



التحول الرقمي ودوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية

(دراسة ميدانية بمصرف الخليج الأول)

منير على القحواش¹

ghahwash@gmail.com

سالم سليم الدوفاني²

Salem.2042@gmail.com

سراج مولود العائب³

seargnaas@gmail.com

^{1,2,3}كلية العلوم الإدارية والمالية / طرابلس

Digital Transformation and Its Role in Improving the Quality of Banking Services

(A Field Study at First Gulf Bank)

Muneer Ali Al-Qahwash¹

Salem Salim Al-Dofani²

Siraj Mouloud Al-Ayeb³

^{1,2,3}Faculty of Administrative and Financial Sciences – Tripoli

تاريخ الاستلام: 2026/01/02 - تاريخ المراجعة: 2026/01/20 - تاريخ القبول: 2026/01/29 - تاريخ النشر: 2026/02/21

ملخص البحث

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وذلك من خلال دراسة ميدانية أجريت بمصرف الخليج الأول. وتتناول الدراسة مدى إسهام تبني التقنيات الرقمية الحديثة، مثل الخدمات المصرفية الإلكترونية، والتطبيقات الذكية، والأنظمة الآلية، وقنوات الاتصال الرقمية، في تعزيز كفاءة الخدمة وسرعتها وأمانها، إضافة إلى رفع مستوى رضا العملاء.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال تصميم استبيان وُزِعَ على عينة من موظفي المصرف وعملائه، بهدف قياس آرائهم حول واقع التحول الرقمي وأثره في أبعاد جودة الخدمة المصرفية. وأظهرت النتائج وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية للتحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية، لا سيما في جوانب الاستجابة، والاعتمادية، وسهولة الوصول إلى الخدمات، وتحسين تجربة العميل.

وأوصت الدراسة بضرورة الاستمرار في تطوير البنية التحتية الرقمية، وتعزيز أنظمة الأمن السيبراني، وتوفير برامج تدريبية مستمرة للعاملين، إضافة إلى تبني حلول رقمية مبتكرة تلبي احتياجات العملاء المتجددة، بما يساهم في تعزيز القدرة التنافسية وتحقيق الاستدامة في القطاع المصرفي.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، جودة الخدمات المصرفية، الخدمات المصرفية الإلكترونية، رضا العملاء، الكفاءة التشغيلية، تجربة العميل، التكنولوجيا المالية، الأمن السيبراني، الأداء المؤسسي، الابتكار الرقمي.

1.1 المقدمة

في عصر يتصف بالتغيرات السريعة والتطورات التكنولوجية المتسارعة، أصبح التحول الرقمي ضرورة ملحة لمختلف القطاعات، وخاصة في المجال المصرفي، يمثل التحول الرقمي عملية إعادة تصميم شاملة للعمليات والخدمات، تهدف إلى تحسين الكفاءة وتعزيز تجربة العملاء. إن هذا التحول لا يقتصر على تحديث الأنظمة التكنولوجية فحسب، بل يشمل أيضاً تغيير الثقافة المؤسسية، وتحسين استراتيجيات العمل، وتبني الابتكار كجزء أساسي من العمليات اليومية. وتتزايد أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية، حيث توفر للعملاء إمكانية الوصول إلى حساباتهم وإجراء المعاملات في أي وقت ومن أي مكان. في ظل الحياة السريعة التي نعيشها اليوم، أصبح العملاء يتوقعون خدمات مصرفية سريعة وفعالة. بفضل التقدم في تكنولوجيا المعلومات، أصبح بإمكان المؤسسات المالية تطوير حلول مبتكرة تشمل التطبيقات المصرفية، وخدمات الدفع عبر الهاتف المحمول، وأنظمة إدارة الحسابات الذكية، مما يسهم في تلبية احتياجات العملاء بشكل أسرع وأكثر كفاءة. تتراوح فوائد التحول الرقمي في القطاع المصرفي بين تحسين مستوى الأمان في المعاملات، وتقليل التكاليف التشغيلية، وزيادة القدرة التنافسية. على سبيل المثال، يمكن أن تؤدي تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات إلى تحسين إدارة المخاطر، إذ تتيح للمصارف توقع المشكلات المحتملة والتفاعل معها بسرعة. كما أن التحول الرقمي يعزز من مستوى الشفافية والامتثال للقوانين، مما يزيد من ثقة العملاء في المؤسسات المالية.

ومع ذلك، يواجه القطاع المصرفي تحديات متعددة خلال عملية التحول الرقمي. من أبرز هذه التحديات مقاومة التغيير من قبل الموظفين، حيث قد يشعر البعض بعدم الارتياح تجاه التكنولوجيا الجديدة. بالإضافة إلى ذلك، تحتاج المؤسسات إلى استثمار كبير في تطوير البنية التحتية التكنولوجية، مما قد يمثل عبئاً مالياً. كما أن الالتزام بالمعايير التنظيمية والقوانين المحلية والدولية يتطلب جهداً مضاعفاً لضمان الامتثال.

