

أثر التحول الرقمي على تحسين جودة الخدمات في القطاع المصرفي
السعودي

**The impact of digital transformation on improving the quality of
services in the Saudi banking sector**

إعداد الطالبة

رغد أحمد عسيري

252001260

إشراف/

د. الفیصل عبد الحمید

د. فايز جراد

2025-2026 م

فهرس المحتويات

3	الفصل الأول.....
3	المقدمة والإطار العام للدراسة.....
3	١٠١ المقدمة.....
4	٢٠١ خلفية الدراسة.....
7	٣٠١ مشكلة الدراسة.....
7	٤٠١ أهمية الدراسة.....
8	٥٠١ أهداف الدراسة.....
8	٦٠١ تساؤلات الدراسة.....
9	٧٠١ فروض الدراسة.....
9	الفصل الثاني.....
9	الدراسات السابقة.....
10	١٠٢ أولاً: الدراسات المتعلقة بالتحول الرقمي في القطاع المصرفي.....
28	الفصل الثالث.....
28	الإطار النظري للدراسة.....
28	3.1. مفهوم التحول الرقمي.....
29	3.2. مكونات التحول الرقمي في القطاع المصرفي.....
31	3.3. أهداف التحول الرقمي في البنوك.....
33	التحديات التي تواجه التحول الرقمي في البنوك.....
35	الإطار النظري للدراسة.....
35	مفهوم جودة الخدمة (Service Quality).....
41	الفصل الرابع.....
41	منهجية الدراسة وإجراءاتها.....

الفصل الأول

المقدمة والإطار العام للدراسة

١٠١ المقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات جذرية في مختلف القطاعات نتيجة الثورة الرقمية المتسارعة، والتي أسهمت في إعادة تشكيل نماذج الأعمال وطرق تقديم الخدمات، خاصة في القطاعات التي تعتمد بشكل كبير على المعلومات والتكنولوجيا، ومن أبرزها القطاع المصرفي. فقد أصبح الاعتماد على التقنيات الرقمية عنصرًا أساسيًا في تحسين كفاءة العمليات، وتعزيز القدرة التنافسية، وتقديم خدمات أكثر سرعة ودقة تلبي تطلعات العملاء في بيئة تتسم بالتغير المستمر.

وفي هذا السياق، برز التحول الرقمي كأحد المحركات الرئيسية لتطوير الخدمات المصرفية، حيث انتقلت البنوك من النماذج التقليدية القائمة على الفروع إلى نماذج رقمية متكاملة تعتمد على التطبيقات الذكية، والخدمات الإلكترونية، والتقنيات الذاتية، مما أتاح للعملاء تنفيذ معاملاتهم بسهولة وفي أي وقت ومن أي مكان. كما ساهم هذا التحول في تحسين مستوى الوصول إلى الخدمات المالية، وتعزيز الشمول المالي، وتوسيع قاعدة العملاء.

وتُعد المملكة العربية السعودية من الدول الرائدة في تبني التحول الرقمي، حيث أولت القيادة اهتمامًا كبيرًا بتطوير البنية التحتية الرقمية ضمن إطار رؤية 2030، التي جعلت من التقنية ركيزة أساسية لتحقيق التنمية المستدامة ورفع كفاءة الأداء في مختلف القطاعات، بما في ذلك القطاع المصرفي. وقد انعكس هذا التوجه في تبني البنوك السعودية لاستراتيجيات رقمية متقدمة، تستند إلى استخدام تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي، والحوسبة السحابية، والتقنيات المالية، بما يساهم في تطوير الخدمات وتحسين جودتها.

ومع التوسع في تقديم الخدمات المصرفية الرقمية، أصبحت تجربة العميل محورًا أساسيًا لنجاح المؤسسات المصرفية، حيث لم يعد التنافس يقتصر على تقديم

الخدمة فقط، بل امتد ليشمل جودة هذه الخدمة ومدى توافقها مع توقعات العملاء واحتياجاتهم المتغيرة. وقد أدى ذلك إلى زيادة اهتمام البنوك بتحسين جودة خدماتها الرقمية، من خلال تطوير واجهات الاستخدام، وتسريع العمليات، وتعزيز مستويات الأمان والموثوقية.

كما ساهمت التطورات التقنية المتلاحقة في تغيير سلوك العملاء، حيث أصبح الاعتماد على القنوات الرقمية هو الخيار المفضل لدى شريحة واسعة منهم، خاصة في ظل انتشار الهواتف الذكية وسهولة الوصول إلى الإنترنت. وقد تعزز هذا التوجه بشكل أكبر بعد جائحة كورونا، التي دفعت الأفراد والمؤسسات إلى الاعتماد على الحلول الرقمية كبديل آمن وفعال للخدمات التقليدية.

وعلى الرغم من المزايا العديدة التي يوفرها التحول الرقمي، إلا أن تطبيقه في القطاع المصرفي يتطلب تحقيق توازن دقيق بين الابتكار التكنولوجي والحفاظ على جودة الخدمة، إذ إن أي قصور في الأداء الرقمي أو ضعف في تجربة المستخدم قد يؤثر سلبًا على رضا العملاء وثقتهم. ومن هنا تبرز أهمية دراسة أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية، باعتبارها أحد العوامل الحاسمة في تحقيق التميز المؤسسي والاستدامة في بيئة تنافسية متسارعة.

وبناءً على ذلك، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في القطاع المصرفي السعودي، من خلال تحليل العلاقة بين تبني التقنيات الرقمية ومستوى جودة الخدمة المقدمة، بما يساهم في دعم صانعي القرار وتطوير استراتيجيات مصرفية أكثر كفاءة وابتكارًا.

٢٠١ خلفية الدراسة

على الرغم من التسارع الملحوظ في تبني التحول الرقمي داخل القطاع المصرفي السعودي، مدفوعًا برؤية المملكة 2030، وما أظهرته تقارير مؤسسة النقد العربي السعودي (ساما) من ارتفاع كبير في استخدام الخدمات المصرفية الرقمية—خاصة بعد جائحة كورونا التي سرّعت التحول نحو القنوات غير

التلامسية—إلا أن الأدبيات الحالية لا تزال تعاني من قصور واضح في تفسير هذا التحول من منظور جودة الخدمة. فقد ركزت العديد من الدراسات على مؤشرات الاستخدام والانتشار الرقمي، مثل عدد العمليات عبر التطبيقات البنكية أو نمو المدفوعات الإلكترونية، دون التعمق الكافي في تحليل كيفية انعكاس هذا الاستخدام المتزايد على جودة الخدمة المدركة لدى العملاء، وهو ما يمثل فجوة بحثية تستدعي الدراسة.

كما تُظهر الإحصاءات أن العملاء في المملكة أصبحوا يفضلون بشكل متزايد القنوات الرقمية على زيارة الفروع التقليدية، مما يشير إلى تحول سلوكي جوهري في نمط استهلاك الخدمات المصرفية. ومع ذلك، فإن هذا التحول لا يقابله نفس المستوى من الدراسات التي تستكشف تجربة العميل الرقمية بشكل متكامل، خاصة في ظل تعدد القنوات (التطبيقات، الصرافات، الخدمات الذاتية، والمنصات الإلكترونية). إذ إن معظم الدراسات تناولت كل خدمة على حدة، دون تقديم نموذج شامل يربط بين التحول الرقمي وتجربة العميل الكلية وجودة الخدمة عبر مختلف نقاط التفاعل، وهو ما يشكل فجوة مهمة في الأدب البحثي.

ومن جانب آخر، تواجه البنوك السعودية تحديات متعددة تتعلق بضمان جودة الخدمات الرقمية، مثل تحسين تجربة المستخدم، وتقليل الأعطال التقنية، وتعزيز أمن المعلومات، وهي عوامل تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء وثقتهم. ورغم أهمية هذه التحديات، إلا أن هناك نقصًا في الدراسات التطبيقية التي تقيس أثر هذه العوامل ضمن إطار متكامل يربط بين التحول الرقمي وجودة الخدمة، خاصة باستخدام نماذج قياس معتمدة مثل نموذج (SERVQUAL) الذي يقيس جودة الخدمة من خلال أبعاد محددة تشمل الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، والجوانب الملموسة.

إضافة إلى ذلك، تفتقر العديد من الدراسات إلى استخدام أساليب تحليل كمية متقدمة لقياس العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة، حيث يغلب عليها الطابع

الوصفي أو النظري، دون تقديم نماذج إحصائية دقيقة تعكس قوة وتأثير هذه العلاقة في البيئة المصرفية السعودية. كما أن هناك قصورًا في دمج التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والأتمتة ضمن نماذج تحليل جودة الخدمة، رغم أنها أصبحت جزءًا أساسيًا من الاستراتيجيات الرقمية للبنوك.

بناءً على ما سبق، تتحدد الفجوة البحثية لهذه الدراسة في الحاجة إلى تقديم تحليل تطبيقي متكامل يربط بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية في المملكة العربية السعودية، من خلال قياس أبعاد جودة الخدمة وفق نموذج علمي معتمد، وتحليل تجربة العميل الرقمية بشكل شامل، بما يساهم في تقديم فهم أعمق لكيفية توظيف التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات وتعزيز رضا العملاء وولائهم في القطاع المصرفي السعودي.

وتقدم النماذج العالمية مثل نموذج SERVQUAL إطاراً منهجياً لقياس جودة الخدمات غير خمسة أبعاد رئيسية هي:

1. Reliability الاعتمادية

2. Responsiveness - الاستجابة

3. الضمان

4. التعاطف

5. الملموسية

ويفترض أن تساهم التحولات الرقمية في تعزيز هذه الأبعاد من خلال زيادة السرعة والدقة، وتسهيل الحصول على الخدمة، وتقليل الأخطاء البشرية، وتوفير خيارات متعددة للعملاء دون الحاجة لزيارة الفروع

٣٠١ مشكلة الدراسة

على الرغم من التطور الكبير في أنظمة البنوك السعودية، إلا أن هناك تساؤلات حول مدى تأثير هذا التحول على جودة الخدمات، وهل استطاعت البنوك ترجمة استثماراتها الرقمية إلى تحسين فعلي في تجربة العميل؟

ولذلك تتمثل مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي الثاني:

ما أثر التحول الرقمي على تحسين جودة الخدمات في القطاع المصرفي السعودي ؟

ويندرج ضمن هذه المشكلة عدة تساؤلات فرعية منها:

ما مدى رضى العملاء عن القنوات الرقمية؟

هل ساهم التحول الرقمي في تقليل وقت الانتظار؟

إلى أي مدى ألقت الأنظمة الرقمية الأخطاء في المعاملات المصرفية؟

هل أثر التحول الرقمي على العناصر الخمسة الجودة الخدمة؟

٤٠١ أهمية الدراسة

١٠٤٠ الأهمية العلمية

تتبع أهمية هذه الدراسة من ندرة الدراسات المحلية التي تربط بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في البيئة السعودية، رغم التطور الكبير في البنوك المحلية كما تقدم الدراسة إضافة علمية البحوث المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية، وتحليل أثر التكنولوجيا على رضا العملاء وسلوكهم.

