

التحول الرقمي ودوره في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الالكترونية
بحث استطلاعي لعينة من زبائن مصرف بغداد التجاري

Digital transformation and its role in enhancing the quality of electronic banking services

A survey study of a sample of Baghdad Commercial Bank customers

م.د. علياء كاظم عيال

L. Dr Alyaa Kadhim Ayal

جامعة الفرات الأوسط التقنية / المعهد التقني المسيب

Technical University AL-Furat AL-Awsat

Al-Musaaib Technical Institute

inm.alv1@atu.edu.iq

أ.م. مصطفى سلام عبد الرضا

Ass.p. Mustafa .A Salam

جامعة الفرات الأوسط التقنية / المعهد التقني المسيب

Technical University AL-Furat AL-Awsat

Al-Musaaib Technical Institute

inm.mus@atu.edu.iq

شهناز صاحب حسين

Shahnaz Saheb Hussain

جامعة كربلاء المقدسة

University of Karbala

المستخلص

سعى هذا البحث بشكل أساسي على إيضاح دور وأهمية التحول الرقمي في التعاملات المصرفية بوصفه إحدى المفاهيم الحديثة على الساحة المالية والتي تسعى من خلال المصارف وخصوصاً العراقية منها إلى التحول نحو الرقمنة والخدمات الالكترونية والاستفادة من هذه الابتكارات في تقديم خدمات مصرفية الكترونية تمتاز بالجودة العالية بما يساهم في اسباع حاجة السوق ومواكبة التطورات الحاصلة اليوم في قطاع المال والاعمال، إذ اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الجوانب المختلفة للتحول الرقمي وجودة الخدمة المصرفية الالكترونية واختبار فرضية البحث من خلال عمل استبانة من 26 فقرة وقد تم تحليلها على وفق البرنامج الاحصائي (spss) فضلاً عن قياس صدق وثبات الاستبانة من خلال اختبار درجة المصادقية بمعامل الفا كرونباخ وذلك لغرض اختبار وقياس درجة المصادقية (الاعتمادية) في الاستجابات الواردة عن أسئلة الاستبانة، إذ تكمن مشكلة البحث في بيان تأثير التحول الرقمي في المصارف ودوره في تعزيز جودة الخدمة المصرفية الالكترونية، والتي على أساسها تم قبول الفرضية البديلة وقد توصل البحث إلى نتيجة ان هناك رغبة كبيرة لدى المصرف عينة البحث للتحول الرقمي وتقديم مختلف الخدمات المصرفية الرقمية بشكل يحقق رغبة الافراد، كما توصل البحث إلى جملة من التوصيات أهمها ان توظيف الافراد من ذوي المهارات الإمكانات التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية يساهم بشكل كبير في تحقيق خدمات مصرفية الكترونية ذات جودة عالية.

الكلمات الافتتاحية/ التحول الرقمي، خصائص التحول الرقمي، جودة الخدمة المصرفية الالكترونية، ابعاد جودة الخدمة الالكترونية

Abstract

This research mainly sought to clarify the role and importance of digital transformation in banking transactions as it is one of the modern concepts in the financial arena, which seeks through banks, especially Iraqi ones, to shift towards digitization and electronic services and to benefit from these innovations in providing electronic banking services characterized by high quality, which contributes to Satisfying the market need and keeping pace with developments taking place today in the financial and business sector, as the research relied on the descriptive analytical approach in studying the various aspects of digital transformation and the quality of electronic banking service and testing the research hypothesis by creating a questionnaire of 26 items that was analyzed according to the statistical program SPSS) as well as About measuring the validity and reliability of the questionnaire by testing the degree of credibility with Cronbach's alpha coefficient for the purpose of testing and measuring the degree of credibility (reliability) in the responses received to the questionnaire questions, as the research problem lies in explaining the impact of digital transformation in banks

and its role in enhancing the quality of electronic banking service, which is based on Based on this, the alternative hypothesis was accepted, and the research reached the conclusion that there is a great desire among the bank, the research sample, for digital transformation and providing various digital banking services in a way that achieves the desire of individuals. The research also reached a number of recommendations, the most important of which is employing individuals with the skills and technological capabilities in providing banking services. It contributes significantly to achieving high-quality electronic banking services.

Key word/ Digital transformation, characteristics of digital transformation, quality of electronic banking service, dimensions of quality of electronic service

المقدمة

تسعى المصارف الى مواجهة حالة التنافس بين المؤسسات المصرفية من خلال زيادة الاهتمام بتقديم الخدمات المصرفية التي تلبي حاجة ورغبات المتعاملين معها بما يتلاءم وحاجة التطور الحاصل في الساحة المصرفية فضلا عن زيادة رغبة هذه المؤسسات في تقديم خدمات مصرفية تمتاز بجودة عالية لأجل المحافظة على زبائنها من جهة وكسب متعاملين جدد من جهة أخرى، فالتطور الحاصل وشدة المنافسة عوامل مهمة في بقاء المصرف من عدمه لذا ولحساسية الخدمة المصرفية لطريقة تقديمها فان المصارف تسعى جاهدة الى إيجاد افضل الوسائل لتقدم من خلالها خدماتها المالية، ومن اهم هذه البدائل التي تتبعها المصارف في إيصال الخدمة هو توفير مقدم خدمة يمتاز بالمهارات المعرفية والفنية بالشكل الذي يضمن وصول الخدمة الى متلقيها بالوقت والزمان المناسبين وبالتالي المساهمة في تقديم خدمات بجودة عالية ، وقد جاء هذا البحث في أربعة مباحث خصص الأول لمنهجية البحث اما الثاني فأشتمل على الاطار النظري في حين احتوى الثالث على الجانب الاحصائي واما الأخير فكان للاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول/ منهجية البحث

