتواصل مع العميل من الوصول إلى بيانات العميل ويتأكد من هويته من خلال أسئلة محددة مثل السؤال عن آخر معاملة قام بها وإتمام الخدمة. ^{١٧}

ج. خدمة صيرفة الإنترنت:

يُعرف العمل المصرفي عبر الإنترنت بأنه العمل المصرفي الذي يكون فيه الإنترنت وسيلة الاتصال بين البنك والذبون، وبمساعدة نظم أخرى يصبح زبون المصرف قادراً على الاستفادة من الخدمات والحصول على المنتجات المصرفية التي يقدمها البنك من خلال استخدام جهاز كمبيوتر شخصي يتصل من خلال الإنترنت بكمبيوتر

مضيف server بالبنك عليه تطبيقات معدة خصيصاً لتفعيل الخدمة ومزودة بقاعدة بيانات العملاء وتعاملاتهم وحركة حساباتهم وأرصدتهم بالكامل ويتم ذلك عن بُعد وبدون الحاجة للاتصال المباشر بموظفي البنك .
د.خدمة الصيرفة عبر الموبيل:^{١٨}

مع الانتشار الكبير لاستخدام أجهزة الهواتف الذكية smart phones أعلنت العديد من البنوك تقديم خدمة ما يسمى الموبيل البنكي والتي تتيح من خلال الموبيل القيام بعمليات الصيرفة المختلفة من خلال تطوير طرق مختلفة للسماح للمستهلكين بالدفع بسهولة باستخدام الموبيل وهناك أنواع عديدة من المدفوعات التي تتم عبر الموبيل، نجملها في الآتي:

- الاتصالات الميدانية قريبة المدى :^{١٩}

يطلق على تطبيقات الموبيل المتعلقة بنقاط البيع مصطلح "الاتصالات الميدانية قريبة المدى " ،Near- Field Communication" وهي تمثل أجهزة إضافية تضاف للهاتف المحمول ، و تتواصل الهواتف المحمولة بتطبيق NFC عند نقاط البيع مع الأجهزة المعدة للتواصل مع هذا التطبيق بواسطة موجات لاسلكية تحمل معلومات مشفرة دون حاجة لملاسة أية أجهزة لدى نقطة البيع.

- مدفوعات الموبيل القائمة على الموجات الصوتية :

هي أحدث الحلول لإتمام المدفوعات بواسطة الموبيل – دون الحاجة إلى الانترنت. حيث تتم العملية من خلال موجات صوتية تحتوي على بيانات مشفرة حول عملية الدفع. ويتم إرسال الموجات الصوتية من نقطة البيع إلى الموبيل لنقل تفاصيل عملية البيع، فيقوم موبيل العميل بتحويل تلك البيانات إلى إشارات معينة لإتمام المعاملة. وكل ما تحتاجه هذه التكنولوجيا هو تحميل برنامج خاص على الموبيل، من غير الحاجة لتركيب أي أجهزة إضافية، كما هو الحال في الاتصالات الميدانية قريبة المدى.

- مدفوعات الأمن المغناطيسي :

التكنولوجيا الثالثة للدفع من خلال الموبيل عند نقطة الشراء، مثل " Samsung pay " وتستخدم تكنولوجيا Magnetic Secure Transmission- من مدفوعات MST وNFC للمدفوعات عبر الموبيل. وفي إطار تكنولوجيا النقل الأمن المغناطيسي، يُصدر الهاتف إشارة مغناطيسية تماثل الشريط الممغنط الموجود على بطاقة الائتمان الخاصة بالعميل، والتي تلتقطها أجهزة نقطة البيع وتعالجها كما لو كان قد تم تمرير البطاقة عبر الجهاز.

- أنواع مدفوعات الموبيل التي تتم داخل المتجر:

تتمثل تقنيات الدفع داخل المتاجر فيما يلي:

* محافظ الموبيل :

هي محافظ رقمية آمنة جداً للاستخدام تعمل عادة من خلال التشفير المعقد والترميز المحدد حيث تستخدم أرقاماً رمزية صالحة لمدة بسيطة في معالجة معاملة بعينها بناءً على بطاقة معلومات مشفرة في محفظة الموبيل. بالإضافة إلى بطاقات الائتمان والخصم، يُمكن أيضاً إرفاق مستندات هامة أخرى في محافظ الهاتف مثل: تذاكر السفر بالطائرة وغيرها.

* مدفوعات الاستجابة السريعة :

يوجد العديد من الاستخدامات لأسلوب الدفع هذا، حيث يعمل من خلال تطبيقات مصرفية معينة ترتبط فيها البطاقات الخاصة بالفرد وتكون بالطبع محملة على الموبيل، وتقابلها تطبيقات الكترونية أخرى لدى المتاجر ومزودي الخدمات، حيث يمكنها التواصل مع تفاصيل البطاقة.

* مدفوعات الموبيل عن بعد: ٢٠

هناك أنواع عديدة من المدفوعات عن بعد، منها:

-المدفوعات عبر الانترنت :

الكثير من الناس يقومون بالسداد عبر الانترنت باستخدام أحد متصفحات الهاتف المحمول () (CHROME) او (SAFARI) أو تطبيقات أخرى، بشرط توفر إشارة

اتصال بشبكة WIFI .

ويوجد عدة أنواع للدفع بهذه الطريقة. مثل :

- ✓ إدخال تفاصيل البطاقة يدوياً على موقع البائع على الانترنت،
- ✓ شحن بطاقة مصرفية متصلة تلقائياً بتطبيق الهاتف
- ✓ استخدام برنامج Paypal أو Fawri ويتم النقر على رابط لفاتورة رقمية ترسل إلى المستخدم عبر البريد الإلكتروني.

- مدفوعات الرسائل القصيرة :

تسمى أيضا الرسائل القصيرة المميزة وتعني ببساطة دفع ثمن المنتجات أو الخدمات عبر رسائل نصية.

وبمجرد إرسال رسالة نصية تحتوي على المعلومات ذات الصلة إلى رقم هاتف المستفيد الصحيح، تتم إضافة مبلغ السداد إلى فاتورة الموبيل. وبالتالي، يتم الدفع الفوري.

- الفواتير المباشرة للناقل :

تسمى أيضا فواتر المشغل المباشر وهي وسيلة للدفع من خلال شركة الهاتف بدلاً من استخدام تفاصيل البنك أو البطاقة وطريقة القيام بذلك هي إدخال رقم الهاتف في صفحة الدفع أو في أحد التطبيقات، وتتم المعاملة ببعض خطوات للمصادقة على الهوية، ومن ثم يتم خصم الدفعة من فاتورة الهاتف أو الشريحة.

-الخدمات المصرفية الهاتفية :

تستخدم كثيراً في بعض البلدان مثل السويد والمملكة المتحدة في تحويل الأموال بين الأفراد أو دفع الفواتير والخدمات المصرفية بواسطة تطبيق يزود البنك به المستخدم، حيث يُمكنه من إجراء المعاملات المالية مباشرة من حسابه المصرفي. كما تتضمن الحلول المالية الرقمية التي تقدمها شركات التكنولوجيا المالية أيضاً، عدداً من التطبيقات والمنصات والبرامج المالية.

٢/٣/٤ التحول الرقمي والخدمات المصرفية: ٢١

ينحصر تأثير التحول الرقمي على الخدمات المصرفية في البعدين التاليين:

✓ خدمة العملاء الرقمية

✓ تحول العمليات المصرفية رقمياً

البعد الأول: خدمة العملاء الرقمية: ٢٢

من الخدمات الرقمية المنتشرة في القطاع المصرفي وجود موقع إلكتروني تفاعلي ووجود تطبيقات رقمية للهواتف المحمولة وقد تشمل هذه الخدمات معظم ما يعتقد العملاء على أنه "خدمات رقمية" ولكنها لا تعني على الإطلاق التحول الرقمي في الخدمات البنكية وإن كانت تتيح للبنك اتخاذ خطوة كبيرة نحو التحول الرقمي من خلال تحويل التعامل مع العميل من التعامل التقليدي من خلال ذهابه للبنك ومروره بعدة خطوات من أجل حصوله على الخدمة المصرفية إلى الحصول على الخدمة رقمياً ويتم ذلك من خلال :

-التصميم الرقمي لخدمة العملاء:

وتتطلب عمل تصور لخطوات تجربة العميل، وفهم شخصيات واحتياجات العملاء، باستخدام مداخل مثل التفكير التصميمي، مع القدرة على إعادة هندسة تجارب العملاء رقمياً، حيث يتم دمج بيانات العملاء عبر الخدمات البنكية وفهم سلوك العملاء مما يسهل إمكانية تقديم خدمات استباقية للعملاء وتعتمد بعض البنوك على وسائل التواصل الاجتماعي لفهم ما يحقق رضا العملاء، وما الذي يؤدي إلى عدم رضا العملاء. كما، تقوم البنوك بالترويج لعلاماتها التجارية بشكل أكثر فعالية بواسطة الوسائط الرقمية، و تقوم أيضاً ببناء مجتمعات جديدة عبر الإنترنت لتقديم المشورة وبناء الولاء للعملاء في الخدمات البنكية

- التحول الرقمي لخدمة العميل:

يقصد بالتحول الرقمي لخدمة العميل اتخاذ خطوات لعمل نظام أساس واحد شامل كل خطوات معاملة العميل عبر الإنترنت بحيث يتم التعامل مع العميل بواسطة نفس الأدوات، وربما نفس الأشخاص، وب نفس المعلومات طوال العملية حيث ينتقل العملاء بسهولة من التسويق إلى المبيعات من خلال تطبيق عبر الإنترنت فمثلاً تتيح رحلة العميل الرقمية للعميل بالنقر فوق أحد الإعلانات، والاشتراك في حساب عبر الإنترنت، وتلقي التعليمات

والمعلومات بواسطة التطبيق الخاص به، ودفع الفواتير أو إرسال الأموال عبر الإنترنت مما يوفر للبنك مصروفات التشغيل ويحسن من رضا العملاء.

- تطوير خدمة العملاء بواسطة نقاط الاتصال الرقمي:

حيث يقوم البنك بربط تطبيقات الهواتف الذكية بملف تعريف العميل، مما يوفر التكامل عبر الرسائل القصيرة والتطبيقات ووسائل الاتصال الاجتماعية، مما يؤدي لتطوير خدمة العملاء بشكل كبير بواسطة التكنولوجيا الرقمية.

البعد الثاني: تحول العمليات المصرفية رقمياً: ٢٣

على الرغم من أن تحويل تجربة العملاء هي المجال الأكثر وضوحاً في التحول الرقمي، فإن البنوك أدركت أيضاً فوائد التحول الرقمي في التميز التشغيلي بواسطة ميكنة العمليات الأساسية، والعمليات المتصلة والديناميكية، واتخاذ القرار القائم على البيانات كما يلي:

- ميكنة العمليات الداخلية الأساسية:

حيث تقوم البنوك بإعادة تصميم العمليات رقمياً وهذا يساعد على توفير المال، والوصول إلى الحلول بشكل أسرع وأكثر دقة، مما يسمح باستخدام البشر في مهام أكثر أهمية.