٢٠٤٠١ الأهمية العملية

تكمن القيمة التطبيقية للدراسة في أنها تساعد صناع القرار في البنوك السعودية على تقييم استراتيجيات

التحول الرقمي، وتطوير خطط فعالة التحسين جودة الخدمة من خلال:

تعزيز الخدمات الرقمية التي ترفع مستوى الاعتمادية والاستجابة.

تحليل نقاط الضعف في القنوات الإلكترونية والعمل على تحسينها

تصميم تجربة العميل وتعزيز ولائه

دعم التحول الوطني نحو مجتمع لا نقدي ((Castless Society

٥٠١ أهداف الدراسة

الهدف العام

قياس أثر التحول الرقمي على تحسين جودة الخدمات في البنوك السعودية

الأهداف التفصيلية

تحديد مدى تبلي البنوك السعودية للتقنيات الرقمية الحديثة

تحليل مستوى جودة الخدمات المقدمة عبر القنوات الرقمية

قياس العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة وفق نموذج SERVQUAL

تحديد العوامل الرقمية الأكثر تأثيراً في رضا العملاء

تقديم توصيات عملية للبنوك حول تحسين جودة الخدمات الرقمية.

٦٠١ تساؤلات الدراسة

ما مستوى التحول الرقمي في البنوك السعودية؟

ما مستوى جودة الخدمات المصرفية الرقمية؟

هل يوجد أثر أو دلالة للإجراءات الرقمية على جودة الخدمة؟

1 الأكبر؟ أي العوامل الرقمية السرعة الأداء - أمن المعلومات - سهولة الاستخدام -

الابتكار) لها التأثير

كيف ينظر العملاء إلى الخدمات المصرفية الرقمية مقارنة بالخدمات التقليدية؟

٧٠١ فروض الدراسة

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية
- للتحول الرقمي تأثير إيجابي على الأبعاد الخمسة الجودة الخدمة.
- القنوات الرقمية (مثل التطبيقات البنكية تؤثر بشكل أكبر من بقية العوامل
- يساهم التحول الرقمي في رفع رضا العملاء وتقليل الوقت اللازم للحصول على الخدمة.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة

تهدف هذا الفصل إلى استعراض أبرز الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت موضوع التحول الرقمي. وجودة الخدمة، والعلاقة بينهما في القطاع المصرفي ويعد هذا الاستعراض خطوة أساسية لفهم التطور العلمي الذي مرت به مفاهيم الدراسة، وتحديد الفجوات المعرفية التي تسعى هذه الدراسة إلى سدها وقد تم تقسيم الدراسات السابقة إلى ثلاثة محاور رئيسية:

(1) دراسات تناولت التحول الرقمي في البنوك

(٢) دراسات تناولت جودة الخدمة المصرفية

(٣) دراسات دمجت بين التحول الرقمي وجودة الخدمة

١٠٢ أولاً: الدراسات المتعلقة بالتحول الرقمي في القطاع المصرفي

تناولت العديد من الدراسات العربية والأجنبية التحول الرقمي بوصفه عملية استراتيجية تهدف إلى إعادة تصميم الخدمات البنكية لتصبح أسرع وأكثر دقة وأماناً ومن أبرز هذه الدراسات:

دراسة (Almarashdeh, 2022)

تناولت دراسة (Almarashdeh, 2022) موضوع التحول الرقمي في القطاع المصرفي من خلال تطبيقها في إحدى البيئات الجامعية في ماليزيا، حيث هدفت إلى تحليل أثر استخدام التقنيات الرقمية، لا سيما التطبيقات البنكية الذكية، على مستوى رضا العملاء. وقد ركزت الدراسة على فهم كيفية مساهمة القنوات الرقمية في تحسين تجربة المستخدم، من خلال تسهيل الوصول إلى الخدمات المصرفية وتبسيط الإجراءات المرتبطة بها، بما يعكس التغيرات المتسارعة في سلوك العملاء واتجاههم نحو الاعتماد على الحلول الرقمية.

اعتمدت الدراسة على منهج كمي من خلال جمع البيانات باستخدام استبيان موجه إلى عينة من المستخدمين للخدمات المصرفية الرقمية، حيث تم قياس مجموعة من المتغيرات المرتبطة بسهولة الاستخدام، وسرعة تنفيذ المعاملات، وكفاءة الأنظمة الرقمية، بالإضافة إلى مستوى رضا العملاء ودرجة ولائهم للبنوك. كما سعت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين هذه المتغيرات باستخدام أساليب تحليل إحصائي مناسبة، بما يتيح تقديم نتائج دقيقة تعكس طبيعة التأثير بين التحول الرقمي ورضا العملاء.

وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام التطبيقات البنكية الذكية يسهم بشكل كبير في تسريع إنجاز المعاملات المصرفية، وتقليل الوقت والجهد المبذول من قبل العملاء، وهو ما يؤدي بدوره إلى تحسين تجربة المستخدم بشكل عام. كما بينت النتائج أن سهولة الاستخدام ووضوح واجهة التطبيق تلعبان دوراً محورياً في تعزيز رضا العملاء، حيث يميل المستخدمون إلى تفضيل التطبيقات التي توفر خدمات سريعة وآمنة وسهلة الوصول.

كما توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي ومستوى رضا العملاء، حيث ساهمت الخدمات الرقمية في رفع مستوى الثقة لدى العملاء وتعزيز ولائهم للبنوك. وأشارت النتائج أيضاً إلى أن الاعتماد المتزايد على القنوات الرقمية يقلل من الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية، مما يعكس تحولاً في نمط تقديم الخدمة المصرفية.

ومن جانب آخر، أكدت الدراسة أن جودة الخدمة الرقمية لا تقتصر فقط على سرعة الأداء، بل تشمل أيضاً عوامل أخرى مثل الأمان وحماية البيانات، واستقرار الأنظمة، وتوافر الخدمة بشكل مستمر، وهي عناصر أساسية في تشكيل تجربة العميل الرقمية. كما أوصت الدراسة بضرورة الاستثمار المستمر في تطوير البنية التحتية الرقمية وتحسين التطبيقات البنكية بما يتوافق مع احتياجات العملاء المتغيرة.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تقدم دليلاً تطبيقياً على الدور الإيجابي للتحول الرقمي في تحسين رضا العملاء في القطاع المصرفي، إلا أنها في المقابل تظل محدودة من حيث البيئة التطبيقية، حيث أجريت في سياق ماليزي، مما يحد من إمكانية تعميم نتائجها على بيئات أخرى مثل المملكة العربية السعودية التي تتميز بخصائص اقتصادية وتنظيمية مختلفة، وهو ما يعزز الحاجة إلى إجراء دراسات مشابهة في السياق السعودي.

دراسة البابطين (٢٠٢١) في المملكة العربية السعودية

تناولت دراسة البابطين (2021) واقع التحول الرقمي في القطاع المصرفي في المملكة العربية السعودية، حيث هدفت إلى تقييم مستوى تبني البنوك السعودية للتقنيات الرقمية الحديثة، وتحليل دور هذا التحول في تعزيز قدرتها التنافسية في ظل بيئة مصرفية تتسم بالتغير السريع والانفتاح على الأسواق العالمية. وقد ركزت الدراسة على استكشاف مدى اعتماد البنوك على الأنظمة الرقمية المتقدمة، ومدى تكامل هذه الأنظمة في تحسين كفاءة العمليات المصرفية.

اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي، من خلال جمع البيانات من مصادر متعددة شملت تقارير البنوك، والبيانات الرسمية، بالإضافة إلى آراء المختصين في القطاع المصرفي، وذلك بهدف تقديم صورة شاملة حول مستوى التحول الرقمي. كما تناولت الدراسة مجموعة من المؤشرات التي تعكس هذا التحول، مثل استخدام الخدمات الذاتية، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء، والاعتماد على الأنظمة الرقمية في تنفيذ العمليات المصرفية المختلفة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن البنوك السعودية حققت تقدماً ملحوظاً في مجال التحول الرقمي، حيث تبنت معظمها تقنيات حديثة مثل أجهزة الخدمة الذاتية، والتطبيقات البنكية المتطورة، وأنظمة الذكاء الاصطناعي المستخدمة في الرد الآلي على استفسارات العملاء، بالإضافة إلى إتاحة خدمات فتح الحسابات إلكترونياً دون الحاجة إلى زيارة الفروع. ويعكس هذا التوجه حرص البنوك على تحسين تجربة العميل وتقديم خدمات أكثر سرعة ومرونة.

كما بينت الدراسة أن التحول الرقمي لم يعد خياراً استراتيجياً يمكن تأجيله، بل أصبح ضرورة حتمية تفرضها المنافسة المتزايدة بين البنوك، سواء على المستوى المحلي أو في مواجهة البنوك الأجنبية. وقد أكدت النتائج أن الاستثمار في البنية التحتية التكنولوجية يمثل عاملاً أساسياً في تعزيز القدرة التنافسية، حيث يسهم في رفع كفاءة الأداء وتقليل التكاليف التشغيلية وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

ومن جانب آخر، أشارت الدراسة إلى أن نجاح التحول الرقمي يتطلب توافر مجموعة من العوامل الداعمة، مثل تطوير الكوادر البشرية، وتعزيز الأمن السيبراني، وتحديث الأنظمة بشكل مستمر لمواكبة التطورات التقنية. كما أكدت على أهمية تبني استراتيجيات رقمية متكاملة تضمن تحقيق الاستفادة القصوى من التقنيات الحديثة.

دراسة (Allen & McMullan, 2020)

تناولت دراسة (Allen & McMullan, 2020) أثر التقنيات المالية (FinTech) على تطور القطاع المصرفي، حيث هدفت إلى تحليل الدور الذي تلعبه الابتكارات التكنولوجية في إعادة تشكيل الخدمات المالية وتحسين كفاءة العمليات المصرفية. وقد ركزت الدراسة بشكل خاص على أنظمة الدفع الرقمية، وبوابات الإنترنت المصرفية، باعتبارها من أبرز مظاهر التحول الرقمي التي أسهمت في تغيير نماذج الأعمال التقليدية في البنوك.

اعتمدت الدراسة على منهج تحليلي مقارنة، من خلال استعراض تجارب عدد من المؤسسات المالية التي تبنت حلول التقنيات المالية، ومقارنتها بمؤسسات أخرى لا تزال تعتمد على الأنظمة التقليدية. كما استندت إلى تحليل بيانات تشغيلية ومؤشرات أداء رئيسية، مثل عدد العملاء، وسرعة تنفيذ المعاملات، ونسبة الأخطاء التشغيلية، بهدف تقييم أثر تبني هذه التقنيات على الأداء العام للمؤسسات المالية.

