

رقمنة الخدمات المصرفية وفعاليتها الاجتماعية

دراسة ميدانية

نورا سعيد عبد الفتاح*

قسم الاجتماع كلية الآداب جامعة القاهرة

dr_nour_s@yahoo.com

المستخلص:

تُحاول هذه الدراسة الإجابة عن التساؤل الإشكالي الآتي: ما الفعالية الاجتماعية لرقمنة الخدمات المصرفية المصرية، وانعكاساتها على المستفيدين بالبنوك الحكومية؟ إذ أكدت بعض الشواهد الواقعية من خلال إجراء الدراسة الاستطلاعية، أهمية التحول الرقمي في البنوك الحكومية تحديداً (البنك الأهلي وبنك مصر)؛ ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت الدراسة على إجراء المقابلات المتعمقة للتطبيق على عدد مُعين من العملاء في المحافظتين: القاهرة، والجيزة، وذلك بعد تطبيق مقياس يركز على الفعالية الاجتماعية، بالإضافة إلى أداة الملاحظة.

وتوصلت الدراسة إلى أن العولمة الاقتصادية أدت إلى تزايد المعاملات المالية داخل المؤسسات المالية؛ نتيجة لرقمنة الخدمات المصرفية وانتشارها، كما حاولت تحديد أهم الخدمات البنكية المرقمنة التي أثبتت فعاليتها ومنها سهولة الوصول إلى الحساب الشخصي، وإجراء المعاملات البنكية، وتحويل الأموال، بالإضافة إلى الخدمات الإلكترونية الأخرى، وتحديد أهم التحديات التي تواجهها، مثل عدم توفر البنية التحتية اللازمة للتحول الرقمي؛ ووجود بعض المشكلات التي تواجه العملاء؛ نتيجة نقص الوعي التكنولوجي، وندرة الخبرات، لذلك أكد معظم العملاء ضرورة وجود تطبيقات إلكترونية لتأمينها، ومراقبة البنوك لمؤشرات أداء العمليات الرقمية، وزيادة القدرة التقييمية المالية للعملاء لإدارة الحساب البنكي إلكترونياً في ظل تزايد المخاطر المستحدثة.

وقد أشارت إلى مدى كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية، إذ تتعامل البنوك الرقمية مع معلومات العملاء بسرية، وتوفر البيانات للعملاء في الوقت المناسب مع تحديثها؛ ومن ثم ساعدت على تطوير البنوك وزيادة قدرتها التنافسية؛ نظراً لقدرتها على توفير الوقت والجهد، والتنبيهات الرقمية سواء عن طريق الرسائل القصيرة أو البريد الإلكتروني، وإمكانية الرد على الاستفسارات في وقت قصير، الأمر الذي أدى إلى تقليل الضغط على العاملين، وزيادة الاستثمار أو الاستثمار الرقمي، وزيادة المدخرات، نظراً لسهولة السحب والإيداع واتجاه بعضهم إلى المعاملات المالية المرقمنة؛ لذلك أسفرت النتائج عن ضرورة عمل استطلاعات لمعرفة مدى قدرة العملاء على التكيف مع الخدمات الرقمية،

تاريخ الاستلام: 2019/4/23

تاريخ التحكيم: 2019/4/23

تاريخ قبول البحث: 2019/5/16

تاريخ النشر: 2022/9/30

وإمكانية التعامل بما يحقق رضا العملاء.

وأخيراً تحديد أهم الخطط المستقبلية المطروحة لتحسين كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية، كالاتي: تقييم أداء الموظفين باستمرار، وقياس رضا العملاء من ناحية؛ وفهم كيفية إدارة العلاقات مع العملاء لاستقطاب عملاء آخرين من ناحية أخرى. وأتمته مهام التسويق للتعرف على سلوك المستهلكين، وتحديد احتياجاتهم، وتقديم تقارير شاملة عنهم، وتطوير الخدمات الرقمية باستمرار، والعمل على مراجعة آليات جودة الخدمات المقدمة، وتطوير آليات التعامل مع المستفيدين، وعمل حملات تسويقية لتبادل الخبرات، والاعتماد على تقنيات التسويق الرقمي.

وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز اهتمام البنوك الحكومية ببناء الثقة مع العملاء من خلال سرعة الاستجابة، وتدريب وتأهيل الكوادر البشرية للتعامل مع رقمنة الخدمات.

الكلمات المفتاحية:

(رقمنة الخدمات المصرفية، الخدمات المصرفية، الفعالية الاجتماعية، البنوك الحكومية).

مقدمة:

تُحاول هذه الدراسة تحديد أثر رقمنة الخدمات المصرفية في مصر على العملاء المستفيدين وتوقعاتهم وإدراكهم لجودة الخدمات المُقدمة في البنوك الحكومية وفعاليتها الاجتماعية، الذي أنتج بدوره مفهوم الأتمتة، والدفع الإلكتروني، والإنترنت البنكي، والمحافظ الإلكترونية، والتطبيقات الإلكترونية، والبنوك الرقمية، الذي أصبح ضرورة للمواطنين خلال حياتهم اليومية، وأبرز بدوره التركيز على الاستثمار الرقمي. وليست من السهولة اعتبار عملية التحول الرقمي في الخدمات المصرفية؛ فهي بحاجة إلى سياسات متداخلة لها دورها في هذا التحول تتطلب تطوير البنية التحتية، وتحقيق العدالة الرقمية، والقضاء على الأمية الرقمية. ومع عصر الرقمنة وعولمة الاقتصاد بدأت القطاعات المصرفية اللجوء إلى آليات لتنفيذ رقمنة الصناعة المصرفية مع تفشي أزمة (كوفيد - 19)؛ الأمر الذي تطلّب ضرورة تقديم خدمات إلكترونية لإتمام جميع المعاملات المالية لعملائها.

وبناءً على ما تقدّم، تسمح رقمنة الخدمات المصرفية بتكوين شبكات اجتماعية ديناميكية تسمح بأشكال معقدة من الإغلاق والوساطة؛ الأمر الذي يتطلب إعادة البنية الاجتماعية وصياغتها، وهذا يعني أن المجتمعات الإنسانية في حالة مستمرة في التباين والتشكل في ظل التكنولوجيا الحديثة وعولمة الصناعة المصرفية. وفي ضوء ذلك هناك مجموعة من الاعتبارات يجب مراعاتها عند دراسة السياسات الرقمية، ينطلق الاعتبار الأول: من حقيقة مفادها أنه لا مجال للفصل بين السياسات الواقعية والرقمية. الثاني: يتمثل في النظرة التكاملية للسياسات الرقمية. الثالث: حقيقة تنظر إلى السياسات الرقمية في إطار عالمي تتطلب التشبيك بين الجهات الفاعلة، كما أنها سياسات تشاركية (زكي، وليد، 2021: 4).

لمثل هذه الدراسة أهميتها النظرية، فقد تعددت المحاولات البحثية التي تناولت الخدمات المصرفية بالدراسة والتحليل؛ غير أن جل هذه المحاولات لم تتطرق إلى أثر رقمنة الخدمات المصرفية في مصر على الاقتصاد المصري من ناحية والمواطنين المستفيدين وتوقعاتهم وإدراكهم لجودة الخدمات من ناحية أخرى، كما أنّ أغلب هذه المحاولات لم تتعد التحليل الاقتصادي. وتأتي هذه الدراسة لاستكمال نقص معرفي في تراث علم الاجتماع الاقتصادي وعلم الاجتماع الرقمي من ناحية، والدراسات التقييمية من ناحية أخرى، بالاعتماد على المتغيرات السوسولوجية والمنظور الفكري لعلم الاجتماع، من خلال التركيز على إعادة بنية الخدمات المصرفية.

أما الأهمية التطبيقية فتتمثل فيما ستقدمه هذه الدراسة من نتائج سوف تساعد صنّاع القرار في رسم السياسات الرقمية، وفي الإجابة عن السؤال الآتي: إلى أي مدى تساهم الخدمات المصرفية الرقمية في دعم الاقتصاد المصري، وتوقعات المواطنين المستفيدين وإدراكهم لجودة الخدمات المُقدمة؟ إذ تسعى الدراسة إلى الكشف عن الفعالية الاجتماعية لرقمنة الخدمات المصرفية بالبنوك الحكومية وانعكاساتها على المستفيدين في البنكين (البنك الأهلي، وبنك مصر). فقد أصبحت هناك ضرورة قصوى لدراسة قطاع الصناعة المصرفية، لأنّها تعد من أهم القطاعات المؤثرة في النمو الاقتصادي، ومن ثم تمكين البنوك من تحسين خدماتها وأدائها.

أولاً: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تعد الخدمات المصرفية أحد أهم الأنشطة الاقتصادية في أي دولة، وحجم الطلب عليها يدل على درجة التقدم الاقتصادي للدولة؛ فقد أدى التطور التكنولوجي السريع إلى زيادة حجم المعلومات وتعقيد عملية التحكم من التطبيقات التي

انتشرت في شتى مجالات العمل البنكي وعلى جميع المستويات لتحقيق التقدم، وأداء الأعمال بفاعلية وكفاءة، وتسهيل الربط بين المؤسسات المالية وبعضها بعضاً والمردود الإيجابي على الجمهور، وعلى جودتها، وضمان وجود مصدر موثوق.

كما يوفر التحول الرقمي التكلفة والجهد ويحسن الكفاءة التشغيلية، ويوفر حالة من الرضا من الجمهور تجاه خدمات البنوك وتحسين جودة الخدمات، أيضاً يوفر الشمول المالي، أي وصول الأسر والشركات إلى الخدمات المالية المناسبة واستخدامها بصورة فعّالة (خطاب، عمرو، ٢٠٢٢: ١)، (رشوان & قاسم، ٢٠٢٠: ٢)، (القاضي، ممدوح، ٢٠٢١: ٦). من زاوية أخرى تعد البنوك حجر الزاوية في الحياة الاقتصادية في التجارة الإلكترونية، فقد عملت على تطوير أدواتها، كما أحدثت تغييراً في الخدمات المصرفية الرقمية خلال الفترة الأخيرة وخاصة في ظل أزمة (كوفيد - ١٩)، الذي تطلب أنماطاً وآليات جديدة في العمليات المصرفية وتخفيض عدد ساعات العمل، وإغلاق بعض الفروع بسبب التباعد والإجراءات الاحترازية، فقد أطلقت البنوك حزمة من الإجراءات منها (خدمات الإنترنت البنكي - المحافظ الإلكترونية)، والذات يتيحان للعملاء إجراء معاملاتهم اليومية بسهولة، وإتاحة الفرصة للبنوك للعمل في بيئة تنافسية.

كما حاولت بعض البنوك إنشاء فروع إلكترونية، وتوسعت في إطلاق المحافظ الإلكترونية التي تمكن العملاء من إدارة حساباتهم عن طريق الهاتف، والتي تقدم خدمات على سبيل المثال: الدفع الإلكتروني/ السداد الإلكتروني، تحويل أو استقبال الأموال، إسورة الدفع الإلكتروني؛ إذ أدى التطور الهائل في مجال التحولات التكنولوجية، إلى إحداث طفرة هائلة في عمليات تسويق الخدمات البنكية، وحاولت العديد من الدول العربية استقطاب عملائها إلى المنصات الرقمية (عباس، علي، ٢٠٢٢: ٢)، (خميس، أسر، ٢٠٢١: ٢٠٠٠) (حنان & سليم، ٢٠٢١: ٧٦١).

كما أوضح "ليوتار" في كتابه المعنون بـ "الوضع ما بعد الحداثي" الذي نُشر عام ١٩٧٩ أن التكنولوجيا أصبحت تمارس دور المعيار الأساسي لتقدير ما يعد معرفة. ومن الآثار التي ترتبت على ذلك أن تحل الاتجاهات الآلية للتكنولوجيا الحديثة، وأضاف "بابلو" أنه من التبسيط التركيز على الإيقاعات الخوارزمية المؤتمتة للمعاملات المالية الرقمية، فالمعلومات الرقمية يعاد ربطها مرة أخرى بالعلاقات الاجتماعية، لأن المجال الرقمي يعمل ميكانيكياً ويجرد المعاملات الاقتصادية والسياسية من سياقها (ليوتار، ١٩٩٤: ٢٤) (أورتون & بريور، ٢٠٢١: ١٨٣).

ونستشهد في هذا المقام بما أكدته العديد من الدراسات على أهمية التحول الرقمي في مختلف القطاعات خاصة القطاع المصرفي السعودي والليبي، والسوري، والأردني، والمصري... وغيرها. وأكدت وجود علاقة بين أهمية التحول الرقمي وتحسين جودة الخدمات البنكية الرقمية، وزيادة الإقبال على خدمات المواقع الإلكترونية للبنوك. بالإضافة إلى أثر أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع الإلكتروني على ربحية البنوك، وكذلك تأثير الرقمنة على مشاركة الموظفين في تقديم الخدمات البنكية وأدائها. وأسفرت النتائج عن وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في إنجاز المهام وربحية المصارف التجارية، كما تبين ازدياد مستخدمي خدمات الإنترنت البنكية في عام ٢٠٢٠، ومن المتوقع زيادة أعداد المستخدمين، ويأتي في هذا الإطار الدراسات التالية (أبو قاعود & الدهيمات، ٢٠١٦)، (بخيت،

وآخرون، ٢٠١٨)، (محمود، أبي، ٢٠١٦)، (Rogers, 2016)، (Mawutor, John Kwaku Mensah, 2015)، (Wadesango & Magaya, 2020).

واستنادًا إلى ذلك يمكن طرح فرضية أساسية؛ أنه كلما ازدادت جودة هذه الخدمات المصرفية الرقمية؛ ازداد رضا العملاء. ومن خلال القراءة المتأنية للإحصائيات والتقارير المعنونة بـ (منظور التكنولوجيا المالية عام ٢٠٢١)، (إفريقيا الرقمية الصادر عن البنك الدولي عام ٢٠١٩) يتضح التطور الملحوظ لمؤشرات التحول الرقمي في القطاع المصرفي، وتأكيد ضرورة الحد من التعاملات النقدية المباشرة مع العملاء.

وفي هذا السياق يمكن الإشارة إلى بعض الشواهد الواقعية، مثل: تجربة بنك القاهرة الذي أطلق مجموعة من المنشورات التفاعلية مع العملاء على مواقع التواصل الاجتماعي؛ التي أدت إلى استقطاب أكثر من (٤ ملايين) شهريًا. وفي إطار السعي المستمر وراء الرقمنة، أطلق البنك منصة خدمات ومنتجات الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، ونجحت المنصة الرقمية منذ إطلاقها في استقطاب (٩) آلاف عميل، وأيضًا إجراء نحو (١٠) آلاف من خلالها، علمًا بأن منصة الخدمة المصرفية الجديدة تمنح العملاء تجربة متميزة للحصول على القروض الشخصية وقروض التمويل العقاري. وقد حصل بنك القاهرة على رخصة تقديم السداد بواسطة كود الاستجابة السريع (QR) ليصبح أول بنك مصري يطلق هذه الخدمة، هذا بالإضافة إلى تجربة البنوك الرقمية في الأردن، والإمارات.

ومع تفتش أزمة (كوفيد - ١٩)، وتحولها إلى أزمة وتصنيفها جائحة عالمية، بدأت العديد من المؤسسات المالية والبنوك في الاعتماد بدرجة أكبر على تقديم خدماتها الإلكترونية؛ الأمر الذي فرض العديد من التحديات التي تتعلق بتنفيذ ذلك؛ أولها أمن التعاملات المصرفية الإلكترونية (حنان & سليم، مرجع سابق: ٧٦٥) (فوزي، أماني، ٢٠٢١)، لذلك تحاول هذه الدراسة التعرف على دور البنوك الحكومية تحديدًا (البنك الأهلي وبنك مصر) في تقديم الخدمات البنكية المرقمنة للعملاء، واستعراض أنشطتها وفعاليتها المصرفية والمالية، وماهية هذه الخدمات المصرفية المرقمنة، وأهم العقبات التي تواجه تحسين كفاءتها، كما تُحاول تحديد أثر رقمنة الخدمات المصرفية في مصر على العملاء المستفيدين وتوقعاتهم وإدراكهم لجودة الخدمات، للكشف عن مدى رضا العملاء.

ومن هنا تتجلى إشكالية الدراسة في السؤال الآتي: ما الفعالية الاجتماعية لرقمنة الخدمات المصرفية المصرية، وانعكاساتها على المستفيدين بالبنوك الحكومية؟ ويحيلنا هذا التساؤل إلى التساؤلات الفرعية الآتية:

- ١- ما واقع رقمنة الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية؟
- ٢- ما أهم التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية؟
- ٣- ما مدى كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية؟
- ٤- ما مدى رضا العملاء عن رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية؟
- ٥- ما أهم الخطط المستقبلية المطروحة لتحسين كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية؟

ثانيًا: أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الرئيسي للدراسة في الكشف عن الفعالية الاجتماعية لرقمنة الخدمات المصرفية المصرية، وانعكاساتها على المستفيدين بالبنوك الحكومية، وينبثق عن هذا الهدف عدة أهداف فرعية أخرى، وهي كالآتي:

- ١- الكشف عن ماهية رقمنة الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية.
- ٢- رصد أهم التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية.
- ٣- التعرف على مدى كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية.
- ٤- الكشف عن مدى رضا العملاء عن رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية.
- ٥- تحديد أهم الخطط المستقبلية المطروحة لتحسين كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية.

ثالثًا: الإطار النظري للدراسة:

١- عولمة الخدمات المصرفية المرقمنة:

تعتمد العولمة على فتح الأسواق وانفتاح اقتصادات مختلف دول العالم بعضها على بعض والاعتماد على المزايا التنافسية في التبادل؛ إذ أدت إلى ازدياد أوجه الترابط والتشابك والعلاقات بين مختلف بلدان العالم. وذهب "باراكو" إلى أن العولمة وصلت إلى مرحلة تتسم بوجود شبكات اقتصادية، وسياسية، وثقافية مترابطة، كما أن هذه الشبكات تطورت مع التطور التكنولوجي (عوض، شريف، ٢٠١١: ٦٦)، (ميل تشيرتون & آن براون، ٢٠١٢: ٣٨٢)، إذ تتحول البنوك بصورة متزايدة إلى العمليات المصرفية العالمية، وتتيح التكنولوجيا الرقمية المقترنة بالمعلومات المتكاملة للبنوك اكتساب أوجه تآزر عالمية مع الحفاظ على الاستجابة المحلية. وتستفيد هذه البنوك من الخدمات المالية المشتركة، وحتى القدرات الأساسية العالمية، مثل: تكنولوجيا البلوك تشين، وتحويلات الأموال، وهذه الخدمات المشتركة العالمية تعزز الكفاءة، وتقلل من المخاطر وتعزز المرونة المصرفية، وتكافح عمليات غسل الأموال (خميس، مرجع سابق: ١٠١٠).

ويمكن توظيف ذلك في التعرف على دور التحول الرقمي في الصناعة المصرفية، وواقع الخدمات المصرفية المرقمنة، على سبيل المثال: تجربة العملاء، تحويل العمليات رقمياً، تحويل نماذج الأعمال رقمياً؛ إذ أصبحت البنوك تقدم خدماتها عبر منصات رقمية، وخاصة أن للعولمة المصرفية آليات جعلت البنوك تتجه إلى دمج التقنيات الرقمية المتفقة مع المؤسسات المالية، وهيمنة نماذج الأعمال المبتكرة والعمليات الجديدة. كما فرضت عولمة المصارف إعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية وتوظيف مواردها في مجالات عديدة من ودائع وقروض وأسهم وسندات؛ إذ أدت العولمة إلى تزايد القدرة التنافسية للبنوك في ظل إزالة الحواجز الجغرافية ومحاولة تلبية احتياجات العملاء في أسواق الخدمات المالية.

٢- الخدمات المصرفية المرقمنة ورأس المال التقني:

وفي هذا السياق تستند الدراسة الراهنة إلى مقولة "بورديو" عن دور رأس المال الاقتصادي والاجتماعي والثقافي باعتباره المحور الرئيسي لعدم المساواة؛ فهو يشير إلى دور "رأس المال التقني" Technical Capital، وهناك حجة مفادها أن نقل المعلومات بسرعة أكبر يزيد من المزايا بالنسبة إلى أولئك الذين لديهم بعض المزايا، مهما كانت تافهة، فيما يخص القدرة على الوصول إلى أحدث المعلومات، كذلك التي يمكن الوصول إليها رقمياً.

وفي عالم المال فإن القادرين على الإفادة في أقصر وقت ممكن من المزايا في حساب التداولات قادرون على جني المكافآت (أورتون & بريور، مرجع سابق: ١٧٧-١٧٩)، ويمكن توظيف ذلك خاصة عندما يرتبط بمفهوم "بورديو" عن المجال؛ الأمر الذي يؤشر إلى الكشف عن كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية ومدى إفادة العملاء من الخدمات

الفعالية المُقدمة؛ ومن ثم التعرف على أهم التحديات التي تواجه رقمنة القطاع المصرفي، إذ يوجد اختلافات بين الأجيال في استخدام التكنولوجيا الرقمية اعتباراً أن المعلومات الرقمية في القطاع المصرفي تعد شكلاً من أشكال رأس المال، ويعني ذلك أن الأصغر سنّاً وذوي المستوى التعليمي الأعلى هم الأكثر إفادةً من رقمنة الخدمات المصرفية.

٣- نظرية مجتمع الشبكات:

يرى "كاستلز" أن العالم مكوّن من شبكات، وهناك شبكات بين الأفراد وشبكات بين الشركات الاقتصادية وشركات الإعلام، وشبكات بين مؤسسات السلطة. يشكل مجتمع الشبكات المرتبط بالعلومة بتشكيل بنائه الاجتماعي، وترتكز هذه الشبكات على تقنيات التواصل، وإذا كانت الشبكة عبارة عن مجموعة من العقد المتشابكة، فإن الشبكة هي البنية الاجتماعية الجديدة لعصر المعلومات، إذ تقوم هذه الشبكات بدورها في بناء ثقافة افتراضية في إطار تدفقات المعلومة التي تتجاوز حدود الزمان والمكان، فإن الشيفرة هي النقطة التي يتقاطع فيها منحى هذه الشبكة.

ومن ثم؛ ليس للشبكة مركز كما ليست لها شيفرات، قد تكون الشيفرات متفاوتة فيما بينها ارتباطاً بالشبكة، لكن تزيد هذه الشيفرات أهمية الشبكة عن طريق امتصاص المزيد من المعلومات المرتبطة بها، ومعنى ذلك أن الشبكات توطر الحياة الاجتماعية. وحاول الباحثون المهتمون بدراسة دور الشبكات الاجتماعية البحث في دينامية الشبكات ودورها في الحفاظ على التفاعلات الاجتماعية، وإنتاج المعنى العلائقي الاجتماعي، ما يؤدي إلى صياغة نظرية منهجية لشبكات الاتصال. حيث تخضع الشبكات لمنطق تطوري تزداد قدرتها مع مرور الوقت على إدخال فاعلين ومحتويات جديدة إلى سيرورة التنظيم الاجتماعي، لهذا أصبحت الشبكات ذلك الشكل التنظيمي الأكثر كفاءة نتيجة ثلاث سمات رئيسية للشبكات التي أفادت من البيئة التكنولوجية الجديدة المرنة والتدرجية والبقاء، وأكد "كاستلز" في كتابه "عصر المعلومات" كيف أن الاقتصاد العالمي يتميز الآن بتدفق كبير ومتبادل لكل من المعلومة ورأس المال والتواصل الثقافي (الغزواني، ٢٠٢٠: ١٤٥-١٤٦)، (Castells, 2004: 1-73)، (Anttiroiko, Ari-Veikko, 2015).