- العمليات المتصلة رقمياً:

من خلال أنظمة الاتصال المعتمدة على الخيوط الرقمية حيث يتم استخدام البيانات الضخمة من قبل البنوك بشكل أساس للكشف عن الاحتيال والتنبؤ والتحليلات، حيث يمكن للبيانات الضخمة، جنباً إلى جنب مع التعلم الآلي، حماية البنك عن طريق اكتشاف عمليات الاحتيال وتخصيص العروض لكل عميل وزيادة أمان المعاملات.

-اتخاذ القرار القائم على البيانات الفورية:

حيث تتيح الأجهزة المتصلة التوفر الفوري للبيانات بحيث يستطيع المدبرون التنفيذيون دمج صنع القرار التشغيلي والاستراتيجي بطرق جديدة وقوية.

وتعمل المزيد من البنوك على توسيع نماذج أعمالها القائمة على الخدمات المستندة إلى البيانات الفورية، والجمع بين أجهزة الاستشعار وشبكات الإتصال والتطبيقات والتحليلات لخلق قيمة للعملاء ومصادر جديدة للإيرادات لأنفسهم..

- نماذج الأعمال المعدلة رقمياً (التطورات الرقمية)^{٢٤}

لا يتطلب تحويل نموذج الأعمال البنكية دائماً التخلص من نماذج الأعمال التقليدية حيث تقوم البنوك بتطوير نماذج أعمالها الحالية رقمياً دون إحداث تغييرات كبيرة في العمل، حيث تستخدم التكنولوجيا الرقمية لتحويل الأعمال البنكية الجديدة، مثل المحافظ الإلكترونية والإنترنت البنكي والمحمول البنكي والبطاقات البنكية ووسائل المدفوعات اللاتلامسية.

- إنشاء نماذج أعمال رقمية جديدة:

تقدم البنوك أيضاً خدمات مصرفية رقمية كاملة من خلال منصات شاملة للخدمات البنكية، وتحتوي المنصة البنكية الرقمية على ثلاثة عناصر مترابطة تعمل معاً لدعم البنك.

* النظام الأساس، وهو أساس قوي لأنظمة التشغيل والمعاملات التي تدعم العمليات الرئيسية للبنك.

* منصة جذابة كواجهة تعمل على تشغيل مواقع الويب والتطبيقات والعمليات الأخرى التي تتصل بالعملاء وشركاء النظام البيئي وتعمل مع النظام الأساسي لإجراء المعاملات الرئيسية مثل المدفوعات

* منصة البيانات التي توفر القدرة على إجراء تحليلات مكثفة، دون تعطيل أنظمة تشغيل البنك.

٤/٢ : الدراسات السابقة

من خلال مراجعة الباحث للدراسات السابقة المتعلقة بأثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية أمكن تقسيم الدراسات التي تناولت هذا الموضوع إلى محاور كالتالي:

المحور الأول: دراسات اهتمت بالتحول الرقمي.

المحور الثاني: دراسات اهتمت بجودة الخدمات المصرفية.

وقد قام الباحث بعرض أهداف الدراسات و أهم نتائجها، وكيفية الاستفادة منها، ومعرفة ما انتهت إليه حتى يتمكن الباحث من تحديد مشكلة البحث وأهدافه ومتغيراته بدقة .

المحور الأول: دراسات اهتمت بالتحول الرقمي.

هدفت دراسة (Guzmán-Ortiz, et al, 2020)^{٢٥} لمعرفة أثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في شركات التأمين في بيرو، واعتمدت الدراسة على أسلوب قائمة الاستبيان في تجميع البيانات من عينة قوامها ٣٠٥ موظفاً وخلصت الدراسة إلى أن خدمة العملاء بناءً على التحول الرقمي كان لها تأثير إيجابي على أداء المهام والأداء السياقي وأن العمليات القائمة على التحول الرقمي تؤثر بشكل كبير على أداء المهام والأداء السياقي.

و هدفت دراسة (Jonsson, A., et al (2020)^{٢٦} إلى معرفة تأثير الرقمنة على مشاركة الموظفين في تقديم الخدمات المصرفية، والاستراتيجيات التي يطبقها المديرون لمشاركة الموظفين في عمليات الرقمنة في الصناعة المصرفية السويدية، واعتمدت الدراسة على أسلوب المقابلات التي تم إجرائها عبر مكالمات هاتفية مع موظفين ومديرين من البنوك السويدية.

وخلصت الدراسة إلى أن الرقمنة تعتبر عاملاً يؤثر بشكل إيجابي على مشاركة الموظفين في تقديم الخدمات المصرفية من خلال المنصات الرقمية التي تمكن الموظفين من أداء مهامهم بكفاءة ، علاوةً على ذلك، استخدم المديرون استراتيجيات مثل أنظمة الدعم المتقدمة، وطرق الاتصال الرقمي، والأدوات الرقمية المختلفة لإثارة مشاركة الموظفين في العمل.

وهدفت دراسة (Wadesango, N., et al, 2020)^{٢٧} إلى دراسة أثر الخدمات المصرفية الرقمية على الأداء المالي للبنوك التجارية في زيمبابوي. وركزت

الدراسة على ٤٠ فرعاً للبنوك التجارية باستخدام البيانات التي تم الحصول عليها من التقارير المالية السنوية المنشورة للبنوك للفترة من ٢٠١٣ إلى ٢٠١٧، كما اعتمدت الدراسة على أربعة متغيرات للخدمات المصرفية الرقمية (ودائع العملاء عبر الإنترنت، والمعاملات المصرفية عبر الإنترنت، ورسوم الإنترنت والعمولات، ونفقات الخدمات المصرفية عبر الإنترنت) واستخدم العائد على الأصول كمقياس للأداء المالي، وتم استخدام تحليل ارتباط لبيرسون وتحليل الإنحدار. وأثبتت الدراسة أن الخدمات المصرفية الرقمية ساهمت بشكل إيجابي في أداء البنوك التجارية في زيمبابوي من خلال زيادة ودائع العملاء عبر الإنترنت والمعاملات المصرفية وقد ناقشت دراسة بدر بوخولوف (٢٠٢٠) دور التحول الرقمي في تجويد الخدمة العمومية بالمغرب^{٢٨}

وقد هدفت هذه الدراسة إلى رصد أهمية مشروع التحول الرقمي في المغرب وقياس آثاره في حل مشكلات الإنسان من ناحية، وفي تفعيل التنمية وتعزيز استدامتها من ناحية أخرى وسعت الدراسة إلى مقارنة حدود إسهام التحول الرقمي في تجويد الخدمة العمومية، مستعرضة أهم سياقات ودواعي تنبي ورش الرقمنة عبر آلية الإدارة الإلكترونية، محددة في الآن نفسه أبرز خصائصها ومميزاتها بالمقارنة مع نظيرتها التقليدية، كما عملت على رصد واقع تفعيل مشروع الرقمنة ومعوقات تنزيهه في ظل عالم متحول وتوصلت إلى أن رصد أهمية التحول الرقمي وقياس آثاره تكمن بالأساس في مدى قدرته على الإسهام في حل مشكلات الإنسان من ناحية، وفي تفعيل التنمية وتعزيز استدامتها من ناحية أخرى وهو أمر يشمل جوانب اقتصادية، اجتماعية، بيئية (تحدي فيروس كورونا ١٩)، بل وثقافية أيضاً بينما ناقشت دراسة اوكيل وخالدي ٢٠١٨ التحول الرقمي للمنظمات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال^{٢٩} وهدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية أنظمة المعلومات وتكنولوجيات الإعلام والاتصال بالنسبة للمنظمة، والتي ساهمت في ظهور مصطلحات جديدة كالرقمنة والمنظمة الإلكترونية، فالتحول الرقمي أصبح ضرورياً لمواكبة المتطلبات البيئية وتحقيق السرعة في اتخاذ مختلف القرارات، حيث إن نظام المعلومات يساهم في

تحويل البيانات إلى معلومات وتكنولوجيات الإعلام والاتصال تساهم في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني وتوصلت إلى وجود علاقة تبادلية بين استراتيجية المنظمة والقواعد والاجراءات وتحسين الاداء المنظمي من ناحية والتحول الرقمي من ناحية أخرى بينما ناقشت دراسة عبد الرحمن والغيري ٢٠٢٠ بعنوان **واقع التحول الرقمي للمملكة العربية السعودية**^{٣٠} وهدفت الدراسة إلى تحليل واقع التحول الرقمي بالمملكة العربية السعودية نحو تبني استخدامهما في احداث التطوير والتحديث والتحسين المستمر لهضة وتقدم المملكة، ومن ثم تحديد مدى تقدمها في التعامل مع "الرقميات" واستيعاب مضامينها، وتوصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي بالمملكة يسير بمعدل زيادة سنوي قدره ٥% منذ عام ٢٠١١ وحتى عام ٢٠١٧ وهي الفترة التي تمثل السلسلة الزمنية لمتغيرات الدراسة، وأن المملكة من ضمن ثلاث دول بالمنطقة، تقع ضمن مجموعة الدول «الداعمة» للتقنيات على «مؤشر الاتصالات العالمي» للعام ٢٠١٧ والتي تسعى إلى دعم البنى التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ورفد عملية التحول نحو الرقمنة بكافة المستلزمات التكنولوجية المبتكرة.

وناقشت دراسة مريم نعموني ٢٠٢٠ **تأثير الثقافة التنظيمية على نجاح التحول الرقمي في المنظمة**^{٣١} وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد الثقافة التنظيمية المحتضنة للتغيير و القائمة على قيم تمكنها من دعم و قبول التحول الرقمي وجاءت النتائج لتتترح اعتماد الثقافة التنظيمية على الرشاقة التنظيمية من اجل دعم التحول الرقمي و ذلك لبلوغ التغيير حيث تعتبر الرشاقة كمفتاح نجاح في إطار التحول الرقمي و ذلك من اجل التكيف مع البيئة غير المستقرة حيث تعمل الثقافة الرشيقة على مساندة التغيير و تسهل إعادة هيكلة و التكيف مع مفاهيم الإدارة الحديثة وأنه لا توجد ثقافة واحدة مناسبة للتحول الرقمي لكن يستوجب توفر قيم تدعم التحول خاصة تلك التي تقوم عليها ثقافة الجماعة و ثقافة الابتكار .

وناقشت دراسة يوب و اكرام ٢٠٢٠ **أثر التغيير التنظيمي في نجاح التحول الرقمي بالمؤسسات العمومية الجزائرية**^{٣٢} وهدفت هذه الدراسة إلى معرفة أثر التغيير

التنظيمي في نجاح التحول الرقمي في المؤسسات العمومية الجزائرية، وذلك من خلال القيام بدراسة استطلاعية لعينة من بلديات ولاية سكيكدة. ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثان بتطوير استبيان وتوجيهه لموظفي البلديات يضم ثلاث محاور (المتغيرات الشخصية، التغيير التنظيمي "متغير مستقل"، التحول الرقمي "متغير تابع")، شملت الدراسة ٥٧ موظفاً. وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية: درجة موافقة متوسطة على مستوى التغيير التنظيمي بالبلديات محل الدراسة؛ درجة موافقة متوسطة على مستوى التحول الرقمي بالبلديات محل الدراسة؛ وجود أثر ذي دلالة إحصائية للتغيير التنظيمي على نجاح التحول الرقمي ببلديات سكيكدة محل الدراسة .