أولا/ مشكلة البحث

افرزت التحولات اليوم في بيئة الاعمال المالية الكثير من التحديات والصعوبات الكبيرة التي واجهت القطاع المصرفي وبالأخص الابتكارات التكنولوجية التي دخلت في جميع المجالات ومنها المجالات المالية وهذا الامر فرض على المصارف ان تسعى الى توظيف هذا التطور في تقديم نوع من الخدمات الإلكترونية التي يطلها الافراد كونها تلأئم حاجاتهم الجديدة ومن هنا انطلقت فكرة التحول الرقمي في القطاع المصرفي العراقي في محاولة لإدخال التكنولوجيا في العمل المصرفي والاستفادة منها قدر المستطاع في تقديم خدمات مصرفية تتميز بجودة عالية، وفي ظل حالة التنافس بين هذه المؤسسات المالية فان وجود التكنولوجيا وتطورها يعد من اهم الركائز الأساسية والمهمة للنجاح وفي ذات الوقت فأنها تشكل تحدي صعب لا بد لهذه المؤسسات من السعي بمختلف الطرق للتغلب عليه وهذا الامر يتم من خلال تحديث الأدوات التكنولوجية المستخدمة في تقديم الخدمات ومحاولة ابتكار خدمات جديدة ملبية لطموحات الافراد وذات جودة عالية، من خلال ما تقدم يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤل الاتي وهو هل ان للتحول الرقمي في القطاع المصرفي دور في تعزيز جودة الخدمة المصرفية الالكترونية وتقديم خدمات مصرفية جديد وبجودة عالية، ويتفرع من هذا التساؤل الأسئلة الاتية:

1. ما مدى تأثير التكنولوجيا الرقمية على تعزيز جودة الخدمة المصرفية الالكترونية؟

2. ما مدى تأثير الابتكار الرقمي على تعزيز جودة الخدمة المصرفية الالكترونية؟

ثانيا/ أهمية البحث

تستمد أهمية البحث من أهمية ودور فكرة التحول الرقمي في القطاع المصرفي ومدى إمكانية الاستفادة من هذه التقنيات في تقديم خدمات مصرفية جديدة لتلبية الاجتياحات المتزايدة للأطراف المتعاملة معها بمختلف قطاعاتها وتقديم الخدمة المصرفية بما يلاءم رغباتهم، ونظرا لأهمية الخدمة المصرفية في التعاملات اليومية للأفراد ووجود التكنولوجيا في حياتهم اصبح من الضروري ان تكون هناك خدمات الكترونية تواكب هذا التطور الحاصل في الحياة اليومية، فمعرفة حاجة الزبون بشكل صحيح يسهم بشكل كبير في تقديم الخدمة المطلوبة بأفضل جودة فضلا عن ذلك فان تطوير الخدمات وابتكارها وتعزيز جودتها يتم من خلال الاستعانة بأفضل الوسائل التكنولوجية والموارد البشرية المتدربة على الوسائل الفنية بما يمكنهم من تقديم خدمات الكترونية تمتاز بجودة عالية

ثالثا/ اهداف البحث

1. بيان دور واهمية التحول الرقمي في العمل المصرفي.
2. بيان دور واهمية جودة الخدمة المصرفية الالكترونية واهم ابعادها.
3. تحليل مدى استجابة مصرف بغداد التجاري لفكرة التحول الرقمي ودوره في تطوير جودة الخدمة الالكترونية.
4. دراسة علاقة الأثر والارتباط بين متغيرات البحث وتحليلها.

رابعاً/ فرضية البحث

يقوم البحث على فرضية رئيسية وهي
الفرضية الرئيسية/ (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين التحول الرقمي وجودة الخدمة المصرفية الالكترونية) وينبثق من هذه الفرضية ثلاث فرضيات فرعية وهي:

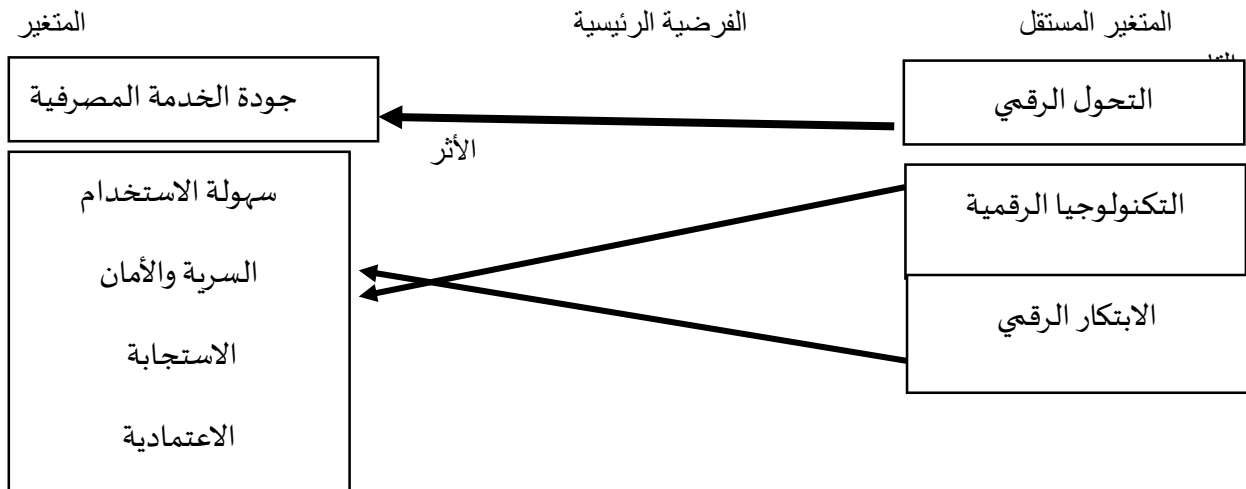
1. لا توجد علاقة تأثير وارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين التكنولوجيا الرقمية وجودة الخدمة المصرفية الالكترونية.
2. لا توجد علاقة تأثير وارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين الابتكار الرقمي وجودة الخدمة المصرفية الالكترونية.

خامساً / أدوات جمع البيانات والمعلومات

1. أدوات الإطار النظري: لإغناء الجانب النظري اعتمد الباحثون على المجالات والدوريات العلمية والأبحاث والدراسات ذات العلاقة بمتغيرات البحث فضلاً عن استعمال شبكة المعلومات وما تحتويه من أبحاث إلكترونية لتزويد ورغد الجانب النظري بالمعلومات الهادفة للبحث.
2. أدوات الجانب الميداني اعتمد الباحثون في إعداد الجانب الميداني للبحث على الاستبانة التي تناولت قياس جاهزية التحول الرقمي ودوره في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الالكترونية، والتي كانت غايتها الوقوف على مدى إمكانية تطبيق ومعرفة هل إن المصارف العراقية لديها مفهوم واضح عن أهمية التحول الرقمي في العمل المصرفي.