ومجتمع الشبكات كما تصوره "كاستلز" يتميز بالشمولية، لأنه يعمل على دمج ثقافات كثيرة؛ لارتباطه بمجتمع الشبكات في تعدد المجالات الثقافية، كما يؤدي إلى بلورة أنظمة مؤسساتية مختلفة ومتطورة جداً (المرجع السابق، ١٤٨). ويمكن توظيف ذلك أن ثقافة مجتمع الشبكات ثقافة بروتوكولات التواصل بين مختلف الثقافات في العالم، وذلك باعتبار أن المجتمع الذي نعيشه هو عصر المعلومات، وتعد العولمة نمطاً أو آلية للتحديث.

وبما أن مجتمع الشبكات يرادف مجتمع المعلومات، فإنّ السمة الرقمية لمجتمع المعلومات تعد الخاصية المهمة في ثورة المعلومات، وانعكاساً لدخول التقنيات والبرمجيات على القطاع المصرفي، ويزيد ذلك من القدرة على الانتقال. كما فرضت الأزمات في الفترة الأخيرة ضرورة رقمنة الخدمات المصرفية في البنوك، لذلك اعتمدت بعض البنوك على تنظيم نفسها لزيادة قدرتها التنافسية، وزيادة فعاليتها من منطلق أن الشبكة مورد اقتصادي.

٤- الخدمات المصرفية المرقمنة باعتبارها بنية اجتماعية:

تتبنى هذه الدراسة مقولة "براين أوزي" عن "البنية الاجتماعية والتنافس في الشبكات"، وفكرته عن التضمين هو افتراضات سلوكية وثقافية مختلفة عن الحياة الاقتصادية، وأنّ الفعل الاقتصادي جزء لا يتجزأ من شبكات العلاقات،

وتحديد أبعاد العلاقات المضمنة والآليات التي تؤثر في العمل الاقتصادي، وأن التضمين هو منطوق فريد للتبادل ينتج عن البنية الاجتماعية المتميزة لشبكات التنظيم، وعمليات صنع القرار في منطوق التبادل المضمن.

وقد أشار "جرانوفيتز" إلى أن العلاقات المتضمنة تكون مفيدةً أينما تكون الثقة، وعندما تعين نقل المعلومات الدقيقة إلى الفريق الآخر، ودعمت هذه الفكرة فكرة "كاستلز" التي وردت في كتابه "عصر المعلومات"، والتي أكدت أن الاقتصاد العالمي يتميز بتدفق وتبادل المعلومات ورأس المال، ودورها في التحكم في الاستهلاك والإنتاج.

٥- نظرية تشكيل البنية (بنية الخدمات المصرفية):

تعد نظرية "تشكيل البنية" لـ "جيدنز" هي النتاج المعرفي الذي صب منه الرافدان للمشروع النظري، وتطورت الأفكار عبر فترة من الزمن، فإذا كان "جيدنز" قد شرع في إعادة بناء موضوع العلم من خلال نظريته تشكيل البنية، التي ظهرت في شكلها المتكامل عام ١٩٨٤ في كتاب بعنوان "تكوين المجتمع: خطوط عامة لنظرية تشكيل البنية"، يرى أنه من الضرورة البدء من ممارسات الفاعلين الأفراد في حياتهم اليومية، ودراسة الطريقة التي تتشكل بها هذه الممارسات في بنية اجتماعية.

لذلك تتبنى الدراسة الراهنة مفهومي الممارسة والبنية، لأن فهم الممارسات الاجتماعية يمكّننا من أن نفهم الطريقة التي يتشكل أو يتبنين بها المجتمع، والمقصود هنا كيفية تبني الخدمات المصرفية الرقمية، فالأفراد هم الذين ينتجونها من خلال ممارساتهم الحياتية، ومن خلال إدخال الرقمنة على التكنولوجيا المالية والخدمات المصرفية، وثمة علاقة بين الممارسات الاجتماعية والمعرفة. والمعرفة المتبادلة هي في الأصل معرفة بالقواعد السلوكية، فكل ممارسة يمكن تفكيكها إلى عدد كبير من القواعد. والسؤال هنا؛ كيف يعاد إنتاج الممارسات الاجتماعية لدى العملاء في البنوك الحكومية؟ فرغم انطلاق التفاعلات الاجتماعية من خلال المعرفة، فإن تكرار الممارسات التفاعلية في مكان وزمان معين يضيف عليها الطابع المؤسسي، فالبناء الاجتماعي يشير إلى مجموعة القواعد والموارد التي تنتشر عبر نسيج الأنساق الاجتماعية (زايد، ١٩٩٦: ٦٠-٧٧).

ويربط "جيدنز" بين الفعل والقوة، ويعني ذلك أن الفاعل لديه المقدرة على التأثير، ويتضح من ذلك أن يكف الفاعل عن كونه فاعلاً إذا افتقد المقدرة على التأثير (الهوراني، ٢٠٠٨: ٦٨).

ويمكن توظيف ذلك أن استخدام هذه القواعد والموارد يؤدي إلى إعادة إنتاج هذه المؤسسات المالية، فالأفراد أو الفاعلون هم الذين يعيدون إنتاجها ويعيد الأفراد إنتاج مؤسسة ما في الزمان والمكان باستخدام القواعد والموارد المؤسسية، فالممارسة الاجتماعية بذلك هي البناء والفعل، ما يؤدي إلى فهم السلوك الإنساني، فوجود البشر معاً وتفاعلهم وتخليقهم لأساليب جديدة لتطوير أداء البنوك الحكومية يوّد آليات استمرار رقمنة الخدمات المصرفية، وأن هناك آليات تؤثر في ذلك مثل الروتين والثقة والمعرفة والكوابح؛ الأمر الذي يسهم في فهم سلوك العملاء وتطلعاتهم.

تعول الدراسة في تفسيرها على بعض المقولات الفكرية، يمكن تحديدها كالآتي:

أ- أفرزت العولمة الاقتصادية بيئة تنافسية للتبادل والترابط والتشابك والعلاقات المختلفة بين البلدان؛ ما أدى إلى محاولة إفادة البنوك من تجربة التحول الرقمي وإعادة بنية المؤسسات المالية، ثمة علاقة بين العولمة الاقتصادية وحركة الموارد المالية ورأس المال التقني.

ب- المعلومات الرقمية في القطاع المصرفي تعد شكلاً من أشكال رأس المال الذي يمكن الإفادة من توظيفه لرفع كفاءة الخدمات، كما يمكن أن يعاد ربطها مرة أخرى بالعلاقات الاجتماعية الثقافية.

ج- المجال الرقمي يسمح بتكوين شبكات اجتماعية، وبناءً على ذلك فإن الفعل الاقتصادي جزء لا يتجزأ من شبكات العلاقات.

د- الاقتصاد العالمي يتميز بتدفق المعلومات وتبادلها ورأس المال التقني، وبناء مزايا تنافسية تجعلها قادرة على مواجهة التحديات الكبرى العالمية في قطاع البنوك الإلكترونية.

هـ- ثمة علاقة بين الممارسات الاجتماعية والمعرفة، ففهم الممارسات الاجتماعية يمكّننا من فهم الطريقة التي يتشكل أو يتبين بها المجتمع أي (بنينة الخدمات المصرفية).

رابعاً: مفاهيم الدراسة وتعريفاتها الإجرائية:

١- الخدمات المصرفية المرقمة (Digital Banking):

أ- اصطلاحياً:

تُعرف بالعمليات أو النشاطات التي يتم عقدها، أو تنفيذها، أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية (هاتف، حاسوب، إنترنت، صراف آلي.. وغيرها) من قبل المصارف، أو المؤسسات المالية، أو أي مؤسسة أخرى.

كما عرفها المجلس الأمريكي للرقابة على المؤسسات المالية الفيدرالية (FFIEC) بأنها: "عبارة عن تقديم الخدمات المصرفية الجديدة والتقليدية بصورة مباشرة للعملاء من خلال قنوات التسليم الإلكترونية التفاعلية، وذلك على نحو يمكن العملاء سواء أكانوا أفراداً أم شركات من الدخول للحساب والحصول على معلومات خاصة بالخدمات التي يقدمها البنك عبر الشبكات الخاصة أو العامة، بما في ذلك شبكة الإنترنت" (E-Banking, September 2016: 1-3).

كما عرفها بعضهم على أنها: "إجراء العمليات المصرفية إلكترونياً باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب، أو بالدفع، أو بالائتمان، أو بالتحويل، أو بالتعامل في الأوراق المالية، أو غير ذلك من أعمال المصارف" (حسين & معراج، ٢٠٠٤: ٣١٥).

ومن خلال القراءة المتأنية للإحصائيات لوحظ تطور عدد البنوك وفروعها إذ بلغت (٤٤٢٤) بنكاً وفرعاً في مصر عام ٢٠١٩، وبلغت عدد ماكينات الصراف الآلي (١٣.٣٣) ألف ماكينة، ومن المتوقع تضاعفها في السنوات القادمة (صندوق النقد الدولي، مرجع سابق: ١٧).

ب- إجرائياً:

يقصد بها تقديم الخدمات البنكية وإجراء المعاملات والخدمات المالية إلكترونياً، إذ تتطابق مع الخدمات التقليدية، إلا أنها تتم إلكترونياً في البنكين تحديداً البنك الأهلي وبنك مصر. وتختلف من بنك إلى آخر، وتُجرى بأقل تكلفة، وبأسرع

وقت، وبأقل جهد للعملاء. على سبيل المثال: التعرف على معاملاتهم، وأرصدة حساباتهم، والوصول إلى حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على القروض، وتنفيذ المعاملات النقدية إلكترونياً على مدار اليوم، والدفع الإلكتروني أو السداد الإلكتروني، والإنترنت البنكي، المحافظ الإلكترونية، التطبيقات الإلكترونية، إجراء المعاملات البنكية بأمان، تحويل الأموال من حساب لآخر سواء داخل المحافظة أو البلد أو خارجها، أو من محفظة إلكترونية لحساب بنكي، طلب المعلومات من البنك الخاص، إيقاف أو تنشيط بطاقات الائتمان، شراء شهادات، وإنشاء الودائع.

٢- الفعالية الاجتماعية (Social Efficacy):

أ- اصطلاحياً:

تُعرّف الفعالية "بمقياس للإفادة من الموارد المتاحة، وتحقيق الكفاءة العالية عن طريق تحقيق أكبر قدر ممكن من الإنتاج بأقل قدر ممكن من الموارد، وقياس قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف والغايات التي حُدِّت مسبقاً" (كلارك، جون، ٢٠٠٨: ٣٠٣)، وتعني القدرة على تحقيق النتيجة المقصودة وفقاً لمعايير محددة مسبقاً (بدوي، ١٩٨٦: ١٢٨)، وهناك من يرى أنها الدرجة التي يتم بها إنجاز الأهداف المنشودة (السكري، ٢٠٠٠: ١٦٩).

ب- إجرائياً:

يقصد بها قياس قدرة البنوك الحكومية المصرية (البنك الأهلي، وبنك مصر) على تطوير الخدمات المصرفية المرقمنة وأدواتها، ويمكن قياس ذلك في ضوء المؤشرات التالية: قدرة الخدمات على إحداث تغيير يعكس على العملاء المستفيدين، تعديل وتغيير اتجاهاتهم وسلوكهم، تنمية وإثراء معارفهم، التغلب على المعوقات التي تحول دون تحقيق الخدمات المصرفية المرقمنة لأهدافها، وجودة الخدمات المقدمة، وأخيراً رضا العملاء عن الخدمات المقدمة.

خامساً: الدراسات السابقة:

يمكننا عرض الدراسات السابقة في ضوء عدد من المحاور، نوجزها فيما يأتي:

١- تجارب بعض الدول في رقمنة الخدمات المصرفية:

يعد التحول الرقمي أحد أبرز الأدوات التنموية في جميع المؤسسات بمختلف القطاعات خاصة مع ظهور تطبيقات الذكاء الاصطناعي؛ الأمر الذي ساعد على تحسين جودة الخدمات المصرفية. وفي هذا السياق جاءت دراسة (بخيت وآخرين، د.ت) للتعرف على أثر العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية والربحية بالمصارف التجارية في ليبيا، وطُبقت استبانة الآراء وتحليل القوائم المالية باستخدام الأساليب الإحصائية، بالإضافة إلى البيانات الفعلية للقوائم المالية للمصارف التجارية في ليبيا خلال الفترة من ٢٠٠٨ حتى ٢٠١٦. وتوصلت الدراسة إلى أنه يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقديم وتكلفة وسرعة الخدمات المصرفية الإلكترونية وربحية المصارف التجارية ممثلة في معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية، وأوصى البحث أن تعمل المصارف التجارية في دولة ليبيا على الاستمرار في تطوير آليات العمل بالخدمات المصرفية الإلكترونية، وفقاً لمجريات التطور في البنوك العالمية حتى تواكب العولمة المالية.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة (Siam, A. Z, 2006) لدور الخدمات المصرفية الإلكترونية في أرباح البنوك من خلال دراسة تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية. وطُبقت أداة الاستبيان على عينة مكونة من (٢٠) بنكا من البنوك التجارية في الأردن. وتوصلت إلى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية لها تأثير سلبي في ربحية البنوك على المدى القصير؛ إذ إنه كان هناك قصور في التعامل مع الخدمات الإلكترونية؛ نتيجة لعدم انتشارها، بجانب عدم وجود الكوادر التي تساعد على تقديم الخدمة بفعالية. وأوصت الدراسة أن يتم توفير الاستثمارات المالية اللازمة لتطوير الأدوات التي تساعد على تقديم الخدمات المصرفية.

بينما تطرقت دراسة (Sudma, M. , 2007) إلى الكشف عن رضا العملاء عن الخدمات التي تقدمها المصارف اليمنية، وقد استخدمت المنهج الوصفي، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك رضا من أفراد عينة الدراسة عن رسوم فتح الحسابات، والتحويل المالي، ورسوم صناديق الأمانات، ورسوم إصدار الشيكات. بينما أسفرت النتائج عن عدم رضا العملاء عن الخدمات المقدمة، الأمر الذي يؤشر إلى ضرورة التحول الرقمي ومحاولة الاستجابة لرغبات العملاء.

واتفقت هذه الدراسة السابقة مع دراسة كلٍّ من (Onay & Ozsoz, 2013) التي توصلت إلى أنه لا يوجد علاقة ذات دلالة معنوية بين تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية وبين الربحية ممثلة في معدل العائد على الأصول وعلى حقوق الملكية؛ فقد اعتمدت الدراسة على عينة من البنوك التجارية التركية بلغ قوامها (١٢) بنكا، وطُبقت أداة الاستبيان.

من زاوية أخرى ركزت بعض الدراسات على جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتطرقت دراسة كلٍّ من (Ansari & Al Habsi, 2010) إلى تحديد جودة الخدمات المصرفية في دولة الإمارات، وطُبقت على عينة عشوائية من العملاء المترددين، وتوصلت إلى أن أكثر الأبعاد تأثيراً في إدراك العميل لجودة الخدمات المصرفية بالإمارات، هي: الثقة، والأمان، وسرعة الاستجابة، والإمكانيات المادية؛ فقد ركزت دراسة (Shanka, M. S, 2012) على قياس جودة الخدمات التي تقدمها المصارف الخاصة في إثيوبيا، وطُبقت أداة الاستبيان على (٢٦٠) عميل في مدينة هواسا، وأسفرت النتائج عن هناك علاقة ارتباط موجبة بين أبعاد الجودة ورضا العملاء، وقد كانت قوة التأثير على النحو التالي: التعاطف والاستجابة لهما دور في مستوى رضا العملاء تليها الملموسية، الضمان، الموثوقية.

علاوة على ذلك تطرقت دراسة (الطالب، صلاح عبد الرحمن، ٢٠١٥) إلى قياس جودة الخدمة المصرفية الإسلامية في المصارف الأردنية وطُبقت (١٤٠٠) استمارة على عملاء المصرفين في مدينتي عمان واربد، وخلصت الدراسة إلى الانطباع الإيجابي عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في مجال المادية، والملموسة، والاستجابة، والتعاطف. فقد هدفت دراسة كلٍّ من (لحلو & زين الدين، ٢٠١٦) إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية في مدينة نابلس، والتي طُبقت أداة الاستبيان على عينة مقصودة من عملاء البنوك التجارية، وبلغ عدد البنوك (١١) بنكا. وخلصت إلى أن مستوى الجودة الكلية للخدمات المصرفية (متوسط)، واختلفت أهميتها النسبية من بعد لآخر متخذة في أبعادها الأمان، والثقة، والجوانب المادية الملموسة، ولكنها لم تعط الأهمية للجوانب التطبيقية كالاستجابة. وتناولت دراسة (محمد، أيمن عبد الله، ٢٠١٧) أثر جودة خدمات البنوك الإسلامية في إرضاء العملاء لدى مصرف الإمارات الإسلامي، وطُبقت استبيان على عينة قوامها (١٠٢) على العملاء، وأكدت النتائج على رضا العملاء.

وتطرق دراسة كل من (اعمر & أحمد، ٢٠١٩) إلى أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تمكن البنوك الجزائرية في بناء مزايا تنافسية تجعلها قادرة على مواجهة التحديات العالمية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت إلى أن البنوك الجزائرية بمقدورها توفير خدمات إلكترونية لجميع عملائها لرفع كفاءتها، في حين أجرى كل من (Ramadhani & Sembiring, 2019) دراسة لتأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء، وطبقت استنباطاً على عينة قوامها (١٥٥)، وتوصلت إلى أن التسهيلات المصرفية لها تأثير إيجابي في رضا العملاء.

ووردت دراسة (Gladmore, C., et.al, 2020) عن أثر الخدمات المصرفية على الأداء المالي للبنوك التجارية في زيمبابوي، وركزت الدراسة على عدد (٤٠) فرعاً للبنوك التجارية باستخدام البيانات التي تم الحصول عليها من التقارير المالية السنوية المنشورة للبنوك (٢٠١٣: ٢٠١٧). كما اعتمدت الدراسة على أربعة متغيرات للخدمات المصرفية الرقمية (ودائع العملاء عبر الإنترنت - المعاملات المصرفية - رسوم الإنترنت والعملاء ونفقات الخدمات المصرفية عبر الإنترنت). أثبتت الدراسة أن الخدمات المصرفية الرقمية أسهمت إيجابياً في أداء البنوك التجارية في زيمبابوي، من خلال زيادة ودائع العملاء عبر الإنترنت والمعاملات المصرفية.

وأخيراً ركزت دراسة (عبيد، ٢٠٢١) على أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني، وطُبقت أداة الاستبيان على عينة قوامها (٣٧٦) عميلاً، بينما كشفت الدراسة أن درجة الالتزام لدى العملاء كانت متوسطة، كما تبين أن هناك تأثيراً لكل بُعد من أبعاد نموذج جودة الخدمات المصرفية في رضا العملاء.

٢- أثر رقمنة الخدمات المصرفية على النمو الاقتصادي:

تؤدي الخدمات المالية دوراً مميزاً في اقتصاديات وأسواق الدول المختلفة، بما يتطلب من البنوك فهم وقياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة، ودراسة توقعات وإدراك العملاء لجودة الخدمات؛ ونتيجة للتغيرات التكنولوجية المتزايدة، إذ زاد الاهتمام بجودة الخدمات الإلكترونية سواء بالنسبة للبنك أو العميل كونها الأداة الفعالة لتحسين مستوى الخدمات المقدمة والمتوقعة من العملاء.

وتتجلى أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في ظل هذه التغيرات من خلال العديد من القنوات منها على سبيل المثال البنك الإلكتروني والبنوك الرقمية والرسائل الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي، والتي بدورها سهلت على العملاء إنجاز معاملاتهم، إذ شهدت بيئة الأعمال المصرفية زيادة معرفة وإطلاع العملاء على الخدمات التي تقدمها البنوك العالمية. وركزت بعض الدراسات على القطاع المصرفي ووجدت أن له أثراً إيجابياً على التنمية والنمو الاقتصادي، إذ يعمل على تعبئة المدخرات، وضخ تلك الأموال في النشاط الاقتصادي؛ الأمر الذي يعمل على تحقيق التنمية الاقتصادية، والاستغلال الأمثل للموارد المالية.

وحاولت دراسة (أبو سمرة، ٢٠١٩) الوصول لآليات لتعزيز الشمول المالي في مصر لما له من أهمية في توسعة دائرة المستفيدين من الخدمات المالية التي ستسهم في تمكين المجتمع بشكل كلي، وتعزيز الاستقلال المالي للأفراد

وتحقيق تنمية مستدامة، بالإضافة إلى الاستخدام الأمثل للموارد وتحويل الاقتصاد غير الرسمي إلى اقتصاد رسمي. وتوصلت إلى عدة آليات أهمها: تحويل المعاملات النقدية إلى غير نقدية من خلال الحسابات الرسمية، وميكنة جميع الخدمات المالية وغير المالية، وزيادة استخدام الخدمات المالية الإلكترونية. وأوصت الدراسة بإيجاد حلول جديدة وغير تقليدية لمساعدة البنك المركزي المصري في تعزيز مستويات الشمول المالي، من خلال إعداد جدول زمني خلال خمس سنوات لتحويل الأنشطة النقدية إلى غير نقدية بالتنسيق مع خطة مصر ٢٠٣٠، والربط الإلكتروني بين البنوك والجهات الرسمية، وإلزام الأفراد والشركات بضوابط تساعد في تفعيل الشمول المالي.

وتطرقت دراسة كلٍّ من (رشوان & قاسم، ٢٠٢٠) إلى التعرف على دور التحول الرقمي في رفع كفاءة أداء البنوك لتعزيز الميزة التنافسية وجذب الاستثمارات، وطُبقت قائمة الاستقصاء على عينة من مديري الفروع والمحاسبين والمراقبين الماليين والمدققين الماليين الداخليين في البنوك العاملة في قطاع غزة. وتوصلت إلى دور التحول الرقمي في رفع أداء البنوك وجذب الاستثمارات، وقدرة البنوك الفلسطينية على مراجعة آلية جودة الخدمات الرقمية باستمرار، ويتم اتخاذ الإجراءات اللازمة لتحسين هذه الخدمات وتوظيف التقنية في مراقبة جودة الخدمات الإلكترونية، وتطوير نماذج إبداعية ومبتكرة لتوظيف التقنيات الإلكترونية الناشئة لمراقبة الأداء، والالتزام بالمهام والمسئوليات.

وأشارت دراسة (خطاب، عمرو، ٢٠٢٢) إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية في ظل الظروف الاقتصادية المتغيرة، وعدم وضوح تأثيرها المباشر على النمو الاقتصادي. واتضح وجود معوقات تحول دون تحديد معدلات النمو للودائع المصرفية الناتجة عن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.

واتفقت هذه النتيجة مع ما أكدته بعض الدراسات أن البنوك الإلكترونية تعد من أحدث الموضوعات المصرفية التي تلقى اهتماماً كبيراً من قبل المجتمع المصرفي الدولي والتحكم بآليات الاقتصاد العالمي؛ ونظراً لما ينطوي عليه هذا العمل من نظم وتقنيات متطورة في مجال التجارة الإلكترونية، والتطور التكنولوجي في مجال نظم المعلومات والاتصالات، وتطور التكنولوجيا، ووسائل الاتصال عبر العالم مثل الإنترنت، ويأتي في هذا الإطار دراسة كل من (حنان & سليم، ٢٠٢١).