1.2 مشكلة الدراسة

أصبحت المصارف في مختلف دول العالم تتجه نحو التحول الرقمي كخيار استراتيجي لتحسين خدماتها المصرفية الإلكترونية وتعزيز قدرتها التنافسية. وفي ليبيا، ورغم الجهود المبذولة من قبل بعض المصارف في تطوير أنظمتها التقنية وتوسيع نطاق خدماتها الرقمية مثل خدمات الإنترنت المصرفي، البطاقات الذكية، والتطبيقات الإلكترونية، إلا أن هذا التحول مازال يواجه العديد من التحديات التي تحدّ من فعاليته وأثره المباشر على تحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء. وتتمثل أبرز هذه التحديات في ضعف البنية التحتية التكنولوجية، وقصور أنظمة الحماية والأمن السيبراني، وغياب التكامل بين الأنظمة المصرفية، إضافة إلى محدودية وعي العملاء بأليات استخدام الخدمات الإلكترونية، ومقاومة بعض الموظفين للتغيير نتيجة نقص التدريب والتأهيل التقني. كما أن الظروف الاقتصادية والسياسية التي تمر بها ليبيا انعكست سلباً على سرعة وتيرة التحول الرقمي في القطاع المصرفي، مقارنة بما تشهده المصارف في دول أخرى،، لذلك يمكن طرح التساؤل التالي:

ما مدى تأثير التحول الرقمي في تحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية بمصرف الجمهورية، وما التحديات التي تواجهه؟

1.3 فرضيات الدراسة:

للإجابة على إشكالية للدراسة تم اقتراح الفرضية الرئيسية التالية:

الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد أثر ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

ويتفرع من الفرضية الرئيسية الفرضيات الأتية

1. يوجد أثر ذات دلالة إحصائية بين التقنيات الرقمية وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية
2. يوجد أثر ذات دلالة إحصائية بين أمن المعلومات وحماية البيانات وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

3- يوجد أثر ذات دلالة إحصائية بين البنية التحتية التقنية وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية. الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد أثر ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وأبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية المصرفية)

1.3 أهداف الدراسة:

1. التعرف على واقع تطبيق التحول الرقمي ومستوى جاهزيتها التقنية والتنظيمية بالمصرف.
2. معرفة أثر البنية التحتية التقنية على تحسين جودة وكفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية.
3. التعرف على أثر تطوير العمليات المصرفية الرقمية على تسهيل الإجراءات ورفع كفاءة الخدمات الإلكترونية.
4. الكشف عن العلاقة بين تعزيز أمن المعلومات وحماية البيانات وبين ثقة العملاء في استخدام جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.
5. تحديد أبرز التحديات والمعوقات التي تواجه المصرف في تطبيق استراتيجيات التحول الرقمي.
6. تقديم مقترحات عملية لتطوير تطبيقات التحول الرقمي بما يساهم في تحسين جودة وكفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

1.3 أهمية الدراسة:

1. تكمن الأهمية العلمية لهذه الدراسة من خلال المساهمة المعرفية والفكرية التي ستسهم بها لتكوين إطار مفاهيمي عن هذه المتغيرات ومنهجية دراستها، كما ستسهم في التعرف على العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصرف ومساعدة الطلبة مستقبلاً في استقاء المعلومات والاستفادة من نتائج هذه الدراسة.
2. ستضيف هذه الدراسة بيانات ومعلومات جديدة تزود بها المكتبة العلمية ويستفيد منها الباحثون وكذلك المهنيون والمهتمين في هذا المجال، وتبرز الأهمية النظرية من هذه الدراسة من خلال تناولها مواضيع ذات أثر مهم على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف التجارية، تتمثل بتسليط الضوء على التحول الرقمي للخدمات المصرفية في ظل تدني الاهتمام بالتحول الرقمي في بعض المؤسسات لرفع كفاءة الخدمات المصرفية وللحفاظ على القدرة التنافسية والحصة السوقية، ومن المتوقع أن تساهم نتائج هذه الدراسة وتوصياتها برفد أصحاب القرار والإدارة العليا في المصرف الخليج بالمعلومات للحفاظ على استدامة المصرف في القطاع المصرفي.