وناقشت دراسة بسمه ابراهيم ٢٠٢٠ بعنوان التحول الرقمي بوزارة الشباب والرياضة وانعكاسها على مستوى الكفاءة المؤسسية^{٣٣} وتهدف الدراسة إلى إعداد دراسة استطلاعية لإدارة التحول الرقمي بوزارة الشباب والرياضة وانعكاسها على مستوى الكفاءة المؤسسية تحقيقاً لرؤية مصر ٢٠٣٠ ويتمثل مجتمع الدراسة في العاملين بالإدارات العامة بوزارة الشباب والرياضة والبالغ عددهم (١٣٦٢) فرداً ، وقامت الباحثة باختيار العينة بالطريقة الطبقيّة العشوائية من تلك الإدارات قوامها (٤٥٠) فرداً بنسبة مئوية قدرها (٣٣,٤٠%) من مجتمع الدراسة .

وتوصلت الدراسة الاستطلاعية إلى أن هناك انعكاساً إيجابياً للتحول الرقمي على مستوى الكفاءة المؤسسية بوزارة الشباب والرياضة ، كما أن هناك قلة في القنوات والمنصات الإلكترونية ووسائل التواصل الإلكتروني بوزارة الشباب والرياضة التي تسهل التعامل مع المستخدمين من العاملين بالوزارة أو الهيئات الرياضية والشبابية المختلفة ، والتي تساعد في دراسة وفحص آرائهم وتعليقاتهم وشكواهم لدعم صناعة القرار ، كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن هناك تأثير للاختلاف بين الفئات العمرية والمؤهلات العلمية وسنوات الخبرة المختلفة في بعض المحاور الخاصة بممارسة إدارة التحول الرقمي في اتجاه الفئات الأعلى. وناقشت دراسة محمد حماد ٢٠٢٠ دور التحول الرقمي في تطوير أداء العاملين دراسة ميدانية على الشركة المصرية

لتجارة الأديوية^٣ وهدفت هذه الدراسة الى التعرف على دور التحول الرقمي في تطوير أداء العاملين، ولتحقيق هدف الدراسة تم تصميم استمارة استقصاء وزعت على عينة الدراسة البالغة ٣١٨ مفردة من العاملين بالشركة محل الدراسة ومن أهم نتائج الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وتطوير أداء العاملين، وكذا وجود قصور في أبعاد التحول الرقمي المتمثلة في، التخطيط الاستراتيجي للتحول الرقمي، إعداد القادة في مجال التحول الرقمي، البنية المؤسسية للتحول الرقمي، استقطاب المهارات والكفاءات لعملية التحول الرقمي وبناءً على الدراسة الميدانية التي قام بها الباحث بالشركة محل الدراسة فقد تم التوصل إلى إطار مقترح للتوصيات في شكل برنامج عمل يتم تطبيقه وفق خطوات محددة. وناقشت دراسة الحمادى العتيبي ٢٠٢٠ التحول الرقمي وأثره في تقليل تكلفة الخدمات من وجهة نظر العاملين بالنيابة العامة بمنطقة مكة المكرمة^٣ وهدفت الدراسة إلى معرفة أثر التحول الرقمي في التقليل من تكلفة الخدمات من وجهة نظر العاملين بالنيابة العامة بمنطقة مكة المكرمة ويتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين بالنيابة العامة بمنطقة مكة المكرمة وعددهم (515) موظفاً وبلغت عينة الدراسة (٢١١) موظفاً. و استخدم الباحث المنهج الوصفي، كما تم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات وأظهرت نتائج الدراسة أن:

- ✓ أن أفراد عينة الدراسة موافقون بدرجة كبيرة على واقع التحول الرقمي في النيابة العامة بمنطقة مكة المكرمة .
 - ✓ أن أفراد عينة الدراسة موافقون بدرجة كبيرة على واقع تكلفة خدمات التحول الرقمي في النيابة العامة بمنطقة مكة المكرمة من وجهة نظر العاملين .
 - ✓ أن أفراد عينة الدراسة يرون أن التحول الرقمي بالنيابة العامة بمنطقة مكة المكرمة يسهم بدرجة كبيرة في تقليل التكلفة من وجهة نظر العاملين .
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي ٠.٠٥ في اتجاهات أفراد مجتمع الدراسة حول محاور الدراسة تعزي لمتغير العمر والمستوي التعليمي و عدد سنوات الخبرة وعدد الدورات التدريبية في مجال التحول الرقمي. وناقشت دراسة سالم

العنزي ٢٠٢٠ دور التحول الرقمي في تفعيل آليات ضبط مخاطر التكنولوجيا المالية وأثرها على الخدمات المصرفية الإلكترونية في ظل أزمة كوفيد-٢٠١٩^{٣٦} وهدفت الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة التحول الرقمي في استخدام آليات ضبط مخاطر التكنولوجيا المالية لتطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية بالبنوك الكويتية في ظل أزمة كوفيد ١٩ لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الاستقرائي من خلال إجراء مسح ميداني على عينة من العاملين بالبنوك الكويتية واعتمد الباحث على الأساليب الإحصائية لاختبار الفروض وتوصل الباحث إلى النتائج التالية:

١. يساهم تحليل وتصنيف مخاطر التكنولوجيا المالية في تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الكويتية، وذلك من خلال اتباع مبادئ واضحة لقياس وتقييم المخاطر والاحتفاظ بقواعد بيانات داخلية حول هذه المخاطر التي تظهر مع الممارسات التكنولوجية الحديثة.

٢. التحول الرقمي في نظام الحوكمة يعطي نتائج واعدة ويحافظ على تكامل العمليات المصرفية الرقمية كما أوصى الباحث بما يلي: تعد التكنولوجيا المالية منطقة بحثية حديثة تمثل مجالا خصبا للعديد من الدراسات المستقبلية التي يمكن أن تتناول أثر التكنولوجيا المالية على العديد من المتغيرات مثل الأداء المالي والحصة السوقية للبنوك، والأثر على سلسلة القيمة المالية، ودور المراجع الخارجي في ضوء التحول الرقمي والأثر على جودة عملية المراجعة.

وناقشت دراسة وديع ومتولي ٢٠٢٠ بعنوان البنوك الرقمية: المنتجات ومتطلبات التحول وانعكاساتها على المركز التنافسي^{٣٧} وهدفت الدراسة إلى تحليل تأثير المنتجات الرقمية للبنوك المصرية على مركزها التنافسي وذلك من خلال دراسة وتحليل ثلاثة محاور هي: متطلبات التحول الرقمي للبنوك، وتصميم المنتجات الرقمية للبنوك، وانعكاس ذلك على المركز التنافسي للبنوك محل الدراسة، ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على الدراسة الميدانية من خلال أسلوب المقابلة الشخصية مع عينة قوامها (٢١) مفردة من قيادات البنوك محل الدراسة، كما أعتمد على أسلوب المعاينة

حيث وجهت قائمة الاستقصاء إلى عينة قوامها (٣٨٣) مفردة من العاملين بتلك البنوك.

وقد خلصت الدراسة إلى وجود تباين من وجهة نظر المبحوثين فيما يتعلق بمتطلبات التحول

الرقمي بين البنوك العامة والخاصة، أيضاً هناك تباين فيما يتعلق بمتطلبات تصميم المنتجات الرقمية للعملاء المستهدفين، وأخيراً يوجد انعكاساته للمنتجات الرقمية للبنوك على المركز التنافسي، لذا توصي الدراسة بأهمية تبنى الوحدات البنكية فلسفة التحول الرقمي وتصميم منتجاتها الرقمية بالشكل الذي يدعم مركزها التنافسي وذلك انطلاقاً من أهمية ذلك لبقائها ونموها واستمرارها .

المحور الثاني: دراسات اهتمت بجودة الخدمات المصرفية.

ناقشت دراسة عبدالستار (٢٠١٧) ^{٣٨} قياس مدى رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية بالتطبيق على بعض البنوك التجارية المصرية وهدفت الدراسة إلى قياس مدى رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها بعض البنوك التجارية العامة (البنك الأهلي المصري- بنك مصر) والخاصة (بنك الإسكندرية- بنك باركليز) في محافظتي القاهرة والفيوم. وقد اعتمدت الدراسة في الجانب النظري على المنهج الوصفي التحليلي وفي الجانب العملي اعتمدت الدراسة على جمع البيانات من أفراد عينة البحث (٣٨٤ مفردة) من خلال استمارة استبيان وافترضت الدراسة أنه توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية بين رضا العملاء وجودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية معنوية لرضا العملاء باختلاف كل من متغيرات الملموسية، والاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف والتي تمثل المؤشرات الخمسة لقياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية. وأخيراً تم تقديم بعض التوصيات منها تحسين وتطوير التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمات المصرفية، لتعزيز سرعة ودقة إنجاز الخدمات وتقليص فترات الانتظار والعمل على سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء.

وناقشت دراسة غانم (٢٠١٦) ^{٣٩} " نموذج تقويم جودة الخدمات المصرفية وسعت هذه الدراسة إلى تطوير نموذج لتقييم جودة الخدمات المصرفية وبيان كيفية تطبيقه في الأجهزة والمنظمات المالية والمصرفية التي تقدم مثل هذه الخدمات وعرض ومناقشة متطلبات التطبيق فضلاً عن بيان صعوبات ومشكلات التطبيق وكيفية معالجتها وتتبع أهمية الدراسة من كونها تقترح أسلوباً مستحدثاً لتقييم بعض جوانب النشاط المصرفي وتسلط الضوء على كيفية الحكم على جودة الخدمات المصرفية من خلال نموذج مقترح لهذا الغرض. ولعل الجديد أن الدراسة تعالج موضوع جودة الخدمات المصرفية كموضوع مستقل، خلافاً للإسهامات الفكرية الأخرى المتخصصة والتي لم تعالج موضوع جودة الخدمات إلا في سياق تحقيق ربحية المصرف.

وناقشت دراسة الطاهر (٢٠١٥) ^{٤٠} " جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك وهدفت إلى الكشف عن فاعلية جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك. حيث أشار إلى أن المتغيرات العالمية أفرزت العديد من التحديات التنافسية منها عدم وجود تكافؤ بين المنافسة المحلية والعالمية والتي جاءت نتيجة عولمة النشاط المصرفي وتحرير الخدمات المالية والمصرفية لتلقي بتحدياتها على عاتق الإدارة المصرفية وتوصلت الدراسة إلى ان تطوير الخدمات المصرفية ومواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الصناعة المصرفية والاهتمام بجودة الخدمات وتحقيق رغبات العملاء قد أصبح أحد المداخل الرئيسة لزيادة وتطوير القدرة التنافسية للبنوك . وناقشت دراسة جمعة (٢٠١٧) ^{٤١} " التسويق المصرفي وأثره على جودة الخدمات المصرفية وهدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التسويق المصرفي في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالبنوك، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التسويق المصرفي وتحسين جودة الخدمات المصرفية، وجاءت أهم التوصيات في استخدام البرامج التسويقية الموجهة لتعريف العملاء بما يستجد من خدمات جديدة والتي تنطوي على دراسة حاجات ورغبات العملاء لتتلاءم وتتفق مع إدراكاتهم.