٣- أثر رقمنة الخدمات المصرفية على العملاء والعاملين بالبنوك:

يستعرض هذا المحور الدراسات التي أجريت على العاملين بالبنوك من ناحية، والعملاء المستفيدين من ناحية أخرى، درس (محمود، أبي، ٢٠١٦) أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا العميل بمصارف القطاعين العام والخاص في سوريا، وطُبقت استبيان على عينة من العملاء. وتوصلت إلى أن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية تؤثر في رضا العميل إيجاباً في مصارف القطاعين العام والخاص، وأن جودتها ذات مستوى متوسط في القطاع العام، ولكنها أعلى في القطاع الخاص، وكذلك تبين أن مستوى رضا العميل أعلى في القطاع الخاص مقارنة بالقطاع العام، كما عملت المصارف العامة والخاصة على تطوير خدماتها في إطار سعيها لتلبية احتياجات العملاء وتحسين قدرتها التنافسية.

كما هدفت دراسة (على، خالد، ٢٠١٧) إلى قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها بعض البنوك التجارية العامة (البنك الأهلي المصري وبنك مصر) والخاصة (بنك الإسكندرية وبنك باركليز) في محافظتي القاهرة والفيوم. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، وطُبقت استمارة الاستبيان على عينة قوامها (٣٨٤) مفردة،

وتوصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية معنوية لرضا العملاء باختلاف كل من متغيرات الملموسية والاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف. وقد تختلف الدراسة الراهنة عن هذه الدراسة حيث ركزت على مفهوم رقمنة الخدمات المصرفية، وأيضاً في تركيزها على البنوك الحكومية فقط من ناحية، واختلاف الإطار النظري المفسر للدراسة والمنهجي من ناحية أخرى.

في حين قيس (خميس، أسر، ٢٠٢١) أثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية، وتم إعداد قائمة استقصاء طبقت على جميع العاملين بالبنوك التجارية على عينة قوامها (٢٨٠) مفردة، وكانت عدد القوائم الصالحة للتحليل (٢٥١) قائمة. واستخدمت معامل الارتباط وتحليل الانحدار المتعدد، وخلصت إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية معنوية بين التحول الرقمي وأبعاد الأداء الوظيفي عند مستوى معنوية (٥%). أشارت كذلك إلى وجود تأثير معنوي إيجابي للتحول الرقمي على أبعاد الأداء الوظيفي للعاملين بالبنوك التجارية المصرية. وفي ضوء هذه النتائج يوصي الباحث بإنشاء وحدة تنظيمية للتحول الرقمي في البنوك التجارية المصرية، تختص بالتنسيق مع إدارات البنك بإدارة مشروعات الرقمنة المصرفية وتشجيع الابتكار.

٤- عولمة الخدمات المصرفية:

يقصد بالعولمة الاقتصادية تحول العالم إلى منظومة من العلاقات الاقتصادية المتشابكة التي تزداد تعقيداً لتحقيق سيادة نظام اقتصادي واحد يتبادل فيه العالم الاعتماد بعضه على بعضه الآخر (عبد العزيز & زكريا، ٢٠١١: ٦٦)، كما أجرى كلٌّ من (عباس & عثمان، ٢٠٢٢) دراسة للتعرف على أثر العولمة الاقتصادية والانفتاح المالي والاقتصادي على المصارف الإسلامية في السودان، واعتمدت الدراسة على الاستبيان. وتوصلت إلى أن المصارف الإسلامية تتأثر بالاتفاقيات المالية الدولية ومعايير الرقابة. ويوصي البحث بضرورة الانسجام مع المتغيرات المالية الدولية وموائمة الاتفاقيات المالية الدولية بما لا يتعارض مع الضوابط الإسلامية، والاهتمام بالبحث العلمي والمورد البشري.

وتطرقت دراسة كلٌّ من (موسى & خطاب، د.ت) إلى التعرف على أثر العولمة على المصارف الإسلامية من خلال رؤية نظرية تحليلية. توصلت الدراسة إلى تأثير العولمة على الجهاز المصرفي، ويمكن ملاحظة ذلك بسهولة في توسع الجهاز المصرفي في الاقتصاديات القومية، وارتباط الجهاز المصرفي المحلي مع الجهاز المصرفي العالمي، بحيث أدى إلى انتقال الأزمات المالية عبر الأسواق المالية العالمية إلى كل دول العالم. وحاولت دراسة (الطيب، د.ت) الكشف عن جهود البنوك المركزية العربية الإصلاحية، كالبنك المركزي المصري، وخلصت إلى أنه لمواجهة المنافسة العالمية ينبغي على المصارف أن تعمل على معرفة تفاصيل احتياجات السوق المصرفية؛ وذلك بما لا يتعارض مع أهدافها.

التعقيب على الدراسات السابقة:

حاولت الدراسة الراهنة مراجعة الأدبيات لتقديم لمحة عن التطورات التي طرأت على الخدمات المصرفية؛ بهدف الإفادة على المستويين النظري والمنهجي، للإلمام بأثر التحول الرقمي على الخدمات المصرفية وجودتها، ويمكن تحديد أهم الفجوات التي نتجت عن تتبع بعض الدراسات العربية والأجنبية:

ظهرت الفجوة النظرية من خلال تحديد الفجوات التي رصدتها من خلال المنظور الاقتصادي، وعدم وجود إطار نظري واضح لتناول هذا الموضوع؛ الأمر الذي يؤكد ضرورة الاستعانة بالمتغيرات السوسولوجية لعلم الاجتماع من خلال طرح منظور فكري معين.

أما الفجوة المعرفية فبالتركيز على مفهوم رقمنة الخدمات المصرفية، واعتبرته نتيجة للتطورات التكنولوجية، بالإضافة إلى الفجوة الزمنية حيث تستكمل هذه الدراسة موضوعاً له أهمية تمت دراسته في فترات مختلفة. بجانب الفجوة المكانية نجد أن هناك ثغرة مكانية يمكن استكمالها من خلال توظيف مفهوم الفعالية الاجتماعية في مصر. وأخيراً الفجوة المنهجية التي بينت اختلاف الدراسة في اعتمادها على منهجية تحاول مراعاة اللياقة المنهجية، حيث تشمل على المقياس، المقابلة، الملاحظة.

وخلصت هذه القراءة إلى نسج فرضية معينة ألا وهي: إن هناك علاقة بين العولمة الاقتصادية وحركة الموارد المالية وتدفق رأس المال، ويمكن الاستناد إليها في دراسة الفعالية الاجتماعية لرقمنة الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية. حيث ركزت العديد من الدراسات حول التحول الرقمي في القطاع المصرفي، خاصة أثر ذلك على الأداء والشمول المالي، بعض هذه الدراسات ركزت على العملاء من ناحية، والبعض الآخر ركز على العاملين بالبنوك التجارية.

سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

١- نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة دراسة تقييمية تسعى إلى التعرف على الفعالية الاجتماعية للخدمات المصرفية المرقمنة، وأثرها على رضا العملاء، وتعتمد أيضاً على المنهج الوصفي التحليلي، أمّا عن الطريقة العامة للدراسة تعتمد على المسح الاجتماعي بطريقة العينة.

٢- أدوات جمع البيانات:

حاولت الدراسة المزج بين الأدوات الكمية والكيفية، وذلك على مرحلتين، ألا وهما:

أ- المرحلة الأولى:

طبّق مقياس على (عينة عمدية) قوامها (١٥٠) مفردة من العملاء بالبنوك الحكومية تحديداً (الأهلي وبنك مصر)؛ للتعرف على الفعالية الاجتماعية لرقمنة الخدمات المصرفية. ومرت عملية تصميم المقياس بثلاث مراحل أساسية، وهي: (الصورة الأولية، الصياغة قبل النهائية، والصياغة النهائية)، فقد أُجريت (دراسة استطلاعية مصغرة) على عدد محدود من الموظفين؛ لإجراء مقابلات متعمقة. أضافت للدراسة الراهنة في تحديد الأهداف ومتغيرات الدراسة وتصميم الأدوات. إذ أعدت الصورة الأولية للمقياس باختيار قائمة مكونة من (٣٥) عبارة.

أمّا في الصياغة قبل النهائية عُرض المقياس في صورته الأولية للتحكيم، أمّا الصدق فلجأت الباحثة إلى الصدق الظاهري، وطبّق المقياس على عينة قوامها (٢٠) مفردة، وروعي إعادة تطبيق المقياس على العينة نفسها، وبحساب قيمة إجمالي الثبات وفق معامل ارتباط (بيرسون) بلغت (٩٨.٨%)، كما بلغت للبعد الأول المعنون بواقع الخدمات المصرفية الرقمية في البنوك الحكومية (٩٨.٦%)، والبعد الثاني المعنون بأهم التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية

(٩٦.٧%)، والبُعد الثالث المعنون بكفاءة رقمنة الخدمات المصرفية (٩٩.٩%)، والبُعد الرابع المعنون برضا المستفيدين عن الخدمات المصرفية المرقمنة (١٠٠%)، وأخيراً البُعد الخامس المعنون بأهم الخطط المستقبلية المطروحة لتحسين كفاءة الخدمات المصرفية المرقمنة (٩٨.٨%).

وتم التحقق من الثبات الداخلي لمكونات المقياس من خلال استخدام معامل (ألفا كرونباخ) وبحسابها بلغت (٩١%)، وهي قيمة مقبولة إحصائياً، وتدل على ثبات مكونات المقياس. وأستخدم اختبار (T) لقياس قدرة المقياس على التمييز بين استجابات العملاء بالبنكين. وأشارت النتائج إلى معنوية الفروق بين أعلى وأقل، وذلك لارتفاع قيم (T) للمقارنة الطرفية على جميع أبعاد المقياس؛ وذلك عند مستوى معنوية (٠.٠١)، وهو ما يدل على صدق المقياس. وانتهت المرحلة التجريبية إلى (٤٣) عبارة للمقياس.

كما يمكن الحكم على مستويات الفعالية الاجتماعية لرقمنة الخدمات المصرفية باستخدام المتوسط الحسابي، إذ تكون بداية ونهاية فئات المقياس الخماسي: موافق بشدة (٥)، موافق (٤)، محايد (٣)، معارض (٢)، معارض بشدة (١). وتم ترميز وإدخال البيانات إلى الحاسب الآلي، ولتحديد طول خلايا القياس الخماسي (الحدود الدنيا والعليا)، حُسِبَ المدى = (أكبر قيمة - أقل قيمة)، فُسِّمَتْ على عدد خلايا المقياس للحصول على طول الخلية المصحح، وبعد ذلك تمت إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس أو بداية المقياس، وهي الواحد الصحيح؛ وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية. ويبين الجدول التالي تقسيم درجات المقياس.

جدول رقم (١-٦)

يوضح تقسيم درجات المقياس

إلى	من	
٤٨	١	معارض بشدة
٩٦	٤٩	معارض
١٤٤	٩٧	محايد
١٩٢	١٤٥	موافق
٢٤٠	١٩٣	موافق بشدة

ب- المرحلة الثانية:

إجراء المقابلات المتعمقة للتطبيق على عدد معين من العملاء المستفيدين من البنوك الحكومية تحديداً (البنك الأهلي، وبنك مصر)، الذين اختيروا بعد تطبيق المقياس بهدف التعمق في البيانات، وبلغ عددهم (٢٠) مشاركاً. واعتمدت الدراسة في هذه المرحلة على (دليل مقابلة) تتناول بنوده القضايا التالية: أولاً: البيانات الأساسية للعملاء. ثانياً: واقع الخدمات المصرفية المرقمنة وأهم الخدمات الأكثر اعتماداً عليها. ثالثاً: أمن المعلومات وتأثيره على رقمنة الخدمات المصرفية. رابعاً: كيفية التعامل مع الخدمات المصرفية المرقمنة. خامساً: أهم التحديات التي تواجه رقمنة

الخدمات المصرفية. **سادساً:** أهم مميزات رقمنة الخدمات المصرفية وعيوبها. **سابعاً:** رضا العملاء عن رقمنة الخدمات المصرفية. **وأخيراً ثامناً:** الصعوبات التي واجهت العملاء وكيفية التغلب عليها. هذا بالإضافة إلى الاعتماد على أداة الملاحظة التي تدون يوماً بيوم.

٣- مجتمع الدراسة:

بعض العملاء المترددين على البنوك الحكومية تحديداً (البنك الأهلي، وبنك مصر) ووقع الاختيار على محافظتين، هما: الجيزة والقاهرة؛ نظراً للمبررات التالية: تزايد أعداد العملاء المترددين على فروع البنكين، وانتشارهم وجلسهم أمام فروع البنك، واتضح ذلك عند تكرار تردد الباحثة على فروع البنكين، وتقارب خصائص البنكين، وأماكن الصراف الآلي.

٤- عينة الدراسة:

روعي اختيار عينة محددة الخصائص والشروط، حيث طبقت الدراسة على (عينة عمدية) من العملاء المستفيدين من الخدمات المصرفية المرقمنة، وروعي في اختيار العينة التنوع في الخصائص: "العمر، والتعليم، والحالة الاجتماعية، والمهنة".

أ- خصائص عينة الدراسة الكمية:

(أ-1): النوع والعمر:

اتضح من خلال قراءة البيانات الكمية انقسام عينة الدراسة إلى نسب متقاربة ما بين الإناث والذكور، وبلغت نسبة (٥٠.٧%) للذكور، ونسبة (٤٩.٣%) للإناث، علماً بأنه رُوعي وجود التنوع في اختيار نوع المبحوثين، لأنه لا يمكن إغفال دور النوع في التباين بين العملاء، بينما تراوح عمر العينة ما بين ثلاث فئات عمرية، تركزت نصف العينة في الفئة العمرية ما بين (٣٠: ٥٠) بنسبة (٥٢%)، تليها الفئة العمرية (٥٠ سنة فأكثر) بنسبة (٣٥.٣%)، وأخيراً الفئة العمرية (أقل من ٣٠ سنة) بنسبة (١٢.٧%) وهي النسبة الأقل؛ نظراً لأن الفئة (الأقل من ٣٠ سنة) تتركز في طلاب أو من ليس لديه مهنة ثابتة، وهذا يعني أن الشباب هم الأكثر تواجداً وتعاملاً مع الخدمات المصرفية المرقمنة، يليهم كبار السن؛ إذ يعكس التباين في عمر المبحوثين في التباين في القدرة على التعامل مع الخدمات المرقمنة والمقارنة؛ إذ أكدت اختبارات الفروق لإجمالي المقياس وفقاً للعمر، أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط الدرجة وفقاً لفئات العمر.

(أ-2): الحالة الاجتماعية:

تعد الحالة الاجتماعية مؤشراً مهماً يعكس مدى التباين الواضح بينهم، واتضح أن النسبة الأعلى للمتزوجين بلغت نسبتهم (٦٤%)، يليها غير متزوجين بنسبة (١٧.٣%)، يليها الأرامل بنسبة (١٠.٧%)؛ وأخيراً المطلقين بنسبة (٨%).

(أ-3): الحالة التعليمية:

اتضح انقسام المستوى التعليمي لعينة الدراسة كالتالي: بلغت النسبة الأعلى للجامعيين بنسبة (٤٦%) وهي أقل من نصف العينة، ثم نسبة (١٤.٧%) جاءت بالتساوي بين العملاء (ذات المستوى المتوسط والمستوى فوق الجامعي)، يليها ذوو التعليم فوق المتوسط بنسبة (١٠.٧%)، ثم الأميون بنسبة (٧.٣%)، وأخيراً من يقرأون ويكتبون بنسبة (٧.٦%). ويعكس ذلك تركيز المستوى التعليمي لعينة الدراسة في الجامعيين وانخفاض العملاء الأميين ومن يقرأون ويكتبون؛ نظراً لعدم قدرتهم على التعامل مع الخدمات المصرفية المرقمنة والتعامل مع الصراف الآلي. ويُمكن تفسير ذلك أنه كلما

زاد المستوى التعليمي؛ زادت القدرة على التعامل مع الخدمات المصرفية إلكترونياً والتعامل مع البنوك الرقمية؛ فقد أكدت اختبارات الفروق لإجمالي المقياس وفقاً للتعليم، أنه يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسط الدرجة وفقاً لفئات الحالة التعليمية.

(أ-4): الحالة المهنية:

اتضح انقسام عينة الدراسة وفقاً للحالة المهنية، كالتالي: إذ بلغت النسبة الأعلى (٨٤.٧%)، وهم العاملون بمهن مختلفة، يليها نسبة (٩.٣%) على المعاش، وأخيراً نسبة (٦%) لغير العاملين.

(أ-5): نمط حيازة الوحدة السكنية ووسائل الاتصال:

أما بالنسبة لنمط حيازة الوحدة السكنية للعملاء فجاءت كالتالي: تركزت النسبة الأعلى وهي (٧٢.٧%) من إجمالي عينة الدراسة يسكنون في تملك، يليهم نسبة (١٥.٣%) يسكنون في إيجار قانون جديد، وبعدها تأتي نسبة (٩.٣%) يسكنون في إيجار قانون قديم، ثم نسبة (٢%) يسكنون في سكن ملك الحكومة، وأخيراً نسبة (٠.٧%) إيجار مفروش، بينما تركزت النسبة الأعلى من عينة الدراسة وهي (٣١.٥%) في حيازتهم لتليفون محمول عادي، يليها نسبة (٢٤.٣%) لديهم تليفون سمارت به إنترنت ويمكن الدخول به على التطبيقات الإلكترونية أو تحميل التطبيقات البنكية للتحويل من محفظة لأخرى أو من حساب لآخر، أو التحويل من حساب لمحفظة إلكترونياً، ثم نسبة (٢٢.٨%) لديهم إنترنت (وصلة/ راوتر)، ثم تأتي بعدها نسبة (١٥.٦%) لديهم خط تليفون أرضي، ثم نسبة (٢.٩%) لديهم آيباد/ تابلت، وأخيراً نسبة (٢.٥%) لديهم كاميرا رقمية.

(أ-6): البنك التابع له:

انقسمت عينة الدراسة إلى قسمين: العملاء المترددين على البنك الأهلي المصري بنسبة (٥١.٣%)، يليها نسبة (٤٨.٧%) للعملاء المترددين على بنك مصر. وأكدت اختبارات الفروق لإجمالي المقياس وفقاً لنوع البنك، أنه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لنوع البنك، نظراً لتماثل الخصائص؛ إذ أكد بعض العملاء الذين لديهم حساب آخر في بنك خاص على وجود فروق واضحة في التعامل بين البنك الحكومي والخاص؛ نظراً لأن البنك الخاص لديه مميزات أفضل من البنك الحكومي لجذب العملاء، واستقطابهم.

ب- اختيار المشاركين (المبحوثين) في الدراسة الكيفية:

تحدد معايير اختيار العينة وفقاً لما يلي: "النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، التعليم، المهنة، نوع البنك".

جدول رقم (٢-٦)

يوضح خصائص العينة الكيفية

م	النوع	العمر	الحالة الاجتماعية	الحالة التعليمية	الحالة المهنية	نوع السكن	نوع البنك
١	ذكر	٤٤	متزوج	بكالوريوس هندسة	المجال الأمني	تمليك	الأهلي / CIB
٢	أنثى	٣٦	متزوجة	ليسانس آداب	مدرسة	تمليك	الأهلي
٣	ذكر	٤٧	متزوج	ماجستير تجارة	محاسب	تمليك	مصر

٤	أنثى	٤٤	متزوجة	حقوق	الشئون القانونية	تمليك	الأهلي
٥	ذكر	٦٥	متزوج	دبلوم	عامل	إيجار جديد	مصر
٦	ذكر	٢٨	عازب	جامعي	موظف في اتصالات	تمليك	مصر
٧	أنثى	٤٤	متزوجة	حقوق	الإدارة التعليمية	تمليك	مصر
٨	أنثى	٤٨	متزوجة	ماجستير	موظفة	تمليك	الأهلي
٩	أنثى	٥٥	أرملة	يقرأ ويكتب	بائعة	تمليك	مصر
١٠	ذكر	٤٦	متزوج	حقوق	محام	تمليك	مصر
١١	أنثى	٦٤	متزوجة	أمي	على المعاش	إيجار قديم	مصر
١٢	ذكر	٣٩	متزوج	فوق متوسط	سائق تاكسي	تمليك	مصر
١٣	أنثى	٣٥	متزوجة	فوق متوسط	محفظة قرآن	إيجار قديم	الأهلي
١٤	أنثى	٥٦	متزوجة	جامعية	مدرسة	تمليك	الأهلي
١٥	أنثى	٦٥	أرملة	متوسط	تعمل في صيدلية	تمليك	الأهلي
١٦	أنثى	٥٠	متزوجة	فوق متوسط	رئيسة تمرير	تمليك	الأهلي
١٧	ذكر	٧٠	متزوج	أمي	على المعاش	إيجار	الأهلي
١٨	ذكر	٥٣	متزوج	جامعي	معلم أول تربية	إيجار جديد	الأهلي/ مصر
١٩	أنثى	٣٤	متزوجة	فوق جامعي	موظف	تمليك	الأهلي/ مصر
٢٠	أنثى	٤٩	متزوجة	جامعي	معلم أول	تمليك	الأهلي/ القاهرة

٥- مجالات الدراسة:

(أ) المجال الزمني: هي الفترة بدءاً من " مايو حتى أغسطس ٢٠٢٢ " .

(ب) المجال البشري: يتمثل في العملاء المترددين على البنوك الحكومية تحديداً (البنك الأهلي وبنك مصر).

(ج) المجال الجغرافي: يتمثل في محافظتين، وهما: القاهرة والجيزة.

٦- أساليب التحليل والتفسير:

اعتمدت الدراسة على المزاوجة بين أساليب التحليل الكمي والكيفي معاً، وفقاً لطبيعة الأدوات المستخدمة في جمع

البيانات.

(أ) أساليب التحليل الكمية: من خلال استخدام برنامج التحليل الإحصائي (Spss).

(ب) أساليب التحليل الكيفية: من خلال تحليل المقابلات المتعمقة.

سابعاً: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها:

١- واقع الخدمات المصرفية المرقمنة:

أ- نظرة عامة على نتائج مقياس واقع رقمنة الخدمات المصرفية:

يستعرض هذا العنصر تحليل البعد الأول للمقياس الذي يتناول واقع رقمنة الخدمات المصرفية وأهم الخدمات

الأكثر اعتماداً عليها، إذ يتضح من توزيع عبارات هذا البعد العبارات الثلاث التي حصلت على النسب الأعلى موزعة

بالترتيب، وكذلك العبارات التي حصلت على النسب الأقل.