1.5 منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي، وكانت مصادر البيانات لهذه الدراسة الاستبيان لتحديد مشكلة الدراسة، إضافة إلى الكتب، والرسائل العلمية، والأبحاث المنشورة وغير المنشورة، والمجلات والدوريات والتقارير. تم تقسيم الدراسة إلى فصلين يختص الفصل الأول بالجانب النظري والمتعلق بدراسة التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، أما الفصل الثاني فهو الجانب العملي الذي يختص بتحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق توزيع استبانة على عينة الدراسة، وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

1.4 مجتمع وعينة الدراسة:

1. مجتمع الدراسة: هو مصرف الخليج الاوول
2. عينة الدراسة: سيتم اختيار عينة عشوائية بسيطة بلغت (25) استمارة وزعت على موظفي ومسؤولي مصرف الخليج الاوول وتم استرجاع عدد (25) استمارة .

1.7 حدود الدراسة:

1. الحدود المكانية: هي مصرف الخليج الاول والواقعة في نطاق مدينة طرابلس.
2. الحدود الزمنية: هي فترة إعداد الدراسة.

1.8 الدراسات السابقة:

1. دراسة (سلام، سعدي، 2024) بعنوان: التحول الرقمي ودوره في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بحث استطلاعي لعينة من زبائن مصرف بغداد التجاري، تهدف هذه الدراسة لإيضاح دور واهمية التحول الرقمي في التعاملات المصرفية بوصفه احدى المفاهيم الحديثة على الساحة المالية والتي تسعى من خلال المصارف وخصوصا العراقية منها الى التحول نحو الرقمنة والخدمات الالكترونية والاستفادة من هذه الابتكارات في تقديم خدمات مصرفية الكترونية تمتاز بالجودة العالية بما يسهم في اسباع حاجة السوق ومواكبة التطورات الحاصلة اليوم في قطاع المال والاعمال، اذ اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الجوانب المختلفة للتحول الرقمي وجودة الخدمة المصرفية الالكترونية واختبار فرضية البحث من خلال عمل استبانة من 26 فقرة وقد تم تحليلها على وفق البرنامج الاحصائي SPSS فضلاً عن قياس صدق وثبات الاستبانة من خلال اختبار درجة المصادقية بمعامل الفا كرونباخ وذلك لغرض اختبار وقياس درجة المصادقية (الاعتمادية) في الاستجابات الواردة عن أسئلة الاستبانة، اذ تكمن مشكلة البحث في بيان تأثير التحول الرقمي في المصارف ودوره في تعزيز جودة الخدمة المصرفية الالكترونية، والتي على أساسها تم قبول الفرضية البديلة وقد توصل البحث الى نتيجة ان هناك رغبة كبيرة لدى المصرف عينة البحث للتحول الرقمي وتقديم مختلف الخدمات المصرفية الرقمية بشكل يحقق رغبة الافراد، كما توصل البحث الى جملة من التوصيات أهمها ان توظيف الافراد من ذوي المهارات الإمكانيات التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية يساهم بشكل كبير في تحقيق خدمات مصرفية الكترونية ذات جودة عالية.

2. دراسة (حصو، 2024) الرقمنة وأثرها على جودة الخدمات المصرفية دراسة ميدانية من وجهة نظر العمال على المصرف المتحد للتجارة والاستثمار فرع العجيلات.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الرقمنة على جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء، حيث تمحورت مشكلة الدراسة في طرح التساؤل الآتي: ما هو أثر الرقمنة على جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء. اعتمد الباحث على توظيف المنهج الوصفي والتحليل، وإعداد استمارة استبيان لتكون الأداء الرئيسية لجمع البيانات، حيث وزعت (330) استمارة، الصالح منها للتحليل (313) استمارة، وتم تحليلها عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتوصلت الدراسة إلى أن المصرف يستخدم تقنية المصادقة الثنائية للوصول إلى إدارة حساب العميل عن طريق التطبيقات المصرفية التي يستطيع من خلاله إجراء معاملته المصرفية التي تقتصر داخل نطاق فروع المصرف قيد الدراسة، كما يعاني المصرف من ضعف في البنية التحتية للاتصالات مما يعيق العملاء من إجراء معاملاتهم في بعض الأحيان. أوصت الدراسة بضرورة إجراء تعديلات لوظائف التطبيق المصرفي ليشمل إجراء المعاملات المالية خارج نطاق فروع المصرف، والعمل على تحسين البنية التحتية للاتصالات.

