

تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة بالتطبيق على فروع بنك مصر بمحافظة الدقهلية

العساس، أحمد محمد ربيع الدسوقي، و مصطفى، منى سامي محمود.
(٢٠٢٤). تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة بالتطبيق على فروع
بنك مصر بمحافظة الدقهلية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة
المنصورة، المنصورة. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1536907>



إعداد

مشاعل الدباس



يهدف هذا البحث إلى دراسة تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في فروع بنك مصر بمحافظة الدقهلية، ومن أجل تحقيق أهداف البحث، كان من الضروري الاعتماد على مصادر بيانات متنوعة لضمان الوصول إلى نتائج دقيقة وقابلة للتعميم، وقد اعتمد الباحث على نوعين رئيسيين من البيانات: البيانات الثانوية والبيانات الأولية، حيث تم جمعها باستخدام أدوات وأساليب متنوعة لتوفير رؤية شاملة لموضوع البحث.

أولاً: أنواع البيانات المطلوبة :

١ - البيانات الثانوية ((Secondary Data

تعتمد هذه البيانات على المعلومات التي تم جمعها مسبقاً من مصادر مختلفة، وهي تساعد في وضع الإطار النظري للدراسة وفهم الخلفية العلمية للموضوع. وقد شملت المصادر الثانوية المستخدمة في هذا البحث:

- ✓ مراجعة الكتب والمراجع العلمية ذات الصلة بموضوع التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية، حيث تم الاستعانة بالعديد من الدراسات العربية والأجنبية الحديثة التي تناولت هذا الموضوع من زوايا مختلفة.
- ✓ الدراسات السابقة التي تناولت مفهوم التحول الرقمي وتأثيره على الأداء المؤسسي في البنوك، مثل دراسة (Adams et al., 2007) التي ناقشت كيفية تأثير الرقمنة على رضا العملاء في القطاع المصرفي.
- ✓ التقارير والإحصائيات الرسمية الصادرة عن بنك مصر، والتي توضح مدى تطور استخدام الخدمات المصرفية الرقمية مثل الإنترنت البنكي وتطبيقات الهواتف المحمولة.
- ✓ المقالات العلمية والدوريات الاقتصادية التي تناولت تطورات التكنولوجيا المالية وتأثيرها على كفاءة الخدمات المصرفية.

أولاً: أنواع البيانات المطلوبة :

٢- البيانات الأولية ((Primary Data

تشمل هذه البيانات المعلومات التي تم جمعها مباشرة من عينة الدراسة من أجل تحليل مدى تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة في فروع بنك مصر بالدقهلية.

وقد تم جمع البيانات الأولية من خلال:

١. الاستبيانات (Surveys):

١. تم تصميم استبيان ميداني موجه لعملاء فروع بنك مصر بهدف قياس تأثير الخدمات الرقمية على تجربة العملاء.
٢. شمل الاستبيان مجموعة من الأسئلة المقسمة إلى محاور رئيسية مثل سهولة استخدام الخدمات الرقمية، سرعة تنفيذ المعاملات، رضا العملاء عن جودة الخدمة الرقمية مقارنة بالخدمات التقليدية.
٣. تم توزيع الاستبيان إلكترونياً عبر Google Forms نظراً للانتشار الجغرافي الواسع للعملاء وسهولة الوصول إليهم.
٤. تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) لتقييم إجابات المشاركين، حيث تراوحت الإجابات بين (١ - غير راضٍ إطلاقاً) إلى (٥ - راضٍ جداً).

أولاً: أنواع البيانات المطلوبة :

- المقابلات الشخصية (Interviews)تم إجراء مقابلات مع مجموعة من العملاء والموظفين في فروع بنك مصر للحصول على فهم أعمق لمدى تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة.
- تمت مناقشة تجارب العملاء مع الخدمات الرقمية مثل استخدام تطبيق البنك، ومدى رضاهم عن كفاءة التحويلات الإلكترونية، وخدمات الإنترنت البنكي.