جدول رقم (١-7)

توزيع عبارات مقياس واقع رقمنا الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية

الجملة		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		توزيع عبارات المقياس وترتيبهم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
١٠٠	١٥٠	75.3	113	7.3	١١	2.7	٤	٠	٠	14.7	٢٢	أستطيع استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة في الاستعلام عن الرصيد. ١
١٠٠	١٥٠	72.7	109	9.3	١٤	١.٣	٢	.٧	١	16	٢٤	أستطيع استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة في السحب والإيداع. ٢
١٠٠	١٥٠	52.7	79	8.7	١٣	7.3	١١	٣.٣	٥	28	٤٢	أستطيع استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة في تحويل الأموال. ٤
١٠٠	١٥٠	22.7	34	10.7	١٦	12	١٨	٩.٣	١٤	45.3	٦٨	أستطيع استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة في إنشاء الودائع إلكترونياً. ٨
١٠٠	١٥٠	27.3	٤١	9.3	١٤	12	١٨	٦.٧	١٠	44.7	٦٧	أستطيع استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة في شراء الشهادات إلكترونياً. ٧
١٠٠	١٥٠	16.7	25	6	٩	17.3	٢٦	٣.٣	٥	56.7	٨٥	أستطيع استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة في الحصول على القروض. ٩
١٠٠	١٥٠	27.3	٤١	10	١٥	18	٢٧	٣.٣	٥	41.3	٦٢	أستطيع الحصول على البطاقات الائتمانية ومسبقة الدفع إلكترونياً. ٦
١٠٠	١٥٠	38.7	٥٨	12.7	١٩	10	١٥	٢	٣	36.7	٥٥	أستطيع إيقاف البطاقات

												الائتمانية ومسبق الدفع إلكترونيًا. ٥
١٠٠	١٥٠	46	69	20	٣٠	8	١٢	٢.٧	٤	23.3	٣٨	تعاملي مع البنوك الرقمية أكثر أمناً في إنجاز المعاملات البنكية. ٣

(لا يوجد عبارات تحتاج إلى تصحيح)

بعد تحليل توزيع درجات المقياس، لوحظ أنها تنحصر ما بين [9: 45] درجة، وفقاً لوسط حسابي (3.231)، وانحراف معياري (1.631)؛ إذ أظهرت النتائج أن أعلى نسبة مئوية لتوزيع درجات المقياس بلغت (12.7%) للحاصلين على (9) درجات، يليها نسبة (9.3%) للحاصلين على (33)، (35) درجة. ويمكن تفسير مدى التباين بين توزيع درجات العملاء في ضوء النظريات والدراسات السابقة. كما أظهرت البيانات أن أعلى نسبة مئوية لتوزيع فئات المقياس بلغت (34.7%) التي تمثل قدرة (قوية) على التعامل مع رقمنة الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية، يليها نسبة (27.3%) تمثل قدرة (قوية جداً)، ثم تأتي بعدها نسبة (18.7%) تمثل قدرة (متوسطة)، ثم نسبة (12.7%) تمثل قدرة (ضعيفة جداً)، وأخيراً نسبة (6.7%) التي تمثل قدرات (ضعيفة).

ويمكن تفسير ذلك في ضوء مقولة **عولمة الخدمات المصرفية** في التعرف على دور التحول الرقمي في الصناعة المصرفية، وواقع الخدمات المصرفية المرقمنة، على سبيل المثال: تجربة العملاء، تحويل العمليات رقمياً، تحويل نماذج الأعمال رقمياً؛ إذ أصبحت البنوك تقدم خدماتها عبر منصات رقمية، وخاصة أن للعولمة المصرفية آليات جعلت البنوك تتجه إلى دمج التقنيات الرقمية المتقدمة مع المؤسسات المالية، وهيمنة نماذج الأعمال المبتكرة والعمليات الجديدة، كما فرضت عولمة المصارف إعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية وتوظيف مواردها في مجالات عديدة من ودائع وقروض وأسهم وسندات؛ إذ أدت العولمة إلى تزايد القدرة التنافسية للبنوك في ظل إزالة الحواجز الجغرافية ومحاولة تلبية احتياجات العملاء في أسواق الخدمات المالية. ووفق تلك الرؤية، تم توظيفها في التحليل التفصيلي لبنود المقياس الفرعي المعنون بواقع رقمنة الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية. وقد تتفق هذه النتائج مع ما توصلت إليه نتائج التقارير والدراسات في التأكيد على ضرورة التعامل مع الخدمات المرقمنة؛ لأنها تعتبر محاولة لتحقيق الشمول المالي وإتاحة الخدمات المالية، وفهم سلوك العملاء واحتياجاتهم والاستثمار في رغباتهم من خلال تلقي التعليمات خلال التطبيق الخاص به. حيث تقوم البنوك بتطبيقات لتعزيز نقاط اتصال العملاء.

ب- التحليل التفصيلي لبنود المقياس الفرعي:

تكشف قراءة الجدول رقم (1-7) عن عدد من الاعتبارات الدالة على الآتي:

(ب-1): قدرة العملاء على الاستعلام عن الرصيد:

جاء في الترتيب الأول البند رقم (1)، وتعد درجة البند (قوية جداً)، وفقاً لوسط حسابي (4.29). حيث بلغت النسبة الأعلى وهي (75.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (14.7%) معارض بشدة؛ ويمكن تفسير ذلك في

ضوء متغيرات مثل التعليم والمهنة. وارتبط ذلك بفرضية مهمة كلما ارتفع المستوى التعليمي زادت قدرة العملاء على التعامل مع الخدمات المصرفية المرقمنة، بالإضافة إلى الدور الأساسي لمتغيري التعليم ومهنة العملاء. وهذا ما أكدته مقولة "بورديو" عن رأس المال التقني أن نقل المعلومات بسرعة أكبر يزيد من المزايا بالنسبة إلى أولئك الذين لديهم بعض المزايا التنافسية. وتتفق هذه الدراسة مع دراسة كل من (اعمر & أحمد، 2019). حيث عملت البنوك على بناء مزايا تنافسية تجعلها قادرة على مواجهة التحديات العالمية من خلال إضافة بعض التسهيلات للعملاء؛ الأمر الذي قد يؤثر على رضا العملاء، وتتفق هذه النتيجة أيضاً من دراسة كل من (Ramadhani & Sembiring, 2019).

(ب-2): قدرة العملاء على السحب والإيداع:

جاء في المرتبة الثانية البند رقم (2)، وتعد درجة البند (قوية جداً)، وفقاً لوسط حسابي (4.22)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (72.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها في المقابل نسبة (16%) معارض بشدة. وأكدت الدراسة الميدانية توفير تلك الخدمة المرقمنة والممكنة للعملاء وسيلة فعالة وأمنة وسهلة الاستخدام؛ إذ أصبح بإمكان العميل متابعة كل الخدمات من خلال الموقع الإلكتروني للبنك الذي يتعامل معه. ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن المعلومات الرقمية في القطاع المصرفي يعد شكلاً من أشكال رأس المال الذي يمكن الاستفادة من توظيفه لرفع كفاءة الخدمات. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة كل من (Ansari & Al Habsi, 2010).

(ب-3): القدرة على التعامل مع البنوك الرقمية:

أكدت النسبة الأعلى وهي (46%) من إجمالي حجم العينة ممن لديهم القدرة على الاستعلام عن الرصيد والسحب والإيداع على التعامل مع البنوك الرقمية، واعتبروه أكثر أمناً في إنجاز المعاملات البنكية، بينما على النقيض أكدت نسبة (23.3%) معارض بشدة؛ نظراً لتفضيلهم التعامل المباشر مع الموظفين لعدم قدرتهم على التعامل الإلكتروني. وأسفرت النتائج أن من أهم أهداف التحول الرقمي رفع الكفاءة وتحسين مستوى الخدمة، تطوير نماذج الأعمال، تحفيز الصناعة المصرفية الرقمية. حيث ذهب "باراكو" إلى أن العولمة وصلت إلى مرحلة تتسم بوجود شبكات، كما أن هذه الشبكات تطورت مع التطور التكنولوجي. وسوف يتجلى ذلك خلال السطور التالية في الإشارة إلى منظومة الدفع الإلكتروني.

(ب-4): تحويل الأموال والدفع الإلكتروني:

جاء في المرتبة الرابعة البند رقم (3)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.55)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي ما يقرب من نصف العينة (52.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها في المقابل نسبة (28%) معارض بشدة. وأكدت الدراسة الميدانية أن الدفع الإلكتروني تعد منظومة متكاملة مرتبطة بالبنك المركزي من خلال إنشاء وتشغيل وإدارة مركز الدفع، والتحويل الإلكتروني، ووفقاً للمعايير العالمية للربط مع البنوك بالقطاع المصرفي المصري والهيئات والمؤسسات الحكومية كافة. فالدفع الإلكتروني/ السداد الإلكتروني من أكثر الآليات الآمنة التي اعتمد عليها أغلب عينة الدراسة، وخصوصاً دفع الفواتير؛ فقد لجأ بعضهم إلى هذه الآلية لتقليل التلامس خلال (كوفيد-19)، وذلك من خلال إدخال كود السداد الإلكتروني الخاص به على المنصة الموحدة لخدمات الكهرباء والمياه وغيرها.... كما لجأ البعض إلى الدفع الإلكتروني وخصوصاً منعاً لتراكم الفواتير.

وفي هذا السياق أكد المشاركون رقم (2) وجود خطأ مرتين؛ ما أدى إلى اضطرابه لدفع الفاتورة مرتين متتاليتين، ودعم ذلك آراء المشاركون رقم (3) الذي أكد تكرار حدوث ذلك في فاتورة الغاز؛ الأمر الذي يستدعي ضرورة وجود البنية التحتية والشبكة المشفرة القوية، واتضح ذلك عند توجيه سؤالاً مباشراً عن أهم المشكلات التي واجهت العملاء. حيث أدت العولمة إلى تزايد القدرة التنافسية للبنوك ومحاولة تلبية احتياجات العملاء في أسواق الخدمات المالية، ولكن يؤشر ذلك إلى وجود تحديات من الضروري السعي الدائم لحل مشكلات البنية التحتية والشبكات؛ الأمر الذي يتطلب وضع استراتيجية لإدارة المخاطر والمشكلات.

(ب-5): الحصول على البطاقات الائتمانية ومسبقة الدفع:

جاء في المرتبة الخامسة البند رقم (8) وهو الحصول على البطاقات الائتمانية ومسبقة الدفع، وتعد درجة البند (متوسطة)، وفقاً لوسط حسابي (3.15)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى (38.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (36.7%) معارض بشدة، ثم تأتي بعدها نسبة (12.7%) موافق، ثم نسبة (10%) محايد، وأخيراً تأتي نسبة (2%) معارض. ويمكن تفسير ذلك في ضوء بنية الخدمات المصرفية، فالأفراد هم الذين ينتجون من خلال ممارساتهم الحياتية، ومن خلال إدخال الرقمنة على التكنولوجيا المالية والخدمات المصرفية؛ الأمر الذي ينعكس على طبيعة الخدمات المرقمنة.

(ب-6): إيقاف البطاقات الائتمانية ومسبقة الدفع إلكترونياً:

جاء في المرتبة السادسة البند رقم (7) الذي يؤكد عدم قدرتهم على إيقاف البطاقات الائتمانية ومسبقة الدفع، وتعد درجة البند (متوسطة)، وفقاً لوسط حسابي (2.79)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى (41.3%) معارض بشدة؛ نظراً لعدم قدرتهم على إيقاف البطاقات الائتمانية إلكترونياً، يليها نسبة (27.3%) موافق بشدة. ثمة علاقة بين الممارسات الاجتماعية والمعرفة، ففهم الممارسات الاجتماعية يمكّننا من فهم الطريقة التي يتشكل أو يتبين بها المجتمع أي (بنية الخدمات المصرفية). ومعنى ذلك كلما زاد وعي العملاء كان التأثير على معرفتهم بالتطور التكنولوجي، وقدرتهم على إيقاف البطاقات الائتمانية، ومسبقة الدفع إلكترونياً أو شراء الشهادات إلكترونياً.

(ب-7): القدرة على شراء الشهادات إلكترونياً:

جاء في المرتبة السابعة البند رقم (5) الذي يؤكد عدم قدرتهم على شراء الشهادات إلكترونياً، وتعد درجة البند (متوسطة)، وفقاً لوسط حسابي (2.68)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى (44.7%) معارض بشدة، يليها نسبة (27.3%) موافق، ثم نسبة (12%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (9.3%) موافق، وأخيراً نسبة (6.7%) معارض. ويمكن تفسير ذلك في ضوء مقولة عولمة الخدمات المصرفية المرقمنة، ومن هذا المنطلق فإن الشبكة هي البنية الاجتماعية الجديدة لعصر المعلومات.

بناءً على ما تقدم أكدت النتيجة أن بعض عملاء البنوك الحكومية سواء البنك الأهلي وبنك مصر لديهم القدرة على الاستعلام عن الرصيد، السحب والإيداع، ماكينة الصراف الآلي (ATM)، والتعامل مع البنوك الرقمية، عرض كشوفات الحساب المختصر، تحويل الأموال سواء تحويل الأموال بين الحسابات داخل البنك، تحويل الأموال للبنوك المحلية، التحويل خارج مصر، سداد بطاقة ائتمان، تحويل أموال للبطاقات المدفوعة مقدماً، التحويل لجميع بطاقات البنوك المحلية،

التحويل لجميع المحافظ الإلكترونية داخل مصر، والدفع الإلكتروني/ السداد الإلكتروني، إيقاف البطاقات الائتمانية ومسبقة الدفع إلكترونياً". بينما جاءت العبارات ذات النسب الأقل "الحصول على البطاقات الائتمانية ومسبقة الدفع إلكترونياً، وشراء الشهادات إلكترونياً، طلب دفتر شيكات، طلب شيك مصرفي، طلب شهادة معتمدة بالأرصدة، إيقاف صرف شيك، عرض حالة الشيك، وإنشاء الودائع إلكترونياً مثل حسابات التوفير والحسابات الجارية وحسابات سوق المال، والحصول على القروض" سواء كانت "قروضاً شخصية، تمويلاً عقارياً، قرض سيارة".

إذ أصدر بنك مصر "القرض النقدي بضمان وعاء، قرض الرحلات والحج لأصحاب المهن الحرة، قرض الرحلات والحج للموظفين، قرض أصحاب الأعمال، قرض أصحاب المعاشات، قرض التعليم لأصحاب المعاشات، ولأصحاب المهن الحرة، قرض السلع المعمرة لأصحاب المعاشات، بالإضافة إلى قروض التمويل العقاري للتشطيب ولمحدودي الدخل ولمتوسطي الدخل وللموظفين وللأفراد، وقروض الشركات".

كما أصدر البنك الأهلي بالإضافة إلى الحسابات والقروض وربط الحسابات، أطلق الخدمات الإلكترونية مثل (الفرع المتنقل، الأهلي واتساب، خدمة الأهلي للتسوق عبر الإنترنت، الأهلي نت، محفظة فون كاش، التحويل من خلال الشاشات التفاعلية، الفيديوهات الترويجية والإرشادية للمنتجات)، بالإضافة إلى الخدمات الذاتية مثل (افتح حسابك، الاستعلام عن صناديق الاستثمار، الكشف الإلكتروني، الاستعلام عن قيمة الأقساط، الاستعلام الائتماني)، بجانب الخدمات المقدمة من (ITM) لإمكانية تواصل العميل مع ممثلي البنك من خلال فيديو تفاعلي بالصوت والصورة.

كما أكدت الدراسة الميدانية انقسام آراء العينة حول تحديد ماهية الخدمات المقدمة واستخدامها، وتم تصنيف العملاء إلى مستويات ثلاثة، يمكن تحديدهم كالتالي:

الأول: (الاقتناع بالخدمات المصرفية المرقمة)؛ إذ أضاف المشاركون بالدراسة الميدانية أن من أكثر الخدمات المستخدمة المحافظ الإلكترونية التي مكنتهم من إدارة الحسابات الخاصة بهم عن طريق استخدام الهواتف المحمولة، بالإضافة إلى تحويل الأموال من الحساب الخاص إلى الحسابات الأخرى سواء داخل مصر أو خارجها، والدفع الإلكتروني والسداد الإلكتروني.

الثاني: (الحذر من التعامل مع الخدمات المصرفية المرقمة)؛ اعترض بعضهم على عملية تحويل الأموال تخوفاً من الاعتقادات السائدة لدى بعضهم "إن المعاملات البنكية الرقمية تشكل خطورة على العملاء".

وأخيراً: (الخدمات المصرفية المرقمة آلية للاستبعاد)؛ من يرى أن المعاملات البنكية الرقمية تشكل آلية للاستبعاد في ظل صعوبة التعامل مع هذه الخدمات المقدمة، وقد تباينت الآراء وفقاً للمستوى التعليمي والمهني؛ إذ كلما انخفض المستوى التعليمي، انخفضت إمكانية التعامل مع هذه الخدمات، بالإضافة إلى أن الثقافة شكّلت محورا أساسياً في رفض البعض التعامل مع هذه الخدمات المرقمة؛ نظراً لوجود دور مهم لأمن المعلومات وتأثيره في رقمنة الخدمات المصرفية، لذلك من الضروري تكثيف جهود البنوك الحكومية لدمج الفئة المستبعدة. إذ أدت العولمة إلى تزايد القدرة التنافسية للبنوك ومحاولة تلبية احتياجات العملاء في أسواق الخدمات المالية. كما يمكن تفسير ذلك في ضوء نتائج الدراسات السابقة التي عُرِضت في المحور المعنون بعولمة الخدمات المصرفية، حيث تتفق هذه الدراسة الراهنة مع نتائج الدراسات السابقة في

التأكيد على تأثير العولمة على الجهاز المصرفي، ويأتي في هذا الإطار دراسة كل من (عباس & عثمان، 2022)، ودراسة كل من (موسى & خطاب، د.ت)، ودراسة (الطيب، د.ت). وبناءً على ما تقدم، تم الإجابة عن السؤال الأول للدراسة، وهو: ما واقع رقمنة الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية؟

2- أهم التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية:

أ- نظرة عامة على نتائج مقياس أهم التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية:

يستعرض هذا العنصر تحليل البُعد الثاني للمقياس الذي يتناول أهم التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية.

جدول رقم (2-7)

توزيع عبارات مقياس أهم التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية

الجملة		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		توزيع عبارات المقياس وترتيبهم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	150	37.3	56	13.3	20	26	39	2.7	4	20.7	31	التحول الرقمي أدى إلى تقليل العاملين بالبنوك. 5
100	150	58.7	88	16	24	17.3	26	1.3	2	6.7	10	يوجد تطبيقات إلكترونية لتأمين المعاملات البنكية الرقمية. 1
100	150	59.3	89	12.7	19	8	12	2.7	4	17.3	26	أستطيع إدارة الحساب البنكي إلكترونياً بسهولة. 3
100	150	48.7	73	20.7	31	7.3	11	3.3	5	20	30	أجد العمليات البنكية الرقمية أكثر عرضة للمخاطر. 4
100	150	53.3	80	19.3	29	20.7	31	2	3	4.7	7	يراقب البنك مؤشرات أداء العمليات الرقمية باستمرار. 2.
100	150	24.7	37	8.7	13	9.3	14	9.3	14	48	72	أجد صعوبة في المصطلحات الفنية الموجودة بالموقع الإلكتروني أو التطبيقات الإلكترونية. 6
100	150	20.7	31	8	12	10.7	16	16	24	44.7	67	لا أستطيع أحياناً الاتصال بالبنوك عن طريق التطبيقات الإلكترونية. 7

(تم تصحيح العبارة السابعة)

بعد تحليل توزيع درجات المقياس، لوحظ أنها تنحصر ما بين [11:35] درجة، وفقاً لوسط حسابي (3.490)، وانحراف معياري (1.457)؛ إذ أظهرت النتائج أن أعلى نسبة مئوية لتوزيع درجات المقياس بلغت نسبة (18) %

للحاصلين على (25) درجة. كما أظهرت البيانات أن أعلى نسبة مئوية لتوزيع فئات المقياس وهي (61.3%) نسبة (قوية) التي تؤكد عدم القدرة على التعامل مع رقمنة الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية سواء البنك الأهلي أو بنك مصر؛ نظراً لوجود بعض التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية رغم أنه أصبح الحصول على الخدمات المصرفية الرقمية أحد المطالب المهمة، وخصوصاً مع تنامي تطلعات العملاء في تحديد أولوياتهم، يليها نسبة (24%) (قوية جداً) أو موافق بشدة، ثم تأتي بعدها نسبة (14%) وهي نسبة (متوسطة) أو محايد، وأخيراً نسبة (0.7%) (ضعيفة) أو معارض.

ويمكن تفسير مدى التباين بين توزيع درجات العملاء سواء في البنك الأهلي وبنك مصر في ضوء مقولة "بورديو" عن رأس المال التقني، كما يشير أيضاً إلى أن نقل المعلومات بسرعة أكبر يزيد من المزايا؛ الأمر الذي يؤشر إلى الكشف عن أهم التحديات التي تواجه رقمنة القطاع المصرفي؛ إذ يوجد اختلافات بين الأجيال في استخدام التكنولوجيا الرقمية، اعتباراً من أن المعلومات الرقمية في القطاع المصرفي تعد شكلاً من أشكال رأس المال، ويعني ذلك أن الأصغر سناً وذوي المستوى التعليمي الأعلى هم الأكثر إفادة من رقمنة الخدمات المصرفية. ومن هذا المنطلق، تم توظيفها في التحليل التفصيلي لبنود المقياس الفرعي المعنون أهم التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية المرقمنة.

ب- التحليل التفصيلي لبنود المقياس الفرعي:

تكشف قراءة الجدول رقم (2-7) عن عدد من الاعتبارات الدالة على الآتي:

(ب-1): وجود تطبيقات إلكترونية لتأمين المعاملات البنكية الرقمية:

جاء في الترتيب الأول البند رقم (2)، وتعد درجة البند (قوية جداً)، وفقاً لوسط حسابي (4.19)؛ حيث بلغت النسبة الأعلى، وهي (58.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (17.3%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (16%) موافق، ثم نسبة (6.7%) معارض بشدة، وأخيراً نسبة (1.3%) معارض؛ ويتضح من ذلك أن النسبة التي وجدت أن لديها قدرة على التعامل مع الخدمات المصرفية المرقمنة، هي النسبة التي ترى أن هناك تطبيقات إلكترونية لتأمين المعاملات البنكية الرقمية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء متغيرين، ألا وهما: التعليم والعمر، كما أن للثقافة دوراً مهماً في اقتناع بعضهم بالتعامل مع الخدمات المصرفية المرقمنة بدلاً من التعامل المباشر؛ فقد أكد المشاركون رقم (1) على أن "التعود والممارسة هي التي أفرزت رفض تجاه الخدمات الرقمية، بالإضافة إلى الخوف الذي يمثل عاملاً حاسماً، يعني هزر في أي حاجة إلا الفلوس في هكر وغيره ومشكلات سيستم ليه المجازفة". ويمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية تشكيل البيئة والسؤال الذي طرحته هذه النظرية، وهو: كيف يعاد إنتاج الممارسات الاجتماعية لدى العملاء في البنوك الحكومية؟ فرغم انطلاق التفاعلات الاجتماعية من خلال المعرفة، فإن تكرار الممارسات التفاعلية في مكان وزمان معين يضيف عليها الطابع المؤسسي، وهذا ما يجعل هناك رفض من بعض العملاء؛ لذلك تعزيز التحول الرقمي يتطلب التحول الثقافي والتنظيمي وتوفير القدرات البشرية المؤهلة للتعامل مع العملاء وتلبية رغباتهم.

(ب-2): مراقبة البنوك لأداء العمليات الرقمية باستمرار:

جاء في الترتيب الثاني البند رقم (5)، وتعد درجة البند (قوية جدًا)، وفقًا لوسط حسابي (4.15)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى، وهي (53.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (20.7%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (19.3%) موافق، ثم نسبة (4.7%) معارض بشدة، وأخيرًا نسبة (2%) معارض؛ حيث أكدت النتيجة ضرورة مراقبة البنوك لمؤشرات أداء العمليات الرقمية باستمرار. ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما أشار إليه "جرانوفيتز" أن العلاقات المتضمنة تكون مفيدةً أينما تكون الثقة، وعندما تعين نقل المعلومات الدقيقة إلى الفريق الآخر. وتتفق هذه النتيجة مع بعض الدراسات التي تناولت جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية حيث أكدت أن أكثر الأبعاد تأثيرًا في إدراك العميل لجودة الخدمات المصرفية، هي الثقة، والأمان، وسرعة الاستجابة، ويأتي في هذا الإطار دراسة كلٍّ من (لحلوح & زين الدين، 2016) التي أكدت أن التقنيات الرقمية تسمح للعملاء بالمشاركة الذاتية في عملية تقديم الخدمة المصرفية.