3. دراسة (الدبابنة، 2023) بعنوان: أثر تبني التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة في البنك التجاري الأردني. هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تبني البنك التجاري الأردني للتحول الرقمي بأبعاده التقنيات، أمن المعلومات، إدارة العمليات الرقمية على جودة الخدمات المصرفية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية المصرفية في البنك التجاري الأردني، ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال العديد من الأساليب الإحصائية، حيث مثل مجتمع الدراسة البنك التجاري الأردني وأخذ عينة

ملائمة من عدد من عملاء قطاع الأفراد لديه بفروعه الواقعة في مدينة عمان حيث قامت الباحثة بتصميم أداة الدراسة الرئيسية "الاستبيان" وقامت بتوزيع إستبيانات بعدد 210 على العملاء في الفروع الخاصة للبنك التجاري الأردني في محافظة عمان وتم إسترداد 205 إستبيان، وبعد تصفية وترتيب النتائج تم إعتقاد 201 إستبيان لأغراض التحليل الإحصائي، كان أبرزها تحليل الانحدار المتعدد لبيان أثر كل بعد للمتغير المستقل على المتغير التابع وقد تم التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات باستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS وبينت الدراسة عدد من النتائج كان أبرزها: إهتمام البنك بأبعاد التحول الرقمي وأبعاد جودة الخدمات المصرفية، وبينت أن البنك يستمر بتطوير الخدمات المصرفية، وأيضا إهتمام البنك بسلامة أمن المعلومات عند إستخدام الخدمات المصرفية، وأن البنك يدرك أهمية إدارة العمليات الرقمية لما لها من إسهام في تسهيل العمليات، ووجدت الدراسة انه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية أثر تبني التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية. وعلى ضوء ما أفرزته الدراسة من نتائج تم صياغة عدد من التوصيات وكان أبرزها: ضرورة توسيع نطاق التطوير الخاص بالخدمات المصرفية الإلكترونية لتسهيل تجربة المستخدم وتحسينها، الاستمرار بتحسين إدارة الخدمات الرقمية وتطوير وتبسيط العمليات الرقمية لتحسين تجربة العميل. كما وتوصي الباحثة بإجراء مزيد من الدراسات الشبيهة مستقبلاً تتناول أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية وتطبيقها على القطاعات الخدمية أو الصناعية.

الإطار النظري للدراسة

حتى تتضح معالم الدراسة يجب عرض مفهوم متغيرات الدراسة والمتمثلة أساساً في أهمية التحول الرقمي وجودة الخدمات الإلكترونية.

2.1 مفهوم التحول الرقمي:

يعد التحول الرقمي من أهم المواضيع التي تبلور استخدامها حديثاً، وتتبادت المؤسسات الدولية والمحلية على ضرورة تطبيقه في أعمالها وخصوصاً بعيد الثورة الصناعية الرابعة والتي ساهمت في دمج التقنيات بجميع أنواعها مبن انترنت الأشياء، الروبوتات، الذكاء الاصطناعي، الطباعة ثلاثية الأبعاد، الحوسبة السحابية، التقنيات الخلوية، الأشياء الذكية وغيرها من التقنيات ساهمت وتساهم في اضافة تحسينات في نقل التعليمات الرقمية إلى العالم المادي، وإجراء تحولات تربط العالم المادي بالعالم الافتراضي والذي عمل على زيادة قدرة المعالجة غير مسبوقه سعة تخزينية هائلة ووصول غير محدود بين المعارف، وهذا بدوره يساهم في تحقيق أهداف المجتمعات على الصعيد العام والمؤسسات على الصعيد الخاص من تحقيق أهدافها الاستراتيجية بأقل تكلفة وجهيد وجوده مرتقبه. (أل صمغ ، 2018 ، ص3)

1.1.1 تعريف التحول الرقمي

وتعرف الرقمية على أنها عملية إيجاد صورة رقمية يتم من خلالها تحويل المعلومات من صورة مكتوبة على الورق إلى صورة محفوظة على الأجهزة الآلية، بحيث يتم تداولها على شبكة محلية أو الشبكة الدولية للمعلومات، ويتعلق استعمال التكنولوجيا وتسهيلات الوسط الرقمي لتعديل العمليات الداخلية والخارجية، وتحسين خبرة العميل ولا يقتصر هذا التحول فقط على الشركات التي تبيع منتجات رقمية او تركز على الأنترنت والتكنولوجيا، واما تؤثر على جميع المجالات والأقسام. (حاج، 2020 ، ص5)

وأيضاً يعرف التحول الرقمي على أنه "عملية سعي المنظمة الاستخدام تكنولوجيا المعلومات الاتصالات وتكنولوجيا شبكة الأنترنت العالمية، لتحسين أداء مهامها وعملياتها المختلفة، ونقلها لمن يحتاج إليها في داخلها او خارجها، وذلك من خلال الاعتماد على موارد ثلاثة هي: المعلومات المتدفقة والمتوفرة بها وتكنولوجيا ونظم المعلومات المستخدمة والموارد البشرية المناط بها القيام بمهام المختلفة التي تؤدي إلى تحقيق أهداف المنظمة في ظل استراتيجياتها". (رشمان، أبو رحمة، 2020)