سادساً / حدود البحث

- الحدود المكانية: اختير مصرف بغداد التجاري كعينة للبحث لأسباب عدة: انه يعد من المصارف الرائدة في العراق، وتوسع نشاطه المصرفي وتعاملاته المالية من تاريخ تأسيسهما للآن، فضلاً عن رغبة العاملين في المصرف بتطوير أدائهم والذي تجلى عن طريق تعاونه مع الباحثين في الإجابة عن تساؤلاتهم واستفسارات.
- الحدود الزمانية: تم إجراء البحث في سنة 2024.



الشكل رقم (1) انموذج البحث الفرضي

المبحث الثاني/ الجانب النظري أولا/ التحول الرقمي / المفهوم والأهمية

يعتبر التحول الرقمي من الضروريات لنجاح المؤسسات كافة سواء كانت صغيرة ام كبيرة فقد اصبح التحول اليوم ليس مجرد موضوع يختص بتكنولوجيا المعلومات بل هو مهمة استراتيجية وحساسة لأداء الاعمال وهذا بسبب الثورة الصناعية الرابعة التي أجبرت الإدارة ان تكون مسئولة عن عملية التحول الرقمي في المؤسسة، فاعتماد الحوسبة في الاعمال تجعل من المؤسسة تتميز بالسرعة العالية في انجاز جميع الاعمال والمرونة الكبيرة في الاستجابة للتغيرات المختلفة وهذا الامر يتطلب وجود بنية تحتية تكنولوجية تتكون من أجهزة ومعدات وبرمجيات وقواعد بيانات وشبكات اتصالات ذات جودة عالية (أبو غين، المدهون، 2018: 9)، اذ ان استخدام هذه الوسائل التكنولوجية يغير من أسلوب وطريقة عمل المؤسسات بشكا كبير ويجعل اعمالها التي تقدمها الى زبائنها تمتاز بالجودة العالية كونها تعتمد بشكل أساسي على الابتكارات الرقمية والوسائل التكنولوجية في تنفيذ الاعمال وتحويلها الى اعمال ذات طبيعة الكترونية (امين واخرون، 2022: 56)، كما ان التحول الرقمي يمكن من تحقيق تحول جذري في طريقة العمل عن طريق الاستفادة من التطور التقني الكبير الحاصل لخدمة المستفيدين بشكل اسرع وافضل ويوفر بنفس الوقت إمكانيات ضخمة لبناء مجتمعات فعالة تنافسية ومستدامة عبر تحقيق تغيير جذري في الخدمات المقدمة فضلا عن ان التحول يتطلب تمكين ثقافة الابداع في بيئة العمل وكذلك تغيير المكونات الأساسية للعمل ابتداء من البنية التحتية وصولا الى تسويق الخدمات لمستخدميها (جعيجع، البقور، 2021: 6)، وفي ضوء ما تقدم نستعرض بعض المفاهيم الخاصة بالتحول الرقمي اذ عرف بانه العملية والوسيلة المتواصلة والمستمرة التي تتكيف بها المؤسسات مع متطلبات واحتياجات زبائنها وافرادها وسوقها وذلك بابتكار خدمات جديدة والتي تعتبر مزيج بين الاعمال الرقمية واليدوية وتجارب الزبائن بالإضافة الى تحسين الكفاءة التشغيلية والأداء المؤسسي في الوقت نفسه عبر توظيف القدرات الرقمية (رشوان واخرون، 2022: 113)، وعرف أيضا بانه عملية تهدف الى تحسين أداء المؤسسة من خلال احداث تغيرات جوهرية عن طريق المزج بين عمليات المؤسسة والبيئة التكنولوجية والاتصالات وهو ذلك التحول التنظيمي الذي يحدث من خلال التكامل بين التكنولوجيا الرقمية والعمليات التشغيلية للمؤسسة في اطار الاقتصاد الرقمي (مصطفى واخرون، 2021: 77)، وأشار الية اخرون بانه الانتقال من نظام تقليدي الى نظام رقمي قائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجالات العمل المؤسسي من خلال المتطلبات الادارية والتقنية والبشرية والمادية (فرج، 2021: 521)، في حين تشير أهمية التحول الرقمي بانه يساعد على انتشار مجتمع المعلومات والمعرفة على تشجيع بناء الحكومة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والمصارف الإلكترونية والإدارة الإلكترونية ويحتاج كل ذلك الى التطوير المستمر في مؤشر مجتمع المعلومات والمعرفة من خلال زيادة عدد الحواسيب الالكترونية واستخداماتها في المعاملات والوظائف زيادة عدد المشتركين في الشبكة الدولية للمعلومات وتطوير استخدام البرمجيات في إدارة الأنشطة الاقتصادية والإنتاجية والمالية والتجارية والتسويقية وإدارة الموارد البشرية وكما ان التحول يساعد بشكل كبير في القضاء على الفساد والتقليل من الإجراءات الروتينية في تقديم الخدمات المصرفية بسبب وجود بنية معلوماتية متطورة وفعالة قادرة على الارتباط بالشمول المالي وبنفس الوقت فان التحول يساهم في تسهيل عملية تبادل البيانات في تعزيز الشفافية وثقة المواطنين في مؤسساتهم المختلفة وبالأخص المالية منها لأنها تمكن الافراد العاملين على عملية الابداع والابتكار الخدمات المختلفة التي من شأنها ان تلبي حاجة الافراد المتعاملين مع هذه المؤسسات المالية (سقاط، عزيز الرحمن، 2022: 99-100)، في اطار ما تقدم يتضح لنا ان التحول الرقمي هو عملية الانتقال من الوضع التقليدي الى الوضع التقني الالكتروني من خلال بنية معلوماتية تقنية قادرة على الابداع والابتكار محققه بذلك خدمات جديدة ذات جودة عالية ملبية لما يحتاجه الزبون ومتوافقة مع متطلبات العصر الحديث.

ثانيا/ اهداف التحول الرقمي

يمكن تخيص بعض اهداف التحول الرقمي وهي كما يأتي: (شحاتة، 2020، 25-26) (صدقة، جبارة، 2021: 361)

1. تطبيق نماذج اعمال جديدة ومبتكرة وتحسين الإطار التنظيمي والمعايير الفنية بالمؤسسات المالية.
2. دعم وانشار وصيانة البنية التحتية للاتصالات الرقمية وضمان ادارتها وإمكانية الوصول اليها بسهولة وتحقيق التوازن بين جودة الخدمة المصرفية تكاليف تقديمها
3. تغيير نظام العمل في المؤسسات المالية بما يمكن من خلق مهارات جديدة وتوجيه مستقبلي لجميع العاملين حتى يتمكنوا من تحقيق التميز في العمل الرقمي والمالي.