أداة جمع البيانات :

اعتمد الباحث في جمع بيانات الدراسة الميدانية على مصادرها الأولية على قائمة استقصاء تم إعدادها لغرض هذا البحث وتوزيعها عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي لعملاء فروع بنك مصر بالدقهلية، على أن يتم الإجابة عليها خلال فترة زمنية معينة (أربعة أسابيع) بالشروط المطلوبة في عينة البحث، بالاعتماد على عينة عشوائية بسيطة، بحيث تشمل مجموعة من الأسئلة لقياس متغيرات البحث وتعتمد على مقاييس ليكرت الخماسي.

حيث يمكن للباحث عرض الاستقصاء عن طريق المقابلة الشخصية أو الهاتف ((Interviewer-Administered Questionnaires،

بحيث يطرح الباحث الأسئلة مباشرة على المستقصى منهم، أو يمكن أن يكون الاستقصاء ذاتيًا (Self-Administered

Questionnaires) من خلال البريد الإلكتروني أو الفاكس أو الكمبيوتر أو الإنترنت أو مجموعة من تلك الوسائل معًا، حيث يقوم

المستقصى منهم بالإجابة عن الأسئلة بأنفسهم دون تدخل من الباحث .

❖ أسلوب جمع البيانات والمدة الزمني:

- ✓ كما يوجد نوعين من الدراسات وفقاً للمدة الزمني لجمع البيانات، وهما الدراسة المقطعية (Cross Sectional Studies)، وهي تركز على وقت معين (أي مرة واحدة خلال فترة زمنية معينة)، والدراسة الطولية (Longitudinal Studies)، وهي تهدف لدراسة التغير والتطور المتعلق بمتغيرات معينة، وبالتالي يتم جمعها على فترات زمنية متتالية (Saunders, et al., 2009). وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على المدة الزمني المناسب هو الدراسة المقطعية، حيث تم جمع البيانات من عملاء فروع بنك مصر بمحافظة الدقهلية مرة واحدة خلال فترة محددة.

تصميم استمارة الاستبيان

١- المتغير الأول (المستقل) التحول الرقمي: تم قياسه اعتمادًا على ٢٠ عبارة.

٢- المتغير الثاني (التابع) جودة الخدمة: تم قياسه اعتمادًا على ٣٠ عبارة.

٣- المتغيرات الديموغرافية: تتكون من ٤ أسئلة.

المتغيرات الديموغرافية	جودة الخدمة (المتغير التابع)	التحول الرقمي (المتغير المستقل)
عدد الفقرات	عدد الفقرات	البعد
4	6	الخطط والاستراتيجيات
4	7	الموارد البشرية
4	6	الأمن والتشريعات
4	6	البنية الأساسية
المجموع	30	20

جمع ومعالجة البيانات:

نظرًا لتعذر استخدام الحصر الشامل في جمع البيانات الخاصة بالدراسة وذلك لاعتبارات الوقت والجهد والتكلفة، فقد اعتمد الباحث على أسلوب العينة العشوائية البسيطة.

وقد تم توزيع الاستبيان إلكترونيًا على عملاء فروع بنك مصر بمحافظة الدقهلية، ويعكس الجدول التالي نسبة الاستجابة والردود الصحيحة التي تصلح للإجراءات الإحصائية.

جدول (٢-٣) بيان نتائج الاستبيان الإلكتروني

البيان	العدد
العينة المستهدفة	400
الردود المحصلة	388
الردود المستبعدة	4
الردود الصحيحة	384
نسبة الاستجابة الصحيحة	98.9%

أساليب تحليل البيانات

يشير (Saunders, et al. 2009) أنه ينبغي القيام بإجراء اختبار استطلاعي قبل جمع البيانات النهائية، والهدف من هذا الاختبار التجريبي هو تحسين الاستبيان بحيث لا يواجه المستقصى منهم أي مشكلة عند الإجابة على الأسئلة، وكذلك تجنب أي مشكلة في تسجيل البيانات.