(ب-3): القدرة على إدارة الحساب البنكي إلكترونيًا:

جاء في الترتيب الثالث البند رقم (3)، وتعد درجة البند (قوية جدًا)، وفقًا لوسط حسابي (3.94)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى، وهي (59.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (17.3%) معارض بشدة، ثم تأتي بعدها نسبة (12.7%) موافق، ثم نسبة (8%) محايد، وأخيرًا نسبة (2.7%) معارض؛ إذ أكدت الدراسة الميدانية أن ثقافة العملاء ذات الفئة العمرية [50 سنة فأكثر] يرون أن التعامل المباشر يعد أكثر أمنًا من التعامل الإلكتروني؛ نظرًا للمشكلات الفنية والإلكترونية الناتجة عن ضعف البنية التحتية، بجانب التزامم على ماكينات الصراف الآلي، لقلّة عدد ماكينات الصراف الآلي أو تعطلها باستمرار، وعدم وجود الأمان في التعامل، كما يفتقد العملاء إلى القدرة التقييمية المالية، وعدم الوعي بكيفية إدارة الحسابات المالية الشخصية، أو إجراء المعاملات المالية، مع عدم وجود الحماية التأمينية الكافية للمساعدة رغم وجود أمن. في ضوء مقولة عولمة الخدمات المصرفية يمكن تفسير ذلك كالتالي حيث أدت العولمة إلى تزايد القدرة التنافسية للبنوك في ظل إزالة الحواجز الجغرافية، ومحاولة تلبية احتياجات العملاء في أسواق الخدمات المالية لاستقطاب العملاء. وأكدت على ذلك دراسة (فوزي، أماني، 2021) أن أول تلك التحديات هو أن بعض العملاء يواجهون صعوبة في استخدام تلك الخدمات البنك الإلكترونية، وهذا يرتبط إلى حد كبير بمستويات الوعي والتقييم المالي خاصة فيما يتعلق بكيفية استخدام تلك التقنيات المالية الحديثة.

(ب-4): العمليات البنكية الرقمية أكثر عرضة للمخاطر:

جاء في الترتيب الرابع البند رقم (4)، وتعد درجة البند (قوية جدًا)، وفقًا لوسط حسابي (3.75)؛ حيث بلغت النسبة الأعلى وهي (48.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (20.7%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (20%) معارض بشدة، ثم نسبة (7.3%) محايد، وأخيرًا نسبة (3.3%) معارض؛ نظرًا لعدم توفر البنية التحتية المتكاملة اللازمة للتحويل الرقمي؛ الأمر الذي يترتب عليه وجود بعض المشكلات التي تواجه العملاء، مثل تعطل (النظام الإلكتروني). وتستفيد هذه البنوك من الخدمات المالية المشتركة، وحتى القدرات الأساسية العالمية، مثل: تكنولوجيا البلوك تشين، وتحويلات الأموال، وهذه الخدمات المشتركة العالمية تعزز الكفاءة، وتقلل من المخاطر وتعزز المرونة المصرفية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (خميس، أسر، 2021) التي أوصى خلالها بضرورة إنشاء وحدة تنظيمية للتحويل الرقمي يكون

لديها القدرة على إدارة المخاطر. هذا بالإضافة إلى ما أكدته نتائج الدراسة الميدانية أن عدم وعى العملاء باستخدام الخدمات المصرفية المرقمنة من الممكن أن يعرضهم لبعض الجرائم مثل الاستيلاء على الحسابات الخاصة بهم، أو تحويل أرصدة حساباتهم.

(ب-5): التحول الرقمي أدى إلى تقليل العاملين بالبنوك:

جاء في الترتيب الخامس البند رقم (1)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.44)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى، وهي (37.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (26%) من محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (20.7%) معارض بشدة، ثم نسبة (13.3%) موافق، وأخيراً نسبة (2.7%) معارض. ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما أكدته الدراسة الميدانية أنه على الرغم من الآثار المترتبة على رقمنة الخدمات المصرفية؛ الأمر الذي أدى إلى تسهيل المعاملات المالية في بعض المواقف، والمقصود هنا تقليل الضغوط على العاملين، والتزام أمام البنوك، كما أدى التطور التكنولوجي إلى تخفيف العبء الوظيفي والروتينية؛ الأمر الذي أنتج عن ذلك انفتاح مجالات التطوير والابتكار، ومن ثم الارتقاء بمستوى الخدمة المقدمة للعملاء، واتضح ذلك عند توجيه سؤال مباشر للموظفين عن دور التحول الرقمي على العاملين، وأسفرت النتائج أن هناك العديد من المشكلات التي نتجت عن ضعف البنية التحتية. ودعمت ذلك دراسة (خميس، أسر، 2021). حيث تسمح التقنيات الرقمية لمشاركة العملاء، مما يمكن الموظفين من تلبية المزيد من المهام المحددة، علاوة على ذلك جعلت تقنيات الاتصال الرقمي الموظفين أكثر انخراطاً في صنع القرارات من خلال مشاركة المعلومات.

(ب-6): وجود صعوبة في المصطلحات الفنية الموجودة بالتطبيقات الإلكترونية:

جاء في الترتيب السادس البند رقم (6)، وتعد درجة البند (ضعيفة)، وفقاً لوسط حسابي (2.53)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى، وهي (24.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (26%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (20.7%) معارض بشدة، ثم نسبة (13.3%) موافق، وأخيراً نسبة (2.7%) معارض. وأكدت الدراسة الميدانية وجود صعوبة في المصطلحات الفنية المتاحة بالتطبيقات الإلكترونية؛ نظراً لصعوبة اللغة من ناحية، ودقة المصطلحات المستخدمة، وانخفاض المستوى التعليمي للعملاء. ويمكن تفسير ذلك في ضوء مقولة "بورديو"، إذ يوجد اختلافات بين الأجيال في استخدام التكنولوجيا الرقمية اعتباراً أن المعلومات الرقمية في القطاع المصرفي تعد شكلاً من أشكال رأس المال، ويعني ذلك أن الأصغر سناً وذوي المستوى التعليمي الأعلى هم الأكثر إفادةً من رقمنة الخدمات المصرفية. وهذا يفسر أيضاً عدم قدرة العملاء على الاتصال بالبنوك عن طريق التطبيقات الإلكترونية.

(ب-7): عدم القدرة على الاتصال بالبنوك عن طريق التطبيقات الإلكترونية:

جاء في الترتيب السابع البند رقم (7)، وتعد درجة البند (ضعيفة)، وفقاً لوسط حسابي (2.44)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى وهي (44.7%) من إجمالي حجم العينة معارض بشدة، يليها نسبة (20.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، ثم تأتي بعدها نسبة (16%) معارض، ثم نسبة (10.7%) محايد، وأخيراً نسبة (8%) موافق. ويمكن تفسير ذلك

في ضوء ما أكدته الدراسة الميدانية عن عدم قدرة البعض على الاتصال بالبنوك عن طريق التطبيقات الإلكترونية لصعوبة التعامل معها، وعدم امتلاكهم للهواتف المحمولة أو وسيلة اتصال مناسبة لديهم.

واستناداً إلى ما سبق، أدى التطور التكنولوجي إلى زيادة حجم المعلومات، وضرورة إدماج التكنولوجيا في المعاملات البنكية، فقد أكدت الدراسة الميدانية ضرورة التحول الرقمي، وأبرزت الأزمات ضرورة التعامل مع الخدمات المصرفية الرقمية لتقليل التلامس وتقليل الإصابة بالأمراض، حيث أحدثت البنوك طفرة في الخدمات المصرفية المرقمنة خاصة في ظل تداعيات أزمة (كوفيد-19)، والتي فرضت أنماطاً جديدة في العمليات المصرفية. إلى أن أسفرت النتائج عن أهم التحديات التي تواجه التحول الرقمي، ويمكن تحديدها كالتالي: عدم توفر البنية التحتية اللازمة للتحول الرقمي؛ الأمر الذي ترتب عليه وجود بعض المشكلات التي تواجه العملاء؛ نتيجة نقص الوعي التكنولوجي الرقمي، وندرة الخبرات وعدم القدرة ومحدودية الإمكانيات، والتخوف من توجيه الاستثمارات، مقاومة البعض للتغيير، وندرة المهارات والكفاءات المدربة بسوق العمل؛ نظراً للاعتماد على شبكة معلوماتية تعتمد على التكنولوجيا الرقمية؛ لذلك أكد معظم العملاء ضرورة وجود تطبيقات إلكترونية لتأمين المعاملات البنكية الرقمية، ومراقبة البنوك لمؤشرات أداء العمليات الرقمية باستمرار، مع ضرورة زيادة القدرة التقييمية المالية التي تتيح للعملاء القدرة على إدارة الحساب البنكي إلكترونياً، وتبين من أهم التحديات التي تحول دون إفادة العملاء أن العمليات البنكية الرقمية أكثر عرضة للمخاطر مثل مخاطر السرقة والنصب، بالإضافة إلى مخاطر الائتمان والسيولة وغسيل الأموال والأسعار. ويعتقد بعضهم أن التحول الرقمي أدى إلى تقليل العاملين بالبنوك، وعلى النقيض أكد العاملين بالبنوك خلال الدراسة الاستطلاعية والمقابلات الأولية التي أجريت مع العاملين بالبنوك الحكومية أن رقمنة الخدمات المصرفية أدت فقط إلى تخفيف العبء الوظيفي، بالإضافة إلى وجود صعوبة في المصطلحات الفنية الموجودة بالتطبيقات الإلكترونية، وافتقاد بعضهم القدرة على الاتصال بالبنوك عن طريق التطبيقات الإلكترونية.

ومن هذا المنطلق، تم تفسير أهم التحديات التي تواجه التحول الرقمي في ضوء مقولة عولمة الخدمات المصرفية المرقمنة، ومقولة "بورديو" عن "رأس المال التقني"، وفي ضوء ما أشارت إليه نتائج الدراسات السابقة التي أكدت على أن العولمة ارتبطت بالنشاط المصرفي بوصفها جزءاً من العولمة الاقتصادية، وقد اتخذت العولمة المصرفية أبعاداً جعلت البنوك تتجه إلى أنشطة متنوعة، ومن ثمّ الاتجاه إلى الصيرفة الشاملة، وزاد الاندماج المصرفي. وفي ظل العولمة أصبحت البنوك تخلق عملاء متميزين وتقدم لهم مستقبلاً، ومن هنا ارتبط مفهوم الخدمات المصرفية بمفهوم الوفرة والإتاحة للخدمات التي تقدمها المصارف، ويأتي في هذا السياق دراسة كل من (موسى & خطاب، د.ت). وبناءً على ما تقدم، تم الإجابة عن السؤال الثاني للدراسة، وهو: ما أهم التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية؟

3- كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية:

أ- نظرة عامة على نتائج مقياس كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية:

يستعرض هذا العنصر تحليل البُعد الثالث للمقياس الذي يتناول كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية.

جدول رقم (3-7)

توزيع عبارات مقياس كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية

الجملة		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		توزيع عبارات المقياس وترتيبهم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	150	60	90	20.7	31	10	15	1.3	2	8	12	توفر الخدمات المصرفية المرقمنة الوقت والجهد. 4
100	150	62.7	94	19.3	29	10.7	16	0.7	1	6.7	10	توفر الخدمات المصرفية المرقمنة المعلومات المطلوبة في الوقت المناسب. 2
100	150	47.3	71	18	27	20	30	2.7	4	12	18	توفر الخدمات المصرفية المرقمنة الاتصال الدائم بالبنك. 13
100	150	62.7	94	12.7	19	6.7	10	1.3	2	16.7	25	أفيد من التنبيهات الرقمية عن طريق الرسائل القصيرة أو البريد الإلكتروني. 7
100	150	54	81	16.7	25	12	18	4	6	13.3	20	توفر الخدمات المصرفية المرقمنة إمكانية الرد على الاستفسارات في وقت قصير. 9
100	150	51.3	77	15.3	23	14.7	22	6	9	12.7	19	تقدم الخدمات المصرفية المرقمنة مساعدة سريعة لحل المشاكل. 12
100	150	70	105	16	24	7.3	11	0	0	6.7	10	تتعامل البنوك الرقمية مع معلوماتي الخاصة بسرية. 1
100	150	50.7	76	23.3	35	10	15	1.3	2	14.7	22	تتيح الخدمات المصرفية المرقمنة معرفة جميع الخدمات الإلكترونية الأخرى. 10
100	150	43.3	65	20.7	31	12	18	2.7	4	21.3	32	أستطيع تحميل صفحة البنك على الموقع الإلكتروني

بسرعة. 16												
100	150	45.3	68	14.7	22	24	36	0.7	1	15.3	23	انخفاض التكلفة المالية للمعاملات الرقمية. 15
100	150	48.7	73	20.7	31	16.7	25	0.7	1	13.3	20	تعد جودة الخدمات البنكية الرقمية التي يقدمها البنك مناسبة. 11
100	150	60.7	91	14	21	16.7	25	0	0	8.7	13	تساعد الخدمات المصرفية الرقمية في تقليل الضغوط على العاملين. 5
100	150	61.3	92	16	24	18	27	0	0	4.7	7	ساعدت الخدمات المصرفية المرقمنة في تطوير البنوك. 3
100	150	40.7	61	12.7	19	36.7	55	3.3	5	6.7	10	يعمل البنك على وضع خطط لتدريب الموظفين على التعامل الرقمي باستمرار. 14
100	150	47.3	71	18.7	28	30	45	1.3	2	2.7	4	رقمنة الخدمات المصرفية أدت إلى زيادة الاستثمار أو الاستثمار الرقمي. 6
100	150	45.3	68	13.3	20	36	54	2	3	3.3	5	رقمنة الخدمات المصرفية أدت إلى زيادة المدخرات بالبنوك. 8
100	150	24	36	9.3	14	29.3	44	11.3	17	26	39	يتم قياس رضا عملاء الخدمات المصرفية الرقمية بصورة دائمة. 17

(لا توجد عبارات تحتاج إلى تصحيح)

بعد تحليل توزيع درجات المقياس، لوحظ أنها تنحصر ما بين [17: 85] درجة، وفقا لوسط حسابي (3.946)، وانحراف معياري (1.297)، إذ أظهرت النتائج أن أعلى نسبة مئوية لتوزيع درجات المقياس بلغت نسبة (7.3%) للحاصلين على (77) درجة، ويمكن تفسير مدى التباين بين توزيع درجات العملاء في ضوء النظريات والدراسات السابقة. كما أظهرت البيانات أن أعلى نسبة مئوية لتوزيع فئات المقياس بلغت (60.7%) التي تمثل أن كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية (قوية جداً)، يليها نسبة (22.7%) (قوية)، ثم تأتي بعدها نسبة (10.7%) (متوسطة) محايد، ثم نسبة (5.3%) (ضعيفة) معارض، وأخيراً نسبة (0.7%) (ضعيفة جداً) معارض بشدة. ويمكن تفسير ذلك في ضوء نظرية مجتمع الشبكات، إذ يرى "كاستلنز" الشبكة هي البنية الاجتماعية الجديدة لعصر المعلومات، إذ تقوم هذه الشبكات بدورها في بناء ثقافة افتراضية في إطار تدفقات المعلومة التي تتجاوز حدود الزمان والمكان، لهذا أصبحت الشبكات ذلك الشكل التنظيمي الأكثر كفاءة؛ نتيجة ثلاث سمات رئيسية للشبكات التي أفادت من البيئة التكنولوجية الجديدة المرنة والتدرجية

والبقاء. ووفق تلك الرؤية، تم توظيفها في التحليل التفصيلي لبنود المقياس الفرعي المعنون كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية المرقمنة التي يمكن تحقيقها من خلال تعامل البنوك الرقمية مع معلومات العملاء بسرية، توفير بيانات العملاء في الوقت المناسب، تقليل الضغوط على العملاء والموظفين، ومن ثمَّ زيادة الاستثمار والادخار، وذلك من خلال الاستفادة من التسهيلات الإضافية مثل التنبيهات الرقمية، إمكانية الاتصال الدائم بالبنك، ومن ثمَّ الرد على الاستفسارات بوقت قصير.

ب- التحليل التفصيلي لبنود المقياس الفرعي:

تكشف قراءة الجدول رقم (3-7) عن عدد من الاعتبارات الدالة على الآتي:

(ب-1): تتعامل البنوك الرقمية مع معلومات العملاء بسرية:

جاء في الترتيب الأول البند رقم (7)، وتعد درجة البند (قوية جداً)، وفقاً لوسط حسابي (4.43)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (70%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (16%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (7.3%) محايد، ثم نسبة (6.7%) معارض بشدة. فقد أكدت الدراسة الميدانية أن معظم آراء العينة تؤكد أن البنوك سواء كانت بنوكاً حكومية أو خاصة أو بنوكاً رقمية تتعامل مع معلومات العملاء بسرية. ويمكن تفسير ذلك في ضوء الدراسات السابقة التي تناولت الأبعاد الأكثر تأثيراً في إدراك العميل لجودة الخدمات المصرفية، وهي: الثقة، والأمان، وسرعة الاستجابة، والإمكانيات المادية، ويأتي في هذا الإطار دراسة (محمد، أيمن عبد الله، 2017). وتعد الجودة مقياس يستخدمه العملاء في تقييم الخدمات المصرفية؛ لذلك إذا توافق إدراك العملاء مع توقعاتهم، فسوف يكون العميل راضٍ، ويرجع ذلك إلى أن مزايا تقديم خدمة متميزة للعملاء يؤدي إلى تحقيق ميزة تنافسية للبنوك، المحافظة على العملاء، تتيح الفرصة لبيع خدمات إضافية، فإن الخدمة ذات الجودة العالية هي أساس المفاضلة بين البنوك. كما يسمح التوقيع الإلكتروني للعملاء بالتحقق من صحة معظم أنواع المعاملات عن بُعد.

(ب-2): توفير بيانات العملاء في الوقت المناسب:

جاء في الترتيب الثاني البند رقم (2)، وتعد درجة البند (قوية جداً)، وفقاً لوسط حسابي (4.13)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (62.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (19.3%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (10.7%) محايد، ثم نسبة (6.7%) معارض بشدة، وأخيراً نسبة (0.7%) معارض. إذ أكدت معظم آراء العينة إمكانية توفير بياناتهم في الوقت المناسب عند طلب العميل وفي سرية تامة، فقد اتضح ذلك سواء عند توجيه سؤال مباشر للعملاء أو للعاملين بالبنوك، فقد أسفرت النتائج على ضرورة التحديث المستمر لبيانات العملاء. وبناءً على ما تقدم يمكن الإشارة إلى أن جودة الخدمات يمثل اتجاهًا، لذلك فإن الخبرات المتعاقبة مع البنك تقود إلى مراجعات لمستوى جودة الخدمة، لذلك فإن الصورة الذهنية لدى العملاء تتكون من الجودة الفنية والوظيفية وسرعة الاستجابة للخدمات التي يقدمها البنك. وهذا ما يمكن تسميته بالجودة التفاعلية وهي التي تنشأ بين موظفي البنك والعملاء. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (إريد، سمية، 2013). كما يمكن تفسير ذلك في ضوء المقولات النظرية التي استندت إليها الدراسة، وهم مقولة عولمة الخدمات المصرفية، وبنية الخدمات المصرفية التي فرضت إعادة هيكلة الخدمات البنكية وتوظيف مواردها في مجالات عديدة.

(ب-3): تطوير البنوك:

جاء في الترتيب الثالث البند رقم (13)، وتعد درجة البند (قوية جداً)، وفقاً لوسط حسابي (4.29)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (61.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (18%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (16%) موافق، وأخيراً نسبة (4.7%) معارض بشدة؛ فقد أكدت معظم آراء العينة أن الخدمات المصرفية المرقمنة ساعدت في تطوير البنوك، ويجب على البنوك أن تستثمر بشكل متزايد جهودها لمواكبة التقنيات الرقمية من خلال تنشيط السداد الإلكتروني، ودعم التحول الرقمي، وتحقيق الشمول المالي. واتضح ذلك عند توجيه سؤال مباشر للعاملين بالبنوك عن خطط البنوك. وأسفرت النتائج عن أن مستقبل الصناعة المصرفية يكمن في التحول الرقمي، ومحاولة زيادة الخدمات الرقمية المقدمة؛ نظراً لسهولة وسرعتها وانخفاض تكلفتها، وذلك مع ضرورة زيادة القدرة التنقيفية المالية لدى العملاء للتعامل مع التطبيقات الإلكترونية من ناحية، وتطور المدفوعات من ناحية أخرى. واتجاه البنكين إلى تطوير منظومة المدفوعات الإلكترونية لإجراء تحويلات لحظية بسهولة من خلال تطبيق الهاتف، وطرح بطاقة ميزة، وتطوير البنية التحتية التكنولوجية.

(ب-4): توفير الوقت والجهد:

جاء في الترتيب الرابع البند رقم (1)، وتعد درجة البند (قوية جداً)، وفقاً لوسط حسابي (4.23)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (60%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (20%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (10%) محايد، ثم نسبة (8%) معارض بشدة، وأخيراً نسبة (8%) معارض؛ إذ أكدت معظم آراء العينة أن الخدمات المصرفية المرقمنة ساعدت في توفير الوقت والجهد. إذ أدت العولمة وبنية الخدمات المصرفية إلى تزايد القدرة التنافسية للبنوك، ومحاولاتهم باستمرار تلبية احتياجات العملاء في أسواق الخدمات المالية. حيث كلما زادت سرعة التصدي لمشاكل العملاء زادت درجة رضاهم عن البنك؛ نظراً لتوفير الوقت والجهد، إعلام العميل بالخدمات، وقياس رضا العملاء؛ بهدف التطوير المستمر للبنوك.

(ب-5): تقليل الضغوط على العاملين:

جاء في الترتيب الخامس البند رقم (12)، وتعد درجة البند (قوية جداً)، وفقاً لوسط حسابي (4.18)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (60.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (16.7%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (14%) موافق، ثم نسبة (8.7%) معارض بشدة؛ فقد أكدت معظم آراء العينة أن الخدمات المصرفية المرقمنة ساعدت على تقليل الضغوط على العاملين، كما أدت إلى تسهيل التعاملات في بعض المواقف؛ بهدف تقليل التزاحم أمام البنوك، حيث ساعدت الخدمات المصرفية المرقمنة الموظفين في تلبية المزيد من المهام المحددة، وفي المقابل أكدت نسبة قليلة على معارضتها لذلك؛ نظراً لتزايد التزاحم أمام البنوك وماكينات الصراف الآلي.

(ب-6): زيادة الاستثمار أو الاستثمار الرقمي:

جاء في الترتيب السادس البند رقم (15)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (4.07)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى، وهي (47.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (30%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (18.7%) موافق، ثم نسبة (2.7%) معارض بشدة، وأخيراً نسبة (1.3%) معارض، ويتضح من ذلك أن رقمنة الخدمات المصرفية

أدت إلى زيادة الاستثمار أو الاستثمار الرقمي، من خلال تشجيع البنوك الرقمية على جذب ونمو الودائع، فأتجهت البنوك للتكنولوجيا المالية للتعامل مع رءوس الأموال؛ الأمر الذي يقلل من التكاليف التي تتطلبها العمليات الورقية، وتركيز البنوك على تنقيف المستهلكين تجاه الآثار المترتبة عن الرقمنة، ووفقاً للدراسة الميدانية اتجه بعض العملاء إلى استخدام التقنيات الأسهل عند الضرورة للتكيف مع التطورات في المؤسسات المالية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (رشوان & قاسم، 2020) في أن التحول الرقمي أصبح ضرورة لتحسين كفاءة البنوك وتحسين خدماتها، وضمان، وصولها للعملاء، والمستثمرين. حيث يشكل التحول الرقمي محركاً أساسياً لفتح مجالات جديدة للاستثمار، ومن ثمَّ زيادة النمو الاقتصادي والتنافسي للبنوك، كما يشجع التحول الرقمي المستثمرين من خلال التغلب على العقبات التي تواجههم في إنهاء معاملاتهم، وأيضاً يوفر لهم المعلومات المطلوبة في الوقت المناسب. وبما أن مجتمع الشبكات يرادف مجتمع المعلومات، فإنَّ السمة الرقمية لمجتمع المعلومات تعدّ الخاصية المهمة في ثورة المعلومات، وانعكاساً لدخول التقنيات والبرمجيات على القطاع المصرفي، ويزيد ذلك من القدرة على الانتقال.