4. تحسين إمكانية وسهولة الوصول الى الخدمات المالية المقدمة من خلال الوسائل التكنولوجية بما يضمن تقديم خدمات ذات جودة عالية جدا.
5. تعظيم الاستفادة من تطورات تكنولوجيا المعلومات وتعزيز الثقافة المالية الأكثر ابتكارا على مستوى المؤسسات الأخرى.
6. تحسين الجودة وتبسيط الإجراءات للحصول على الخدمة المقدمة للمستفيدين وخلق فرص لتقديم المصارف خدمات مبتكرة وابداعية بعيدا عن الطرق التقليدية
7. تقليص التكلفة وتوفير الجهد بشكل كبير وتحسين الكفاءة التشغيلية للمصارف على مستوى العمليات وينظمها ويعزز فعاليتها.

ثالثا/ خصائص التحول الرقمي

- يقوم التحول الرقمي على تحقيق عدة خصائص نلخصها بالآتي: (لعلمي، لعلمي، 2022: 5) (حمادة، 2022: 54)
1. يوفر التحول الرقمي استراتيجيات مبنية ومدرسة للتحول من الأداء التقليدي الى الأداء الرقمي والاستفادة من الابتكارات المختلفة له في تقديم الخدمات المختلفة مما يساهم في خلق قيمة تنافسية اعلى وخلق عمل متطورة
 2. إمكانية رفع القدرة الإنتاجية للخدمات المقدمة وبجودة عالية جدا وذلك بالاعتماد على تقنية الشبكات الواحد بهدف إيجاد خدمات جديدة وسريعة ومرنة للتكيف مع متطلبات الزبون.
 3. يتيح التحول الرقمي إمكانية تكوين قواعد بيانات خاصة بالزبائن فضلا عن تحسين أسلوب التفكير للأفراد العاملين من خلال الاعتماد على البيانات المخزنة وتحقيق ميزة التغذية العكسية بصورة الكترونية.
 4. يمكن المجتمع من إعادة تشكيل ثقافته بشكل عام في العمل او التفكير او التفاعل والتواصل وذلك بالاعتماد على التقنيات الحديثة المتاحة مع التخطيط المستدام للبحث والتطوير.

رابعا/ جودة الخدمة الالكترونية/ المفهوم

يعيش العالم اليوم تيارات متسارعة وتحولات كبيرة على مستوى جميع الأصعدة فرضتها البيئة الجديدة أسفر عنها ظهور الخدمات الالكترونية لعل من اهم تداعيات التحول نحو الخدمة الالكترونية هو التطور التكنولوجي المتسارع في مجال المعلومات والاتصالات والانفتاح بين الشعوب من خلال الانترنت فضلا عن مواكبة التغيرات البيئية الدولية والتكنولوجيا المعلوماتية وتحول القطاع المصرفي من الأداء التقليدي في تقديم الخدمات الى الأداء الرقمي في تقديم خدمات الكترونية ذات جودة مختلفة عن مثيلاتها التقليدية (بولسل، عزوز، 2021: 953)، لذا فان الخدمة المصرفية الالكترونية تعد هدفا مهما يسعى اليه الافراد طمعا في اشباع رغباتهم وبالتالي أصبحت جودة الخدمة المصرفية بمثابة شريان الحياة بالنسبة الى المصارف والتي يجب مراقبتها لضمان فعاليتها وكفاءتها واهم ما ينبغي على إدارات المصارف متابعته في هذا الصدد هو مدى توافق الخدمات المقدمة مع ما يحتاجه السوق فالسوق اليوم اصبح يطلب الخدمات ذات الطابع الإلكتروني بعيدا عن تسويق الخدمات العادية فجودة الخدمة المصرفية مهمة جدا من كلا الطرفين المصرف والمستفيد من الخدمة وهذا ما يجعل المصارف تؤكد بشكل مبرر على تحقيق أقصى مستويات الجودة للخدمات المقدمة (عبيد، 2021: 138) وفي ضوء ما تقدم نستعرض بعض المفاهيم الخاصة بجودة الخدمة الإلكترونية اذ عرفت بانها قدرة الموقع الإلكتروني الخاص بالمصرف على تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية لجميع الافراد في أي مكان وزمان تلبي لاحتياجاتهم بسهولة ودون توقف وباقل كلفة ممكنة (السيد، محمد، 2022: 43) وعرفت أيضا بانها مجموعة من التقنيات والأساليب التكنولوجية التي افرزتها الثورة التكنولوجية والتي أدخلت في النظام المصرفي من اجل تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف المتعاملين (رضوان، 2020: 48) وعرفها آخرون بانها تقديم الخدمات المصرفية مباشرة للزبائن من خلال التفاعل الآلي مع القنوات الالكترونية المختلفة التي يوفرها البنك لجميع المستخدمين الأفراد والمؤسسات على مدار الساعة (إكرام، سمية، 2023: 392) وعرفت كذلك بانها عملية تنشئ فيها المصارف منصة لربائنها للوصول الى المعلومات واجراء المعاملات التجارية الكترونيا من خلال جهاز الكتروني دون أي يكون موجودا في المصرف (راضي، احمد، 2021: 274) وعرف أيضا بانها التقييم العام للأفراد لدى امتياز الخدمة المصرفية الالكترونية المقدمة عبر القنوات الالكترونية كالانترنت والصراف الآلي والتحويل الإلكتروني وغيرها (كنجو، محمد، 2020: 41)