ويعرف التحول الرقمي على "أنه عملية انتقال المؤسسات الحكومية والخاصة إلى نموذج عمل على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات، وتيسير إجراءات الحصول على الخدمات المقدمة للعملاء من خلال الاعتماد على الخدمات المبتكرة والإبداعية". (البار ، 2019)

يمكن تعريف التحول الرقمي بأنه "الانتقال من نظام تقليدي إلى نظام رقمي قائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع مجالات العمل السياحي، في ضوء مجموعة من المتطلبات المتمثلة في وضع استراتيجية للتحول الرقمي، ونشر ثقافة التحول الرقمي، وتصميم البرامج السياحية الرقمية، وإدارة وتمويل التحول الرقمي، بالإضافة إلى المتطلبات البشرية، والتقنية، والأمنية، والتشريعية". (خطاب ، 2020 ، ص157)

ويعرف التحول الرقمي أيضاً "أنه استخدام التقنيات الرقمية الحديثة المرتبطة بإنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة والمنصات الرقمية، وذلك بهدف ربط الأشياء والأشخاص والعمليات والبيانات معا". (دبوسي وربيح ، 2015)

2.1.1 أهمية التحول الرقمي

إن ثورة التحول الرقمي اسهمت ببناء مظهر جديد للعالم المالي بعد الأزمة الاقتصادية العالمية عام 2008 وعملت التكنولوجيا الرقمية على خلق تأثيرات وابداعات ايجابية للأعمال وغيرت بشكل كامل الطريقة التي يتعامل بها الناس مع الأموال بشكل أكثر حذر ، إذ ان المستهلكين هم المستفيدين من الموجه السريعة والمتطورة للتحول الرقمي (بريس ، 2020 ، 211) كما إن للتكنولوجيا الرقمية أهمية كبيرة على أحداث التطورات الكبيرة في الإنتاج قواعد البيانات وادوات صنع القرار وللتوزيع (معرفة القنوات الرقمية للعملاء ، وتجربة العملاء الجيدة ، والمرونة في عروض العملاء) ومن ثم يمكن للوافدين الجدد في الحصول على مكان في الصناعة وللتحول الرقمي أهمية واضحة في الأسواق المالية إذ يزيد من معدلات النمو وذلك عن طريق جانبين هامين، حجم الأسواق والاستثمارات، فإذا زاد استثمار المصارف والمؤسسات المالية نتيجة التطورات التكنولوجية المتقدمة سوف يؤثر ذلك وبشكل واضح في توسع حجم الأسواق وزيادتها بشكل يؤدي إلى زيادة العوائد على الاستثمارات وعلى المدى الطويل ، لذا فأن للتحول الرقمي أهمية كبيرة في ترتيب وظائف متكررة ويتقدم واسع المدى مقارنة في التداول سابقاً الذي لم يتيح الحصول على المعلومات بشكل أسهل ، وبتكاليف مرتفعة ومن ثم كان ذلك حاجز أمام دخول عملاء جدد في قطاع إدارة الأصول وفضال عن ذلك فأن للتحول الرقمي دوراً كبيراً وتأثيراً واضحاً على الصناعات المالية المصرفية ومجالات الأعمال مما أدى ذلك الى ايجاد طرائق جديدة للابتكار في العمل للصناعة المصرفية مثل زيادة الاستثمارات بحوث العديدة أن عصر التكنولوجيا الرقمية شهدت تقدماً كبيراً في مجال الاستثمارات سنة بعد أخرى ، وفي 2014 توسعت الاستثمارات بثلاثة اضعاف وبلغت تقريبا 2.12 مليار دولار ، وكانت الاستثمارات في الدول العالمية 4 مليار في سنة 2013 وتزايدت أكثر فيما بعد وزادت أهمية التحول الرقمي واخذت شهرة واسعة، وانتشرت في بلدان متعددة ولاسيما بين عامي 2011 و2016، وأصبحت البنوك الرقمية تستثمر استثمارات مباشرة كبيرة للتكنولوجيا الحيوية.

فضلاً عن ما ذكر فأن للتكنولوجيا الرقمية أهمية أيضاً في تسيير الطريقة التي عن طريقها يتم الوصول الى المدفوعات بكل أمان وسرية وتخفيض التكاليف الصغيرة والمتوسطة وذلك عن طريق التقدم في مجال الخدمات المالية وشفافية العمليات الحكومية لتخلص من الفساد، عن طريق التقنيات التي يوفرها التحول الرقمي يمكن الكشف عن الاحتمالات وادارة مخاطر الائتمان والتحسين من ادارة الضمانات والاتباع التنظيمي ومن ثم توفير الاستقرار المالي، والاندماج المالي .