وناقشت دراسة نور الدين (٢٠١٧) ^{٤٢}. قياس موقف العملاء اتجاه جودة الخدمات المصرفية

ركزت هذه الدراسة بصورة أساسية على معرفة ومقارنة مواقف العملاء اتجاه جودة الخدمات المقدمة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية والصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بالاعتماد على نموذج Fishbein، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن موقف عملاء بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط أكبر من موقف عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، إلى جانب أن هناك تأثير لجودة الخدمة المصرفية على مواقف العملاء وناقشت دراسة النحاس (٢٠١٦) ^{٤٣}. دور استراتيجيات المزيج التسويقي في زيادة كفاءة الخدمات المصرفية وتهدف هذه الدراسة إلى دراسة تأثير استراتيجيات المزيج التسويقي بينوك القطاع العام المصرفية على كفاءة الخدمات المصرفية، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة من خلال الدراسة النظرية والميدانية والملاحظة الشخصية، واستخدام قوائم الاستقصاء كأداة لجمع البيانات الميدانية وكان من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين استراتيجيات المزيج التسويقي وكفاءة الخدمات المصرفية)

واهتمت دراسة ^{٤٤}. Plasmeijer et al., (2017) بالتعرف على محددات الثقة والولاء لدى العملاء في النظام المصرفي في دولة هولندا. وذلك بالتطبيق على عينة من العملاء ممن تزيد أعمارهم عن ١٨ سنة في عام ٢٠١٤. وتوصلت الدراسة إلى أن النزاهة والشفافية وتوجيه العميل والكفاءة من أهم العوامل المحددة لمستوى ثقة العملاء في الخدمات المصرفية.

فيما حاولت دراسة ^{٤٥}. Kwateng et al. (2019) التعرف على العوامل التي تؤثر على العملاء لتبني واستخدام الخدمات المصرفية عن بعد في دولة غانا باستخدام "النظرية الموحدة للقبول واستخدام التكنولوجيا" حيث أخذت عينة مكونة من ٣٠٠ مستخدماً للخدمات المصرفية عبر الموبيل. وتشير النتائج إلى أن العادة والتكلفة والثقة في هذه الخدمة هي العوامل الرئيسية المؤثرة على اعتماد واستخدام الخدمة المصرفية

عبر الموبيل. وأن هناك اختلاف في استخدام هذه الخدمة من حيث الخصائص الديموغرافية للعملاء وهي : النوع والعمر والمستوى التعليمي. وهدفت دراسة^{٤٦} Saeed. et, al., (2015). لمعرفة تأثير جودة الخدمة في الخدمات المصرفية عبر الانترنت، وتفسير العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل، كما هدفت إلى فهم العوامل المؤثرة في جودة خدمة العملاء في الخدمة المصرفية عبر الانترنت، والتي يمكن أن تعطي أعلى مستوى من رضا العملاء وتوصلت الدراسة إلى أنه يمكن للإدارة أن تعطي أولوية لمتابعة وتحسين جودة خدمة العملاء في الخدمة المصرفية عبر الإنترنت، وأن الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة (الاعتمادية، الخصوصية، التقييم، التعاطف، تصميم الموقع) تلعب دوراً هاماً في سد الفجوة بين العميل والمنظمة

١/٤/٢ التعقيب على الدراسات السابقة:

- من خلال مسح التراث البحثي تبين قلة الدراسات في حدود اطلاع الباحث- التي توضح أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية.
- اهم ما ناقشته الدراسات السابقة بالمحور الأول التحول الرقمي -معرفة أثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين ومعرفة تأثير الرقمنة على مشاركة الموظفين في تقديم الخدمات المصرفية، وأثر الخدمات المصرفية الرقمية على الأداء المالي للبنوك وتأثير الثقافة التنظيمية على نجاح التحول الرقمي في المنظمة ودور التحول الرقمي وأثره في تقليل تكلفة الخدمات كما ناقشت دور التحول الرقمي في تفعيل آليات ضبط مخاطر التكنولوجيا المالية وأثرها على الخدمات المصرفية الإلكترونية في ظل أزمة كوفيد-١٩ كما ناقشت منتجات البنوك الرقمية ومتطلبات التحول وانعكاساتها على المركز التنافسي.

وفي المحور الثاني جودة الخدمات المصرفية

ناقشت نموذج تقويم جودة الخدمات المصرفية وجودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك وأثر التسويق المصرفي على جودة الخدمات المصرفية وقياس موقف العملاء اتجاه جودة الخدمات المصرفية والتعرف على محددات الثقة

والولاء لدى العملاء في النظام المصرفي والتعرف على العوامل التي تؤثر على العملاء لتبني واستخدام الخدمات المصرفية ومعرفة تأثير جودة الخدمة في الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، وتفسير العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل. وتختلف الدراسة الحالية على الدراسات السابقة في انها تدرس أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية كما تختلف في مجال التطبيق على القطاع المصرفي المصري من خلال البنك الأهلي المصري وبنك مصر والمصرف المتحد وبنك HSBC.

٢/٤/٢ حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- التعرف على كيفية بلورة وتعميق المشكلة البحثية للدراسة الحالية، وتقديم بعد جديد في هذا المجال لم يتم التطرق إليه من قبل.
- الاستفادة من مراجعة الدراسات السابقة في تحديد المنهج المستخدم، وأداة جمع البيانات، وبناء وصياغة الفروض البحثية وتساؤلات الدراسة، وتحديد العينة المناسبة للدراسة الحالية، وتحديد متغيرات الدراسة التي سيقوم الباحث بدراستها وتحديد العلاقة بينها.
- تحديد بعض المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بموضوع الدراسة.

٣- مشكلة البحث

من خلال اطلاع الباحث على العديد من الأبحاث و الدراسات السابقة و الوقوف على أهم نتائجها و تحليلها ، يمكن طرح التساؤل الرئيس التالي ليمثل مشكلة البحث: ما مدى تأثير تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية؟ ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس، التساؤلات الفرعية التالية:

- ما أهمية تطبيق التحول الرقمي في القطاع المصرفي ؟
- ما مراحل و خطوات و أبعاد التحول الرقمي ؟
- ما أنواع الخدمات المصرفية الرقمية ؟
- ما أهمية التحول الرقمي بالنسبة للعملاء ؟

٤- متغيرات البحث:

١/٤ - المتغير المستقل: والذي يتمثل في التحول الرقمي

أبعاد التحول الرقمي:

أ- التقنيات الرقمية

ب- تجربة العميل

٢/٤ - المتغير التابع: والذي يتمثل في جودة الخدمات المصرفية

أبعاد جودة الخدمات المصرفية:

أ. جودة الخدمة المقدمة للعميل

ب. جودة العمليات المصرفية

٥- فروض البحث:

في إطار تحديد الباحث متغيرات البحث المستقل والتابع، استطاع الباحث صياغة

فرض رئيس للدراسة ويتفرع عنه عدد من الفروض الفرعية.

١/٥ الفرض الرئيس للدراسة:

توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

٢/٥ يتفرع من هذا الفرض الرئيس فروض فرعية على النحو التالي:

(١) توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التقنيات الرقمية وجودة الخدمة المقدمة للعميل.

(٢) توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تجربة العميل وجودة الخدمة المقدمة للعميل

(٣) توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التقنيات الرقمية وجودة العمليات المصرفية.

(٤) توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تجربة العميل وجودة العمليات المصرفية.

٦- أهداف البحث:

في إطار تحديد مشكلة البحث ومتغيراته وفروضه تمكن الباحث من تحديد أهدافه كما يلي:

- ١) التعرف على مفهوم التحول الرقمي وأهميته وخطواته وأبعاده.
- ٢) التعرف على مفهوم جودة الخدمات المصرفية.
- ٣) مدى تأثير تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية بالقطاع المصرفي.
- ٤) التعرف على الخدمات المصرفية الرقمية وأنواعها وأبعادها.
- ٥) تحديد مستوى إدراك العاملين بالقطاع المصرفي للتحول الرقمي وتأثيراتها عليهم.

٧- أهمية البحث:

١/٧- الأهمية البحثية العلمية:

• ندرة الدراسات التي تناولت المنظور البحثي الرابط بين متغيرات البحث بما تشكله من أهمية على مستوى الدراسات الاجتماعية والإنسانية وتحديداً في مجال علوم الإدارة والاقتصاد، باللغة العربية وهما جودة الخدمات المصرفية والتحول الرقمي مع ندرة الدراسات المتعلقة بإدارة التحول الرقمي في القطاع المصرفي المصري خصوصاً موضوع الدراسة الذي يبحث أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية والتي لم يسبق التعرض لها في دراسات سابقة باللغة العربية في ضوء البيانات التي توفرت للباحث وقت إجراء هذه الدراسة

• يساهم البحث في تأصيل مفهوم التحول الرقمي وتحديد مكوناته الأساسية وكيفية قياسها، ويبحث تأثيره على الخدمات المصرفية في القطاع المصرفي المصري مما يتيح مرجعاً يفيد القطاع المصرفي بالكامل في الناحية التطبيقية.

٢/٧- الأهمية التطبيقية:

١/٢/٧- على مستوى القطاع المصرفي:

*أهمية الدور الذي يلعبه التحول الرقمي في تطوير القطاع المصرفي خاصة في تطوير العمليات المصرفية الداخلية وفي دعم الشمول المالي وتعزيز انتشاره وخفض

التكاليف وسرعة إنجاز المعاملات وعدم تقيدها بوقت مما يزيد من حجم المعاملات وربحية البنوك ويحسن من حالة رضا العملاء
* يساعد البحث في تحديد خطوات تطبيق التحول الرقمي بمؤسسات القطاع المصرفي المصري وتحديد أهم أبعاد الخدمات المصرفية الإلكترونية .
٢/٢/٧ - على مستوى العملاء:

يعمل التحول الرقمي على إتمام معاملات العملاء المصرفية بسلاسة وبأدنى مجهود ويوفر عليهم الانتقال إلى البنك للحصول على المعاملة والمرور بعدة خطوات يتخللها الانتظار الذي قد يطول فالتحول الرقمي يوفر الوقت والجهد والتكاليف للعميل ويتيح أمامه فرصة إتمام المعاملات على مدار اليوم دون التقيد بأوقات محددة وطوال أيام الاسبوع بما فيها أيام الإجازات والعطلات اليومية.
٣/٢/٧ - على المستوى القومي:

يتصف القطاع المصرفي بمساهمته الكبرى في الاقتصاد القومي وقيامه بأداء عمليات محورية تساهم بدور كبير في إدارة الحياة اليومية و مواجهة التحديات الاقتصادية الداخلية و الخارجية ، لذا يُعدّ أمراً هاماً الاهتمام بدراسة تطبيق التحول الرقمي الذي تنبأه الباحث وبيان أثره على جودة الخدمات المصرفية.