خامسا/ ابعاد جودة الخدمة الالكترونية

1. سهولة الاستخدام: وتعني قدرة الافراد والشركات على الدخول بسهولة الى جميع المواقع الإلكترونية بكل سهولة والحوصل على ما يحتاجوه من معلومات وخدمات مصرفية وقابلية الخدمة المقدمة على الاستخدام من قبل ميع الافراد دون الحاجة الى وسائل ارشادية او مقدمي خدمات للتعريف بها (الردايدة، 2011: 28)
2. السرية والأمان: وتعني مدى القدرة على نقل الثقة والأمان للزبائن والمحافظة على سرية تعاملاتهم المالية والأمن المالي من خلال توفير أجهزة السلامة الخاصة بالحماية من عمليات الاختراق الإلكتروني وكذا الصديق في التعامل (غزالي، لعجال، 2022: 146).
3. الاستجابة: تتمثل في الاستعداد والرغبة لمساعدة الزبون وقدرة إدارة المصرف على تقديم الخدمة السريعة وتطويرها بما يتلاءم مع تغيرات البيئة والتكنولوجية (الطاهر، عبدالله، 2019: 84).
4. الاعتمادية: هي الثقة والقدرة على انجاز الخدمة بشكل مستقل ودقيق وتعني ثبات الاداء في انجاز الخدمة بشكل سليم وأحسن من المرة الاولى ووفاء المصرف لما وعد الزبون به ويتضمن هذا دقة الحساب والملفات وعدم حدوث الاخطاء وتقديم الخدمة بشكل صحيح من المرة الاولى، فضلا عن تقديمها في المواعيد المحددة وفي الوقت المصمم لها وثبات مستوى اداء الخدمة، وتعبر عن قدرة المصرف من وجهة نظر الزبائن على تقديم الخدمة في الوقت الذي يطلبها العميل وبدقة ترضي طموحه كذلك تعبر عن مدى وفاء البنك بالتزاماته تجاه الزبون والاعتمادية تعني القدرة على تأدية الخدمة وفقا للجهود التي منحتها المؤسسة (بن موسى، علموي، 2019: 400).

المبحث الثالث/ الجانب العملي (التطبيقي)

يركز الجانب التطبيقي من هذا المبحث بالتعرف على اجابات العينة المبحوثة واختبار فرضيات البحث من خلال اجراء العديد من الاساليب الاحصائية التي تختبر بيانات الاجابات وتحليلها بشكل مبدئي للتعرف على مستوى ابعاد وفقرات البحث ومتغيراته بالتحديد استخدام الاساليب الاحصائية المتمثلة بالوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف والاهمية النسبية، وجودة ثبات المقياس لكل بعد ومتغير بالبحث، ثم الكشف عن نوع علاقات التأثير ومقدارها ومدى قبولها او رفضها بين متغيرات وابعاد البحث الرئيسية، ولأغراض البحث فقد قمنا في تفريغ وتحليل البيانات من خلال برنامج (SPSS) للقيام بعملية التحليل وتحقيق الأهداف الموضوعة في إطار البحث ومن ثم تم استعمال مستوى المعنوية (5%)، ويعد مقبولا ويقابله مستوى ثقة يساوي (95%) لتفسير نتائج البحث التي أجريت على مصرف بغداد التجاري

أولا/ صدق وثبات الاستبانة: تم اختبار درجة المصدقية بمعامل الفا كرونباخ وذلك لغرض اختبار وقياس درجة المصدقية (الاعتمادية) في الاستجابات الواردة عن أسئلة الاستبانة، إذ يعتمد هذا الاختبار على مدى الثبات الداخلي ودرجة الاعتمادية لأسئلة الاستبانة، فقد اشارت النتائج المستخرجة وفق معامل الفا كرونباخ ان متغيرات البحث قد حققت نسب ثبات مقبولة فقد حصل المتغير المستقل على (0.77)، في حين حصل المتغير الاخر على (0.81) مما يعني ان قيم الفا للمتغيرين مقبولة من الناحية الاحصائية.

الجدول رقم (1) معامل ثبات المتغيرين (التحول الرقمي وجودة الخدمة المصرفية الالكترونية)

معامل الثبات (طريقة ألفا كرونباخ)		
المجال	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ للثبات
التحول الرقمي	10	0.77
جودة الخدمات المصرفية الالكترونية	16	0.81

ثانيا/ التحليل الاول للنتائج الإحصائية الخاصة بمتغيرات البحث/ فقرات الاستبانة

الجدول رقم (2) الأسئلة الخاصة بالمتغير الأول / التحول الرقمي

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الوزن النسبي
1	يتجه مصرفي الى اتمة عملياته المصرفية بشكل متسارع بما يسهم في عملية التحول الالكتروني للخدمات المصرفية	4.17	0.78	0.19	83%

80%	0.19	0.76	4.01	يوفر مصرفي حزمة متنوعة من الخدمات المصرفية الالكترونية تلائم رغبات زبائنه وحفاظ على مبدأ سرية البيانات والخصوصية لهم	2
80%	0.23	0.92	4.02	يستثمر مصرفي التكنولوجيا الرقمية في ابتكار خدمات جديدة تلبي حاجات زبائنه مثل انشاء المحافظ الالكترونية وتحويل الأموال الكترونيا	
83%	0.17	0.70	4.13	تمكن التكنولوجيا الرقمية الزبائن من الحصول على الخدمات المصرفية الالكترونية في أي وقت وأي مكان دون الحاجة لمراجعة الفروع المصرفية	
84%	0.24	1.01	4.18	تقدم التكنولوجيا الرقمية مرونة في معالجة مختلف الأخطاء التي توافق تقديم الخدمة بما يجعل التغذية العكسية سلسلة جدا	
86%	0.18	0.76	4.31	يمتلك مصرفي موارد بشرية ذات خبرة فنية عالية في التعامل مع ابتكارات التكنولوجيا المالية بما يمكن التعامل مع الخدمات الالكترونية	
83%	0.23	0.95	4.16	يسعى مصرفي الى تطوير بناء التحتية بشكل مستمر وتوفير الجوانب التكنولوجية اللازمة بما يتماشى مع التطور التكنولوجي الحاصل في العالم المالي والمصرفي	المحور الثاني / الابتكار الرقمي
84%	0.22	0.90	4.18	يسعى مصرفي الى تنظيم الورش والندوات لتثقيف الجمهور على اقتناء الخدمات الالكترونية والاستفادة من ابتكاراتها	
81%	0.21	0.86	4.03	تركز إدارة مصرفي على ضرورة تحقيق عملية التحول نحو التمويل الرقمي واثمة جميع الخدمات المصرفية بما يحقق الاستدامة المصرفية	
81%	0.17	0.70	4.06	يشجع مصرفي العاملين على عملية الابتكار في الخدمات المصرفية وطرق تقديمها واشراكهم في وضع الخطط الخدمية	
83%	0.20	0.83	4.13	المؤشر العام	