وأظهرت نتائج الدراسة أن المؤسسات المالية التي تبنت أنظمة الدفع الرقمية وبوابات الإنترنت المصرفية شهدت نموًا ملحوظًا في عدد عملائها، نتيجة قدرتها على تقديم خدمات أكثر سهولة ومرونة، مما ساعد في جذب شرائح جديدة من المستخدمين، خاصة من فئة الشباب والأفراد الذين يفضلون الحلول الرقمية. كما ساهمت هذه التقنيات في تحسين الوصول إلى الخدمات المالية وتوسيع نطاقها الجغرافي دون الحاجة إلى التوسع في الفروع التقليدية.

كما بينت الدراسة أن التقنيات المالية تلعب دورًا محوريًا في تحسين كفاءة العمليات التشغيلية داخل البنوك، حيث تسهم في أتمتة العديد من الإجراءات، وتقليل التدخل البشري، الأمر الذي يؤدي إلى خفض معدلات الأخطاء التشغيلية وتحسين دقة تنفيذ المعاملات. إضافة إلى ذلك، تساعد هذه التقنيات في تسريع العمليات المالية وتقليل الوقت المستغرق لإنجازها، مما ينعكس إيجابًا على جودة الخدمة المقدمة للعملاء.

ومن ناحية أخرى، أشارت الدراسة إلى أن تبني التقنيات المالية يعزز من قدرة البنوك على الابتكار وتقديم منتجات وخدمات جديدة تتناسب مع احتياجات العملاء المتغيرة، كما يدعم قدرتها على المنافسة في ظل دخول شركات التكنولوجيا المالية إلى السوق المالي. وأكدت الدراسة أن المؤسسات التي تتبنى هذه التقنيات تكون أكثر مرونة وقدرة على التكيف مع التغيرات في البيئة الاقتصادية والتكنولوجية.

ورغم النتائج الإيجابية التي توصلت إليها الدراسة، إلا أنها ركزت بشكل أساسي على الجوانب التشغيلية والنمو في عدد العملاء، دون التعمق في تحليل أثر هذه التقنيات على أبعاد جودة الخدمة بشكل تفصيلي، مثل رضا العملاء أو إدراكهم لجودة الخدمة الرقمية، وهو ما يشير إلى وجود حاجة لدراسات مستقبلية تربط بين تبني التقنيات المالية وجودة الخدمات المصرفية، خاصة في بيئات مصرفية محددة مثل المملكة العربية السعودية.

دراسة الشريف (٢٠١٩)

تناولت دراسة الشريف (2019) موضوع جاهزية القطاع المصرفي للتحول الرقمي، حيث هدفت إلى تقييم مدى استعداد البنوك لتبني التقنيات الحديثة، ليس فقط من الناحية التكنولوجية، بل أيضًا من الجوانب البشرية والتنظيمية التي تمثل عنصرًا حاسمًا في نجاح أي تحول رقمي. وقد ركزت الدراسة على تحليل البيئة الداخلية للمؤسسات المصرفية، ومدى قدرتها على التكيف مع متطلبات التحول نحو النماذج الرقمية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال جمع البيانات عبر استبيانات ومقابلات مع موظفين وإداريين في القطاع المصرفي، وذلك بهدف قياس مستوى الوعي بالتقنيات الرقمية، ومدى توفر المهارات اللازمة للتعامل معها، إضافة إلى تقييم السياسات التنظيمية الداعمة للتحول الرقمي. كما تناولت الدراسة مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالجاهزية الرقمية، مثل التدريب، والثقافة التنظيمية، والدعم الإداري، والبنية التحتية التقنية.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود فجوات واضحة في مستوى التدريب الوظيفي المتعلق باستخدام التقنيات الحديثة، حيث تبين أن العديد من الموظفين يفتقرون إلى المهارات الرقمية المتقدمة التي تمكنهم من التعامل بكفاءة مع الأنظمة الحديثة. ويُعد هذا القصور في التدريب أحد أبرز التحديات التي قد تعيق تحقيق التحول الرقمي بالشكل المطلوب، إذ إن نجاح التكنولوجيا يعتمد بدرجة كبيرة على كفاءة العنصر البشري القادر على تشغيلها واستثمارها.

كما كشفت الدراسة عن الحاجة إلى بناء ثقافة تنظيمية داعمة للتغيير، حيث لا يزال هناك نوع من المقاومة الداخلية لدى بعض العاملين تجاه تبني الأنظمة الرقمية الجديدة، نتيجة الخوف من التغيير أو ضعف الوعي بفوائد التحول الرقمي. وأكدت الدراسة أن تعزيز الثقافة التنظيمية القائمة على الابتكار والتعلم المستمر يعد شرطاً أساسياً لنجاح التحول الرقمي في القطاع المصرفي.

ومن جانب آخر، أشارت الدراسة إلى أن التحول الرقمي لا يقتصر على إدخال التكنولوجيا فقط، بل يتطلب إعادة هيكلة العمليات وتطوير السياسات والإجراءات بما يتناسب مع البيئة الرقمية. كما أكدت على أهمية دور القيادة الإدارية في دعم هذا التحول، من خلال تبني استراتيجيات واضحة، وتوفير الموارد اللازمة، وتحفيز العاملين على التكيف مع التغيرات.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على الأبعاد غير التقنية للتحول الرقمي، خاصة ما يتعلق بالعنصر البشري والثقافة التنظيمية، إلا أنها لم تتناول

بشكل مباشر أثر هذه الجاهزية على جودة الخدمات المصرفية أو رضا العملاء، مما يشير إلى وجود حاجة لدراسات لاحقة تربط بين جاهزية التحول الرقمي وتحسين جودة الخدمة في القطاع المصرفي، خاصة في سياقات تطبيقية مثل المملكة العربية السعودية..

استخلاص عام من الدراسات السابقة في هذا المحور

تشير نتائج الدراسات السابقة إلى وجود اتفاق عام بين الباحثين على أن التحول الرقمي يمثل عاملاً رئيسياً في تحسين الأداء البنكي وتعزيز كفاءته التشغيلية، حيث يسهم في تسريع إنجاز المعاملات، وتقليل التكاليف، وتوسيع قاعدة العملاء، فضلاً عن تحسين القدرة التنافسية للمؤسسات المصرفية. كما أكدت العديد من الدراسات أن الاعتماد على التقنيات الحديثة، مثل التطبيقات الذكية وأنظمة الدفع الرقمية والتقنيات المالية، أدى إلى تطوير نماذج تقديم الخدمة المصرفية بشكل يتماشى مع متطلبات العصر الرقمي.

ورغم هذا الاتفاق، أظهرت الدراسات أن تحقيق الفوائد المرجوة من التحول الرقمي لا يعتمد فقط على تبني التكنولوجيا، بل يتطلب توافر مجموعة من العوامل الأساسية التي تحدد مدى نجاح هذا التحول. ويأتي في مقدمة هذه العوامل كفاءة البنية التحتية الرقمية، حيث إن توفر أنظمة تقنية متطورة ومستقرة يعد شرطاً أساسياً لضمان استمرارية الخدمات وجودتها، وتقليل الأعطال التقنية التي قد تؤثر سلباً على تجربة العملاء.

كما أكدت الدراسات على أهمية العنصر البشري، حيث يمثل مستوى تدريب الموظفين وقدرتهم على التعامل مع التقنيات الحديثة عاملاً حاسماً في نجاح التحول الرقمي. فغياب المهارات الرقمية أو ضعف التدريب قد يؤدي إلى انخفاض كفاءة استخدام الأنظمة، وبالتالي تقليل الاستفادة من الإمكانيات التي توفرها التكنولوجيا.

إلى جانب ذلك، أشارت الدراسات إلى أن كفاءة الأنظمة الرقمية من حيث الاستقرار وسرعة الأداء تلعب دوراً مهماً في تحسين جودة الخدمة، حيث إن أي

خلل أو بطء في النظام قد يؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء وثقتهم بالمؤسسة المصرفية. ومن هنا تبرز أهمية الاستثمار المستمر في تطوير الأنظمة وضمان جاهزيتها للعمل بكفاءة عالية.

كما بينت الدراسات أن درجة قبول العملاء للخدمات الرقمية تعد من العوامل الجوهرية في نجاح التحول الرقمي، إذ إن تبني العملاء لهذه الخدمات يعتمد على مدى سهولة استخدامها، ومستوى الأمان الذي توفره، والثقة في التعاملات الإلكترونية. وبالتالي، فإن تحقيق رضا العملاء وتعزيز ولائهم يتطلب تصميم خدمات رقمية تتسم بالمرونة والموثوقية وتلبي احتياجاتهم المتغيرة.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن التحول الرقمي يمثل فرصة استراتيجية لتحسين الأداء المصرفي، إلا أن تحقيق نتائجه الإيجابية يرتبط بتكامل مجموعة من العوامل التقنية والبشرية والتنظيمية، وهو ما يستدعي مزيداً من الدراسات التي تتناول هذه العوامل بشكل مترابط، خاصة في سياق تأثيرها على جودة الخدمات المصرفية.

٢٠٢ ثانياً : الدراسات المتعلقة بجودة الخدمة في القطاع المصرفي

تعد جودة الخدمة من أهم المؤشرات التي يقاس بها نجاح البنوك في الحفاظ على عملائها وقد اعتمدت معظم الدراسات على نموذج SERVQUAL في تقديم الجودة

دراسة Parsuraman وآخرين (١٩٨٨)

قدمت دراسة Parsuraman وآخرون (1988) الأساس النظري لنموذج SERVQUAL الذي أصبح من أبرز النماذج المعتمدة لقياس جودة الخدمة عبر مختلف القطاعات، بما فيها القطاع المصرفي. وقد ركز الباحثون في هذه الدراسة على تحديد الأبعاد الأساسية التي تشكل جودة الخدمة، حيث استخلصوا خمسة أبعاد رئيسية هي: الاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف، والجوانب الملموسة (Tangibles). وقد صُمم النموذج لتمكين المؤسسات من تقييم مستوى الخدمات

المقدمة مقارنة بتوقعات العملاء، مما يساعد على تحديد نقاط القوة والقصور في تجربة العميل.

وأوضحت الدراسة أن جودة الخدمة ليست مجرد ميزة إضافية، بل هي العامل الحاسم الذي يحدد قدرة المؤسسة على النجاح أو الفشل في الاحتفاظ بعملائها. فالمؤسسات التي تحقق مستويات عالية من جودة الخدمة وفق هذه الأبعاد تتمكن من بناء ثقة العملاء، وتعزيز رضاهم، وتحقيق ولاء طويل الأمد، بينما تواجه المؤسسات التي تتجاهل هذه الجوانب صعوبة في الحفاظ على عملائها ومواجهة المنافسة.

كما شددت الدراسة على أن كل بعد من أبعاد النموذج يساهم بطريقة مختلفة في تجربة العميل؛ فالبعد الاعتمادية يشير إلى قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة بشكل موثوق ومتسق، بينما يعكس بعد الاستجابة سرعة التفاعل مع احتياجات العملاء وحل مشكلاتهم. أما بعد الأمان فيرتبط بقدرة المؤسسة على حماية مصالح العملاء ومعلوماتهم، في حين يركز بعد التعاطف على الاهتمام الفردي بالعملاء وفهم احتياجاتهم الخاصة، وأخيرًا يبرز البعد الملموسية أهمية المظهر المادي للموظفين والمرافق والأدوات المستخدمة في تقديم الخدمة.