٨-البيانات ووسائل جمعها:

١/٨-بيانات ثانوية:

لتكوين الإطار الفكري للدراسة، وتوفير البيانات المنشورة ذات الصلة بموضوع البحث. وسوف تغطي البيانات الثانوية الموضوعات المتعلقة بمفاهيم التحول الرقمي وأثره على جودة الخدمات المصرفية .

١/١/٨ مصادر البيانات الثانوية:

- ١) الكتب و المراجع العربية و الأجنبية المتعلقة بالإدارة بشكل عام و التحول الرقمي و الخدمات المصرفية بشكل خاص .
- ٢) تقارير منظمات حكومية و شركات أبحاث خاصة و تقارير البنوك موضع البحث.
- ٣) الدوريات و المقالات .

٢/٨- بيانات أولية:

تمثلت في البيانات التي سيتم تجميعها من خلال قائمة الاستقصاء التي ستوزع على العاملين بالبنوك محل الدراسة.

٣/٨ تحليل البيانات:

سيتم الاعتماد على برنامج تحليل البيانات الإحصائية SPSS لتحليل البيانات.

٩- حدود البحث:

١/٩- الحدود الجغرافية:

يتم تطبيق هذه البحث في جمهورية مصر العربية.

٢/٩- الحدود الموضوعية:

تقتصر البحث على موضوع العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية لدى العاملين في مؤسسات القطاع المصرفي،

٣/٩- الحدود الزمانية:

عام ٢٠٢١.

٤/٩- حدود متعلقة بمجتمع البحث:

إجراء البحث من وجهة نظر العاملين (مديرين وموظفين) بمؤسسات القطاع المصرفي وذلك استجابة لطبيعة وأهداف البحث الحالية.

١٠- أسلوب البحث

يستخدم الباحث الأسلوب الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف و تحليل الظاهرة محل البحث و هي دراسة اثر استخدام التحول الرقمي في القطاع المصرفي على جودة الخدمات المصرفية

١١- مجتمع البحث

٢٤٠ عينة عشوائية بسيطة من قيادات ومديري وموظفي ٤ بنوك بالقطاع المصرفي المصري هي بنك مصر (٨٠ مفردة) والبنك الأهلي المصري(٧٧ مفردة) والمصرف المتحد(٣٣ مفردة) وبنك HSBC (٥٠ مفردة) و تم توزيع استمارة استقصاء تحتوي على 25 عبارة تمثل أبعاد متغيرات البحث و تم استعادة ٢١٢ منها.

التحليل الإحصائي :

(١) تصميم أداة البحث :

قام الباحث بصياغة أولية لعبارات الاستبيان انطلاقاً من موضوع البحث وأهدافها وتسؤلاتها وذلك بعد القراءة المتأنية والاطلاع على الأدبيات والدراسات السابقة المتعلقة بمشكلة البحث وخبرة الباحث العملية وتكون الاستبيان من ثلاثة أجزاء كما يلي:

الجزء الأول:

ويشمل البيانات الشخصية.

الجزء الثاني:

يتضمن البنود الخاصة بالتحول الرقمي ويبلغ عدد عباراته ١٥ عبارة مقسمة على بعدين.

الجزء الثالث:

يتضمن البنود الخاصة بجودة الخدمات المصرفية ويبلغ عدد عباراته ١٠ عبارات مقسمة على بعدين.

جدول رقم (١) يوضح متغيرات البحث وعناصر قياسها ورموز أسنلتها

عدد الاسئلة	الرمز	الأبعاد	المتغيرات
٩ من (٩-١)	X1	التقنيات الرقمية	(المتغير المستقل)
٦ من (١٥-١٠)	X2	تجربة العميل	التحول الرقمي
٥ من (٢٠-١٦)	Y1	خدمة العملاء الرقمية	(المتغير التابع)
٥ من (٢٥-٢١)	Y2	تحول العمليات المصرفية رقمياً	جودة الخدمات المصرفية

وقد تم قياس استجابات أفراد العينة لفقرات المقياس، طبقاً لمقياس ليكرت الخماسي كما هو موضح في الجدول رقم (٢).

أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري
د/ اشرفه عبد الرحمن محمد عبد الرحمن

جدول رقم (٢) درجات مقياس ليكرت

اوافق تماما	اوافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
٥	٤	٣	٢	١

وقد تم حساب مستوي الأهمية وفقاً للمعادلة التالية:

● مستوي الأهمية = (الحد الأعلى للإجابة - الحد الأدنى للإجابة) ÷ الحد الأعلى للإجابة

● مستوي الأهمية = $(٥ - ١) ÷ ٥ = ٠.٨٠$ ، كما هو موضح في الجدول رقم (٣)
جدول رقم (٣) مستوى اهمية استجابات أفراد العينة لفقرات مقياس ليكرت

مستوي الأهمية	المتوسط المرجح
ضعيفة جدا	أقل ١.٨٠
ضعيفة	من ١.٨٠ إلى أقل ٢.٦٠
متوسطة	من ٢.٦٠ إلى أقل ٣.٤٠
مرتفعة	من ٣.٤٠ إلى أقل ٤.٢٠
مرتفعة جدا	من ٤.٢٠ إلى ٥

(٢) صدق وثبات أداة البحث

ويشمل وصف أداة البحث على صدق الاتساق الظاهري وثبات وصدق الاتساق الداخلي لأداة البحث وذلك على النحو التالي:

أولاً: صدق الاتساق الداخلي:

يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع البعد الذي تنتمي إليه هذه العبارة، وقد قام الباحث بحساب الاتساق الداخلي للاستبيان وذلك

من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للبعد نفسه.

١- نتائج الاتساق الداخلي

يتم حساب صدق الاتساق الداخلي للاستبيان من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات أبعاد الاستبيان والدرجة الكلية للبعد نفسه و ذلك لتوضيح مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع البعد الذي تنتمي إليه هذه العبارة و ذلك علي العينة الاستطلاعية ن=٣٠.

وكانت النتائج كالتالي:

- أن جميع عبارات بُعد التقنيات الرقمية وعددها ٩ عبارات قد حققت ارتباطات دالة إحصائياً مع الدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، عند مستوي دلالة ٠.٠١، وبذلك تعتبر العبارات صادقة لما وضعت لقياسه.
- أن جميع عبارات بُعد تجربة العميل وعددها ٦ عبارات قد حققت ارتباطات دالة إحصائياً مع الدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، عند مستوي دلالة ٠.٠١، وبذلك تعتبر العبارات صادقة لما وضعت لقياسه.
- أن جميع عبارات بُعد خدمة العملاء الرقمية وعددها ٥ عبارات قد حققت ارتباطات دالة إحصائياً مع الدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، عند مستوي دلالة ٠.٠١، وبذلك تعتبر العبارات صادقة لما وضعت لقياسه.
- أن جميع عبارات بُعد جودة الخدمات المصرفية وعددها ٥ عبارات قد حققت ارتباطات دالة إحصائياً مع الدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، عند مستوي دلالة ٠.٠١، وبذلك تعتبر العبارات صادقة لما وضعت لقياسه.

ثانياً: الصدق البنائي:

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل بعد من أبعاد البحث بالدرجة الكلية لعبارات الأبعاد.

من خلال قياس معامل ارتباط كل بعد من أبعاد الاستبيان بمجموع الدرجة الكلية في العينة الاستطلاعية $n=30$

ثالثاً: ثبات الاستبيان:

يقصد بثبات الاستبيان أن يعطي هذا الاستبيان نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبيان يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة.

تحقق الباحث من ثبات الاستبيان من خلال طريقتين وهما طريقة التجزئة النصفية ومعامل ألفا كرونباخ.

أولاً: طريقة التجزئة النصفية: Split-Half Coefficient method

تم استخدام درجات العينة الاستطلاعية لحساب ثبات الاستبيان بطريقة التجزئة النصفية ثم باستخدام معادلة سبيرمان وبراون النصفية المتساوية (Spearman-Brown Coefficient)، ومعادلة جثمان للتجزئة النصفية غير المتساوية (Guttman Split-Half Coefficient)، وأكدت النتائج أن معاملات الارتباط بطريقة التجزئة النصفية قبل التعديل وأن معامل الارتباط بعد التعديل تدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية جداً من الثبات تطمئن الباحث إلى تطبيقه.

ثانياً: طريقة ألفا كرونباخ: Alpha Cronbach

استخدم الباحث طريقة أخرى من طرق حساب الثبات وهي طريقة ألفا كرونباخ، وذلك بغرض التحقق من ثبات أداة البحث، "ويعتمد ألفا كرونباخ على حساب تباينات الفقرات وتباين الاختبار، وعلى الرغم من أن قواعد القياس في القيمة الواجب الحصول عليها غير محددة، إلا أن الحصول على $(\text{Alpha} \geq 0.63)$ يعتبر معقولاً.

وفد أشارت النتائج إلى ثبات أبعاد الاستبيان والتي تراوحت بين (0.969) لبعد خدمة العملاء الرقمية كحد أعلى، و(0.926) لبعد التقنيات الرقمية كحد أدنى، كما بلغ

معامل ثبات إجمالي الاستبيان (0.956)، وتدل مؤشرات ألفا كرونباخ أعلاه على تمتع أبعاد الاستبيان بمعامل ثابت عالٍ وبقدرتها على تحقيق أغراض البحث.

٣) نتائج الدراسة الميدانية

تم استخدام الطرق التالية من خلال حزمة SPSS للتحليل الإحصائي للتوصل لنتائج الدراسة الميدانية

• المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والمتوسط المنوي المرجح في نتائج التحليل الوصفي للمتغيرات.

• تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression لمعرفة أثر (المتغير المستقل) على كل بُعد من أبعاد (المتغير التابع).

• تحليل الانحدار المتعدد التدريجي (Stepwise) Multiple Regression لمعرفة أثر أبعاد (المتغير المستقل) على (المتغير التابع).