بالإضافة إلى ذلك، يمكن للباحث من خلال هذا الاختبار أن يحصل على تقييم لصدق الأسئلة والموثوقية المحتملة للبيانات التي سيتم جمعها، كما يمكنه أيضاً التأكد من مدى ارتباط البيانات التي يتم جمعها بأهداف الدراسة.

بذلك، يبلغ الباحث المستقصى منهم، حتى يتم الاعتماد عليها في الاستبيان النهائي.

❖ ثبات الأداء ومعامل الثبات

اعتمد الباحث على معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس مدى اتساق وثبات الأداة البحثية، حيث تم استخدام برنامج (SPSS الإصدار ٢٧) لحساب معاملات الثبات للمقاييس المختلفة. يُعتبر ألفا كرونباخ مؤشرًا مناسبًا وممتازًا لقياس ثبات المقاييس، ويُعد مرتفعًا إذا كانت قيمته أكبر من ٠,٧، مما يعكس درجة عالية من الموثوقية في القياس.

جدول (٣-٤) معاملات الثبات لأبعاد التحول الرقمي:

المتغير	الأبعاد	رقم العبارات بالاستقصاء	عدد العبارات	معامل الثبات (ALPHA)
التحول الرقمي	الخطط والاستراتيجيات	1 - 5	5	0.858
	الموارد البشرية	6 - 10	5	0.890
	الأمن والتشريعات	11 - 15	5	0.867
	البنية الأساسية	16 - 20	5	0.953

تحليل ثبات الاستبيان ومعامل الثبات (Cronbach's Alpha):

تُعد موثوقية الأداة البحثية من أهم معايير جودة الاستبيان، حيث تضمن أن العبارات المستخدمة في الاستبيان تقيس المتغيرات المستهدفة بدقة واستقرار عبر الزمن. ولتحقيق هذا الهدف، قام الباحث بحساب معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha باستخدام برنامج SPSS الإصدار ٢٧). أظهرت نتائج التحليل أن معاملات الثبات لمختلف أبعاد التحول الرقمي تتراوح بين (٠,٨٥٨ – ٠,٩٥٣)، مما يشير إلى مستوى عالٍ جداً من الموثوقية. وبلغ معامل الثبات الكلي للتحول الرقمي ٠,٨٩١، مما يعكس درجة عالية من الاتساق الداخلي بين عبارات الاستبيان.

تشير النتائج إلى أن جميع أبعاد الاستبيان تتمتع بمستويات عالية من الثبات والاتساق الداخلي، مما يعني أن الاستبيان المستخدم في البحث هو أداة قياس موثوقة يمكن الاعتماد عليها في تقييم تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة المصرفية. كما تعكس هذه القيم العالية موثوقية البيانات التي تم جمعها من عينة البحث، مما يعزز مصداقية النتائج التي توصل إليها الباحث.

تحليل ثبات الاستبيان ومعامل الثبات (Cronbach's Alpha):

جدول (٣-٥) معاملات الثبات لأبعاد جودة الخدمة

المتغير	الأبعاد	رقم العبارات بالاستقصاء	عدد العبارات	معامل الثبات (ALPHA)
جودة الخدمة	الملموسية	1 - 6	6	0.893
	الاعتمادية (الموثوقية)	7 - 12	6	0.891
	الاستجابة	13 - 17	5	0.918
	الضمان	18 - 21	4	0.926
	التعاطف	22 - 30	9	0.935
	المعامل الكلي	-	30	0.972

تحليل ثبات الاستبيان ومعامل الثبات (Cronbach's Alpha):

أظهرت نتائج تحليل معاملات الثبات لمقياس جودة الخدمة أن جميع الأبعاد تمتلك مستوى ثبات عالٍ جدًا، مما يشير إلى أن الاستبيان المستخدم في البحث يتمتع بدرجة عالية من الموثوقية والاتساق الداخلي. ويُعد معامل الثبات من الأدوات الإحصائية المهمة التي تساعد في قياس مدى قدرة الاستبيان على تقديم نتائج متسقة عند تطبيقه على عينات مختلفة. في هذه الدراسة، تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) كأداة رئيسية لتقييم ثبات الأداة البحثية، وأظهرت القيم المحسوبة أن جميع الأبعاد تجاوزت الحد الأدنى المقبول إحصائيًا، مما يعكس جودة التصميم البحثي ووضوح العبارات المستخدمة.