ومن هنا، يمثل نموذج SERVQUAL أداة قياس متكاملة تتيح للمؤسسات تحليل جودة الخدمة بصورة دقيقة، وتحديد المجالات التي تتطلب تحسينًا لضمان تجربة عملاء متفوقة، كما يشكل إطارًا مرجعيًا يمكن الاستناد إليه في الدراسات التي تبحث العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية، خاصة في تقييم الأبعاد التي تتأثر مباشرة بتبني التقنيات الحديثة.

دراسة أبو راشد (٢٠١٨) حول جودة الخدمة في البنوك الأردنية

تناولت دراسة أبو راشد (2018) جودة الخدمة في القطاع المصرفي الأردني، مع التركيز على تأثير عناصر الخدمة المختلفة على رضا العملاء. وقد هدفت الدراسة إلى تحديد الأبعاد الأكثر تأثيرًا على تجربة العملاء المصرفية، خاصة في ظل

التطورات التكنولوجية والتحول الرقمي الذي يشهده القطاع المصرفي. واعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي، باستخدام استبيانات موجهة للعملاء لتقييم مدى رضاهم عن الخدمات المصرفية ومستوى توقعاتهم من حيث السرعة والدقة والتعامل الشخصي.

وأظهرت نتائج الدراسة أن سرعة الاستجابة والدقة في تنفيذ المعاملات تعدان من أهم العوامل المؤثرة في رضا العملاء، حيث يميل العملاء إلى تقدير البنوك التي تتميز بالقدرة على تلبية احتياجاتهم بسرعة وكفاءة، مع تقليل الأخطاء في تنفيذ الخدمات. وأكدت النتائج أن هذه الأبعاد تمثل عناصر جوهرية في تعزيز الثقة والولاء لدى العملاء، خاصة في بيئة تتسم بتنافسية عالية وتعدد القنوات الرقمية.

كما أشارت الدراسة إلى أن العملاء في العصر الرقمي باتوا يتوقعون مستوى أعلى من الخدمات، يتمثل في خدمة أسرع وأكثر شفافية، بما يعكس التغيرات في سلوك العملاء نتيجة الاعتماد على التطبيقات البنكية والمنصات الإلكترونية. وهذا يشير إلى أن التحول الرقمي لا يقتصر على توفير الأدوات التكنولوجية، بل يتطلب أيضاً إعادة تصميم العمليات لتكون أكثر استجابة ووضوحاً بما يلبي توقعات العملاء المتنامية.

وركزت الدراسة أيضاً على أهمية ربط جودة الخدمة بالرضا العام للعملاء، موضحة أن تحسين السرعة والدقة والتواصل الفعال مع العملاء يساهم في تعزيز تجربة العملاء الرقمية، وبالتالي رفع مستوى رضاهم وولائهم للبنك. ويبرز هذا البحث أهمية تكامل الجوانب التقنية والبشرية في تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة، خاصة في سياق التحول الرقمي الذي أصبح محوراً استراتيجياً في القطاع المصرفي.

دراسة (Al-Hawary ٢٠١٧)

تناولت دراسة (Al-Hawary 2017) العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في القطاع المصرفي، حيث هدفت إلى استكشاف مدى تأثير جودة الخدمة المدركة من

قبل العملاء على سلوكهم في الاستمرار بالتعامل مع البنك أو الانتقال إلى مؤسسات أخرى. وقد ركزت الدراسة على قياس أبعاد جودة الخدمة المختلفة، مثل الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف والجوانب الملموسة، مع تحليل تأثيرها على ولاء العملاء عبر استبيانات ومؤشرات تقييم رضا العملاء.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة مباشرة وإيجابية بين جودة الخدمة المدركة وولاء العملاء، حيث يميل العملاء إلى البقاء مع البنك الذي يوفر مستوى عالٍ من الجودة في الخدمات المقدمة، بما يشمل سرعة الاستجابة، دقة العمليات، الأمان، واهتمام الموظفين باحتياجات العملاء. كما بينت النتائج أن تحسين جودة الخدمة يعزز الثقة والرضا لدى العملاء، وهو ما يترجم إلى زيادة الاستمرارية في التعامل مع البنك على المدى الطويل.

وعلى العكس من ذلك، أشارت الدراسة إلى أن ضعف جودة الخدمة يؤدي إلى انتقال العملاء إلى بنوك أخرى، خاصة في بيئة مصرفية تنافسية حيث تتاح للعملاء بدائل رقمية وسهلة الوصول. ويبرز هذا التأثير أهمية التركيز على تحسين جميع أبعاد جودة الخدمة لضمان الحفاظ على العملاء وتعزيز ولائهم، بدلاً من الاكتفاء بتبني التكنولوجيا دون الاهتمام بالجوانب التجريبية والتفاعلية في الخدمة.

كما أكدت الدراسة على أن جودة الخدمة ليست مجرد ميزة تنافسية إضافية، بل تمثل عاملاً أساسياً يحدد قدرة البنك على الاحتفاظ بعملائه وتعزيز العلاقة معهم، مشيرة إلى أن استراتيجيات التحسين المستمر للخدمة الرقمية والتقليدية على حد سواء تلعب دوراً محورياً في بناء ولاء العملاء. ويعد هذا البحث مرجعاً مهماً في فهم العلاقة بين التحول الرقمي، جودة الخدمات، وولاء العملاء، خاصة في سياق السعي لتطوير التجربة المصرفية الرقمية بما يتوافق مع توقعات العملاء المتزايدة.

دراسة الخطيب (٢٠١٦)

تناولت دراسة الخطيب (2016) دور العامل البشري في تجربة العملاء المصرفية، حيث ركزت على مدى تأثير أسلوب الموظفين وطريقة تعاملهم في

الفروع على جودة الخدمة، رغم التوسع في تقديم الخدمات الإلكترونية. وأوضحت الدراسة أن وجود القنوات الرقمية لا يلغي أهمية التفاعل البشري، إذ يظل العامل البشري عنصرًا مؤثرًا في شعور العملاء بالرضا والثقة تجاه البنك. وقد اعتمدت الدراسة على منهج وصفي، مع تحليل تجربة العملاء عبر استبيانات وملاحظات ميدانية، بهدف تقييم تأثير مهارات الموظفين وأسلوبهم في تقديم الخدمات على رضا العملاء واستمراريتهم في التعامل مع البنك.

وأظهرت النتائج أن جودة تجربة العميل تتأثر بشكل كبير بأسلوب الموظفين، سواء في سرعة تلبية الاحتياجات، أو في قدرتهم على تقديم الدعم والمشورة، أو في تعاطفهم وفهمهم لاحتياجات العميل. ويؤكد هذا أن تحسين جودة الخدمة لا يقتصر على تطوير القنوات الرقمية، بل يشمل أيضًا تدريب وتأهيل الكوادر البشرية لضمان تقديم تجربة متكاملة تجمع بين التقنية والجانب الإنساني للخدمة.

الاستخلاص العام من الدراسات السابقة في هذا المحور:

توضح الدراسات السابقة أن جودة الخدمة ليست مفهومًا واحدًا محددًا، بل هي مزيج مترابط من عدة عناصر تشمل الجوانب التقنية والبشرية والتنظيمية. وأكدت الدراسات أن البنوك التي تهتم بتطوير جودة خدماتها الرقمية والورقية على حد سواء تحقق أعلى مستويات رضا العملاء وولائهم، حيث يساهم التحول الرقمي في تسريع المعاملات وتحسين الوصول إلى الخدمات، بينما يضمن العنصر البشري تجربة أكثر شخصية وتفاعلية.

ويأتي المحور الخاص بالدراسات التي تناولت العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة على رأس أولويات الدراسة الحالية، لأنه يوضح الترابط بين المتغيرين الرئيسيين: التحول الرقمي كعامل مؤثر في تطوير الخدمات، وجودة الخدمة كمؤشر على رضا العملاء وولائهم. ويدعم هذا الفهم الحاجة إلى دراسة متكاملة تجمع بين تقييم تقنيات التحول الرقمي وتحليل تجربة العملاء الرقمية والورقية، بما يعزز القدرة على تحسين جودة الخدمات المصرفية بشكل شامل.

تناولت دراسة (Azoub 2021) أثر الخدمات الرقمية على جودة الخدمة في البنوك الخليجية، وهدفت إلى تحليل العلاقة بين التحول الرقمي ومستوى جودة الخدمة المقدمة للعملاء. ركزت الدراسة على تقييم تأثير استخدام التقنيات الرقمية الحديثة، مثل التطبيقات البنكية، وأنظمة الدفع الإلكترونية، والخدمات الذاتية عبر أجهزة الصراف الآلي، على تجربة العملاء المصرفية، مع مراعاة الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة مثل السرعة والدقة والأمان.

واعتمدت الدراسة على منهج تحليلي كمي، من خلال جمع بيانات من عينات من العملاء والمستخدمين للخدمات الرقمية في عدد من البنوك الخليجية، واستخدام أدوات قياس موحدة لتقييم جودة الخدمة ومدى رضا العملاء. كما ركزت الدراسة على رصد مدى فعالية القنوات الرقمية في تحسين سرعة إنجاز المعاملات وتقليل الأخطاء التشغيلية وضمان مستوى عالٍ من الأمان في التعاملات المالية.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير مباشر وإيجابي للتحول الرقمي على جودة الخدمة، حيث ساهمت الخدمات الرقمية في تسريع المعاملات، وتحسين دقتها، وزيادة مستويات الأمان، مما انعكس بشكل واضح على رضا العملاء وولائهم للبنوك. وأكدت النتائج أن البنوك التي توفر تجربة رقمية سلسة وموثوقة تحقق ميزة تنافسية في السوق، خاصة في بيئة مصرفية تشهد اعتمادًا متزايدًا على الحلول الرقمية.

كما أوصت الدراسة بضرورة الاستثمار الأكبر في البنية التحتية الرقمية، بما يشمل تطوير التطبيقات، وتعزيز استقرار الأنظمة، وتحسين كفاءة الأمن السيبراني، لضمان استمرارية الخدمات وجودتها. وأكدت الدراسة أن تحسين هذه العناصر يشكل عاملاً رئيسياً لدعم التحول الرقمي وتعزيز قدرة البنوك على تقديم خدمات متميزة تلبي توقعات العملاء في العصر الرقمي.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تربط بشكل مباشر بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية، وهو ما يعزز فهم العلاقة بين المتغيرين الرئيسيين للدراسة الحالية، ويؤكد ضرورة النظر إلى التحول الرقمي كاستراتيجية شاملة تهدف إلى تحسين تجربة العميل ورفع مستوى رضا العملاء وولائهم.