١- نتائج الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

جدول رقم (٤) المتوسطات والانحرافات المعيارية واستجابات عينة البحث نحو

التقنيات الرقمية ن = ٢١٢

التقنيات الرقمية	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط المنوي المرجح	مستوي الأهمية
بنك مصر	٤.٣٢	٠.٨٢	٨٦.٤	مرتفعة جداً
البنك الأهلي المصري	٤.٢٧	٠.٧٨٠	٨٥.٣	مرتفعة جداً
المصرف المتحد	٣.٨٥	٠.٩٥	٧٧	مرتفعة
بنك HSBC	٣.٩٧	٠.٨٣	٧٩.٤	مرتفعة
اجمالي	٤.١٠	٠.٨٤٥	٨٢	مرتفعة

يظهر الجدول السابق رقم (٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة البحث تجاه عبارات بُعد التقنيات الرقمية، وتشير الدرجة الكلية الواردة في الجدول أن درجة بُعد التقنيات الرقمية لعينة البحث (مرتفعة)، في القطاع المصرفي المصري حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للبُعد (٤.١٠)

أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري
د/ اشرف عبد الرحمن محمد عبد الرحمن

وبانحراف معياري (٠.٨٤٥) ونسبة مئوية بلغت (٨٢%) مما يدل على انخفاض التشتت في آراء عينة البحث وتقارب الآراء ومما سبق يتضح أن درجة بعد التقنيات الرقمية في البنوك العامة أعلى بصورة ملحوظة عنها في البنوك الخاصة مما يدل على زيادة التقنيات الرقمية لدى البنوك العامة عن البنوك الخاصة .

جدول رقم (٥) المتوسطات والانحرافات المعيارية واستجابات عينة البحث نحو تجربة العميل

ن = ٢١٢

تجربة العميل	المتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط المنوي المرجح	مستوي الأهمية
بنك مصر	٤.٤٩٠	٠.٦٣٧	٨٩.٨	مرتفعة جدا
البنك الأهلي المصري	٤.٤٢١	٠.٦٥٨	٨٨.٤٢	مرتفعة جدا
المصرف المتحد	٤.٢٦٣	٠.٧٤٥	٨٥.٢٦	مرتفعة جدا
بنك HSBC	٤.٣٦٧	٠.٧١٧	٨٧.٣٤	مرتفعة جدا
اجمالي	٤.٣٨٥	٠.٦٨٩	٨٧.٧٠	مرتفعة جدا

يظهر الجدول السابق رقم (٥) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة البحث تجاه عبارات بُعد تجربة العميل ، وتشير الدرجة الكلية الواردة في الجدول أن درجة بُعد تجربة العميل لعينة البحث (مرتفعة جداً)، في القطاع المصرفي المصري حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للبُعد (٤.٣٨٥) وبانحراف معياري (٠.٦٨٩) ونسبة مئوية بلغت (٨٧.٧٠%) و مما يدل على انخفاض التشتت في آراء عينة البحث وتقارب الآراء ومما سبق يتضح أن درجة بعد تجربة العميل في البنوك العامة أعلى بصورة بسيطة عنها في البنوك الخاصة ومرتفعة جداً في الاثنين .

أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري
د/ اشرف عبد الرحمن محمد عبد الرحمن

جدول رقم (٦) المتوسطات والانحرافات المعيارية واستجابات عينة البحث نحو بعد خدمة العملاء
الرقمية ن = ٢١٢

مستوي الأهمية	المتوسط المتوقع	الانحراف المعياري	المتوسط	خدمة العملاء الرقمية
مرتفعة جدا	٨٩.٨	٠.٦٣٧	٤.٤٩	بنك مصر
مرتفعة جدا	٩٢.٢	٠.٦٠٥	٤.٦١	البنك الأهلي المصري
مرتفعة جدا	٨٥.٢	٠.٧٢٥	٤.٢٦	المصرف المتحد
مرتفعة جدا	٨٦.٢	٠.٧٠٣	٤.٣١	بنك HSBC
مرتفعة جدا	٨٨.٤	٠.٦٦٧	٤.٤٢	اجمالي

يُظهر الجدول السابق رقم (٦) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة البحث تجاه عبارات بُعد خدمة العملاء الرقمية ، وتشير الدرجة الكلية الواردة في الجدول أن درجة بُعد خدمة العملاء الرقمية لعينة البحث (مرتفعة جدا)، في القطاع المصرفي المصري حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للبُعد (٤.٤٢) وانحراف معياري (٠.٦٦٧) ونسبة مئوية بلغت (٨٨.٤%) مما يدل على انخفاض التشتت في آراء عينة البحث وتقارب الآراء ومما سبق يتضح أن درجة بعد خدمة العملاء الرقمية في البنوك العالمية أعلى نسبياً عنها في البنوك الخاصة وإن كانت مرتفعة جداً في كل منهما

جدول رقم (٧) المتوسطات والانحرافات المعيارية واستجابات عينة البحث نحو العمليات المصرفية ن = ٢١٢

مستوي الأهمية	المتوسط المتوقع	الانحراف المعياري	المتوسط	جودة العمليات المصرفية
مرتفعة	٧٦,٤	٠.٨١٤	٣,٨٢	بنك مصر
مرتفعة	٧٧.٨	٠.٨٠٦	٣,٨٩	البنك الأهلي المصري
مرتفعة	٧٥	٠.٨٤٨	٣.٧٥	المصرف المتحد
مرتفعة	٧٤,٤	0.8٧٥	٣.٧٢	بنك HSBC
مرتفعة	٧٤.٨	0.٨٣٦	٣.٧٤	اجمالي

يُظهر الجدول السابق رقم (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات عينة البحث تجاه عبارات بُعد جودة العمليات المصرفية ، وتشير الدرجة الكلية الواردة في الجدول أن درجة بُعد جودة الخدمات المصرفية لعينة البحث (مرتفعة)، في القطاع المصرفي المصري حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية للبعد (٣.٧٤) وانحراف معياري (٠.٨٣٦) ونسبة مئوية بلغت (٧٤.٨%) مما يدل على انخفاض التشتت في آراء عينة البحث وتقارب الآراء ومما سبق يتضح أن درجة بعد جودة العمليات المصرفية في البنوك العامة أعلى نسبياً عنها في البنوك الخاصة وإن كانت مرتفعة في كل منهما.

٤- نتائج اختبار فروض البحث

الفرضية الرئيسية

توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

ولإثبات هذه الفرضية تم تقسيمها إلى الفرضيات الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى:

" توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التقنيات الرقمية وجودة خدمة العميل الرقمية "

وللتحقق من صحة هذا الفرضية الفرعية الأولى قام الباحث باستخدام الانحدار الخطي البسيط.

جدول رقم (٨) يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير التقنيات الرقمية على جودة خدمة العميل الرقمية

المتغير التابع	الارتباط (R)	معامل التحديد R ²	المحسوبة F	مستوي الدلالة Sig	درجات الحرية DF	معامل الانحدار β	المحسوبة T	مستوي الدلالة Sig
جودة خدمة العميل الرقمية	٠.٥٤٩	٠.٣٠١	٣٧.٨٨١	٠.٠٠٠	الانحدار	٠.٢٤٠	٦.١٥٥	٠.٠٠٠
					اليواقي			
					المجموع			

يتضح من الجدول السابق رقم (٨) وجود تأثير لبعث التقنيات الرقمية على وجوده خدمة العميل الرقمية ، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لبعث التقنيات الرقمية على جودة الخدمات المصرفية ، إذ بلغ معامل الارتباط R (٠.٥٤٩) عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، أما معامل التحديد R² فقد بلغ (٠.٣٠١) ، أي أن ما قيمته (٠.٣٠١) من التغيير في جودة خدمة العميل الرقمية ناتج عن التغيير في التقنيات الرقمية ، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (٠.٢٤٠) ، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في التقنيات الرقمية، يؤدي إلى التأثير في جودة خدمة العميل الرقمية بمقدار قدره (٠.٢٤٠) ، وتؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (٣٧.٨٨١) وهي دالة عن مستوى معنوية ٠.٠٥ ، كما بلغت قيمة T المحسوبة (٦.١٥٥) وهي دالة عند مستوى معنوية ٠.٠٥ ، ومما سبق يتضح لنا تحقق الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على أنه: " توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التقنيات الرقمية وجودة خدمة العميل الرقمية " .
الفرضية الفرعية الثانية:

" توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تجربة العميل وجودة خدمة العميل الرقمية "

وللتحقق من صحة هذا الفرضية الفرعية الثانية قام الباحث باستخدام الانحدار الخطي البسيط.

جدول رقم (٩) يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير تجربة العميل على جودة خدمة العميل الرقمية

المتغير التابع	الارتباط (R)	معامل التحديد R ²	المحسوبة F	مستوي الدلالة Sig	درجات الحرية DF	معامل الانحدار β	المحسوبة T	مستوي الدلالة Sig
جودة خدمة العميل الرقمية	0.706	٠.٤٩٨	١٦.٢٤٢	٠.٠٠٠	الانحدار	٠.٣٤٢	٤.٦١٦	٠.٠٠٠
					اليواقي			
					المجموع			

يتضح من الجدول السابق رقم (٩) وجود تأثير لتجربة العميل على جودة الخدمات المصرفية، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لتجربة العميل على جودة الخدمات المصرفية، إذ بلغ معامل الارتباط R (٠.٧٠٦) عند مستوي معنوية ٠.٠٥، أما معامل التحديد R² فقد بلغ (٠.٤٩٨)، أي أن ما قيمته (٠.٤٩٨) من التغير في جودة خدمة العميل الرقمية ناتج عن التغير في تجربة العميل، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (٠.٣٤٢)، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في تجربة العميل، يؤدي إلي التأثير في جودة خدمة العميل الرقمية بمقدار (٠.٣٤٢)، وتؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (١٦.٢٤٢) وهي دالة عن مستوي معنوية ٠.٠٥، كما بلغت قيمة T المحسوبة (٤.٦١٦) وهي دالة عند مستوي معنوية ٠.٠٥، ومما سبق يتضح لنا تحقق الفرضية الفرعية الثانية التي تنص علي أنه:

توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تجربة العميل وجودة خدمة العميل الرقمية

الفرضية الفرعية الثالثة:

"توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التقنيات الرقمية وجودة العمليات المصرفية."

وللتحقق من صحة هذا الفرضية الفرعية الثالثة قام الباحث باستخدام الانحدار الخطي البسيط.

جدول رقم (١٠) يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير التقنيات الرقمية على جودة العمليات المصرفية

مستوي الدلالة Sig	المحسوبة T	معامل الانحدار β	درجات الحرية DF		مستوي الدلالة Sig	المحسوبة F	معامل التحديد R^2	الارتباط (R)	المتغير التابع
٠.٠٠	٤٧١٤	٠.٣١٢	١	الانحدار	٠.٠٠	١١.٠٣٤	٠.٢٨	٠.٥٣	جودة العمليات المصرفية
			٢١١	البواقي					
			٢١٢	المجموع					

يتضح من الجدول السابق رقم (١٠) وجود تأثير للتقنيات الرقمية على جودة العمليات المصرفية، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية للتقنيات الرقمية على جودة العمليات المصرفية، إذ بلغ معامل الارتباط R (٠.٥٣) عند مستوي معنوية ٠.٠٥، أما معامل التحديد R^2 فقد بلغ (٠.٢٨)، أي أن ما قيمته (٠.٢٨) من التغير في جودة العمليات المصرفية ناتج عن التغير في التقنيات الرقمية، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (٠.٣١٢)، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في التقنيات الرقمية، يؤدي إلي التأثير في جودة العمليات المصرفية بمقدار (٠.٣١٢)، وتؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (١١.٠٣٤) وهي دالة عن مستوي معنوية ٠.٠٥، كما بلغت قيمة T المحسوبة (٤.٧١٤) وهي دالة عند مستوي معنوية ٠.٠٥، ومما سبق يتضح لنا تحقق الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص علي أنه: "توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التقنيات الرقمية وجودة العمليات المصرفية."