(ب-7): الإفادة من التنبهات الرقمية:

جاء في الترتيب السابع البند رقم (4)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (4.03)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى وهي (62.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (16.7%) معارض بشدة، ثم تأتي بعدها نسبة (12.7%) موافق، ثم نسبة (6.7%) محايد، وأخيراً نسبة (1.3) معارض، ويتضح من ذلك إفادة العملاء من التنبهات الرقمية عن طريق الرسائل القصيرة أو البريد الإلكتروني؛ إذ يعمل البنك على ربط بيانات تعريفية للعميل لإمكانية إرسال الرسائل. يمكن للبنك تعزيز مصداقيته لدى العميل من خلال جهوده وخدماته الملموسة؛ بما يحقق أعلى درجات الرضا للعملاء. كما أكدت الدراسة الميدانية أن البنوك الحكومية تحرص على إطلاع العملاء الدائم بمعاملاتهم المصرفية مع البنوك، حيث تصل المعلومات إلى العملاء بسرعة وكفاءة تمكنهم من تحقيق أقصى استفادة من معاملاتهم البنكية، وأسفرت النتائج عن وجود التنبهات المسجلة مثل رسائل التذكير بفواتير بطاقة الائتمان، التنبه بأحدث المعلومات عن الرصيد، تحويل المرتب إلى الحساب، الإشارة إلى أي حوالات داخلية، هذا بالإضافة إلى التنبهات الافتراضية التي تتطلب تفعيل التنبهات الخاصة.

(ب-8): زيادة المدخرات بالبنوك:

جاء في الترتيب الثامن البند رقم (16)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.95)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (45.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (36%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (13.3%) موافق، ثم نسبة (3.3%) معارض بشدة، وأخيراً نسبة (2%) معارض، ويتضح من ذلك أن النسبة الأعلى من العملاء أكدت أن رقمنة الخدمات المصرفية أدت إلى زيادة المدخرات بالبنوك؛ نظراً لسهولة السحب والإيداع إلكترونياً بدلاً من التزاحم، أو الوصول إلى أقرب فرع للبنك. ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما أشارت إليه التقارير والدراسات أن العملاء يرغبون بالتمكن من الوصول إلى ميزات ذات قيمة إضافية من خلال تطبيقات الهواتف الذكية مثل برامج الخصومات... وغيرها؛

الأمر الذي سيؤدي بدوره إلى محاولة الموظفين الاستفادة من التكنولوجيا المالية لتحسين تجربة العملاء، وتسهيل العمليات، واستخدام البيانات، والتحليلات المتقدمة لزيادة الإيرادات.

(ب-9): إمكانية الرد على الاستفسارات في وقت قصير:

جاء في الترتيب التاسع البند رقم (5)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.94)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى (54%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (16.7%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (13.3%) معارض بشدة، ثم نسبة (12%) محايد، وأخيراً نسبة (4%) معارض؛ إذ أكدت الدراسة الميدانية أن التحول الرقمي أدى إلى التكامل من خلال إنشاء قاعدة بيانات متكاملة مع إمكانية الرد الفني والتدخل المباشر لحل المشكلات بسرعة، وهذا ما أكده آراء المشاركين "اضطرت للاتصال بعد المغرب بخدمة العملاء، لأن جالي رسالة من رقم غريب على الموبايل لإرسال بيانات عن الحساب، وحاول الموظف مراجعة الحساب للتأكد من إجراء أي معاملات من الحساب؛ وذلك بعد التحقق من البيانات الشخصية"، وأضاف المشاركون "لما يحصل مشكلة في كارت الفيزا اتصل فوراً لحلها أو إيقافها في الحال عند سرقتها".

(ب-10): تتيح معرفة جميع الخدمات الإلكترونية الأخرى:

جاء في الترتيب العاشر البند رقم (8)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.94)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى، وهي (50.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (23.3%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (14.7%) معارض بشدة، ثم نسبة (10%) محايد، وأخيراً نسبة (1.3%) معارض. وأكدت النتيجة إمكانية إطلاع ومتابعة العملاء لجميع الخدمات المقدمة في البنك. وذلك مع ضرورة إعلام العميل بالخدمات المقدمة. ويمكن تفسير ذلك في ضوء مقولة عولمة الخدمات المصرفية. حيث أسفرت النتيجة أن الفرق بين توقعات العميل عن الخدمات المصرفية المرقمنة وبين إدراكاته الفعلية لتلك الخدمة، هي التي تحدد مستوى جودة الخدمة.

(ب-11): تعد جودة الخدمات البنكية الرقمية التي يقدمها البنك مناسبة:

جاء في الترتيب الحادي عشر البند رقم (11)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.91)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى، وهي (48.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (20.7%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (13.3%) معارض بشدة، ثم نسبة (16.7%) محايد، وأخيراً نسبة (0.7%) معارض. وأكدت النتيجة أن جودة الخدمات البنكية الرقمية التي يقدمها البنك مناسبة، وذلك من خلال خمسة نقاط يستخدمها العملاء لتقييم جودة الخدمة، ألا وهم: الوثوقية التي تشير إلى قدرة البنك على أداء الخدمة بدقة، الاستجابة التي تشير إلى قدرة البنك على الاستجابة لاحتياجات العملاء، الثقة تشير إلى قدرة البنك على بناء الثقة مع العميل، التقمص العاطفي من خلال قدرة الموظف على إظهار الاهتمام بالعملاء، البعد الملموس. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة كلٍّ من (Ansari&Al-Habsi,2010) التي أكدت أن أكثر الأبعاد تأثيراً على إدراك العميل لجودة الخدمات الثقة، والأمان، والاستجابة، والإمكانيات، وسرعة حل المشكلات التي تواجه العملاء.

(ب-12): سرعة حل المشكلات التي تواجه العملاء:

جاء في الترتيب الثاني عشر البند رقم (11)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.91)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى، وهي (51.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (15.3%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (14.7%) محايد، ثم نسبة (12.7%) معارض بشدة، وأخيراً نسبة (6%) معارض. وأكدت النتيجة أن رقمنة الخدمات المصرفية ساعدت على سرعة حل المشكلات من خلال أنظمة الدعم المتقدمة، والاعتماد على الأدوات الرقمية المتنوعة. ويمكن تفسير ذلك في ضوء مقولة "كاستلز" أن الاقتصاد العالمي يتميز بتدفق كبير ومتبادل لكل من المعلومة ورأس المال والتواصل الثقافي؛ الأمر الذي يترتب عليه ضرورة التدخلات السريعة التي تواجه العملاء.

(ب-13): إمكانية الاتصال الدائم بالبنك:

جاء في الترتيب الثالث عشر البند رقم (3)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.86)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (47.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (20%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (18%) موافق، ثم نسبة (12%) معارض بشدة، وأخيراً نسبة (2.7%) معارض. وأكدت الدراسة الميدانية إمكانية الاتصال الدائم بالبنك؛ فقد حاولت بعض البنوك أتمتة وظائفها من خلال توسيع نماذج أعمالها، ومحاولة ربطها للكثير من الخدمات لتسهيل الأعمال على العملاء للخدمات والأنشطة الخارجية، ودعمت هذه النتيجة دراسة (خميس، أسر، 2021).

(ب-14): تدريب الموظفين على التعامل الرقمي:

جاء في الترتيب الرابع عشر البند رقم (14)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.77)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (40.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (36.7%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (12.7%) موافق، ثم نسبة (6.7%) معارض بشدة، وأخيراً نسبة (3.3%) معارض. وأكدت الدراسة الميدانية ضرورة تدريب الموظفين على التعامل الرقمي. ويمكن تفسير ذلك في ضوء دراسة (Victoria, et.al, 2020) التي أكدت أن تجربة خدمة العملاء بناءً على التحول الرقمي كان لها تأثير إيجابي على أداء المهام والأداء السياقي، لذلك من الضروري تدريب الموظفين على كيفية التعامل الرقمي وسرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء، كما يمكن تفسير ذلك في ضوء ما فرضته بنية الخدمات المصرفية. حيث أكدت على أن الرقمنة ساعدت على مشاركة الموظفين في تقديم الخدمات المصرفية من خلال المنصات الرقمية التي تمكنهم من أداء مهامهم بكفاءة.

(ب-15): انخفاض التكلفة المالية للمعاملات الرقمية:

جاء في الترتيب الخامس عشر البند رقم (10)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.74)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى، وهي (45.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (24%) محايد، ثم تأتي بعدها نسبة (15.3%) معارض بشدة، ثم نسبة (14.7%) موافق، وأخيراً نسبة (0.7%) موافق. وأكدت الدراسة الميدانية انخفاض التكلفة المالية للمعاملات الرقمية، ودعمت هذه النتيجة ما أشار إليه المقال المعنون بـ (دور التكنولوجيا المالية في تعافي الشركات الإفريقية) التي أكدت على أن المعاملات المالية الرقمية يمكن أن تقدم مزايا اقتصادية للشركات الصغيرة والمتوسطة في إفريقيا من بينها تكلفة اقتصادية مخفضة للتعامل مع النقد.

(ب-16): أستطيع تحميل صفحة البنك على الموقع الإلكتروني بسرعة:

جاء في الترتيب السادس عشر البند رقم (10)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.62)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى، وهي (43.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (21.3%) معارض بشدة، ثم تأتي بعدها نسبة (20.7%) موافق، ثم نسبة (12%) محايد، وأخيراً نسبة (2.7%) معارض. إذ أكدت النسبة الأعلى قدرتها على إدارة الحساب إلكترونياً، ولكن في المقابل يرجع رفض بعضهم لعدم القدرة على الدخول على التطبيقات الإلكترونية أو استخدامها؛ نظراً لوجود مشكلات في النت أو امتلاكهم هواتف محمول عادية. أيضاً يمكن تفسير ذلك في ضوء متغيري التعليم والعمر.

(ب-17): قياس رضا عملاء الخدمات المصرفية الرقمية بشكل دائم:

جاء في الترتيب السابع عشر البند رقم (17)، وتعد درجة البند (متوسطة)، وفقاً لوسط حسابي (2.94)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (29.3%) من إجمالي حجم العينة محايد، يليها نسبة (26%) معارض بشدة، ثم تأتي بعدها نسبة (24%) موافق بشدة، ثم نسبة (11.3%) معارض، وأخيراً نسبة (9.3%) موافق، واتفقت هذه النتيجة مع الدراسات التالية: (عبيد، 2021)، (Ramadhani & Sembiring, 2019)، (Mohammed, 2017) حيث أكدت على ضرورة قياس رضا العملاء عن الخدمات المرقمة بشكل دائم. كما أكدت الدراسة الراهنة على ضرورة قياس مستوى التوافق بين عمليات تقديم الخدمة وتوقعات العملاء، وهذا يضعنا أمام مفهومين الجودة المتوقعة والجودة المدركة؛ الأمر الذي يحتم ضرورة قياس البنك للرضا والقبول الذي يمكن أن يحصل عليه البنك من العملاء عند تقديم الخدمات المرقمة، ومن ثمّ يساعد ذلك في تطوير البنك لآلياته باستمرار لجعل أداء البنك بمستوى التوقعات، فالتقييم المستمر لرضا العملاء يجعل البنوك على دراية بأهم التغيرات التي قد تطرأ على احتياجات العملاء.

بناءً على ما تقدّم؛ يتضح مدى كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية إذ تتعامل البنوك الرقمية مع معلومات العملاء بسرية، وتوفر البيانات للعملاء في الوقت المناسب مع تحديثها باستمرار؛ ومن ثم ساعدت على تطوير البنوك وزيادة قدرتها التنافسية؛ نظراً لقدرتها على توفير الوقت والجهد، والتنبيهات الرقمية سواء عن طريق الرسائل القصيرة أو البريد الإلكتروني؛ وإمكانية الرد على الاستفسارات في وقت قصير، ومعرفة جميع الخدمات الإلكترونية الأخرى؛ الأمر الذي أدى إلى تقليل الضغط على العاملين، وزيادة الاستثمار أو الاستثمار الرقمي، وزيادة المدخرات؛ نظراً لسهولة السحب والإيداع واتجاه البعض إلى المعاملات المالية المرقمة، لذلك أكد بعض العملاء أن جودة الخدمات البنكية التي يقدمها البنك مناسبة من وجهة نظر العملاء سواء في البنك الأهلي أو بنك مصر، إذ تقدم الخدمات المصرفية المرقمة مساعدة سريعة لحل المشاكل، والاتصال الدائم بالبنك مع انخفاض التكلفة المالية للمعاملات الرقمية، ويعمل البنك على وضع خطط لتدريب الموظفين على التعامل الرقمي، لذلك من الضروري قياس رضا العملاء بشكل دائم؛ لتسهيل التعامل مع التطبيقات الإلكترونية.

وفي هذا الإطار أكدت دراسة (خميس، أسر، 2021) أن دمج بيانات العملاء عبر الخدمات المصرفية، وفهم سلوك العملاء من الأمور المهمة في تصميم تجربة العملاء، إذ يعتمد تصميم تجربة العملاء على عمل مسح شامل، لذلك أسفرت نتائج الدراسة الراهنة على ضرورة عمل استطلاعات ومسوح لمعرفة مدى قدرة العملاء على التكيف مع

الخدمات الرقمية، وإمكانية التعامل بما يحقق رضا العملاء. ومعنى ذلك أن الشبكات تؤطر الحياة الاجتماعية، إذ تخضع الشبكات لمنطق تطوري تزداد قدرتها مع مرور الوقت على إدخال فاعلين ومحتويات جديدة إلى سيرورة التنظيم الاجتماعي، كما يمكن بنية الخدمات المصرفية من خلال الإفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي. وبناءً على ما تقدم، تم الإجابة عن السؤال الثالث للدراسة، وهو: ما مدى كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية؟

4- رضا المستفيدين عن رقمنة الخدمات المصرفية:

أ- نظرة عامة على نتائج مقياس رضا المستفيدين عن رقمنة الخدمات المصرفية:

يستعرض هذا العنصر تحليل البعد الرابع للمقياس الذي يتناول رضا المستفيدين عن رقمنة الخدمات المصرفية

جدول رقم (4-7)

توزيع عبارات مقياس رضا المستفيدين عن رقمنة الخدمات المصرفية

الجملة		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		توزيع عبارات المقياس وترتيبهم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	150	22	33	9.3	14	5.3	8	7.3	11	56	84	أجد صعوبة في استخدام التطبيقات الخاصة بالخدمات البنكية المرقمنة. 8
100	150	19.3	29	6	9	2.7	4	8	12	64	96	أجد صعوبة في التعامل مع ماكينات الصرف الآلي. 9
100	150	28.7	43	10	15	4.7	7	9.3	14	47.3	71	وجدت صعوبة في التعاملات البنكية الرقمية خلال أزمة (كوفيد - 19). 7
100	150	34	51	26.7	40	13.3	20	3.3	5	22.7	34	أشعر بالرضا عند استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة. 3
100	150	38.7	58	21.3	32	6.7	10	5.3	8	28	42	أحياناً مقدرش أستخدّم الخدمات المصرفية المرقمنة. 5
100	150	26.7	40	15.3	23	7.3	11	6.7	10	44	66	أوقات معرفش أفهم التطبيقات الإلكترونية والخدمات الإلكترونية. 6
100	150	48.7	73	9.3	14	4.7	7	8	12	29.3	44	ألجأ إلى شخص يساعدني أو أساعد أحداً خلا إجراء المعاملات المرقمنة. 4
100	150	47.3	71	16.7	25	10.7	16	3.3	5	22	33	شايف التعامل مع الخدمات المرقمنة أفضل بكثير من التعامل

المباشر. 2												
100	150	62.7	94	14.7	22	5.3	8	1.3	2	16	24	بدأت أتكيف مع استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة. 1

(لا يوجد عبارات تحتاج إلى تصحيح)

بعد تحليل توزيع درجات المقياس، لوحظ أنها تنحصر ما بين [9: 41] درجة، وفقاً لوسط حسابي (3.082)، وانحراف معياري (1.655)، فقد أظهرت النتائج أن أعلى نسبة مئوية لتوزيع درجات المقياس بلغت نسبة (15.3)% للحاصلين على (33) درجة. ويمكن تفسير مدى التباين بين توزيع درجات العملاء في ضوء النظريات والدراسات السابقة، كما أظهرت البيانات أن أعلى نسبة مئوية لتوزيع فئات المقياس بلغت (44.7%) التي تمثل أن مستوى رضا المستفيدين عن رقمنة الخدمات المصرفية (متوسطة)، يليها نسبة (32.7%) (قوية جداً)، ثم تأتي بعدها نسبة (18.7%) (قوية)، ثم نسبة (3.3%) (ضعيفة)، وأخيراً نسبة (0.7%) (ضعيفة جداً). ويمكن تفسير ذلك في ضوء مقولة "براين أوزي" عن "البنية الاجتماعية والتنافس في الشبكات"، وفكرته عن التضمين هو افتراضات سلوكية وثقافية مختلفة عن الحياة الاقتصادية، وإن الفعل الاقتصادي جزء لا يتجزأ من شبكات العلاقات، وتحديد أبعاد العلاقات المضمنة والآليات التي تؤثر في العمل الاقتصادي، وأن التضمين هو منطوق فريد للتبادل ينتج عن البنية الاجتماعية المتميزة لشبكات التنظيم، وعمليات صنع القرار في منطوق التبادل المضمن. وأيضاً أشار "جرانوفيتز" إلى أن العلاقات المضمنة تكون مفيدة أينما تكون الثقة، وعندما تعين نقل المعلومات الدقيقة إلى الفريق الآخر. ودعمت هذه الفكرة فكرة "كاستلز" التي وردت في كتابه "عصر المعلومات" التي أكدت أن الاقتصاد العالمي يتميز بتدفق وتبادل المعلومات ورأس المال، ودورها في التحكم في الاستهلاك والإنتاج. ووفق تلك الرؤية، تم توظيفها في التحليل التفصيلي لبنود المقياس الفرعي المعنون بمدى رضا المستفيدين عن الخدمات المصرفية المرقمنة.

ب- التحليل التفصيلي لبنود المقياس الفرعي:

تكشف قراءة الجدول رقم (4-7) عن عدد من الاعتبارات الدالة على الآتي:

(ب-1): القدرة التكيفية للعملاء مع رقمنة الخدمات المصرفية:

جاء في الترتيب الأول البند رقم (9)، وتعد درجة البند (قوية جداً)، وفقاً لوسط حسابي (4.07)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى وهي (62.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، يليها نسبة (16%) معارض بشدة، ثم تأتي بعدها نسبة (14.7%) موافق، ثم نسبة (5.3%) محايد، وأخيراً نسبة (1.3%) معارض. فقد أكدت معظم آراء العينة على القدرة التكيفية لهم للتعامل مع الخدمات المصرفية المرقمنة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء متغيري التعليم والعمر، إذ أسفرت النتائج على صعوبة تكيف العملاء ذات المستوى التعليمي الأقل، بالإضافة إلى رفض العملاء لرقمنة الخدمات المصرفية لعدم وجود كشف توضيحي وتفصيلي للمبالغ المضافة على الحساب، ذلك بالإضافة إلى عدم مراعاة الفروق الفردية بين العملاء التي تمكنهم من التعامل مع الخدمات المرقمنة؛ الأمر الذي أدى إلى عدم المساواة والتفرقة بين العملاء.

(ب-2): تفضيل العملاء للتعامل مع رقمنة الخدمات المصرفية:

جاء في الترتيب الثاني البند رقم (8)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.64)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى وهي (47.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، ثم نسبة (22%) معارض بشدة، يليها نسبة (16.7%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (10.7%) محايد، وأخيراً نسبة (3.3%) معارض؛ حيث أكدت معظم آراء العينة على تفضيلهم رقمنة الخدمات المصرفية عن التعامل المباشر. حيث أكدت الدراسة الميدانية على مدى كفاءة عملية تقديم الخدمة، وسرعة إنجاز الخدمات المقدمة وهي ترتبط برغبة واستعداد وقدرة موظفي البنك على تقديم الخدمة المناسبة للعملاء والاستجابة الفورية لهم، توفر البعد الأمني من خلال الثقة وسرية المعاملات، محاولة البنوك التطوير الذاتي لهم، وكسب رضا العملاء الذي يعتبر ضرورة في ظل البيئة التنافسية.

(ب-3): الشعور بالرضا عن استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة:

جاء في الترتيب الثالث البند رقم (4)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.46)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (34%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، ثم نسبة (26.7%) موافق، يليها نسبة (22.7%) معارض بشدة، ثم تأتي بعدها نسبة (13.3%) محايد، وأخيراً نسبة (3.3%) معارض؛ إذ أكدت معظم آراء العينة على الشعور بالرضا عن استخدام الخدمات المرقمنة؛ إذ كلما زادت جودة الخدمات زاد رضا العملاء؛ الأمر الذي يسهم في تحسين الأداء المالي. ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما أشارت إليه الدراسة الميدانية التي قسمت رضا العملاء إلى ثلاثة مستويات: الأول يتعلق بحكم العميل على الخدمة من خلال ما كان يتوقع حصوله منها، الثاني توافق الخدمة مع توقعات العملاء، الثالث يتطور رضا العملاء مع تطور توقعاتهم من ناحية، وتطور مستوى أداء البنوك من ناحية أخرى من خلال طرح خدمات رقمية جديدة ومتطورة. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (على، خالد، 2017) التي أكدت على أنه توجد عدة مؤثرات تقع بين الرضا والجودة، ويأتي في مقدمتها أن التوقعات ليست ثابتة فهي تتغير مع تغير الأشخاص أو تطور الخدمات، أما الجودة تعتبر أحد مكونات الرضا؛ لأنها تؤثر على إدراك العميل.

(ب-4): اللجوء إلى طلب المساعدة أو مساعدة العملاء خلال إجراء المعاملات المرقمنة:

جاء في الترتيب الرابع البند رقم (7)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.4)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى، وهي (48.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، ثم نسبة (29.3%) معارض بشدة، يليها نسبة (9.3%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (8%) معارض، وأخيراً نسبة (4.7%) محايد؛ إذ أكد بعض العملاء على طلبهم للمساعدة أو مساعدة الآخرين خلال إجراء المعاملات المرقمنة، ويمكن تفسير ذلك في ضوء متغيري التعليم والعمر من ناحية، كما يمكن ربط ذلك بفكرة "جيدنز" وربطه بين الفعل والقوة، فوجود البشر معاً وتفاعلهم وتخليقهم لأساليب جديدة لتطوير أداء البنوك الحكومية يولد آليات استمرار رقمنة الخدمات المصرفية، وأن هناك آليات تؤثر في ذلك مثل الروتينية والثقة والمعرفة والكوابح؛ الأمر الذي يسهم في فهم سلوك العملاء وتطلعاتهم. لذلك من الضروري تطوير البنك لآلياته بالشكل الذي يستوعب جميع الفئات وقدراتهم وإمكانياتهم.