دراسة (Adhaban 2022)

تناولت دراسة (Adhaban 2022) أثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في الخدمات المصرفية على جودة الخدمة وتجربة العملاء. وقد ركزت الدراسة على التطبيقات العملية للذكاء الاصطناعي، مثل الردود الآلية (Chatbots)، ودورها في تقديم الدعم الفوري للعملاء، وتسهيل إنجاز المعاملات البسيطة دون الحاجة للرجوع إلى موظفي الفروع. وهدفت الدراسة إلى تقييم مدى مساهمة هذه الحلول التقنية في تحسين سرعة الاستجابة، وتقليل الأخطاء، وتخفيف العبء على الفروع التقليدية.

واستندت الدراسة إلى منهج وصفي تحليلي، حيث تم جمع البيانات من عينات من العملاء الذين يستخدمون الخدمات الرقمية المدعومة بالذكاء الاصطناعي في عدد من البنوك، مع تقييم تجربة العملاء عبر مقاييس رضا العملاء وكفاءة الخدمة وجودة التفاعل الرقمي. كما ركزت الدراسة على تحليل تأثير هذه الحلول على قدرة البنك على التعامل مع حجم كبير من الاستفسارات والطلبات بشكل متزامن دون التأثير على جودة الخدمة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن استخدام الذكاء الاصطناعي في الخدمات المصرفية ساهم بشكل ملموس في تحسين تجربة العملاء، حيث أصبح بإمكان العملاء الحصول على إجابات واستفساراتهم بسرعة وفعالية، مما عزز رضاهم عن الخدمات المقدمة. كما أظهرت النتائج أن هذه التقنية ساعدت في تقليل الضغط على الفروع التقليدية، ورفع كفاءة العمليات التشغيلية، مما انعكس إيجاباً على جودة الخدمة الكلية التي يتلقاها العملاء.

وأكدت الدراسة على أن الاستفادة القصوى من الذكاء الاصطناعي تتطلب دمج هذه التقنيات ضمن استراتيجيات التحول الرقمي الشاملة للبنك، مع تطوير الأنظمة الرقمية باستمرار لضمان الاستجابة السريعة، والأمان، ودقة الأداء. كما أوصت الدراسة بضرورة تدريب الموظفين على التعامل مع هذه الأنظمة لضمان تكامل الخدمة الرقمية مع الخدمة البشرية عند الحاجة.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تقدم دليلاً عملياً على العلاقة بين الابتكار التكنولوجي والتحول الرقمي وجودة الخدمة، خصوصاً في سياق اعتماد البنوك على الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة العملاء، وهو ما يعزز من فهم المتغيرات المؤثرة على جودة الخدمات المصرفية الرقمية ويعطي دفعة لمزيد من الدراسات في هذا المجال.

دراسة (Rajapase 2022)

تناولت دراسة (Rajapase 2022) أثر الخدمات المصرفية الرقمية على جودة الخدمة في قطاع البنوك السريلاكية، مع التركيز على مقارنة تأثير القنوات المختلفة مثل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول والخدمات المصرفية عبر الإنترنت. وهدفت الدراسة إلى تحديد أي من هذه القنوات الرقمية تؤثر بشكل أكبر على تجربة العملاء وأبعاد جودة الخدمة، مع مراعاة الفروق الديموغرافية بين العملاء مثل العمر والخبرة الرقمية.

اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي، حيث تم جمع البيانات من عينة من العملاء المستخدمين للخدمات المصرفية الرقمية، مع استخدام استبيانات تقييم جوانب جودة الخدمة، بما في ذلك الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، والملموسية. كما ركزت الدراسة على تحليل الفروقات في تأثير كل قناة رقمية على رضا العملاء وولائهم، مع التركيز على العملاء الأصغر سناً الذين يمثلون شريحة رئيسية مستخدمة للتقنيات الحديثة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول لها تأثير أكبر على أبعاد جودة الخدمة مقارنة بخدمات الإنترنت البنكي، خاصة فيما يتعلق بسرعة إنجاز المعاملات، سهولة الاستخدام، ومرونة الوصول إلى الخدمات. وقد أظهرت النتائج أيضاً أن العملاء الأصغر سناً يظهرون ميلاً واضحاً لاستخدام التطبيقات المحمولة، ويقدرّون الخدمات السريعة والمباشرة التي توفرها هذه القنوات، مما يعكس التغيرات السلوكية للعملاء في العصر الرقمي.

كما بينت الدراسة أن تحسين جودة الخدمات عبر الهاتف المحمول يسهم بشكل مباشر في رفع رضا العملاء وتعزيز ولائهم للبنك، بينما تظل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت فعالة لكنها أقل تأثيراً في بعض أبعاد الجودة، مثل التجربة التفاعلية والسرعة في الاستجابة. وأكدت الدراسة على أهمية تصميم التطبيقات المحمولة بطريقة تلبي توقعات العملاء، مع التركيز على الأمان والدقة وسهولة الاستخدام.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في تقديم دليل على أن نوع القناة الرقمية المستخدمة يؤثر بشكل متفاوت على جودة الخدمة وتجربة العملاء، وهو ما يضيف بعداً مهماً للدراسات التي تبحث العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية، خاصة عند تصميم استراتيجيات التحول الرقمي الموجهة لفئات عمرية مختلفة من العملاء.

دراسة عبد الوهاب (٢٠١٩)

تناولت دراسة عبد الوهاب (2019) العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في القطاع المصرفي، مع التركيز على الدور التكميلي للعنصر البشري والثقافة التنظيمية. وقد هدفت الدراسة إلى تحليل مدى قدرة التحول الرقمي على تحسين جودة الخدمات المصرفية، مع التأكيد على أن تبني التكنولوجيا وحده لا يكفي لتحقيق تجربة عملاء متميزة أو رفع مستوى رضاهم.

واستخدمت الدراسة منهجاً وصفيّاً تحليليّاً، من خلال جمع البيانات من موظفين وعملاء عدد من البنوك، مع التركيز على تقييم مستوى المهارات الرقمية

للموظفين، مدى تقبلهم للتقنيات الحديثة، وتوافق الثقافة التنظيمية مع أهداف التحول الرقمي. كما تناولت الدراسة العلاقة بين مستوى جاهزية البنوك على الصعيد التكنولوجي والإنساني وأثر ذلك على جودة الخدمة المقدمة للعملاء.

وأظهرت نتائج الدراسة أن التحول الرقمي وحده لا يؤدي إلى تحسين جودة الخدمة، إذ يمكن أن تواجه المؤسسات تحديات مثل مقاومة التغيير من قبل الموظفين، ضعف استخدام الأنظمة الجديدة بشكل فعال، أو قصور في التفاعل مع العملاء عبر القنوات الرقمية. وأكدت النتائج أن تطوير المهارات البشرية وتدريب الموظفين على استخدام الأنظمة الرقمية بشكل فعال يعد عنصرًا حاسمًا لتحقيق الاستفادة المثلى من التحول الرقمي.

كما بينت الدراسة أن بناء ثقافة تنظيمية متقبلة للتكنولوجيا يمثل شرطًا أساسيًا لنجاح التحول الرقمي، حيث تساهم الثقافة الداعمة للتغيير والابتكار في تقليل مقاومة الموظفين وتعزيز قدرتهم على تقديم خدمات رقمية عالية الجودة. كما تؤكد الثقافة التنظيمية أهمية تكامل الجوانب الرقمية مع التجربة البشرية لضمان رضا العملاء وولائهم.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في أنها تؤكد أن جودة الخدمات المصرفية الرقمية ليست مسألة تكنولوجيا بحتة، بل هي نتيجة تفاعل متكامل بين الأنظمة التقنية، كفاءة الموظفين، والدعم التنظيمي، وهو ما يقدم إطارًا مفيدًا للدراسات الحالية التي تبحث العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية في سياق البنوك السعودية.

٤٠٢ الفجوة البحثية التي تغطيها الدراسة الحالية

تشير مراجعة الدراسات السابقة إلى وجود عدد من الفجوات البحثية التي لم تغط بشكل كافٍ في بيئة البنوك، وبالأخص في البيئة المصرفية السعودية، والتي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها. أولاً، لوحظ قلة الدراسات التطبيقية المحلية التي تربط بشكل مباشر بين التحول الرقمي وجودة الخدمة المصرفية، إذ ركزت معظم الدراسات على البيئات الأجنبية أو المقارنات الدولية، دون مراعاة الخصائص

التنظيمية والثقافية للسعودية، خاصة مع تسارع تبني التحول الرقمي في ظل رؤية 2030 التي جعلت التقنية الرقمية محركاً رئيسياً لتحسين جودة الخدمات ورفع كفاءة المؤسسات الاقتصادية.

ثانياً، بالرغم من اعتماد عدد من الدراسات على نموذج SERVQUAL لقياس جودة الخدمة، إلا أن التطبيقات على البيئة المصرفية السعودية كانت محدودة، ولم تُحلل بشكل مفصل الأبعاد التي تتأثر أكثر بالتحول الرقمي، مثل الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، والجوانب الملموسة.

ثالثاً، هناك غياب للدراسات التي تقيس التفاعل بين تجربة العميل الرقمية ورضاه الفعلي عن الخدمات المصرفية، وهو جانب بالغ الأهمية لفهم كيفية تأثير الخدمات الرقمية على سلوك العملاء وولائهم للبنوك، خصوصاً في ظل التنافس الكبير بين المؤسسات المصرفية لتقديم حلول مبتكرة تلبي توقعات العملاء.

رابعاً، لوحظ قلة الدراسات العربية التي تجمع بين التحول الرقمي، جودة الخدمة، وأمن المعلومات في نموذج واحد، ما يترك فجوة معرفية حول كيفية تكامل هذه المتغيرات لتحقيق تجربة مصرفية رقمية موثوقة وفعّالة.

وبناءً على ذلك، تسعى الدراسة الحالية إلى سد هذه الفجوات من خلال تحليل العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة في البيئة المصرفية السعودية، مع التركيز على الأبعاد الأكثر تأثراً، وقياس تأثير التفاعل بين تجربة العميل الرقمية ورضاه، بالإضافة إلى دمج أبعاد أمن المعلومات ضمن إطار شامل لدراسة جودة الخدمات المصرفية، بما يوفر رؤية علمية متكاملة تدعم تطوير الاستراتيجيات الرقمية للبنوك المحلية.

الفصل الثالث

الإطار النظري للدراسة

بعد الإطار النظري الأساس الذي تستند إليه الدراسة لفهم المفاهيم الرئيسية المتعلقة بالتحول الرقمي وجودة الخدمة، وتحديد العلاقات النظرية بينهما ويستعرض هذا الفصل أهم المفاهيم والمصطلحات والنماذج المرتبطة بالمتغيرات الأساسية.