الفرضية الفرعية الرابعة:

" توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تجربة العميل وجودة العمليات المصرفية "

وللتحقق من صحة هذا الفرضية الفرعية الرابعة قام الباحث باستخدام الانحدار الخطي البسيط.

جدول رقم (١١) يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لتأثير التقنيات الرقمية على جودة العمليات المصرفية

المتغير التابع	الارتباط (R)	معامل التحديد R ²	المحسوبة F	مستوي الدلالة Sig	درجات الحرية DF	معامل الانحدار β	المحسوبة T	مستوي الدلالة Sig
جودة العمليات المصرفية	٠.٧٣١	٠.٥٣٤	١٣.٠٨١	٠.٠٠٠	١ الانحدار	٠.٣٦٢	٤.٦١٧	٠.٠٠٠
					٢١١ البواقي			
					٢١٢ المجموع			

يتضح من الجدول السابق رقم (١١) وجود تأثير لبعد التقنيات الرقمية على جودة الخدمات المصرفية ، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لبعد التقنيات الرقمية على جودة العمليات المصرفية ، إذ بلغ معامل الارتباط R (٠.٧٣١) عند مستوي معنوية ٠.٠٥ ، أما معامل التحديد R² فقد بلغ (٠.٥٣٤) ، أي أن ما قيمته (٠.٥٣٤) من التغير في جودة العمليات المصرفية ناتج عن التغير في التقنيات الرقمية و ، كما بلغت قيمة درجة التأثير β (٠.٣٦٢) ، وهذا يعني أن الزيادة بدرجة واحدة في التقنيات الرقمية، يؤدي إلى التأثير في جودة العمليات المصرفية بمقدار (٠.٣٦٢) ، وتؤكد معنوية هذا التأثير قيمة F المحسوبة والتي بلغت (١٣.٠٨١) وهي دالة عن مستوي معنوية ٠.٠٥ ، كما بلغت قيمة T المحسوبة (٤.٦١٧) وهي دالة عند مستوي معنوية ٠.٠٥ ، ومما سبق يتضح لنا تحقق الفرضية الفرعية الأولى التي تنص علي أنه: " توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تجربة العميل وجودة العمليات المصرفية "

ومما سبق يتضح لنا تحقق الفرضية الرئيسية التي تنص على أنه: توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

النتائج و التوصيات

النتائج :

من نتائج التحليل الاحصائي للدراسة الميدانية يتضح لنا تحقق وجود تأثير ذي دلالة احصائية لتطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية في قطاع البنوك العامة و قطاع البنوك الخاصة وإن كان مرتفعاً نسبياً في البنوك العامة وهو ما يقسر تبادل بنكي مصر والبنك الاهلي المصري الحصول على جائزة افضل بنك في التحول الرقمي والابتكار الرقمي السنويتين المقدمتين من اتحاد المصارف العربية في السنوات الثلاثة الأخيرة. ٤٧ و٤٨

وذلك يرجع لزيادة حجم الاستثمار في التحول الرقمي في البنوك العامة خصوصاً في البنية التحتية بسبب ضخامة قيمة وحجم ودائع العملاء لديهم التي تتيح لهم الاستثمار علاوة على ضخامة قيمة و حجم معاملاتهم اليومية خصوصاً المتعلقة بالمعاملات الحكومية مثل المعاشات والحوالات الحكومية وسداد الفواتير والرسوم المختلفة علاوة على زيادة عدد فروعهم بنسبة كبيرة بالمقارنة بالبنوك الخاصة خصوصاً الفروع الإلكترونية فبنك مصر يبلغ عدد فروعه ٦٠٠ فرع ويقوم بإنشاء اول بنك رقمي متكامل بالتعاون مع أتوس الفرنسية براس مال ٣ مليار جنيه والبنك الاهلي المصري يبلغ عدد فروع ٥٥٣ فرع و٢٣ فرع رقمي بينما يملك المصرف المتحد ٦٦ فرع و ٤ فروع رقمية بينما لبنك HSBC ١٠٠ فرع و ٢٠ وحدة مصرفية مصغرة.

التوصيات

(١) توصيات خاصة بالقيادات المصرفية بالقطاع المصرفي المصري

- تعزيز تطبيق التحول الرقمي بالقطاع المصرفي كله.
- التوسع في إنشاء الفروع الرقمية للمصارف.

- رفع كفاءة العاملين رقمياً والتدريب المستمر على التعامل الرقمي مع الخدمات الرقمية والعملاء.
- التوسع في منظومة الشمول المالي التي تدعم زيادة التحول الرقمي في القطاع المصرفية.
- التوسع في حملات تثقيف المواطنين بأهمية التحول الرقمي والخدمات المتاحة وكيفية استخدامها.
- زيادة الاستثمار في البنية التحتية اللازمة لاستكمال التحول الرقمي بالقطاع المصرفي.
- المطالبة بتيسير إجراءات الحصول على رخصة التحول الرقمي خصوصاً للبنوك الخاصة.
- التوسع في الاستثمار في برمجيات الامن الإلكتروني ومنع القرصنة وحماية الشبكات المصرفية .
- نشر ثقافة تطبيق التحول الرقمي بين العاملين وتطوير الثقافة التنظيمية إلى ثقافة تنظيمية رقمية.

٢) توصيات خاصة بالخدمات المقدمة للعملاء

- تطوير موقع البنك على الإنترنت وجعله أكثر تفاعلاً مع العملاء وتسهيل وصول العملاء إليها وسهولة تصفح محتواها وتعزيز وجودها في محركات .
- انشاء تطبيقات تستخدم من الكمبيوتر الشخصي واللوح للخدمات الرقمية بجانب تطبيقات الموبيل.
- البحث من خلال دعم استراتيجيـة SEO الخاصة بدعم التواجد على محركات البحث.
- التوسع في الخدمات الرقمية الأكثر استخداماً من العملاء مثل ماكينات الصراف الألي التي لا تزال غير كافية والمحافظ الإلكترونية.
- تسويق الخدمات الرقمية للعملاء التقليديين الغير متعاملين رقمياً وعمل ورش تسويقية منتظمة لهم من خلال المصارف.

- زيادة التفاعل من خلال وسائل الاتصال الاجتماعي الخاصة بالبنوك مع العملاء وسرعة الاستجابة لشكاويهم واستفساراتهم .
- التوسع في تقديم خدمات مصرفية رقمية جديدة تواكب التطور التكنولوجي السريع.

٣) توصيات خاصة بالأبحاث المستقبلية

- التوسع في إجراء أبحاث التحول الرقمي في قطاعات أخرى غير القطاع المصرفي وخصوصاً القطاعات ذات الأهمية الشعبية مثل الصحة والتعليم.
- الاتجاه لإجراء أبحاث خاصة بتكنولوجيا المعلومات وتطوير التطبيقات الإلكترونية والابحاث المساعدة للتحول الرقمي.
- إجراء أبحاث مستقبلية عن أثر التحول الرقمي على جوانب أخرى في القطاع المصرفي بالإضافة إلى جودة الخدمات المصرفية.

استمارة استقصاء

أخي الفاضل / اختي الفاضلة

موظفي بنك..... ، المحترمين

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

يسعدني ويشرفني مشاركتكم القيمة في تعبئة عبارات الاستبيان الموضوع بين أيديكم
بعنوان

" أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية – دراسة تطبيقية على
مجموعة من البنوك المصرية " ، حيث أن حضراتكم من ضمن الفئة المستهدفة.

نرجو من حضراتكم بأبداء الرأي بما يعبر عن وجهة نظركم بكل موضوعية وشفافية
علماً بأنه يتم جمع تلك البيانات لأغراض البحث العلمي فقط وسوف تعامل من قبلنا
بسرية تامة.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،،،

د/ أشرف عبد الرحمن

بريد إلكتروني:

هاتف :

أولاً: البيانات الشخصية

أ. الجنس

○ ذكر ○ أنثى

ب. العمر

○ أقل من ٣٠ سنة

○ من ٣٠ سنة إلى ٣٩ سنة

○ من ٤٠ إلى ٤٩ سنة

○ من ٥٠ سنة فأكثر

ت. المؤهل العلمي:

○ بكالوريوس

○ ليسانس

○ ماجستير

○ دكتوراه

ث. سنوات الخبرة

○ أقل من ٥ سنوات

○ من ٦ إلى ٩ سنوات

○ من ١٠ إلى ١٤ سن

○ من ١٥ سنة فأكثر

ج. المستوى الوظيفي

○ مدير إدارة

○ مدير قطاع

○ مدير عام

أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري
د/ اشرف عبد الرحمن محمد عبد الرحمن

ثانياً: محاور الاستبيان

الرجاء التفضل بوضع علامة (√) أمام الاختيار الذي ترونه يتوافق مع وجهة نظرك

	أوافق تماماً	أوافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماماً
بعد التقنيات الرقمية					
١					التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك متطورة ودائمة التحديث
٢					التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك تحافظ على سرعة واستمرارية الاتصال مع العملاء
٣					التقنيات المصرفية المستخدمة من البنك تحافظ على خصوصية وسلامة بيانات العملاء
٤					التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك توفر خدمات مصرفية إلكترونية متكاملة
٥					التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك ترفع من كفاءة العمليات المصرفية الداخلية
٦					التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك مؤمنة من الاختراق بدرجة عالية وعلى قدر عال من الأمن المعلوماتي.
٧					التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك تساعد مدراء البنك في صنع القرار
٨					التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك عززت من الموقف التنافسي للبنك
٩					التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك أدت إلى زيادة ربحية البنك
بعد تجربة العميل					
١					الموقع الإلكتروني للبنك على الانترنت متطور وتفاعلي مع العملاء
٢					يوفر البنك للعملاء الإرشادات الكافية لنجاح تجربة العميل الرقمية
٣					خطوات المعاملات الرقمية تتم بسلاسة ويسر
٤					الدعم الفني للمنصات الرقمية يسمح بتواصلها لتقديم خدماتها على مدار اليوم وطوال الأسبوع

أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري
د/ اشرف عبد الرحمن محمد عبد الرحمن

٥	الحملات التسويقية للخدمات الرقمية ساهمت في تعزيز تجربة العميل				
٦	المنصات الرقمية والتطبيقات الإلكترونية التي يقدمها البنك متنوعة وسهلة الاستخدام من العملاء				
بعد خدمة العملاء الرقمية					
١	التحول الرقمي أدى لتوفير وقت وجهد العملاء لإتمام المعاملات.				
٢	التحول الرقمي أدى لزيادة رضا وولاء العملاء عن خدمات البنك.				
٣	التحول الرقمي ساهم في سرعة الاستجابة لشكاوى العملاء وسرعة حلها .				
٤	التحول الرقمي أدى لزيادة قيمة وحجم تعاملات العملاء مع البنك				
٥	التحول الرقمي ساعد على زيادة المرونة الوقتية لإتمام العملاء معاملاتهم المصرفية				
بعد جودة العمليات المصرفية					
١	التحول الرقمي رفع من جودة العمليات التشغيلية الداخلية				
٢	التحول الرقمي أدى إلى توفير وقت وتكلفة العمليات المصرفية				
٣	التحول الرقمي ساهم في تحسين نماذج الاعمال المصرفية التقليدية				
٤	التحول الرقمي ادى إلى ابتكار نماذج أعمال مصرفية جديدة				
٥	التحول الرقمي ساهم في رفع كفاءة الموظفين القائمين بالعمليات المصرفية				

هل لديك ملاحظات أخرى على أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية؟

.....