تشير البيانات أعلاه في جدول رقم (2) والخاص بتحليل البيانات الإحصائية الخاصة بإجابات افراد عينة البحث المعبرة عن محوري المتغير الأول التحول الرقمي، إذ تشير هذه النتائج ان هناك قبول كبير جدا من قبل الافراد المجيبين على جميع التساؤلات أعلاه وهذا واضح من خلال حصول متوسط حسابي عام للمتغير الأول والذي بلغ (4.13) وهو بطبيعة الحال اكبر من المتوسط الافتراضي والبالغ (3) وهذا يفسر ان جميع افراد العينة يرون ان هناك اهتمام من قبل المصرف المبحوث لتعزيز فكرة التحول الرقمي في العمل المصرفي والاستفادة من هذه الميزة الجديدة في تقديم خدمات ذات طابع حديث ومواكب للتغيرات الجديدة في بيئة الأعمال، في حين حققت هذه الإجابات متوسط انحراف معياري بلغ (0.83) وهو اقل من الواحد الصحيح وهذا يعبر عن تشتت ضئيل في إجابات العينة كما حقق النتائج أيضا معامل اختلاف بلغ (0.20) مقابل وزن نسبي او أهمية نسبية بلغ (83%) وهي نسبة جيدة جدا معبرة عن قبول افراد العينة لجميع اسئلة المحاورين، وقد حققت الفقرة السادسة على اعلی وسط حسابي بلغ (4.31) مقابل معامل اختلاف بلغ (0.18) وهذا يعني اتفاق اغلب افراد العينة عليها.

في إطار ما تقدم يتضح ان جميع فقرات المتغير الأول حققت نتائج إحصائية مقبولة وهذا يعني ان الإجابات كان معبرة عن أفكار الافراد المجيبين الذين يفضلون ان تعتمد المصارف وخصوصا المصرف المبحوث على توسيع العمل من خلال استخدام اليات التحول الرقمي والاستفادة من التسهيلات التي تقدمها التكنولوجيا اليوم لاجل تقديم خدمات الكترونية جديدة مواكبة للتطور الحاصل في القطاع المصرفي في نفس الوقت تلائم حاجات ورغبات الزبائن المتجددة فضلا عن ذلك فان التوجه العام اليوم تشير الى الابتعاد عن الخدمات التقليدية والتركيز على خدمات الكترونية جديدة

الجدول رقم (3) الأسئلة الخاصة بالمتغير الثاني / جودة الخدمة المصرفية الالكترونية

ن	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الوزن النسبي
المحور الأول/ سهولة الاستخدام	11 تحقق الخدمات المصرفية الالكترونية ميزة الاستخدام السهل في الوصول اليها واستخدامها من قبل جميع الافراد	4.04	0.65	0.16	81%
	12 ان تطبيق التكنولوجيا في تقديم الخدمات المصرفية يعزز إمكانية الاستخدام الأمثل للخدمات	4.13	0.85	0.21	83%
	13 تتيح التكنولوجيا إمكانية الاتصال بسهولة بمزودي الخدمة المصرفية وفي أي وقت ومن دون أي حواجز	4.05	0.65	0.16	81%
	14 تتيح الخدمات الالكترونية إمكانية الحصول على خدمات مصرفية مبتكرة وجديدة وذات جودة عالية	4.15	0.91	0.22	83%
المحور الثاني/ السرية والامن	15 تحافظ اعدادات الخدمات الالكترونية على سرية المعلومات الشخصية لمستخدمي هذه الخدمات من خلال برامج حماية متطورة	4.01	0.83	0.21	80%
	16 تستخدم المصارف التي تقدم الخدمات المصرفية الالكترونية برامج حماية متطورة لمنع حالات الاختراق الالكتروني لتعزيز جانب الأمان للأفراد	4.63	0.73	0.16	93%
	17 تتيح الخدمات المصرفية الالكترونية الحصول على الخدمات المالية من دون الحاجة لمراجعة الفروع المصرفية والتعرض لمخاطر السرقة	3.93	0.60	0.15	79%
	18 يمنع المصرف من تمويل المشاريع الاقتصادية التي تسبب الأذى للمجتمع والتي تحقق اهداف المستثمرين فقط	4.14	0.90	0.22	83%
المحور الثالث/ الاستجابة	19 تسمح الخدمات الالكترونية لمقدميها بسرعة الاستجابة لاي تحديث يحصل ومعالجة أي مشاكل في التقديم مما يعزز جانب الجودة	4.01	0.98	0.24	80%
	20 تتعزز جودة الخدمات الالكترونية من خلال سرعة الاستجابة لمتطلبات الزبائن ووفقا لما يطلبوه من خدمات	4.03	0.93	0.23	81%
	21 ان سرعة استجابة مقدم الخدمة الالكترونية الى الزبائن وفي أي وقت واي مكان يعزز جودتها قياسا بالخدمات التقليدية	4.05	0.94	0.23	81%
	22 ان سهولة تحقيق فكرة التغذية العكسية في معالجة مشاكل الخدمات الالكترونية وبسرعة كبيرة يعزز جودتها ويزيد من اقبال الزبائن عليها	4.07	1.04	0.26	81%
المحور الرابع/ الاعتمادية	23 ان حصول الزبون على الخدمة الالكترونية طبقا للمواصفات التي يعرضها المصرف يعزز من الاعتماد عليها وبالتالي تحقيق جودة الخدمة	4.01	0.88	0.22	80%
	24 ان وثوق الزبون في الخدمة الالكترونية المقدمة من قبل المصرف يتحقق من خلال صدق التعامل من قبل المصرف في تقديم الخدمة في وقتها وحسب طلب زبونها	4.06	0.96	0.24	81%
	25 ان اعتماد المصرف في تقديم الخدمات الالكترونية على الافراد من ذوي المهارات الفنية والتكنولوجية يعزز جانب المصداقية ويقوي من علاقة الزبون بمصرفه	4.06	0.79	0.19	81%
	26 ان قدرة الخدمة الالكترونية المقدمة للزبون على الوفاء بالتزاماته وحاجاته وتلبي طموحاته يعزز جانب الاعتمادية ويقوي من جودتها	4.00	1.04	0.26	80%
المؤشر العام		4.09	0.86	0.21	82%

يتضح من خلال الجدول أعلاه والخاص بتحليل البيانات الإحصائية الخاصة بإجابات افراد عينة البحث المعبرة عن محاور المتغير الثاني الأربعة اذ تشير النتائج أعلاه الى ان هناك قبول أيضا واضح وجيد على جميع التساؤلات المقدمة وهذا واضح من خلال تحقيق متوسط حسابي عام للمتغير الأول بلغ (4.09) وهو اكبر من المتوسط الافتراضي والبالغ (3) وهذا يعني ان افراد العينة يرون ان ان باستطاعة المصرف ان تقدم خدمات الكترونية ذات جودة عالية من خلال توظيف الوسائل الحديثة الالكترونية التي تستخدم في تقديم الخدمات المصرفية والتي تمكن الزبائن من الحصول على الخدمات في الوقت والمكان المناسبين دون الحاجة الى الوصول الى الافرع التقليدية ودون الحاجة الى وجود ابنية مصرفية لتقديم هذه الخدمات، وكما حققت هذه الإجابات متوسط انحراف معياري بلغ (0.86) وهو أيضا اقل الواحد الصحيح وهذا يعبر عن تشتت ضئيل جدا في إجابات