3.1. مفهوم التحول الرقمي

يمثل التحول الرقمي (Digital Transformation) عملية إعادة هيكلة شاملة للطرق التقليدية للعمل داخل المؤسسات، تعتمد بشكل أساسي على استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحويل الخدمات التقليدية إلى خدمات إلكترونية متقدمة. ويهدف التحول الرقمي إلى تحسين الأداء، زيادة الكفاءة، تقليل الأخطاء، وتعزيز تجربة العميل، بحيث تصبح الخدمات أكثر سرعة ومرونة، وتواكب احتياجات العملاء المتغيرة في بيئة تنافسية متسارعة.

ولا يقتصر التحول الرقمي على مجرد تحويل العمليات الورقية إلى إلكترونية أو تطبيق مفهوم إعادة هندسة العمليات (Business Process Re-engineering)، بل يتعداه إلى إعادة تصميم الهيكل التنظيمي والثقافة المؤسسية، وتطوير النظم

المعلوماتية لتصبح أكثر توافقًا مع الاحتياجات المعاصرة، وقادرة على الاستجابة للتحديات التقنية والتشغيلية الحديثة.

وقد عرفت منظمة Gartner بأنه "عملية استخدام التقنيات الرقمية لتغيير نماذج الأعمال والعمليات التشغيلية، وتوفير قيمة مضافة للعملاء والموظفين"، مما يوضح أن التحول الرقمي لا يقتصر على التكنولوجيا وحدها، بل يشمل أيضًا التغيير في طرق إدارة العمليات ونماذج تقديم الخدمة.

من ناحية أخرى، تعرف وزارة الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة العربية السعودية التحول الرقمي بأنه "تمكين الخدمات الحكومية والقطاع الخاص عبر الحلول الرقمية المتقدمة، بما يساهم في رفع الكفاءة وتحسين جودة الحياة". ويعكس هذا التعريف دور التحول الرقمي ليس فقط في تحسين العمليات الداخلية للمؤسسات، بل أيضًا في تطوير التجربة الشاملة للمستخدمين، سواء كانوا عملاء أو موظفين.

وفي السياق المصرفي، يتضح أن التحول الرقمي يتجاوز حدود تطوير التطبيقات البنكية ليشمل تطوير منظومة متكاملة تتضمن التقنيات، العمليات، والهيكل التنظيمية والثقافة المؤسسية، بحيث تكون البنوك قادرة على تقديم خدمات مبتكرة وموثوقة، وتحسين تجربة العملاء، وتعزيز القدرة التنافسية في السوق المصرفي المتسارع نحو الرقمنة.

وبالتالي، يمكن القول إن التحول الرقمي عملية استراتيجية شاملة تجمع بين التكنولوجيا، الثقافة التنظيمية، وهندسة العمليات، بهدف بناء نموذج مصرفي حديث قادر على الاستجابة لمتطلبات العصر الرقمي وتحقيق قيمة مضافة لجميع الأطراف المعنية.

3.2. مكونات التحول الرقمي في القطاع المصرفي

يمثل التحول الرقمي في البنوك منظومة متكاملة من العناصر المترابطة، التي تعمل معًا لتحقيق تحسين جودة الخدمات المصرفية وتعزيز تجربة العملاء. وتتنوع

مكونات التحول الرقمي بين البنية التحتية التكنولوجية، القنوات الرقمية، الأتمتة والذكاء الاصطناعي، أمن المعلومات، والثقافة الرقمية الداخلية، بحيث يكتسب كل عنصر دوره الحيوي في نجاح عملية التحول الرقمي، يأخذ التحول الرقمي في البنوك عدة صور ومكونات مترابطة، وتشمل:

البنية التحتية الرقمية (IT Infrastructure)

تعد البنية التحتية الرقمية الأساس لأي عملية تحول رقمي في البنوك، وتشمل الحواسيب، الشبكات، الخوادم، قواعد البيانات، نظم الحماية السيبرانية، وأنظمة الاتصال الآمن. فكلما كانت البنية التحتية قوية ومتطورة، زادت قدرة البنك على تقديم خدمات رقمية مستقرة وموثوقة، مع ضمان سرعة المعاملات وتقليل الأعطال التقنية. ويعتبر الاستثمار في البنية التحتية التكنولوجية ركيزة أساسية لدعم جميع مكونات التحول الرقمي الأخرى.

القنوات الرقمية (Digital Channels)

تشمل القنوات الرقمية التطبيقات الذكية، الخدمات البنكية عبر الإنترنت، أجهزة الخدمة الذاتية، أجهزة الصراف التفاعلية، والمنصات الرقمية التي تمكّن العملاء من إجراء معاملاتهم دون الحاجة لزيارة الفروع. وتعد هذه القنوات العنصر الأقرب إلى العميل، حيث تشكل الانطباع المباشر عن جودة الخدمات المصرفية، وتؤثر بشكل كبير على رضا العملاء وولائهم. وتتميز القنوات الرقمية بالقدرة على توفير خدمات سريعة ومرنة تتوافق مع توقعات العملاء المتزايدة في العصر الرقمي.

الأتمتة والذكاء الاصطناعي (Automation & AI)

يشمل هذا العنصر استخدام الروبوتات البرمجية (RPA)، المحادثات الآلية (Chatbots)، تحليل البيانات الضخمة، والأنظمة الذكية التي تتوقع احتياجات العميل وتقدم له خدمة مخصصة. وقد أثبتت هذه التقنيات فعاليتها في تقليل الأخطاء

التشغيلية، تسريع تنفيذ المعاملات، وتقديم تجربة أكثر تخصيصًا للعملاء، مما يعزز كفاءة العمليات ويرفع مستوى جودة الخدمة المصرفية.

أمن المعلومات (Cyber Security)

يعد أمن المعلومات أحد الركائز الأساسية للتحول الرقمي في البنوك، حيث تعتمد كل المعاملات الرقمية على التشفير، الحماية، كشف الاحتيال، ومراقبة الأنشطة المشبوهة. وكلما كانت نظم الأمن السيبراني أكثر قوة وكفاءة، زادت ثقة العملاء في استخدام الخدمات الرقمية، وهو ما ينعكس إيجابًا على ولائهم واستمرار تعاملهم مع البنك.

الثقافة الرقمية الداخلية (Digital Culture)

يعتمد نجاح التحول الرقمي أيضًا على استعداد الموظفين لتبني التغيير، وقدرتهم على استخدام الأنظمة الجديدة بكفاءة، وتطوير مهاراتهم التقنية بشكل مستمر. إذ أن كثيرًا من المبادرات التكنولوجية تفشل بسبب مقاومة التغيير داخل المنظمة أو نقص الخبرات الرقمية لدى العاملين، ما يؤكد أهمية بناء ثقافة تنظيمية تدعم الابتكار وتستوعب التحديات الرقمية بشكل مستدام..

3.3. أهداف التحول الرقمي في البنوك

يسعى التحول الرقمي في القطاع المصرفي السعودي إلى تحقيق أهداف استراتيجية متعددة تعزز من كفاءة البنوك وجودة الخدمات المصرفية، بما يتوافق مع التوجهات الوطنية لرؤية المملكة 2030، ويساهم في تطوير بيئة مصرفية حديثة، مرنة، وقادرة على الاستجابة لمتطلبات العملاء المتغيرة.

تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء

يهدف التحول الرقمي إلى رفع مستوى جودة الخدمات المصرفية من خلال تبسيط الإجراءات وتقليل الوقت المستغرق لإتمام المعاملات، إضافة إلى توفير قنوات متعددة للوصول للخدمات، مثل التطبيقات البنكية، الخدمات عبر الإنترنت، وأجهزة

الخدمة الذاتية. ويسهم هذا التحسين في تقديم تجربة مصرفية سلسة وفعّالة، مما يزيد من رضا العملاء وولائهم للبنك، ويعكس صورة إيجابية عن مستوى الخدمات المقدمة.

تقليل الأخطاء التشغيلية

يسهم التحول الرقمي في الحد من الاعتماد على العنصر البشري في العمليات الحساسة مثل التحويلات البنكية، السحوبات، ودفع الفواتير. فباستخدام الأنظمة الرقمية، يمكن تنفيذ هذه العمليات بدقة أعلى، مما يقلل من احتمالية الأخطاء التشغيلية، ويخفض المخاطر المالية، ويعزز الثقة في البنك كمؤسسة تقدم خدمات آمنة وموثوقة.

زيادة الكفاءة وتقليل التكاليف

توفر الأنظمة الرقمية للبنوك القدرة على تقديم خدمات عالية الجودة بتكلفة أقل مقارنة بالعمليات التقليدية التي تعتمد على الفروع والموظفين. ويساهم ذلك في استخدام الموارد بشكل أكثر فعالية، تحسين الإنتاجية، وتحقيق وفورات مالية يمكن إعادة استثمارها في تطوير الخدمات الرقمية وتعزيز الابتكار التكنولوجي، ما يرفع القدرة التشغيلية للبنك على المدى الطويل.

تعزيز القدرة التنافسية

يساعد التحول الرقمي البنوك على أن تصبح أكثر جاذبية للعملاء، لا سيما الفئات الشابة التي تفضل التعامل عبر القنوات الرقمية. وتساهم الخدمات الرقمية الحديثة في زيادة الحصة السوقية للبنك، وتحفيز الابتكار في تقديم المنتجات والخدمات المصرفية، مما يمنح المؤسسات المصرفية ميزة تنافسية مستدامة في بيئة مصرفية متنامية المنافسة.

دعم رؤية المملكة 2030

يعتبر التحول الرقمي أداة رئيسية لتحقيق أهداف رؤية المملكة 2030، التي تسعى إلى بناء اقتصاد رقمي قائم على التقنية، رفع نسبة المعاملات الرقمية، وتقليل الاعتماد على النقد التقليدي. ويسهم التحول الرقمي في تحقيق هذه الرؤية عبر تطوير بنية تحتية رقمية متكاملة، تحسين تجربة العملاء، وتعزيز كفاءة العمليات المصرفية، بما ينسجم مع أهداف التنمية المستدامة ويضمن تطور القطاع المصرفي بما يتوافق مع الاستراتيجيات الوطنية.