(ب-5): عدم القدرة على استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة أحياناً:

جاء في الترتيب الخامس البند رقم (5)، وتعد درجة البند (قوية)، وفقاً لوسط حسابي (3.37)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى وهي (38.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة، ثم نسبة (28%) معارض بشدة، يليها نسبة (21.3%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (6.7%) محايد، وأخيراً نسبة (5.3%) معارض؛ فقد أكدت نصف العينة على عدم القدرة على استخدام الخدمات المرقمنة أحياناً. لذلك من الضروري تحسين وتطوير البنية التحتية؛ لتعزيز سرعة ودقة إنجاز الخدمات، بالإضافة إلى تسهيل تلقى الشكاوى وسرعة حلها. ويمكن تفسير في ضوء أن المعلومات الرقمية في القطاع المصرفي تعد شكلاً من أشكال رأس المال الذي يمكن الاستفادة من توظيفه لرفع كفاءة الخدمات، كما يمكن أن يعاد ربطها مرةً أخرى بالعلاقات الاجتماعية الثقافية؛ لذلك من الضروري التطوير الدائم للخدمات المرقمنة واستيعاب المشكلات التي تواجه العملاء. ودعمت ذلك نتائج الدراسات السابقة، ويأتي في هذا الإطار دراسة (Sudma, M., 2007).

(ب-6): عدم القدرة على فهم التطبيقات الإلكترونية والخدمات الإلكترونية:

جاء في الترتيب السادس البند رقم (6)، وتعد درجة البند (متوسطة)، وفقاً لوسط حسابي (2.74)؛ حيث بلغت النسبة الأعلى، وهي (44%) من إجمالي حجم العينة معارض بشدة، ثم نسبة (26.7%) موافق بشدة، يليها نسبة (15.3%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (7.3%) محايد، وأخيراً نسبة (6.7%) معارض؛ إذ أكد بعض العملاء سواء بالبنك الأهلي أو بنك مصر على عدم القدرة على فهم التطبيقات والخدمات الإلكترونية، ويمكن تفسير ذلك في ضوء متغيري العمر والتعليم. وفي المقابل أكدت المقابلات الأولية مع الموظفين على إتاحة فيديوهات تفاعلية للعملاء لإمكانية حل مشكلاتهم أثناء استخدامهم للتطبيقات الإلكترونية أو إمكانية الرد على العملاء لحل مشاكلهم؛ ولكن يرجع ذلك إلى انخفاض المستوى التعليمي.

(ب-7): صعوبة إجراء المعاملات البنكية خلال أزمة (كوفيد - 19):

جاء في الترتيب السابع البند رقم (3)، وتعد درجة البند (متوسطة)، وفقاً لوسط حسابي (2.63)؛ حيث بلغت النسبة الأعلى وهي (47.3%) من إجمالي حجم العينة معارض بشدة، ثم نسبة (28.7%) موافق بشدة، يليها نسبة (10%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (9.3%) معارض، وأخيراً نسبة (4.7%) محايد؛ حيث أكد بعض العملاء سواء بالبنك الأهلي أو بنك مصر على عدم القدرة على فهم التطبيقات الإلكترونية والخدمات الإلكترونية؛ نظراً لصعوبة اللغة أو انخفاض المستوى التعليمي. ودعمت هذه الرؤية دراسة (فوزي، أماني، 2021) التي أكدت على أن البنوك أصبحت تعتمد بشكل أكبر على تقديم خدماتها المصرفية بشكل إلكتروني بسبب أزمة (كوفيد-19). كما تزايد استخدام العملاء للخدمات المرقمنة مثل المحافظ والإنترنت البنكي.

(ب-8): صعوبة استخدام التطبيقات البنكية المرقمنة:

جاء في الترتيب الثامن البند رقم (1)، وتعد درجة البند (ضعيفة)، وفقاً لوسط حسابي (2.34)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى وهي (56%) من إجمالي حجم العينة معارض بشدة، ثم نسبة (22%) موافق بشدة، يليها نسبة (9.3%) موافق، ثم تأتي بعدها نسبة (7.3%) معارض، وأخيراً نسبة (5.3%) محايد؛ حيث أكدت الدراسة الميدانية عدم وجود صعوبة في استخدام التطبيقات البنكية المرقمنة خصوصاً كلما ارتفع المستوى التعليمي. وثمة علاقة بين الممارسات الاجتماعية

والمعرفة، وهذا ما أكدت عليه نظرية تشكيل البنية. ويتضح من ذلك من خلال تكرار الممارسات التفاعلية للعملاء مع الخدمات المرقمنة.

(ب-9): صعوبة التعامل مع ماكينات الصراف الآلي:

جاء في الترتيب التاسع البند رقم (2)، وتعد درجة البند (ضعيفة)، وفقاً لوسط حسابي (2.09)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى وهي (64%) من إجمالي حجم العينة معارض بشدة، ثم نسبة (19.3%) موافق بشدة، يليها نسبة (8%) معارض، ثم تأتي بعدها نسبة (6%) موافق، وأخيراً نسبة (2.7%) محايد؛ حيث أكدت الدراسة الميدانية عدم وجود صعوبة في التعامل مع ماكينات الصراف الآلي لدى البعض خصوصاً كلما ارتفع المستوى التعليمي، حيث أكدت آراء المشاركون رقم (17) "مقدرش استخدمها عشان معرفش أقرا واكتب، ودى مش حالتى لوحدي في ناس عندها ظروف خاصة تمنعها من التعامل".

استناداً إلى ذلك أكدت الدراسة الراهنة على تكيف بعض العملاء مع رقمنة الخدمات المصرفية، وتفضيلهم للتعامل مع الخدمات المقدمة عن التعامل المباشر، وشعورهم بالرضا عن استخدامهم على الرغم من عدم القدرة على استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة أحياناً أو فهم التطبيقات الإلكترونية.

ويمكن توظيف ذلك في ضوء مفهومي الممارسة والبنية، لأن فهم الممارسات الاجتماعية يمكّننا من أن نفهم الطريقة التي يتشكل أو يتبين بها المجتمع، والمقصود هنا كيفية تبين الخدمات المصرفية الرقمية، فالأفراد هم الذين ينتجون من خلال ممارساتهم الحياتية ومن خلال إدخال الرقمنة على التكنولوجيا المالية والخدمات المصرفية، وثمة علاقة بين الممارسات الاجتماعية والمعرفة.

ويمكن توظيف ذلك أن استخدام هذه القواعد والموارد يؤدي إلى إعادة إنتاج هذه المؤسسات المالية، فالأفراد أو الفاعلون هم الذين يعيدون إنتاجها ويعيد الأفراد إنتاج مؤسسة ما في الزمان والمكان باستخدام القواعد والموارد المؤسسية، فالممارسة الاجتماعية بذلك هي البناء والفعل، ما يؤدي إلى فهم السلوك الإنساني، فوجود البشر معاً وتفاعلهم وتخليقهم لأساليب جديدة لتطوير أداء البنوك الحكومية يولد آليات استمرار رقمنة الخدمات المصرفية، وأن هناك آليات تؤثر في ذلك مثل الروتين والنقطة والمعرفة والكوابح؛ الأمر الذي يسهم في فهم سلوك العملاء وتطلعاتهم. وبناءً على ما تقدم، تم الإجابة عن السؤال الرابع للدراسة، وهو: ما مدى رضا العملاء عن رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية؟

5- أهم الخطط المستقبلية المطروحة لتحسين كفاءة الخدمات المصرفية المرقمنة:

يستعرض هذا العنصر تحليل البعد الخامس للمقياس الذي يتناول أهم الخطط المستقبلية المطروحة لتحسين كفاءة الخدمات المصرفية المرقمنة.

جدول رقم (5-7)

توزيع عبارات مقياس الخطط المستقبلية المطروحة لتحسين كفاءة الخدمات

الجملة		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		توزيع عبارات المقياس وترتيبهم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	150	42.7	64	22.7	34	30.7	46	2	3	2	3	يعمل البنك على تقييم أداء الموظفين باستمرار. 1
100	150	40.7	61	22	33	33.3	50	2	3	2	3	يعمل البنك على مراجعة آليات جودة الخدمات الرقمية. مكرر 2
100	150	39.3	59	25.3	38	30.7	46	2.7	4	2	3	يعمل البنك على تطوير خدماته الرقمية باستمرار. 2.
100	150	38.7	58	23.3	35	31.3	47	3.3	5	3.3	5	يضع البنك خططا لتطوير آليات التعامل مع المستخدمين. 3
100	150	38	57	16.7	25	37.3	56	5.3	8	2.7	4	يقوم البنك بعمل حملات تسويقية لتبادل الخبرات. 4
100	150	40	60	16	24	35.3	53	4.7	7	4	6	يعتمد البنك على تقنيات التسويق الرقمي مثل حملات التوعية. مكرر 4

(لا يوجد عبارات تحتاج إلى تصحيح)

بعد تحليل توزيع درجات المقياس، لوحظ أنها تتحصر ما بين [6: 30] درجة، وفقاً لوسط حسابي (3.921)، وانحراف معياري (1.132)؛ فقد أظهرت النتائج أن أعلى نسبة مئوية لتوزيع درجات المقياس بلغت نسبة (31%) للحاصلين على (30) درجة، ويمكن تفسير مدى التباين بين توزيع درجات العملاء في ضوء النظريات والدراسات السابقة، كما أظهرت البيانات أن أعلى نسبة مئوية لتوزيع فئات المقياس بلغت (44%) التي تمثل (قوية جداً)، يليها نسبة (31.3%) (متوسطة)، ثم تأتي بعدها نسبة (22.7%) (قوية)، ثم نسبة (1.3%) (ضعيفة)، وأخيراً نسبة (0.7%) ضعيفة جداً.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء مقولة "براين أوزي" عن "البنية الاجتماعية والتنافس في الشبكات"، وفكرته عن التضمين، ووفق تلك الرؤية، تم توظيفها في التحليل التفصيلي لبنود المقياس الفرعي المعنون بأهم الخطط المستقبلية المطروحة لتحسين كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية.

ب- التحليل التفصيلي لبنود المقياس الفرعي:

تكشف قراءة الجدول رقم (5-7) عن عدد من الاعتبارات الدالة على الآتي:

(ب-1): تقييم البنك لأداء الموظفين باستمرار:

جاء في الترتيب الأول البند رقم (1)، وتعد درجة البند (قوية جدًا)، وفقًا لوسط حسابي (4.02)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى (42.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة؛ إذ أكدت النتيجة ضرورة تقييم البنوك لأداء الموظفين باستمرار من ناحية، وتقييم رضا العملاء من ناحية أخرى. واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (خميس، أسر، 2021) التي أكدت وجود علاقة ارتباطية إيجابية معنوية بين التحول الرقمي وأبعاد الأداء الوظيفي للعاملين بالبنوك التجارية؛ وذلك لأن التقييم المستمر لأداء الموظفين وقياس رضا العملاء يمكن البنوك الحكومية من تقييم ومراجعة أدائها واستراتيجياتها التسويقية. ويساعد قياس رضا العملاء على معرفة نقاط القوة والضعف. لذلك من الضروري نشر ثقافة التحول الرقمي مع ضرورة مشاركة الموظفين من خلال الاهتمام بالبعد الإداري والتنظيمي الذي يؤهلهم لذلك.

(ب-2): تطوير البنك لخدماته الرقمية باستمرار:

جاء في الترتيب الثاني البند رقم (3)، وتعد درجة البند (قوية جدًا)، وفقًا لوسط حسابي (3.97)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى (40.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة؛ فقد أكدت النتيجة ضرورة العمل على تطوير خدماته الرقمية باستمرار وتحديث بيانات العملاء، والإفادة من الذكاء الاصطناعي. حيث تتفق هذه الاستراتيجية مع نتائج الدراسات السابقة التي تؤكد على ضرورة التطوير في جودة الخدمات المصرفية المرقمنة المقدمة للعملاء، حيث يؤدي ذلك إلى تحسين درجة الثقة في البنك والخدمات التي يقدمها البنك، تطوير الخدمات المقدمة باستمرار، تحسين أو تعديل أسلوب تقديم الخدمة. مع ضرورة الاهتمام باستراتيجية التنوع في تقديم الخدمات. ويمكن توظيف ذلك في ضوء مقولة عولمة الخدمات المصرفية، التي أفرزت ضرورة تطوير البنوك لتحسين القدرة التنافسية للبنوك الحكومية.

(ب-3): مراجعة البنك لمؤشرات جودة الخدمات الرقمية:

جاء في الترتيب الثاني مكرر البند رقم (2)، وتعد درجة البند (قوية جدًا)، وفقًا لوسط حسابي (3.97)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى (39.3%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة؛ إذ أكدت النتيجة ضرورة مراجعة مؤشرات جودة الخدمات الرقمية، إذ أكدت الدراسة الراهنة ضرورة قياس جودة الخدمات المقدمة باستمرار؛ بهدف رفع كفاءتها. مع ضرورة الاهتمام بتطوير المؤشر المستخدم لقياس جودة الخدمات للإلمام بأهم التغيرات التي تطرأ على الخدمات المقدمة، ليشمل خمسة أبعاد، وهم: الملوسية، والاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف، ويأتي في هذا الإطار دراسة (على، خالد، 2017).

(ب-4): يضع البنك خططًا لتطوير آليات التعامل مع المستفيدين:

جاء في الترتيب الثالث البند رقم (4)، وتعد درجة البند (قوية جدًا)، وفقًا لوسط حسابي (3.91)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى (38.7%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة؛ إذ أكدت النتيجة ضرورة العمل على وضع خطط لتطوير آليات التعامل مع المستفيدين؛ والحرص على زيادة القدرة التنقيفية المالية. مع ضرورة تشجيع المستثمرين للدخول إلى الأسواق

من خلال تسهيل معاملاتهم الرقمية التي تتيح لهم الاستثمار الرقمي؛ بهدف فتح مجالات جديدة للاستثمار، وتوفير المعلومات المطلوبة لهم في الوقت المحدد، والاهتمام بالبنية التحتية، والإفادة من عولمة الخدمات المصرفية.

(ب-5): يقوم البنك بعمل حملات تسويقية لتبادل الخبرات:

حيث يقوم البنك بتوجيه خدماته بكفاءة وملائمة لتحقيق رغبات العملاء من خلال ابتكار الآليات التي تعمل على تحسين أداء الخدمات المصرفية المرقمنة. كما جاء في الترتيب الرابع البند رقم (5)، وتعد درجة البند (قوية جدًا)، وفقًا لوسط حسابي (3.91)؛ فقد بلغت النسبة الأعلى (38%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة؛ فقد أكدت الدراسة الميدانية دور التسويق والحملات الترويجية للخدمات المصرفية الرقمية في تزايد استخدام العملاء لها، ودعمت ذلك دراسة (الفكي، 2016). حيث تبحث إدارة البنوك الحكومية لزيادة حصة البنك في السوق، وذلك قد يكون من خلال الآليات التالية أن يحاول البنك حث العملاء لزيادة حجم تعاملاتهم، محاولة جذب عملاء البنوك المنافسة، محاولة إقناع البنك لعملائه غير المستخدمين للخدمات للإقبال على استخدام الخدمات المرقمنة من خلال دراسة سلوك العملاء واتجاهاتهم وتصنيفهم، جعل البنوك ذات مرونة في الاستجابة لمتطلبات السوق.

(ب-6): الاعتماد على تقنيات التسويق الرقمي مثل حملات التوعية:

جاء في الترتيب الرابع مكرر البند رقم (6)، وتعد درجة البند (قوية جدًا)، وفقًا لوسط حسابي (3.83)؛ إذ بلغت النسبة الأعلى وهي (40%) من إجمالي حجم العينة موافق بشدة؛ فقد أكدت الدراسة الميدانية دور تقنيات التسويق الرقمي مثل حملات التوعية، ومن ثم زيادة التنقيف المالي للعملاء.

بناءً على ما تقدم يمكن تحديد أهم الخطط المستقبلية المطروحة في تحسين كفاءة الخدمات المصرفية المرقمنة، كالاتي: تقييم أداء الموظفين، وقياس رضا العملاء من ناحية، وفهم كيفية إدارة العلاقات مع العملاء لاستقطاب عملاء آخرين من ناحية أخرى، وأتمتة مهام التسويق للتعرف على سلوك المستهلكين وتحديد احتياجاتهم، وتقديم تقارير شاملة عنهم، وتطوير الخدمات الرقمية باستمرار، العمل على مراجعة آليات جودة الخدمات المقدمة، تطوير آليات التعامل مع المستفيدين، عمل حملات تسويقية لتبادل الخبرات، الاعتماد على تقنيات التسويق الرقمي، واتفقت هذه الدراسة مع دراسة (بخيت وآخرون، د.ت) التي أكدت ضرورة تطوير آليات العمل بالخدمات المصرفية المرقمنة. واستنادًا إلى ذلك، تم الإجابة عن السؤال الخامس للدراسة، وهو: ما أهم الخطط المستقبلية المطروحة لتحسين كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية؟

6- التباين بين العملاء في البنوك الحكومية سواء (البنك الأهلي، بنك مصر):

أشارت العلاقات الارتباطية لمدى التباين بين العملاء وفقًا للمتغيرات:

أ- الفروق وفقًا للنوع:

على المستوى الثاني من التحليل، تم تحديد الفروق بين درجات المقياس للعينة، من خلال إجراء اختبار تحليل التباين أحادي الاتجاه (T)، ويمكن عرضها على النحو التالي: إذ تبين عند مقارنة المتوسطات عن طريق اختبار (ت) التي بلغت (1.797)؛ وكانت كما يلي: فيما يتعلق بالمقياس، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في النوع، إذ إن مستوى المعنوية لاختبار (ت) يساوي (0.074) أي أكبر من (0.05)، ما يعني قبول الفرض العدم بانتفاء وجود فروق ذات دلالة

إحصائية طبقاً للنوع. ونستنتج من ذلك أنه لا يوجد اختلاف بين الذكور أو الإناث، أما بالنسبة لتوزيع العينة وفقاً لمستوى النوع عن طريق تحديد قيمة (كا²) التي بلغت (3.613)، واتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً للنوع، إذ إن مستوى المعنوية (0.306)، ما يعني قبول الفرض العدم.

ب- الفروق وفقاً للعمر:

كما تبين عند مقارنة المتوسطات عن طريق اختبار (ف) التي بلغت (9.901)؛ وكانت كما يلي: فيما يتعلق بالمقياس، توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الفئات العمرية الثلاث، إذ إن مستوى المعنوية يساوي (0.000) أي أقل من (0.05)، ما يعني قبول الفرض البديل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً للفئات العمرية. ونستنتج من ذلك أنه يوجد اختلاف بين الفئات العمرية الثلاث، أما بالنسبة لتوزيع العينة وفقاً للفئات العمرية الثلاث عن طريق تحديد قيمة (كا²) التي بلغت (14.730). واتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً للفئات العمرية، إذ إن مستوى المعنوية (0.002)، ما يعني قبول الفرض البديل.

ج- الفروق وفقاً للتعليم:

اتضح عند مقارنة المتوسطات عن طريق اختبار (ف) التي بلغت (23.341)؛ وكانت كما يلي: فيما يتعلق بالمقياس، توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة التعليمية، إذ إن مستوى المعنوية يساوي (0.000) أي أقل من (0.05)، ما يعني قبول الفرض البديل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً للتعليم. ونستنتج من ذلك أنه يوجد اختلاف بين الحالة التعليمية، أما بالنسبة لتوزيع العينة وفقاً للحالة التعليمية عن طريق تحديد قيمة (كا²) التي بلغت (84.750)، واتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً للحالة التعليمية، إذ إن مستوى المعنوية (0.000)، ما يعني قبول الفرض البديل.

ح- الفروق وفقاً للحالة المهنية:

تبين عند مقارنة المتوسطات عن طريق اختبار (ف) التي بلغت (14.138)؛ وكانت كما يلي: فيما يتعلق بالمقياس، توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الحالة المهنية، إذ إن مستوى المعنوية يساوي (0.000) أي أقل من (0.05)، ما يعني قبول الفرض البديل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً للحالة المهنية. ونستنتج من ذلك أنه يوجد اختلاف وفقاً للحالة المهنية، أما بالنسبة لتوزيع العينة وفقاً للحالة المهنية عن طريق تحديد قيمة (كا²) التي بلغت (21.605)، واتضح أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً للحالة التعليمية، إذ إن مستوى المعنوية (0.000)، ما يعني قبول الفرض البديل.

هـ- الفروق وفقاً للبنك التابع له:

كما تبين عند مقارنة المتوسطات عن طريق اختبار (ت) التي بلغت (0.549)؛ وكانت كما يلي: فيما يتعلق بالمقياس، لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في نوع البنك، إذ إن مستوى المعنوية لاختبار (ت) يساوي (0.584) أي أكبر من (0.05)، ما يعني قبول الفرض العدم بانتهاء وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقاً لنوع البنك. ونستنتج من ذلك أنه لا يوجد اختلاف بين البنكين؛ أما بالنسبة لتوزيع العينة وفقاً لنوع البنك عن طريق تحديد قيمة (كا²) التي بلغت (1.667)،

واتضح أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية وفقاً لنوع البنك، إذ إن مستوى المعنوية (0.644)، ما يعني قبول الفرض العدم. يتضح من ذلك التباين بين العملاء في البنوك الحكومية وفقاً للمتغيرات التالية: العمر، التعليم، المهنة.