3.1.1 مكونات الأساسية للتحول الرقمي

نال موضوع تحديد مكونات التحول الرقمي اهتمام الكثير من الباحثين في هذا المجال ومن بينهم إذ قاموا بتحديد هذه المكونات عن طريق مراجعة وتحليل أكثر من 70 من المطبوعات الأكاديمية للأعمال الرقمية، فضلاً عن ذلك تم إجراء العديد من المقابلات الاستكشافية مع الخبراء والمختصين والمستشارين في مجال التحول الرقمي وكانت كل المطبوعات

الأكاديمية تتميز بدرجة عالية من الموثوقية، الأمر أدى ذلك الى اقتراح مجموعة مكونات وهي : الاستراتيجية الرقمية ، التقنيات الرقمية، القدرات التنبؤية التحليلية ، علاقات العملاء ، الثقافة والناس ، علاقة الشبكة ، نماذج الأعمال الرقمية الجديدة ولوحظ عن طريق الأبحاث التي جرت عن هذه المكونات ان البعض يركز على الجانب التنظيمي، والبعض الآخر يركز على السياقات التكاملية بين هذه الأبعاد، والبعض الآخر يركز على الكفاءات التنظيمية التي سيحققها التحول الرقمي والآتي نات لتلك مختصر لتلك المكونات: (بريس ، 2020، 211)

1. التقنيات الرقمية : مثل انترنت الأشياء واجهزة المحمول والطابعات الثلاثية الأبعاد والبيانات الكبيرة والذكاء الاصطناعي وكذلك الحوسبة السحابية في نماذج الأعمال في العديد من المؤسسات والشركات.
2. الاستراتيجية الرقمية: تتمثل الاستراتيجية الرقمية في مجموعة العمليات التنظيمية والأهداف والقضايا التي تتعلق بالتحول الرقمي .
3. القدرات التنبؤية والتحليلية: يجب على المؤسسة لكي تكون ناضجة بشكل رقمي إن يكون لها القدرة على التنبؤ بالظروف البيئية والتكيف معها بسرعة.
4. رقمته (Digitized) العملاء وعلاقتهم: يتمثل هذا البعد بجميع النواحي المتعلقة بعلاقات العملاء ومدى تأثير التقدم التكنولوجي الرقمي على هذه العلاقات.
5. الثقافة والناس: يعد التعامل مع الثقافة السائدة في المجتمع من الصعوبات الكبيرة التي تقابلها المؤسسات عندما تتحول رقمياً، إذ إن للثقافة أهمية كبيرة في تكوين المواقف والسلوكيات التي تتعلق بالأداء التنظيمي.
6. العلاقات الشبكة: إن المنظمة التي تسعى الى التطور رقمياً يجب ان تكون عنصراً من عناصر الشبكة التي تتمثل بالموردين، والشركات الناشئة ، والحكومات ، والمستثمرين ، والجامعات، اذ إن تقنيات التكنولوجيا الرقمية تتفاعل بشكل كبير مع هؤلاء اللاعبين عن طريقها تقنيات الاتصالات التي تكون على مستوى عال من السرعة والدقة والتواصل.
7. نماذج الأعمال الرقمية الجديدة : إن المنظمات التي تتمتع بنضج رقمي يمكن أن تقوم بإنشاء نماذج أعمال جديدة تنافسية، إذ أن التقنيات الرقمية المتكاملة تمكن المنظمات من تطوير عروضها.

2.2 مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

في ظل التطور المضطرب في وسائل الاتصالات وشبكات الإنترنت وازدياد مستخدمي هذه الشبكات تطور مفهوم الخدمات المالية علي الخط ليتحول إلى مصرف له وجود علي الشبكة ويتضمن موقعه جميع البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، مما يمكن العميل من الدخول إلي حساباته ليس فقط عن طريق جهاز الحاسوب الخاص به مثل المصرف المنزلي أو المصرف على الخط بل يمكن الدخول من أي جهاز حاسوب آخر .

إن رغبات العملاء بأن يقدم المصرف لهم الخدمات التي يحتاجونها بأسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة ممكنة، وبالتالي فإن على إدارة المصرف أن تشجع عملائها علي عدم استخدام الوسائل التقليدية وبالتالي استخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة.ومن أهم الوسائل التي يمكن استخدامها لزيادة أعداد العملاء الذين يستخدمون الوسائل الإلكترونية الحديثة في المصارف منح حوافز نقدية وتعديل هيكل السعر . (رمضان ، جودة ، 2013 ، ص343).