كان بعد الملموسية أحد الأبعاد التي حصلت على معامل ثبات مرتفع جدًا، حيث بلغت قيمته (0,893)، وهو ما يعكس مدى دقة العبارات في قياس توفر العناصر المادية الملموسة في الخدمات المصرفية الرقمية، مثل البنية التحتية التكنولوجية، والتصميم العام للمنصات الإلكترونية، ومدى جاذبية وتكامل الأدوات الرقمية المقدمة للعملاء. هذه النتيجة تشير إلى أن العبارات المتعلقة بهذا البعد كانت واضحة ومتسقة، وتعكس المفهوم المستهدف بدقة عالية، مما يجعلها صالحة للاستخدام في البحث الميداني.

أما بالنسبة إلى بعد الاعتمادية (الموثوقية)، فقد حصل على قيمة ثبات بلغت (0,891)، مما يؤكد أن الأسئلة المرتبطة به كانت متناسقة داخليًا وتعكس المفهوم المطلوب. يقيس هذا البعد مدى قدرة البنك على تقديم خدمات رقمية يمكن الاعتماد عليها، دون تأخير أو أخطاء تقنية، ومدى التزامه بتنفيذ المعاملات كما هو متوقع من العملاء. يعكس هذا الثبات المرتفع أن العملاء لديهم تجربة متجانسة مع الخدمات الرقمية للبنك، وأن هناك توافقًا بين التوقعات وواقع الخدمة المقدمة.

تحليل ثبات الاستبيان ومعامل الثبات (Cronbach's Alpha):

فيما يتعلق ببعد الاستجابة، فقد سجل معامل ثبات مرتفع جداً بلغ (٠,٩١٨)، وهو ما يشير إلى أن الاستبيان يقيس هذا المفهوم بدقة وموثوقية عالية. يرتبط هذا البعد بسرعة استجابة البنك لاحتياجات العملاء الرقمية، ومدى فعالية الدعم الفني في حل المشكلات التي قد تواجه العملاء أثناء استخدام الخدمات الإلكترونية. ارتفاع معامل الثبات لهذا البعد يعكس أن العملاء لديهم تجربة موحدة فيما يتعلق بسرعة الاستجابة والقدرة على حل المشكلات في الوقت المناسب.

حصل بعد الضمان على معامل ثبات مرتفع جداً بقيمة (٠,٩٢٦)، مما يدل على أن الأسئلة المرتبطة بهذا البعد تمتلك مستوى عالٍ من الاتساق الداخلي. يعكس هذا البعد ثقة العملاء في أمان الخدمات الرقمية، ومدى التزام البنك بحماية بياناتهم المالية والمعلومات الشخصية من أي تهديدات سيبرانية. هذه النتيجة تشير إلى أن الاستبيان استطاع قياس هذا المفهوم بدقة، حيث شعر العملاء أن الخدمات الرقمية المقدمة لهم موثوقة وآمنة.

أما بعد التعاطف، فقد حصل على أعلى قيمة لمعامل الثبات، حيث بلغت (٠,٩٣٥)، مما يعكس مستوى استثنائياً من الموثوقية في قياس مدى اهتمام البنك بعملائه من خلال قنواته الرقمية. يشير هذا البعد إلى مدى تقديم البنك لدعم شخصي متميز، واستعداده لتلبية احتياجات العملاء بطريقة تتسم بالاهتمام والفهم العميق لمتطلباتهم. ارتفاع هذا البعد يعكس أن العملاء يشعرون بأن البنك يوفر لهم تجربة رقمية تركز على احتياجاتهم وتوفر لهم التفاعل الشخصي عند الضرورة.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