العينة كما حقق النتائج أيضا معامل اختلاف بلغ (0.21) مقابل وزن نسبي أو أهمية نسبية بلغ (82%) وهي نسبة ممتازة معبره عن قبول افراد العينة لجميع اسئلة المحاور الاربع، وقد حققت الفقرة السادسة عشر على اعلى وسط حسابي بلغ (4.63) مقابل معامل اختلاف بلغ (0.16) وما يعني اتفاق اغلب افراد العينة عليها بشكل كبير وواضح.

في ظل ما تقدم يتضح ان الافراد يرون ان جودة الخدمات الالكترونية يمكن ان تتحقق من خلال توظيف التكنولوجيا في تقديم الخدمات او ابتكار خدمات جديدة مصرفية تلائم التطور الجديد اليوم وبالتالي فان التوجه نحو التحول الرقمي هي واحدة من الوسائل التي تساعد المصارف على تقديم مثل هكذا خدمات تمتاز بالجودة العالية كونها تقدم في الوقت والمكان المناسبين اذ تمتاز جودة الخدمات المصرفية كونها غير ملموسة فانها تعتمد على مزود الخدمة فاذا كانت هذه الخدمات متاحة للجميع وبالإمكان الوصول اليها في أي وقت فهذا يعني ان الزبون لا يحتاج الى بذل عناء في الحصول على الخدمة المصرفية اذ يستطيع الحصول عليها وهو في أي مكان كان دون الحاجة الى الاتصال المباشر بمزود الخدمة فهو يتعامل مع التكنولوجيا التي تقدم له الخدمة بدل المزود البشري .

ثالثا/ اختبار فرضيات البحث

الفرضية الأولى/ لا توجد علاقة تأثير وارتباط ذات دلالة إحصائية بين التكنولوجيا الرقمية جودة الخدمة المصرفية الالكترونية توضح نتائج الجدول (4) طبيعة الارتباط بين البعد الأول التكنولوجيا الرقمية للمتغير المستقل المتمثل بالتحول الرقمي والابعاد الأربع الخاصة بالمتغير التابع المتمثل بجودة الخدمة المصرفية الالكترونية، اذ استخدم البحث مستوى معنوية (0.05) ووفقا للنتائج المستخرجة بحسب نموذج الانحدار الخطي المتعدد فكان معامل الارتباط (88.51) ومعامل التحديد (78.34) وهذا يعني ان الاهتمام بمحور التكنولوجيا الرقمية والتي من خلال يمكن ان يتم تقديم خدمات مصرفية الكترونية تتصف بجودة عالية ومقتنه وهذا الامر بحسب ما يراه افراد العينة لهذه المصارف ونظرا لان معامل الارتباط إيجابيا يمكن الاستنتاج ان العلاقة ذات دلالة إحصائية معنوية كون ان قيمة (P) اقل من مستوى المعنوية (0.05)، إضافة الى ان قيمة (F) المحسوبة كانت اكبر من القيمة الجدولية البالغة (4.49) مما يؤكد ان هناك تأثير للتكنولوجيا الرقمية في تطوير وتعزيز جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بالتالي نرفض فرضية العدم.

الفرضية الثانية/ لا توجد علاقة تأثير وارتباط ذات دلالة إحصائية بين الابتكار الرقمي وجودة الخدمة المصرفية الالكترونية توضح نتائج الجدول (4) طبيعة الارتباط بين البعد الثاني الابتكار الرقمي للمتغير المستقل المتمثل بالتحول الرقمي والابعاد الأربع الخاصة بالمتغير التابع المتمثل بجودة الخدمة المصرفية الالكترونية، اذ استخدم البحث مستوى معنوية (0.05) ووفقا للنتائج المستخرجة بحسب نموذج الانحدار الخطي المتعدد فكان معامل الارتباط (90.32) ومعامل التحديد (81.57) وهذا يعني ان الاهتمام بمحور الابتكار الرقمي والذي من خلال يمكن ابتكار خدمات مصرفية الكترونية متطورة تلائم الحاجة الجديدة للأفراد المتعاملين مع المصارف وبالتالي الوصول الى خدمات مصرفية الكترونية تتصف بجودة عالية وهذا الامر بحسب ما يراه افراد العينة لهذه المصارف ونظرا لان معامل الارتباط إيجابيا يمكن الاستنتاج ان العلاقة ذات دلالة إحصائية معنوية كون ان قيمة (P) اقل من مستوى المعنوية (0.05)، إضافة الى ان قيمة (F) المحسوبة كانت اكبر من القيمة الجدولية البالغة (4.49) مما يؤكد ان هناك تأثير للابتكار الرقمي في تطوير وتعزيز جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بالتالي نرفض فرضية العدم.

الجدول رقم(4) التأثير والارتباط بين التحول الرقمي وابعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية

ت	المتغير التابع/ جودة الخدمة المصرفية الالكترونية	R	R2	F	Sig
1	التكنولوجيا الرقمية	88.51	78.34	102.22	0.000
2	الابتكار الرقمي	90.32	81.57	97.02	0.000

يتضح مما سبق ومن خلال النتائج الإحصائية المستخرجة ان هناك تأثيرا واضحا لراس المال الفكري بمحاوره الثلاثة على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف عينة البحث بالشكل الذي يمكن هذه المصارف من السعي الى استقطاب الافراد الذين يتمتعون بمهارات معرفية وفنية تخصصية في العمل المصرفي وتوظيفهم لتقديم الخدمة الى مستخدميها فضلا عن ذلك الان بدأ التحول نحو الرقمنة الالكترونية أي تقديم الخدمات من خلال استخدام التكنولوجيا وهذا الامر لا يتم الا من خلال الاعتماد على افراد يتمتعون بمهارات فنية خاصة تمكنهم من تقديم وايصال الخدمات الى الزبائن وكذلك ابتكار خدمات جديدة تلائم الواقع الحالي فاستخدام النقود الورقية يكاد ينحسر يوم بعد يوم بسبب ظهور عمليات التسديد الإلكتروني وتسديد جميع المدفوعات عن طريق عملية التحويلات الإلكترونية او بطاقات الدفع المسبق وهذا الامر كله بفضل ابتكارات التكنولوجيا

وبالتالي يستطيع المصرف ان يقدم خدمة بجودة عالية اذا وظف افراد متخصصون في تقديم الخدمات وهذا واضح من خلال اجابات افراد العينة المبحوثة.