وأن مفهوم الخدمة المصرفية لا يبتعد أو يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بشكل عام، حيث أنها تمثل نشاطاً أو عملاً يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد أو المنظمات أو المكائن التي تقدم من خلالها ، وأن مستوي الإشباع للمستفيد يرتبط بمستوي أداء الأفراد والمكائن، وذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل ، ومن هنا نجد بأن الخدمة المصرفية تمثل: (الصميدعي، ردينة، 2005، ص47)

1.2.1 تعريف جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

عرفت الجودة بأنها: "القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق وتوقعاته، ويحقق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة التي تقدم له"، أما جودة الخدمة المصرفية فهي "قياس لمدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات العميل، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة وتوقعات العملاء" (الزامل وآخرون، 2012). وتعرف الخدمات المصرفية الإلكترونية على أنها ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصلون نتيجة حصولهم على الخدمة. (علاء، 2016: 1) وتعرف جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بأنها: "ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العملاء نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فالخدمة الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم"، ويقصد هنا تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية عن طريق الشبكة العنكبوتية الدولية الأنترنت كقناة تسويقية جديدة لها خصائصها الفريدة والمميزة لها عن بقية القنوات الاتصالية الأخرى التي تمتاز بالسرعة انخفاض التكاليف، والتي تمثل استراتيجية التسويق المصرفي الإلكتروني، وتعمل على التحول من والسوق المكاني إلى السوق الفضائي، (إسماعيل، 2010).

الجانب العملي.

مجتمع وعينة الدراسة:

القياس	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات المفقودة	الاستبيانات المسترجعة	الاستبيانات الصالحة للتحليل من المسترجعة
العدد	30	5	25	25
النسبة	84%	16%	84%	100%

جدول رقم (1)

تكون مجتمع الدراسة من العاملين (جدول رقم 1) وقد تم اختيار عينة عشوائية طبقية بلغت (30) مفردة لتمثيل مجتمع الدراسة، عدد الاستبيانات الموزعة (30) استمارة، وتم استرجاع (25) استمارة، وكانت الاستمارات الصالحة للتحليل (25) استبانة، أي بنسبة (100%) من الاستبيانات المسترجعة وهي نسبة مقبولة للتحليل.

أداة جمع البيانات:

استعمل الباحث مزيج من الأدوات لجمع المعلومات منها الملاحظة العملية وتم الاعتماد على الاستبانة المغلقة كأداة لجمع البيانات اللازمة التي تلبي أغراض الدراسة، حيث تم تصميم الاستبانة وترتيب وصياغة محتواها بطريقة يسهل على المستجوبين فهمها للحصول على إجابات حقيقية. وقد تم الاعتماد على مقياس ليكرت الثلاثي لقياس درجات إجابات المشاركين.

تحليل البيانات الشخصية

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	20	80.0	80.0	80.0
انثى	5	20.0	20.0	100.0
Total	25	100.0	100.0	

جدول رقم (2)

من الجدول (2) يتضح ان مانسبته 80% من العينة هم من الذكور ومانسبته 20% من العينة هن من الاناث.

التخصص

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	محاسبة	11	44.0	44.0	44.0
	تمويل ومصارف	8	32.0	32.0	76.0
	ادارة الاعمال	6	24.0	24.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

جدول رقم (3)

من الجدول (3) يتضح ان مانسبته 44% من العينة يمثلون تخصص المحاسبة , ومانسبته 32% من العينة متخصصون في التمويل والمصارف اما تخصص ادارة الاعمال يمثل 24% من نسبة العينة. مما يدل على ان عينة الدراسة هم من المتخصصون وبالتالي اجابتهم تدعم الدراسة؟

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اقل من 30 سنة	6	24.0	24.0	24.0
	من 30 الناقل من 40 سنة	17	68.0	68.0	92.0
	من 40 الى 50 سنة	2	8.0	8.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

جدول رقم (4)

من الجدول (4) يتبين ان عدد 6 من العينة اعمارهم اقل من 30 سنة, بينما بلغ من اعمارهم تتراوح بين 30 الى 40 سنة قد بلغ 17 مفردة. وعدد 2 من العينة اعمارهم تتراوح بين 40 الى 50 سنة.

المؤهل

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	دبلوم متوسط	5	20.0	20.0	20.0
	دبلوم عالي	6	24.0	24.0	44.0
	بكالوريوس	13	52.0	52.0	96.0
	ماجستير	1	4.0	4.0	100.0
	Total	25	100.0	100.0	

جدول رقم 5

من الجدول يتضح ان عدد 5 من عينة البحث يحملون دبلوم متوسط, بينما من يحملون دبلوم عالي وصل عددهم الى 6 افراد بينما من هم يحملون مؤهل جامعي هم 13 فرد. وعدد 1 من العينة يحمل مؤهل الماجستير. وذلك يدل على ان اغلب افراد العينة على مستوى علمي يدعم اجاباتهم في هذه الدراسة.