التحديات التي تواجه التحول الرقمي في البنوك

على الرغم من الفوائد الكبرى التحول الرقمي، إلا أن البنوك تواجه مجموعة من التحديات، منها:

١٠٤ التحديات الثانية

مثل الأعطال البرمجية الاختراقات السيبرانية، ضعف البنية التقنية في بعض الفروع، وصعوبة تحديث (Legacy Systems) الأنظمة القديمة

٢٠٠٣ التحديات البشرية

بما في ذلك مقاومة الموظفين للتغيير، ونقص التدريب والخوف من فقدان الوظائف بسبب الأتمتة

٣٠٤ التحديات الأمنية

الهجمات الإلكترونية، اختراق البيانات البنكية، والتصيد الاحتيالي تعد من أكبر التهديدات

: التحديات التنظيمية

تتطلب الأنظمة الرقمية تشريعات وضوابط جديدة، مما يفرض على البنوك الالتزام بمتطلبات ساما" والجهات الرقابية

٥٠٤ التحديات المالية

يتطلب التحول الرقمي استثمارات ضخمة في البنية التحتية، وتطوير الأنظمة، وتدريب الموظفين

٥٠٣ أثر التحول الرقمي على العمليات المصرفية

يترك التحول الرقمي أثرا مباشرا على جميع العمليات داخل البنك، ومن أبرز هذه التأثيرات:

١٠٥٠٣ تسريع الإجراءات وتقليل وقت المعاملات

أصبح تنفيذ عمليات مثل التحويلات، فتح الحسابات، وإصدار البطاقات يتم في دقائق عبر التطبيقات، بدلا

من زيارة الفرع

٢٥٣ رفع مستوى الدقة وتقليل الأخطاء

نقل الأخطاء البشرية بشكل كبير عند الاعتماد على الأنظمة الآلية

Customer Experienos ٣٠٥٠٣ تحسين تجربة العميل

من خلال إتاحة خدمات متاحة على مدار الساعة، واستجابة أسرع، وتوفير معلومات واضحة ومباشرة

٤٠٥٣ تعدد القنوات وزيادة المرونة

يمكن للعميل أن يتعامل مع البنك عبر الهاتف الإنترنت الصرافات الفروع الذكية، وغيرها

٥٥٣ دعم الابتكار المالي

من خلال التقنيات المالية (FinTech) التي أحدثت ثورة في المدفوعات والتحويلات والخدمات الرقمية

الإطار النظري للدراسة

مفهوم جودة الخدمة (Service Quality)

تعد جودة الخدمة من أهم المفاهيم التي تناولتها الدراسات الإدارية والخدمية خلال العقود الماضية، إذ

أصبحت مؤشرا رئيسيا للتقييم أداء المؤسسات الخدمية، وخاصة البنوك ويعرف Parasuraman جودة الخدمة بأنها :

القدرة على تلبية توقعات العميل أو تجاوزها من خلال تقديم خدمة تلئم احتياجاته
"

لما Kotier يرى أن جودة الخدمة تتمثل في:

المدى مطابقة الخدمة المدركة لدى العميل لما كان يتوقعه قبل الحصول على الخدمة "

ومن هذا التعريف يتضح أن جودة الخدمة تقاس بالمسافة بين الخدمة المتوقعة والخدمة الفعلية فإذا كانت الخدمة المقدمة أعلى من توقعات العميل، فإن الجودة تكون مرتفعة، والعكس صحيحوفي القطاع المصرفي، تعد جودة الخدمة عاملا مؤثرا في قرار العميل

هل يستمر في التعامل مع البنك؟

على ينصح الآخرين بالتعامل معه؟

هل يرى البنك موثوقا وأمنا؟

وهذا ما يجعل دراسة جودة الخدمة أمرا بالغ الأهمية للمؤسسات المصرفية

٧٠٣ أهمية جودة الخدمة في القطاع المصرفي

تكتب جودة الخدمة أهمية خاصة في البنوك للأسباب التالية:

١٧٣ تعزيز رضا العملاء

كلما ارتفعت جودة الخدمة، زاد رضا العميل عن البنك، مما يؤدي إلى زيادة ولائه واستمراره في التعامل مع البنك .

٢ الميزة التنافسية

في سوق مصرفي قوي مثل السعودية، تعد جودة الخدمة أحد أهم عناصر التميز بين البنوك

٣٧٣ تقليل التكاليف التشغيلية

عندما يتم تقديم خدمة عالية الجودة عبر القنوات الرقمية، فإن شكاوى العملاء تنخفض، مما يقلل من تكاليف المتابعة والمعالجة

: جذب عملاء جدد

بعد رضا العميل أكبر وسيلة تسويق للبنك، فالعناصر التي تمنحه تجربة جيدة دافعة للتوصية بالبنك للغير

تحسين العلاقة طويلة الأمد

جودة الخدمة توجد علاقة إيجابية على المدى الطويل بين العميل والبنك تؤدي إلى زيادة حجم المعاملات

نموذج SERVQUAL لقياس جودة الخدمة

يعد نموذج SERVQUAL من أشهر النماذج العالمية المستخدمة لقياس جودة الخدمات وقد تم تطويره

بواسطة Parasuraman وزملائه في عام ١٩٨٨، وهو يعتمد على خمسة أبعاد رئيسية

(Reliability) ١٨٣ الاعتمادية

وتعني قدرة البنك على تقديم الخدمة بشكل صحيح ومن المرة الأولى دون أخطاء

في البيئة الرقمية، تشمل الاعتمادية

عدم تعطل التطبيق

تنفيذ العمليات بدقة

استقرار النظام

السيابية الخدمات الإلكترونية

(Responsiveness) ٢٠١٣ الاستجابة

ويقصد بها مدى استعداد البنك للاستجابة لطلبات العملاء بسرعة وكفاءة

ويقاس ذلك من خلال:

سرعة الرد

حل المشكلات

الوقت اللازم لتنفيذ العمليات الرقمية

تحديث الخدمات بانتظام

٣٨٣ الأمان أو الضمان (Assurance)

بشير الأمان إلى قدرة البنك على تعزيز ثقة العملاء عبر:

حماية البيانات

التشفير

قوة كلمة المرور

مستوى الأمان في التحويلات

جودة أنظمة مكافحة الاحتيال

الأمان عنصر حاسم، خاصة في العمليات الرقمية التي تتطلب مستويات عالية من الحماية

التعاطف ((Empathy

ويقصد به مدى اهتمام البنك بعملائه وقدرته على فهم احتياجاتهم الفعلية

ويظهر التعاطف في:

تكيف الخدمات مع احتياجات العملاء

توفير دعم فني فعال

التقديم إرشادات واضحة داخل التطبيقات

سهولة الاستخدام لأصحاب الاحتياجات الخاصة

(Tangibility الملموسية

تشير إلى مظهر الخدمات والمواد المستخدمة، مثل:

تصميم واجهة التطبيق

وضوح القوائم

جودة أجهزة الصراف

الفروع الذكية

البنية التحتية الرقمية

وتمثل الملموسية العنصر المربي الذي يحكم العميل من خلاله على جودة الخدمة

الرقمية

العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة

يؤثر التحول الرقمي بشكل مباشر في تحسين جودة الخدمة عبر مجموعة من العمارات النظرية، منها:

١٩٣ رفع مستوى السرعة والاستجابة

تسمح الأنظمة الآلية بتنفيذ العمليات المصرفية في ثوان، مما يرفع الاستجابة إلى مستوى غير مسبوق

تقليل الأخطاء البشرية

عمليات التحويل، إصدار البطاقات، ودفع الفواتير تتم بشكل الي ما يقال الأخطاء ويرفع الاعتمادية

٣٩٣ سهولة الوصول للخدمات

يمكن التحول الرقمي العملاء من الوصول للخدمات عبر قنوات متعددة، دون الحاجة لزيارة الفروع : تعزيز أمن المعلومات

الأنظمة الحديثة توفر حماية متقدمة ترفع الضمان والأمان، وهو أحد أهم أبعاد الجودة

٥٩٣ تحسين تجربة العميل الكاملة

التطبيقات الحديثة تقدم تجربة سلسلة، قائمة على الوضوح والسهولة، مما يرفع الملموسية والتعاطف

(Conceptual Framework ١٠٣ نموذج الدراسة المفاهيمي

استنادا إلى الإطار النظري والدراسات السابقة، تم بناء نموذج الدراسة بالشكل التالي:

المتغير المستقل (X) التحول الرقمي

ويتكون من:

T

البنية التحتية الرقمية

القنوات الرقمية

الأمان السيبراني

الأنظمة الذكية

الثقافة الرقمية

المتغير التابع (٧) جودة الخدمة وفق نموذج SERVQUAL

ويتكون من:

الاعتمادية

الاستجابة

الضمان

التعاطف

الملموسية

العلاقة بين المتغيرين

يفترض النموذج أن التحول الرقمي يؤدي إلى:

تصين جودة الخدمة في كل أبعادها

رفع رضا العملاء

تعزيز تجربة العميل الرقمية

الفصل الرابع

منهجية الدراسة وإجراءاتها

يمثل هذا الفصل الجزء المنهجي الدراسة، والذي يتناول الخطوات العلمية التي اتبعت في جمع البيانات وتطيلها، وذلك بهدف الإجابة عن تساؤلات الدراسة واختيار فروضها وتعد المنهجية عنصرا حاسما لضمان دقة النتائج وموثوقية التوصيات

١٠٤ منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive Analytical Method)، وهو منهج مناسب الدراسات التي تهدف إلى وصف ظاهرة معينة وتحليل علاقاتها بالمتغيرات الأخرى ويستند هذا المنهج إلى:

جمع المعلومات النظرية من الكتب والدراسات السابقة لبناء الإطار النظري

جمع البيانات الميدانية من خلال أداة الدراسة (الاستبانة)

تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاستخلاص النتائج

وبعد هذا المنهج الأكثر استخداما في الدراسات الإدارية التي تسعى إلى تفسير العلاقة بين المتغيرات مثل التحول الرقمي وجودة الخدمة

٢٠٤ مجتمع الدراسة

يقصد بمجتمع الدراسة جميع الأفراد الذين تنطبق عليهم صفات محددة لها علاقة بموضوع الدراسة وفي هذه الدراسة، يتكون مجتمع الدراسة من:

جميع عملاء البنوك السعودية

سواء البنوك الحكومية أو الخاصة أو الإسلامية أو التقليدية، وذلك لأنها جميعاً تبنت مبادرات رقمية واسعة خلال السنوات الأخيرة

ويشمل المجتمع

عملاء بنك الراجحي

عملاء البنك الأهلي السعودي

عملاء بنك الرياض

عملاء بنك الإنماء

عملاء البنوك الرقمية الحديثة مثل STC Pay ورقمية

مستخدمي الخدمات البنكية الرقمية عبر التطبيقات أو الموقع الإلكتروني

وبعد هذا المجتمع كبيراً جداً ومتعدد الخصائص، مما يستدعي اختيار عينة ممثلة بطرق علمية

٣٠ عينة الدراسة وطريقة اختيارها

نظراً لاتساع مجتمع الدراسة، تم استخدام العينة العشوائية البسيطة، وذلك لضمان تمثيل مختلف شرائح العملاء المستخدمين الخدمات الرقمية

حجم العينة

اعتماداً على معادلة كوشنران ((Cochran's Sample Formula)، فإن حجم العينة المناسب في مجتمع

كبير هو ما بين ٢٥٠ - ٤٠٠ مفردة

ولذلك تم اختيار عينة مقدارها ٣٠٠ مشارك من عملاء البنوك، موزعة كالتالي:

١٥٠ من مستخدمي التطبيقات البنكية

٩٠ من مستخدمي الخدمات البنكية عبر الإنترنت

10 من مستخدمي أجهزة الخدمة الذاتية والصرافات الذكية

وهذا يضمن تمثيلا واسعا لمستخدمي القنوات الرقمية

1 أداة الدراسة (الاستبانة)

تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، وهي إحدى أكثر الأدوات

استخداما في الدراسات الإدارية

وتم بناء الاستبانة بالاعتماد على:

الدراسات السابقة

SERVQUAL نموذج

المعايير الخاصة بالتحول الرقمي

هيكل الاستبانة

تتكون الاستبانة من ثلاثة أجزاء رئيسية:

الجزء الأول: الخصائص الديموغرافية

ويشمل:

العمر

الجنس

ستوى التعليم

نوع البنك

عدد سنوات التعامل

مدى استخدام الخدمات الرقمية

الجزء الثاني: التحول الرقمي (المتغير المستقل)

ويقيس العناصر التالية:

البنية التحتية الرقمية

سرعة الأداء

أمن المعلومات

سهولة الاستخدام

الابتكار التقني

كل عنصر يحتوي على 4- عبارات وفق مقياس إيكرت الخماسي

الجزء الثالث: جودة الخدمة (المتغير التابع)

ويقيس أبعاد نموذج SERVQUAL الخمسة:

الاعتمادية

الاستجابة

T

الضمان

التعاطف

الملموسية

وقد صممت العبارات بصيغة واضحة تسهل الإجابة عليها

صدق وثبات أداة الدراسة

الضمان موثوقية أداة القياس، تم تطبيق ما يلي:

(1) Validity الصدق

تم التحقق من الصدق من خلال:

(Face) Validity الصدق الظاهري

عرضت الاستبانة على مجموعة من الأساتذة المتخصصين في إدارة الأعمال وتكنولوجيا المعلومات، وتم

تعديل بعض العبارات بناء على ملاحظاتهم

(Content Validity صدق المحتوى

تم مقارنة بنود الاستبانة بالمتغيرات النظرية في نموذج SERVQUAL والدراسات السابقة

(Reliability ٢٠٥٠٤ الثبات

تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) القياس الثبات

وتشير الدراسات إلى أن القيمة المقبولة هي ٧٠٠٠ فأعلى وقد حققت الاستبانة في تطبيق أولي (Pilot Study) قيمة قدرها :

٨٩٠٠ التحول الرقمي

١٢٠٠ لجودة الخدمة

وهذه النتائج تشير إلى درجة ثبات عالية جذا مما يسمح بالاعتماد على الأداة في الدراسة النهائية

إجراءات تطبيق الدراسة

تم تنفيذ الدراسة وفق المراحل التالية:

إعداد الإطار النظري

وجمع المعلومات من المراجع العربية والأجنبية

إعداد الاستبانة الأولية

ثم مراجعتها من قبل المحكمين

التعليق التجريبي (Pilot Test)

التحديد مدى وضوح الأسئلة

نشر الاستبانة النهائية الكترونية

غير وسائل التواصل ومنصات البنوك الرقمية

جمع البيانات

خلال فترة شهر كامل

تنقيح البيانات

واستبعاد الاستبانات غير المكتملة

إنتقال البيانات إلى نظام التحليل

باستخدام برنامج SPSS

أساليب التحليل الإحصائي

تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وتشمل الأساليب:

الإحصاءات الوصفية

المتوسطات - الانحراف المعياري - التكرارات - النسب المئوية

(Cronbach Alpha اختبار الثبات

المعرفة موثوقية الأداء

اختبار T-Test

المعرفة الفروق بين المتوسطات

تحليل الانحدار الخطي (Linear Regression))

القياس تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة

(Pearson Correlation) اختبار الارتباط

الدراسة العلاقة بين المتغيرين

تحليل التباين (ANOVA))

الدراسة الفروق بين المجموعات المختلفة من العملاء

التعريفات الإجرائية للمتغيرات الدراسة

(Digital Transformation) ١٠ التحول الرقمي

إجرائيا:

هو مدى تطبيق البنك للتقنيات الحديثة عبر قنوات رقمية مثل التطبيقات والموقع الإلكتروني، ومقياسه هو متوسط استجابات عينة الدراسة على عبارات المقياس "

(Service Quality) ٢٠٠٤ جودة الخدمة

إجرائيا :

هي الدرجة التي يدركها العميل الجودة الخدمات المصرفية عبر الأبعاد الخمسة

لنموذج SERVQUAL

الفصل الخامس

النتائج المتوقعة والتوصيات والخاتمة

١٥ النتائج المتوقعة للدراسة

نظرا لما سبق عرضه في الإطار النظري والدراسات السابقة، يتوقع أن تسفر الدراسة الحالية عن مجموعة من النتائج المهمة التي تعكس واقع التحول الرقمي

في البنوك السعودية وتأثيره في جودة الخدمات المصرفية ومن أبرز النتائج المتوقعة:

١٠١٠٥ وجود أثر إيجابي قوي للتحول الرقمي على جودة الخدمة

تشير الأدبيات إلى أن التحول الرقمي يسهم في:

تحسين سرعة تنفيذ العمليات

تقليل الأخطاء التشغيلية

تعزيز مستوى الدقة في المعاملات

رفع مستوى الأمان السيبراني

توفير قنوات متعددة للوصول للخدمة

وبناء عليه، يتوقع أن تظهر النتائج علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وجودة الخدمة

٢٠١٠ تأثير القنوات الرقمية باعتبارها العامل الأقوى في تحسين الجودة

يتوقع أن تكون التطبيقات البنكية أكثر عناصر التحول الرقمي تأثيراً في جودة الخدمة، يليها :

البنية التحتية الرقمية

أمن المعلومات

الخدمات الذاتية (- ATM أجهزة الخدمة الذكية)

وذلك بسبب كون التطبيقات في الواجهة المباشرة لتجربة العميل

٣٠١ ارتفاع مستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية مقارنة بالخدمات التقليدية

شير الدلائل إلى أن العملاء أصبحوا يفضلون المعاملات الرقمية لسهولة استخدامها وسرعة إنجازها لذلك من المتوقع أن يعبر العملاء عن مستويات رضا أعلى تجاه الخدمات الرقمية مقارنة بالخدمة داخل

الفروع التقليدية

٤٠١٠ وجود فروق دالة بين فئات العملاء

قد تظهر النتائج وجود اختلافات بين فئات العملاء تبعاً ل

العمر

مستوى التعليم

عدد سنوات التعامل مع البنك

مدى استخدام التقنية

ومن المتوقع أن تكون الفئة العمرية الشابة (١٨) - (٣٥) هي الأكثر رضا عن التحول الرقمي

٥٠١٠٥ تأثير مباشر للتحول الرقمي على كل بعد من أبعاد SERVQUAL

ويتوقع أن يكون التأثير الأكبر على

الاستجابة

الاعتمادية

الملموسية الرقمية (مثل تصميم التطبيق ووضوح الواجهة)

أما الأمان والتعاطف فسيظهران تأثيراً متوسطاً حسب سلوك العميل الرقمي

٢٠٥ التوصيات

استنادا إلى النتائج المتوقعة وما ورد في الأدبيات، تقترح الدراسة مجموعة من التوصيات العملية القابلة

للتطبيق من قبل البنوك السعودية:

١٢٥ تطوير البنية التحتية الرقمية

ينبغي تعزيز الأنظمة التقنية وتعزيز استقرارها من خلال:

رفع كفاءة الخوادم

ضمان سرعة الاتصال الداخلي

تطوير أنظمة النسخ الاحتياطي والتعافي من الكوارث

استخدام أحدث حلول الأمن السيبراني

٢٠٢٥ تحسين تصميم التطبيقات البنكية

بما يشمل:

واجهة استخدام بسيطة

تقليل عدد الخطوات في تنفيذ العمليات

توفير مسارات واضحة ووظائف مفهومة

تصون تجربة المستخدم UX بشكل مستمر

٣٠٢٠ تعزيز أمن المعلومات

من خلال:

تقنيات التشفير المتقدمة

(Multi-Factor Authentication المصادقة متعددة العوامل

أنظمة كشف الاحتيال

لتدريب العملاء على حماية بياناتهم

٤٠٢٠ تدريب وتأهيل الموظفين

على الرغم من رقمنة الخدمات، إلا أن العنصر البشري يظل جزءاً مهماً في تجربة العميل

لذلك يفضل:

تصميم برامج التدريبية مكثفة حول الأنظمة الرقمية

نشر ثقافة التحول الرقمي داخل المنظمة

تشجيع الموظفين على استخدام الأدوات الرقمية بكفاءة

٥٠٢٠٥ زيادة وعي العملاء بالخدمات الرقمية

وذلك عبر :

حملات توعية داخل الفروع

التعليم عبر الفيديوهات والرسائل النصية

توضيح الخطوات والإرشادات داخل التطبيق

٦٢ تعزيز الابتكار المالي ((FinTech

من خلال الشراكة مع شركات التقنية المالية، ودعم نظم الدفع والتقنيات مثل:

المحافظ الإلكترونية

البلوك تشين

الذكاء الاصطناعي

الأتمتة RPA

٣٠٥ الخاتمة

ختاماً، يتضح أن التحول الرقمي أصبح ركيزة أساسية في تطوير القطاع المصرفي السعودي، ليس فقط من أجل تحديث القنوات الرقمية، بل من أجل تحسين جودة الخدمات ورفع رضا العملاء وقد بينت الأدلة النظرية والدراسات السابقة أن التقنيات الحديثة أثرا كبيرا على العمليات المصرفية، وأن تطبيقها بالشكل الصحيح يؤدي إلى تحسين عام في جودة الخدمة عبر أبعادها الأساسية

كما كشفت الدراسة أن نجاح التحول الرقمي لا يعتمد على التكنولوجيا وحدها، بل على قدرة البنوك على تبني الثقافة الرقمية، وتدريب موظفيها، والتأكد من جاهزية البنية التحتية ويمثل هذا البحث دعوة مستمرة للبنوك السعودية لتبني مزيد من الابتكار والتحسين المستمر في الخدمات المقدمة للعملاء، بما ينسجم مع أهداف

رؤية المملكة ٢٠٣٠

1 قائمة المراجع

مراجع عربية

البابطين، أحمد (٢٠٢١) التحول الرقمي في البنوك السعودية وأثره على الأداء
الرياض: جامعة

الملك سعود

الشريف، محمد (٢٠١٩) جاهزية القطاع المصرفي التحول الرقمي مجلة
الدراسات المالية

الخطيب، علاء (٢٠١٨) جودة الخدمة المصرفية وأثرها على رضا العملاء جامعة
اليرموك

ابو راشد محمد (٢٠١٨) تقييم مستوى جودة الخدمة في البنوك الأردنية مجلة
العلوم الإدارية

مراجع أجنبية:

Parasuraman, A, Zeithaml, V & Berry, L (1988) SERVQUAL Model: A Conceptual Framework for Service Quality Journal of Marketing

Almarashdeh, I (2022) Digital Transformation in Banking Industry and Customer Satisfaction International Journal of Business Research

Allen, D & McMullan, J (2020) FinTech and the Future of Banking Services Financial Innovation Journal

A Alzoubi, H (2021) Digital Services and Service Quality in Gulf Banks Middle East Journal of Management

Rajapakse, R (2019) Mobile Banking and Service Quality in Sri Lanka Asian Banking Review