ثامناً: أهم نتائج الدراسة:

- 1- حاولت الدراسة الكشف عن أهم الخدمات البنكية المرقمنة التي أثبتت فعاليتها، ومنها سهولة الوصول إلى الحساب الشخصي على مدار اليوم، وإجراء المعاملات البنكية، وتحويل الأموال، وطلب المعلومات من البنك الخاص بالعميل، وشراء الشهادات، والحصول على بطاقة الائتمان المفقودة أو المسروقة، وإمكانية إيقافها، بالإضافة إلى الخدمات الإلكترونية الأخرى المتاحة في البنكين.
- 2- كما أثبتت فعالية الخدمات عند تقليل خطر الإصابة بالأمراض خلال أزمة (كوفيد-19)، من خلال بعض الخدمات المقدمة مثل ميزة الدفع بالبطاقات بنقنية اللاتلامسية.
- وَأُثْبِتَتِ النَتَائِجُ سُرْعَةَ اسْتِعْدَادِ الْمُسْتَهْلِكِينَ لِلانْتِقَالِ إِلَى طَرِيقٍ جَدِيدَةٍ وَأَكْثَرَ مَلَائِمَةً لِلدَّفْعِ؛ إِذْ كَلِمَا زَادَتِ الْمُرُونَةُ وَالسَّرْعَةُ الَّتِي يُمْكِنُ أَنْ تُوفِّرَهَا أَيُّ خِدْمَةٍ، زَادَ اسْتِقْطَابُ الْعُمَّالِ الْجَدِّدِ.
- 3- أدت العولمة الاقتصادية إلى تزايد المعاملات المالية داخل المؤسسات المالية المختلفة؛ نتيجة لرقمنة الخدمات المصرفية وانتشارها، الأمر الذي أدى إلى فعالية الخدمات المصرفية نتيجة العمل باستمرار على خلق بيئة تنافسية لرفع جودتها وكفاءتها؛ وأدى ذلك إلى زيادة القدرة التنافسية بين البنوك، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة كل من (موسى & خطاب، د.ت).
- 4- ساعد التحول الرقمي على إعادة هيكلة صناعة الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية، إذ أدى إلى حدوث تغيير كبير في أداء الأعمال المصرفية على مستوى البنكين: الأهلي وبنك مصر، وانعكس ذلك بدوره على تنويع النشاط المصرفي، والاتجاه إلى التعامل في المشتقات المالية مثل إصدار شهادات قابلة للتداول، الاقتراض طويل الأجل، الاتجاه إلى الاستثمار الرقمي، الاتجار بالعملة.
- وبناءً على ما تقدّم؛ حاولت الدراسة الراهنة الإجابة عن السؤال الأول عن أهم الخدمات البنكية المرقمنة.
- 5- توصلت الدراسة إلى أهم التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية، ويمكن تحديدها كالتالي:
- عدم توفر البنية التحتية اللازمة للتحول الرقمي؛ الأمر الذي ترتّب عليه وجود بعض المشكلات التي تواجه العملاء؛ نتيجة نقص الوعي التكنولوجي الرقمي، وندرة الخبرات وعدم القدرة ومحدودية الإمكانيات، والتخوف من توجيه الاستثمارات، مقاومة بعضهم للتغيير، ندرة المهارات والكفاءات المدربة بسوق العمل؛ نظراً للاعتماد على شبكة معلوماتية تعتمد على التكنولوجيا الرقمية، لذلك أكد معظم العملاء ضرورة وجود تطبيقات إلكترونية لتأمين المعاملات البنكية الرقمية، ومراقبة البنوك لمؤشرات أداء العمليات الرقمية باستمرار، مع ضرورة زيادة القدرة التنقيفية المالية التي تتيح للعملاء القدرة على إدارة الحساب البنكي إلكترونياً، وتبين من أهم التحديات التي تحول دون إفادة العملاء أن العمليات البنكية الرقمية أكثر عرضة للمخاطر مثل مخاطر السرقة والنصب، بالإضافة إلى مخاطر الائتمان والسيولة وغسيل الأموال والأسعار، ويعتقد بعضهم أن التحول الرقمي أدى إلى تقليل العاملين بالبنوك، وعلى النقيض؛ أكد العاملون بالبنوك خلال الدراسة

الاستطلاعية والمقابلات الأولية التي أُجريت، أن رقمنة الخدمات المصرفية أدت فقط إلى تخفيف العبء الوظيفي، بالإضافة إلى وجود صعوبة في المصطلحات الفنية الموجودة بالتطبيقات الإلكترونية، وافتقاد بعضهم القدرة على الاتصال بالبنوك عن طريق التطبيقات الإلكترونية، هذا بالإضافة إلى تزايد المخاطر المستحدثة من غسل الأموال خلال البنوك الرقمية، والمساعدة في رواج الاقتصاد الخفي، ما ساعد في خطورة التحول إلى البنوك الرقمية، إذ اتجه بعض أفراد العينة إلى بنك مصر الإسلامي نظراً لتطبيقه شرع الله في المعاملات المالية مثل المخاطر المالية التي تتحدد في مخاطر الائتمان، ومخاطر السيولة، مخاطر السوق، مخاطر أسعار الأسهم. وبناءً على ما تقدم حاولت الدراسة الراهنة رصد التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية.

6- أشارت الدراسة إلى مدى كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية؛ إذ تتعامل البنوك الرقمية مع معلومات العملاء بسرية، وتوفر البيانات للعملاء في الوقت المناسب مع تحديثها باستمرار؛ ومن ثم ساعدت على تطوير البنوك وزيادة قدرتها التنافسية؛ نظراً لقدرتها على توفير الوقت والجهد، والتنبيهات الرقمية سواء عن طريق الرسائل القصيرة أو البريد الإلكتروني؛ وإمكانية الرد على الاستفسارات في وقت قصير، ومعرفة جميع الخدمات الإلكترونية الأخرى؛ الأمر الذي أدى إلى تقليل الضغط على العاملين، وزيادة الاستثمار أو الاستثمار الرقمي، وزيادة المدخرات؛ نظراً لسهولة السحب والإيداع واتجاه بعضهم إلى المعاملات المالية المرقمنة، لذلك أكد بعض العملاء أن جودة الخدمات البنكية التي يقدمها البنك مناسبة من وجهة نظر العملاء سواء في البنك الأهلي أو بنك مصر، إذ تقدم الخدمات المصرفية المرقمنة مساعدة سريعة لحل المشكلات، والاتصال الدائم بالبنك مع انخفاض التكلفة المالية للمعاملات الرقمية. ويعمل البنك على وضع خطط لتدريب الموظفين على التعامل الرقمي، لذلك من الضروري قياس رضا العملاء قياساً دائماً؛ لتسهيل التعامل مع التطبيقات الإلكترونية، ودمج بيانات العملاء عبر الخدمات المصرفية، وفهم سلوك العملاء من الأمور المهمة في تصميم تجربة العملاء، فقد يعتمد تصميم تجربة العملاء على عمل مسح شامل.

7- لذلك أسفرت نتائج الدراسة الراهنة على ضرورة عمل استطلاعات ومسوح لمعرفة مدى قدرة العملاء على التكيف مع الخدمات الرقمية، وإمكانية التعامل بما يحقق رضا العملاء. ومعنى ذلك أن الشبكات تؤثر الحياة الاجتماعية، إذ تخضع الشبكات لمنطق تطوري تزداد قدرتها مع مرور الوقت على إدخال فاعلين ومحتويات جديدة إلى سيرورة التنظيم الاجتماعي.

8- أما عن مدى رضا العملاء عن رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية أكدت الدراسة الراهنة على تكيف بعض العملاء مع رقمنة الخدمات المصرفية، وتفضيلهم للتعامل مع الخدمات المقدمة عن التعامل المباشر، وشعورهم بالرضا عن استخدامهم على الرغم من عدم القدرة على استخدام الخدمات المصرفية المرقمنة أحياناً أو فهم التطبيقات الإلكترونية؛ ويرجع ذلك إلى متغيرات التعليم والسن والمهنة.

ويمكن توظيف ذلك في ضوء مفهومي الممارسة والبنينة، لأن فهم الممارسات الاجتماعية يمكّننا من أن نفهم الطريقة التي يتشكل أو يتبنين بها الخدمات المصرفية في البنوك الحكومية، والمقصود هنا كيفية تبين الخدمات المصرفية الرقمية، فالأفراد هم الذين ينتجونها من خلال ممارساتهم الحياتية، ومن خلال إدخال الرقمنة على التكنولوجيا المالية والخدمات

المصرفية، وخلصت الدراسة إلى ثمة علاقة بين الممارسات الاجتماعية والمعرفة والثقة لدى العملاء في التعامل مع الخدمات المرقمنة.

9- كما حاولت الدراسة تحديد أهم الخطط المستقبلية المطروحة لتحسين كفاءة رقمنة الخدمات المصرفية الحكومية، كالاتي: تقييم أداء الموظفين باستمرار، وقياس رضا العملاء من ناحية، وفهم كيفية إدارة العلاقات مع العملاء لاستقطاب عملاء آخرين من ناحية أخرى، وأتمتة مهام التسويق للتعرف على سلوك المستهلكين وتحديد احتياجاتهم، وتقديم تقارير شاملة عنهم، وتطوير الخدمات الرقمية باستمرار، العمل على مراجعة آليات جودة الخدمات المقدمة، تطوير آليات التعامل مع المستفيدين، عمل حملات تسويقية لتبادل الخبرات، الاعتماد على تقنيات التسويق الرقمي.

تاسعاً: التوصيات:

- 1- تعزيز اهتمام البنوك الحكومية ببناء الثقة مع العملاء، من خلال سرعة الاستجابة في تلبية الشكاوى والرد على الاستفسارات دون الحاجة للتردد على فروع البنك.
- 2- تطوير البرمجيات والتطبيقات الإلكترونية لحماية أمن المعلومات، بالإضافة إلى تطوير جودة الخدمات وتحسينها، لسرعة إنجاز المعاملات المصرفية.
- 3- العمل على توفير التسهيلات التي تستقطب العملاء، بالإضافة إلى ضرورة عمل استطلاعات ومسوح لمعرفة مدى قدرة العملاء على التكيف مع الخدمات الرقمية.
- 4- ضرورة توسع النشاط المصرفي التي تعمل على تقليل أسعار الفائدة والمرونة في القروض الاستثمارية.
- 5- اهتمام إدارة البنك بخطط تدريب الكوادر البشرية وتطويرها، وحسن إدارتها لتحسين جودة الخدمات المقدمة، وتقليل الشكاوى الواردة من العملاء.
- 6- نشر ثقافة التحول الرقمي بين العملاء من خلال الاهتمام بالوعي التكنولوجي لدى العملاء وإمكانية الإفادة المباشرة من الخدمات المقدمة.
- 7- الاعتماد على الأنظمة الإلكترونية لتحليل سلوك العملاء والمستثمرين لقياس رضاهم عن الخدمات المقدمة.
- 8- عمل الحملات التسويقية وتبادل الخبرات مع الجهات الأخرى؛ بهدف تحفيز الاستثمار.
- 9- تعزيز الشمول المالي في مصر، لما له من أهمية في زيادة أعداد المستفيدين من الخدمات المرقمنة.

Abstract**Digitization of Banking Services and their Social Effectiveness A Field Study
By Noura Said Abdel Fattah**

This study attempts to answer the following problematic question: What is the social effectiveness of digitizing Egyptian banking services, and its repercussions on the beneficiaries of government banks? Some factual evidence, through conducting the pilot study, confirmed the importance of digital transformation in government banks in particular (National Bank and Banque Miser); To achieve this goal, the study relied on conducting in-depth interviews for the application on a certain number of clients in the two governorates: Cairo and Giza, after applying a scale focused on social effectiveness, in addition to the observation tool.

The study concluded that economic globalization has led to increase in financial transactions within financial institutions; As a result of the digitization of banking services and their spread, it also tried to identify the most important digitized banking services that have proven their effectiveness, including easy access to the personal account, conducting bank transactions, transferring money, in addition to other electronic services, and identifying the most important challenges they face, such as the lack of infrastructure necessary for digital transformation. ; the existence of some problems facing customers; As a result of the lack of technological awareness and the scarcity of experiences, most customers stressed the necessity of having electronic applications to secure them, monitoring the performance indicators of digital operations by banks, and increasing the financial educational capacity of customers to manage the bank account electronically in light of the increased risks created.

She indicated the efficiency of the digitization of banking services, as digital banks deal with customer information confidentially, and provide data to customers in a timely manner with updating; Hence, it helped to develop banks and increase their competitiveness; Due to its ability to save time and effort, digital alerts whether by SMS or e-mail, and the ability to respond to inquiries in a short time, which led to reducing pressure on workers, increasing investment or digital investment, and increasing savings, due to the ease of withdrawal and deposit and the direction of some to digitized financial transactions; Therefore, the results resulted in the necessity of conducting surveys to determine the extent of customers' ability to adapt to digital services, and the possibility of dealing to achieve customer satisfaction.

Finally, identifying the most important future plans proposed to improve the efficiency of digitizing government banking services, as follows: Continuously evaluating employee performance, and measuring customer satisfaction on the one hand; And understanding how to manage customer relations to attract other customers on the other hand. It completed marketing tasks to identify consumers' behavior, identify their needs, provide comprehensive reports on them, continuously develop digital services, review mechanisms for the quality of services provided, develop mechanisms for dealing with beneficiaries, conduct marketing campaigns to exchange experiences, and rely on digital marketing techniques.

The study recommended the need to enhance the interest of government banks in building trust with customers through rapid response, training, and qualification of human cadres to deal with the digitization of services.

key words:

(Digitization of banking services, Banking Services, Social effectiveness, Government banks).

قائمة المراجع والمصادر:

❖ المراجع العربية:

- 1- إريد، سمية، (2013)، دور سياسة الترويج في تسويق الخدمات المصرفية: دراسة حالة واقع الترويج في بنك الفلاحة والتنمية، رسالة الماجستير، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية.
- 2- امير، بن موسى & أحمد، علماوي، (2019)، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لبناء ومزايا تنافسية للبنوك الجزائرية، جامعة غرداية، مجلة الدراسات الاقتصادية، العدد 38، ص ص 1-12، ISSN:2602-7925.
- 3- أبو سمرة & عادل، محمد، (2019)، نموذج مقترح لتفعيل الشمول المالي من خلال التحول الرقمي لتحقيق رؤية مصر 2030، أعمال مؤتمر كلية التجارة عن إدارة التحول الرقمي لتحقيق رؤية 2030، جامعة عين شمس، كلية التجارة.
- 4- أبو قاعود، فراس & الدهيمات، عماد، (2016)، أثر التسويق الإلكتروني في تحقيق رضا عملاء البنوك: دراسة حالة بنك الأردن التجاري، دراسات، الأردن، العلوم الإدارية، المجلد 43، العدد 1، ص ص 203: 220.
- 5- أورتون، كيت & بريور، جونسون، (يوليو 2021)، علم الاجتماع الرقمي: منظورات نقدية، الكويت، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- 6- بخيت، محمد & عز الدين، أسر & عوض، عبد المنعم، (ديسمبر 2018)، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على ربحية البنوك التجارية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الليبية خلال الفترة من 2008 - 2016، جامعة الفاتح ليبيا، كلية الإدارة والتكنولوجيا الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري، المجلد 5، العدد 2، ص ص 166 - 216.
- 7- بدوي، أحمد ذكي، (1986)، معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، بيروت، مكتبة لبنان.
- 8- البنك المركزي المصري، (2021)، تقرير منظور التكنولوجيا المالية، Fin Tech Egypt، مصر، ص ص 1: 64.
- 9- الحوراني، محمد عبد الكريم، (2008)، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع (التوازن التفاضلي صيغة توليفية بين الوظيفة والصراع، عمان، دار مجدلاوي.
- 10- حسين، رحيم & معراج، هوارى، (2004)، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، أعمال الملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي واقع وتحديات، الجزائر، جامعة بو علي شلف.
- 11- حنان، بن لوصيف & سليم، بولحية، (2021)، الاستثمار في المجال الرقمي خيار التحول لتسويق الخدمات البنكية في الوطن العربي، مجلة المعيار، المجلد 12، العدد 2، ص ص 760: 774.
- 12- خطاب، عمرو، (2022)، انعكاسات الخدمات المصرفية الإلكترونية في النمو الاقتصادي المصري: دراسة مقارنة، دكتوراه، جامعة عين شمس، كلية التجارة، قسم الاقتصاد.
- 13- خميس، أسر، (يوليو 2021)، أثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، جامعة دمياط، كلية التجارة، المجلد 3، العدد 1، ص ص 997 - 1044.
- 14- رشوان، عبد الرحمن & قاسم، زينب، (31 أغسطس 2020)، دور التحول الرقمي في رفع كفاءة أداء البنوك وجذب الاستثمار، المؤتمر الدولي الآراء في تكنولوجيا المعلومات والأعمال، ICIB2020، Available at

SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3683715> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3683715>

15- زايد، أحمد، (يناير 1996)، آفاق جديدة في نظرية علم الاجتماع نظرية تشكيل البنية (نظرية البنية)، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد 33، العدد الأول والثاني، ص ص 57 - 80.

16- زكى، وليد، (يونيو 2021)، السياسات الرقمية: وترشيد صناعة القرار، بقلم خبير، إصدار إلكترونية نصف شهرية، القاهرة: مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار.

- 17- السكري، أحمد شفيق، (2000)، قاموس الخدمة الاجتماعية والخدمات الاجتماعية، القاهرة، دار المعرفة الجامعية.
- 18- صندوق النقد الدولي، (2019)، أفريقيا الرقمية الصادر عن البنك الدولي، التقرير السنوي لصندوق النقد الدولي.
- 19- الطالب، صلاح عبد الرحمن مصطفى، (2008)، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية: دراسة تحليلية ميدانية، سلسلة الآداب والعلوم الإنسانية والتطبيقية، مجلة بحوث، جامعة تعز، العدد 13، ص ص 83-96.
- 20- الطيب، عبد المنعم، (د.ت)، العولمة وأثرها الاقتصادية على المصارف: نظرة شمولية، جمهورية السودان، مجلة اقتصاديات شمال أفريقيا، المعهد العالي للدراسات المصرفية والمالي، العدد 3، ص ص 7-44.
- 21- عباس، على، (2022)، دور المصرفية الإلكترونية في تعزيز التنمية الاقتصادية، جامعة المنصورة، كلية الحقوق، قسم الاقتصاد السياسي والتشريعي.
- 22- عباس، إيهاب & عثمان، محمد، (فبراير 2022)، العولمة الاقتصادية وأثرها على المصارف الإسلامية في السودان دراسة ميدانية على بعض البنوك بمحلية شندي، المجلة الدولية للدراسات الاقتصادية، مجلة دولية محكمة، ألمانيا، المركز الديمقراطي العربي، مجلد 5.
- 23- عبد العزيز، أحمد & زكريا، جاسم & الطحان، فراس، (2011)، العولمة الاقتصادية وتأثيراتها على الدول العربية، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 86، ص ص 61-84.
- 24- عبيد، شاهر، (2021)، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، غزة، الجامعة الإسلامية، المجلد 29، العدد 4، ص ص 133-157.
- 25- على، خالد محمد عبد الستار، (ديسمبر 2017)، قياس مدى رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على بعض البنوك التجارية، المجلد 37، العدد 4، ص ص 417:456.
- 26- عوض، شريف، (2011)، اتجاهات معاصرة ودراسات تطبيقية في علم الاجتماع الاقتصادي، القاهرة، الزعيم للخدمات المكتبية.
- 27- الغزواني، إدريس، (2020)، مانويل كاستلز ومفهوم مجتمع الشبكات من المجتمع إلى الشبكة: نحو مقاربة تأويلية للهوية والسلطة في عصر المعلومات، عمران للعلوم الاجتماعية، المركز العربي، المجلد 9، العدد 33، ص ص 143:162.
- 28- فوزي، أماني، (يوليو 2021)، دور التحول الرقمي في القطاع المصرفي المصري في ظل جائحة كورونا: دراسة ميدانية، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، المجلة الجنائية القومية، المجلد 64، العدد 2، ص ص 53:87.
- 29- القاضي، ممدوح، (يوليو 2021)، مستقبل الاقتصاد الرقمي في مصر في ظل جائحة كورونا، آفاق اقتصادية معاصرة، العدد (8)، القاهرة، مجلس الوزراء.
- 30- كلارك، جون، (2008)، قاموس المصطلحات الدولية المصرفية؛ ترجمة: خالد العامري، القاهرة، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية.
- 31- لحوح، رفاه & زين الدين، رهام، (2016)، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم إدارة الأعمال، ص ص 1:47.
- 32- ليونار، جان فرانسوا، (1994)، الوضع ما بعد الحداثي؛ ترجمة: أحمد حسان، القاهرة، دار شقيقات للنشر والتوزيع.
- 33- محمد، أيمن عبد الله، (2017)، جودة الخدمات المصرفية وأثرها في رضا العملاء: دراسة حالة في مصرف دبي الإسلامي الإماراتي فرع العين، جامعة دبي، ص ص 107:125.
- 34- محمود، أبي، (2016)، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في رضا العميل: دراسة مقارنة بين فروع المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة، مجلة جامعة البعث للعلوم الإنسانية، سوريا، جامعة تشرين، قسم العلوم المالية والمصرفية، العدد 38، ص ص 1:30.
- 35- مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، (يونيو 2020)، دور التكنولوجيا المالية في تعافي الشركات الإفريقية، سلسلة عصر (كوفيد-19)، القاهرة، مجلس الوزراء، السنة (1)، العدد (22).

- 36- موسى، قاسم & خطاب، محمد، (د.ت)، **أثر العولمة على المصارف الإسلامية**، مجلة أهل البيت عليهم السلام، جامعة أهل البيت، العدد14، ص ص 16 :31.
- 37- ميل تشيرتون & آن براون، (2012)، **علم الاجتماع النظرية والمنهج**؛ ترجمة: هناء الجوهري، القاهرة، المركز القومي للترجمة.

❖ المراجع الأجنبية:

- 38- Anttiroiko, Ari-Veikko, (2015), **Network in Manuel Castells` Theory of the Network Society**, Munich Personal RePEc Archive (MPRA), Paper No. 65617, University of Tampere. Finland.
- 39- Ansari, M. & Al Habsi, Z., (2010), **Measuring the quality of banking services in the UAE: A Field study on a sampe of banks in the UAE (Abu Dhabi, Dubai, Sharjah, and Al Ain)**, Journal of Economic Prospects, 31 (117), 102.
- 40- Castells, Manuel (ed.), (2004), **The Network Society: Across- Cultural Perspective**, Cheltenham, and Northampton. MA: Edward Elgar, International Sociology, Vol (22), (2), SAGE, Los Angeles, London, DOI: 10.1177/0268580907074549.
- 41- E-Banking, (September 2016), **Federal financial institutions examination council**, IT examination handbook, Information Security.
- 42- Gladmore, Chindudzi, Takudzwa, C. Marade & Theabani Nyoni, (2020), **The Impact of digital banking on the performance of Commercial banks**, Zimbabwe, Available at: www.ijariie.com.
- 43- Onay, C. and Ozsoz, E. (2013), **The impact of internet-banking on bank profitability- the case of Turkey**, Journal of Financial Services Research, Vol. (44), 187-204, DOI:10.1007/s10693-011-0124-9.
- 44- Siam ,A.Z, (2006), **Role of the Electronic Banking Services on the profits of Jordanian Banks**, American journal of Applied sciences, Vol. (3) , No. (9), ISSN 1546-9239, DOI:10.3844/ajassp.2006.1999.2004.
- 45- Shanka, M. S. (2012), **Bank service quality customer satisfaction and loyalty in Ethiopian banking sector**, Journal of business Adminstration and Management Sciences Research, Vol. 1, PP. 1-9.
- 46- Sudma, M. (2007). **The extent of customers for the services offered by commercial banks satisfaction**. Saudi Arabia: Research Center, Institute of Public Administration.
- 47- Victoria, Carla Guzmán-Ortiz, Nohelia Gabriela Navarro-Acostaa, Wilmer Florez-Garciaa and Wagner Vicente-Ramosa, (2020), **Impact of digital transformation on the individual job performance of insurance companies in Peru**, International Journal of Data and Network Science, Vol. (4), PP. 337-346, Available at: www.GrowingScience.com/ijds.
- 48- Mawutor, John Kwaku Mensah, **Impact of E-Banking on the Profitability of Banks in Ghana** (March 3, 2015). Research Journal of Accounting and Finance, Vol. (5), No. (22), SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2572982>.
- 49- Rogers, D. L. (2016), **The digital transformation playbook: Rethink your business for the digital age**, New York: Columbia University Press.
- 50- Ramadhani, A., Lubis, A. N. & Sembiring, B. K. F. (2019), **The Effect of e-Banking Facilities on Ccustomer Loyalty at BRI Unit Simpang Limun with Customer satisfaction as an Intervening Variable**, International Journal of Research and Review, Vol. (6), No. (8), pp. 94-101.
- 51- Joshua, Odero Oranga & Ibrahim Tirimba Ondabu, (2018), **Effect of financial inclusion of financial performance of banks listed at the Nairobi Securities exchange in Kenya** , International journal of scientific and research publications, vol. (8) , issue (5),PP. 624-650, Available at: <http://dx.doi.org/10.29322/ijsrp.8.5.2018>.
- 52- Wadesango, N, Magaya, B., (2020), **The Impact of Digital Banking Services on Performance of Commercial Banks**, Journal of Management information and Decision Sciences, Suppl, Special Issue, Weaverville, Vol. (23), PP. 343-353. Available at: <https://www.proquest.com/openview/346d2f6e22a380b51894fcb9c2eed2d4/1?pq-origsite=gscholar&cbl=38743>.