		الخبرة			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	أقل من 10 سنوات	12	48.0	48.0	48.0
	من 10 سنوات إلى أقل من 20 سنة	9	36.0	36.0	84.0
	من 20 سنة إلى أقل من 30 سنة	4	16.0	16.0	100.0
Total		25	100.0	100.0	

جدول رقم 6

من الجدول (6) يتضح ان 12 فرد من العينة خبرتهم اقل من 10 سنوات بينما عدد 9 افراد خبرتهم تتراوح من 10 الى 20 سنة. و 4 افراد خبرتهم تتراوح بين 20 و 30 سنة.

		الوظيفة			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	مدير إدارة	1	4.0	4.0	4.0
	رئيس قسم	4	16.0	16.0	20.0
	موظف	20	80.0	80.0	100.0
Total		25	100.0	100.0	

من الجدول (7) يتبين ان عدد 1 من العينة يمثل مدير عام, اما رؤساء الاقسام بلغ عددهم 4 افراد والنسبة الاكبر بعدد 20 هم موظفون. اختبار الصدق والثبات:

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.849	24

جدول رقم 7

تم التأكد من الاتساق وثبات مقياس البحث بطريقة ألفا كرو نباخ؛ وقد تم حساب معامل الثبات للمقياس باستخدام معامل ألفا كرو نباخ وقد بلغت قيمة المعامل (0.849) وهي مقبولة في البحوث الادارية والمالية لأن قيمتها اكبر من (0.70) (Cronbach, 1970).

الصدق الظاهري لمقياس البحث:

تم عرض الاستبيان بصيغته النهائية على عدد من المختصين وتم اخذ ملاحظاتهم في الاعتبار واعتماد الاستبيان بصورته النهائية

Descriptive Statistics

العينة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1س 25	1.60	.764
2س 25	1.40	.707
3س 25	2.56	.768
4س 25	1.60	.764
5س 25	2.68	.690
6س 25	2.24	.831
7س 25	2.24	.926
8س 25	2.48	.770
9س 25	1.20	.408
10س 25	1.40	.764
11س 25	1.40	.577
12س 25	1.88	.927
13س 25	2.16	.943
14س 25	1.28	.542
15س 25	1.80	.957
16س 25	1.80	.866
17س 25	2.12	.781
18س 25	1.88	.971
Valid N (listwise)	25	

من الجدول يتبين ان اعلى متوسط حسابي كان للفقرات الخامسة (2.68) و الثالثة وهو (2.68) والثامنة (2.48) واتجاه اجابة العينة لهذه الفقرات هو في اتجاه الموافق اما باقي الفقرات ترواح المتوسط الحسابي بين (2.24) للفقرتين السادسة والسابعة واقل متوسط حسابي و(1.28) للفقرة الرابعة عشر وذلك يدل على ان اجابة العينة لتلك الفقرات تتجه الى المحايد والغير وموافق.

النتائج

1. يمكن للتحول الرقمي أن يجعل الخدمات المصرفية أكثر سهولة وسرعة.
2. ان التقنيات الرقمية أن تقلل من الوقت والجهد المطلوبين لإنجاز العمليات المصرفية.
3. للتحول الرقمي أن يحسن أمان البيانات والمعاملات المصرفية.

- توصيات

1. يجب على مصرف الخليج الاول استثمار المزيد في البنية التحتية الرقمية لتحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية.
2. يجب على المصرف تدريب موظفيه على استخدام التقنيات الرقمية الجديدة.
3. التركيز على تحسين تجربة العملاء عبر القنوات الرقمية.

4. تعزيز أمان البيانات والمعاملات المصرفية الإلكترونية.

المراجع

1. أل صمغ، محمد. (2018). التحول الرقمي وأثره في تطوير الأداء المؤسسي.
2. حاج، أحمد. (2020). التحول الرقمي واستخدام التكنولوجيا في تحسين العمليات الإدارية.
3. رشان، محمد، وأبو رحمة، خالد. (2020). دور تكنولوجيا المعلومات في دعم التحول الرقمي بالمؤسسات.
4. البار، عبد الله. (2019). التحول الرقمي وتطوير نماذج الأعمال في المؤسسات الحديثة.
5. خطاب، محمود. (2020). متطلبات التحول الرقمي في المؤسسات الخدمية.
6. دبوسي، علي، وربيح، حسن. (2015). التقنيات الرقمية الحديثة ودورها في ربط العمليات المؤسسية.
7. بريس، جون. (2020). التحول الرقمي وتأثيره في الأسواق المالية العالمية.
8. رمضان، محمد، وجودة، أحمد. (2013). الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في رضا العملاء.
9. الصميدعي، محمود، وريدينة، عثمان. (2005). تسويق الخدمات المصرفية.
10. الزامل، محمد وآخرون. (2012). إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية.
11. علاء، حسين. (2016). جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في رضا العملاء.
12. إسماعيل، عبد الرحمن. (2010). التسويق المصرفي الإلكتروني.