شكرا لتعاونكم

المراجع

- 1 Kim, R. Y. (2020) " **The impact of COVID-19 on consumers: Preparing for digital sales** "IEEE Engineering Management Review, 8581(c), 1-1
- 2 Ismail, M. H., Khater, M., & Zaki, M. (2017). **Digital business transformation and strategy: What do we know so far?**
- 3 Jonsson, A., Areas dos Santos, L., & Gangabada Arachchilage, P. (2020). **The Key Aspects of Digitalization on Employees' Engagement in the Bank Service Delivery**
- 4 Stark, J. (2020) " **Digital Transformation of Industry**" Geneva, Switzerland: Springer International Publishing
- 5 Muehlburger, M., Rueckel, D., & Koch, S. (2019). **A framework of factors enabling digital transformation**
- ٦ علي السلمي، إدارة التميز: نماذج وتقنيات الإدارة في عصر المعرفة، (القاهرة: دار غريب للنشر، ٢٠٠٢)، ص ٥٧
- 7 Hemerling, J., Kilmann, J., Danoesastro, M., Liza Stutts, L., & Ahern, C. (2018). **It's not a digital transformation without a digital culture**
- 8 Kotler, Philip, et al. "**Marketing Management**, 15e edition." New Jersey: Pearson Education (2016)
- 9 Salihu, Armend, and Hasan Metin. "The impact of services, assurance and efficiency in customer satisfaction on electronic banking services offered by banking sector." **Journal of Internet Banking and Commerce** 22.3 (2017): 1-12.
- ١٠ تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠٠٥
- ١١ زياد رمضان محمود، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ٢٠٠٣،
- ١٢ فريد كورتل، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، الأردن، ٢٠٠٩.

- 13 Ozretic-Dosen, Durdana, and Ines Zizak. "Measuring the quality of banking services targeting student population." **EuroMed Journal of Business** (2015)
- 14 Westerman, George, Bonnet, Didier & McAfee, Andrew (2014) "**The Nine Elements of Digital Transformation**" MIT Sloan Management
- 15 Pazarbasioglu, C., Mora, A. G., Uttamchandani, M., Natarajan, H., Feyen, E., & Saal, M. (2020). **Digital financial services**. World Bank Group.
- 16 Pazarbasioglu, C., et al, **Op.cit**,
- ١٧ فريد حبيب ليان، (٢٠١٩) التكنولوجيا المالية جسر القطاع المالي إلى المستقبل، اتحاد شركات الاستثمار.
- ١٨ فريد حبيب ليان، المرجع السابق.
- ١٩ فريد حبيب ليان، نفس المرجع السابق.
- ٢٠ فريد حبيب ليان ، نفس المرجع السابق.
- 21 Fehér, P., & Varga, K. (2019, September). The Value of Customer Journey Mapping and Analysis in Design Thinking Projects. **In International Conference on Business Process Management** (pp. 333-336). Springer, Cham.
- 22 Bonnet, Didier & Westerman, George (2020)" **The New Elements of Digital Transformation**" MIT Sloan Management Review November 19.
- 23 Bonnet, Didier & Westerman, George (2020), **Op.cit**,
- 24 Bonnet, Didier & Westerman, George (2020), **Op.cit**,
- 25 Guzmán-Ortiz, C., Navarro-Acosta, N., Florez-Garcia, W., & Vicente-Ramos, W. (2020). Impact of digital transformation on the individual job performance of insurance companies in Peru. **International Journal of Data and Network Science**, 4(4), 337-346.

- 26 Jonsson, A., Areas dos Santos, L., & Gangabada Arachchilage, P. (2020). **The Key Aspects of Digitalization on Employees' Engagement in the Bank Service Delivery**
- 27 Wadesango, N., & Magaya, B. (2020). THE IMPACT OF DIGITAL BANKING SERVICES ON PERFORMANCE OF COMMERCIAL BANKS. **Journal of Management Information and Decision Sciences**, 23, 343-353
- ٢٨ بوخولوف، بدر. "دور التحول الرقمي في تجويد الخدمة العمومية بالمغرب." **مجلة القانون والأعمال**: جامعة الحسن الأول - كلية العلوم القانونية والاقتصادية والاجتماعية - مختبر البحث قانون الأعمال ٥٨٤ (٢٠٢٠): ١٨٤ - ٢٠٠.
- ٢٩ أوكيل، رابح، و ريم خالدي. "التحول الرقمي للمنظمات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال." **مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية**: جامعة محمد بوضياف المسيلة - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ٤٤ (٢٠١٨): ١٦٠ - ١٦٩.
- ٣٠ محمد، عبدالرحمن حسن حسن، و محمد أحمد الغبيري. "واقع التحول الرقمي للمملكة العربية السعودية: دراسة تحليلية." **مجلة العلوم الإدارية والمالية**: جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي - كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير مج ٤، ٣٤ (٢٠٢٠): ٨ - ٣
- ٣١ مريم نعموني ٢٠٢٠ تأثير الثقافة التنظيمية على نجاح التحول الرقمي في المؤسسة **مجلة معهد العلوم الاقتصادية** Volume 23, Numéro 2, Pages 561-575
- ٣٢ يـوب أمـال، بوديزة إكرام ٢٠٢٠ أثر التغيير التنظيمي في نجاح التحول الرقمي بالمؤسسات العمومية الجزائرية -دراسة استطلاعية لعينة من بلديات ولاية سكيكدة- **مجلة الإقتصاد الجديد** - Volume 10, Numéro 3, Pages 44-60
- ٣٣ إبراهيم، بسمة إبراهيم عبدالبصير. "دراسة استشرافية لإدارة التحول الرقمي بوزارة الشباب والرياضة وإنعكاسها على مستوى الكفاءة المؤسسية اعتمادا على أسلوب السيناريوهات تحقيقا لرؤية مصر ٢٠٣٠." **المجلة العلمية للتربية البدنية وعلوم الرياضة**: جامعة حلوان - كلية التربية الرياضية للبنين ٨٨٤ (٢٠٢٠): ١ - ٢٨.
- ٣٤ حماد، محمد محمد محمود. "دور التحول الرقمي في تطوير أداء العاملين: دراسة ميدانية على الشركة المصرية لتجارة الأدوية." **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية**: جامعة مدينة السادات - كلية التجارة مج ٧، ٢٤ (٢٠٢٠): ١ - ٢٣.

- ٣٥ نواف بن ضيف الله قزغان الحمادي العتيبي ٢٠٢٠ التحول الرقمي وأثره في تقليل تكلفة الخدمات : من وجهة نظر العاملين بالنيابة العامة بمنطقة مكة المكرمة رسالة ماجستير - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية-كلية العلوم الإدارية، قسم الإدارة العامة، تخصص الإدارة العامة،
- ٣٦ العنزي، سالم محمد معطش جمعان. "دور التحول الرقمي في تفعيل آليات ضبط مخاطر التكنولوجيا المالية وأثرها على الخدمات المصرفية الإلكترونية في ظل أزمة كوفيد-١٩: دراسة ميدانية علي البنوك الكويتية." *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية: جامعة مدينة السادات - كلية التجارة* مج ٦، ١٤ (٢٠٢٠): ١٢٧ - ١٥٠.
- ٣٧ وديع، أسامة وجدي، و مديحة محمد متولي. "البنوك الرقمية: المنتجات ومتطلبات التحول وانعكاساتها على المركز التنافسي." *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية: جامعة مدينة السادات - كلية التجارة* مج ٧، ٢٤ (٢٠٢٠): ١ - ٥٦.
- ٣٨ على، خالد محمد عبدالستار. "قياس مدى رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية: دراسة تطبيقية على بعض البنوك التجارية المصرية." *مجلة التجارة والتمويل: جامعة طنطا - كلية التجارة* ٤٤ (٢٠١٧): ٤١٧ - ٤٥٦.
- ٣٩ عز الدين، عبدالمنعم غانم. "تقويم جودة الخدمات المصرفية: نموذج مقترح." *مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية: جامعة القدس المفتوحة* مج ٢، ٥٤ (٢٠١٦): ٧٥ - ١٠٣.
- ٤٠ أحمد، أحمد الطاهر محمد "جودة الخدمات المصرفية: كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك." *المال والاقتصاد: بنك فيصل الإسلامي السوداني* ٧٨٤ (٢٠١٥): ٣٤ - ٣٥
- ٤١ هروس، عبدالله الصادق جمعة "التسويق المصرفي وأثرها على جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية بالتطبيق على البنوك التجارية الليبية." *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية: جامعة قناة السويس - كلية التجارة بالاسماعيلية* مج ٨، ٣٤ (٢٠١٧): ٢٣٩ - ٢٧١..
- ٤٢ رجم، نور الدين "قياس موقف الزبائن اتجاه جودة الخدمات المصرفية: دراسة مقارنة بين بنك الفلاحة والتنمية الريفية، والصندوق الوطني للتوفير والاحتياط." *مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية: جامعة لونيبي علي البليدة* ٢ - مخبر التنمية الاقتصادية والبشرية ١٧٤ (٢٠١٧): ٢٧٣ - ٢٨٥

٤٣ النحاس، محمد نبيل إبراهيم. "دور إستراتيجيات المزيج التسويقي في زيادة كفاءة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية بالتطبيق على البنوك التجارية في مصر." **المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية**: جامعة قناة السويس - كلية التجارة بالاسماعيلية مج٧، ع٤ (٢٠١٦): ٥٢٠ - ٥٤٢

44 Plasmeijer,E.,Raaij,F.(2017).Banking system trust, bank trust, and bank loyalty. **International Journal of Bank Marketing**,35(1), 97-111,

45 Kwateng,K.O., Atiemo,K., Appiah,C. (2019).Acceptance and use of mobile banking: an application of UTAUT2. **Journal of Enterprise Information Management**, 32(1), 118-151

46 Saeed. S., Azim. M., Humyon, A. F., Choudhary. A. I (2015), "Service quality factors affecting adaption of internet banking in Pakistan", **International Journal of Economics, Commerce and Management**, 3(2), 1-10.,

47 <https://masrafeyoun.ebi.gov.eg>

48 <https://gate.ahram.org.eg/daily/News/203612/117/791482>