المبحث الرابع / الاستنتاجات والتوصيات

أولا/ الاستنتاجات

1. ان التحول الرقمي أصبح ظاهرة واقعية فرضتها التغيرات البيئية والتطورات التكنولوجية المتسارعة في بيئة الاعمال وخاصة القطاع المصرفي مما يعني ضرورة التحول نحو الأداء الرقمي في تقديم الخدمات والابتعاد عن تقديم الخدمات التقليدية.
2. يحتاج الخدمات المصرفية الالكترونية الى وسائل تختلف عن نظيرتها التقليدية مما يعني ان تقييم جودتها يختلف من حيث بعض المضامين وهذا يكون من خلال سرعة استجابة الافراد للتعامل مع الخدمات الالكترونية.
3. ان دخول مؤسسات مالية غير المصارف في القطاع المالي ومحاولة تقييمها الخدمات المالية الالكترونية فرضت تحديات على المصارف مما زاد من حدة التنافس بينهم وبالتالي شدد من ضرورة ان تقدم الخدمة بجودة عالية حتى تحظى برضا الافراد المتعاملين.
4. اثبتت النتائج الإحصائية ان هناك قبول واضح من قبل افراد العينة لجميع التساؤلات المقدمة والخاصة بالمتغيرين ولجميع المحاور وذلك من خلال تحقيق أوساط حسابية فاقت الوسط الفرضي فضلا عن انخفاض الانحرافات المعيارية مما يدل على ضعف التششت في الإجابات.
5. اثبتت النتائج الإحصائية ان هناك علاقة اثر وارتباط قوية بين متغيرات البحث وهذا يعني رفض جميع فرضيات العدم وقبول فرضيات الوجود.

ثانيا/ التوصيات

1. العمل على استقطاب الافراد الذين يمتلكون المعرفة التخصصية في العمل المصرفي والتكنولوجي وجعلهم يقدمون الخدمات المصرفية الى زبائن المصرف فهم أكثر من غيرهم لهم القدرة على يصال الخدمة بالصورة الصحيحة فضلا عن اشراكهم في اتخاذ القرارات المهمة والخاصة بتطوير الخدمة وابتكار خدمات جديدة.
2. العمل على تهيئة البنى التحتية اللازمة لانحاج عملية التحول الرقمي والامتة وتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل يمكن المصارف من تحقيق التنافس الفعال والاستفادة من ابتكارات التكنولوجيا في تقديم أفضل الخدمات الى زبائنهم المتعاملين معها.
3. الاستفادة من المقترحات التي يقدمها مزودي الخدمة من ذوي المعرفة والتخصص والهادفة الى تطوير الخدمة المصرفية بما يضمن تقديم خدمة مصرفية بجودة جيدة وكذلك اشراكهم في اتخاذ القرارات المهمة في العمل وها الامر يمكن المصرف من تحقيق التكامل بين مختلف اقسام المصرف بما ينتج عمل تعاوني جيد.
4. ضرورة وضع نماذج خاصة لتقييم جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية المقدمة بما يتلاءم مع خاصيتها كونها مختلفة عن الخدمة التقليدية وفتح باب التعاون بين الافراد من خلال التطبيقات الإلكترونية والسماح لهم بأداء الأداء التي من شأنها تطوير الخدمة.
5. ضرورة الاستفادة من تجارب المؤسسات الناجحة في العمل المصرفي وعمل ورش تخصصية لاجل تعزيز جودة الخدمات المصرفية من خلال نقل التجارب الناجحة وتطوير الجهد البشري.

المصادر

1. السيد، عبد السلام عوض، محمد، عاصم حسن(2022)، " دور الشمول المالي في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف السودانية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، مجلد6، عدد22
2. عبيد، شاهر محمد(2021)، "اثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، مجلد29، عدد4.
3. بولعلس، ليندة، عزوز، عائشة(2021)، " أثر جودة الخدمة الالكترونية على خلق قيمة الزبون"، مجلة المعيار، مجلد25، عدد61.
4. إكرام، بن زرقعة، سميرة، صلعة(2023)، " أثر التكنولوجيا المالية على جودة الخدمة المصرفية الالكترونية"، مجلة الإبداع، مجلد13، عدد1.
5. الطاهر، عمر علي بابكر، عبدالله، نزار(2019)، " أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء"، المجلة العربية للنشر اعلمي، مجلد1، عدد 14.
6. الردايدة، رمزي طلال حسن (2011)، " اثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبون"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية الاعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

7. رضوان، هديب خالد هديب(2020)، " دور جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين الأداء المؤسسي"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية الإدارة والاعمال، جامعة الاقصى، فلسطين.
8. راضي، حسن هادي، احمد، حوراء عبد الأمير(2021)، " جودة الخدمات المصرفية الالكترونية وانعكاسها على رضا الزبائن"، مجلة اقتصاديات الاعمال للبحوث التطبيقية، عدد خاص.
9. بن موسى، امر، علماوي، احمد (2019)، " جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لبناء مزاي تنافسية للبنوك الجزائرية"، مجلة دراسات اقتصادية، مجلد1، عدد38.
10. غزالي، ظريفة، لعجال، العمريّة(2022)، " دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية"، مجلة اقتصاديات الاعمال والتجارة، مجلد7، عدد2.
11. كنجو، كنجو، محمد، علاء(2021)، "قياس اثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في ثقة العميل"، مجلة جامعة حماه، مجلد 4، عدد2
12. رشوان، عبد الرحمن محمد، الحو، اعتدال محمد، الطويل، عصام محمد (2022)، " الدور الوسيط لحوكمة الجامعات الفلسطينية في علاقة التأثير بين التحول الرقمي والابتكار المؤسسي"، مجلة جامعة جيهان-أربيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد6، عدد2.
13. حمادة، حسام احمد (2022)، " دور التحول الرقمي في تحسين الأداء المالي للمنظمة بالتطبيق على البنوك التجارية المصرية المسجلة في البورصة المصرية"، المجلة العلمية للدراسات والبحوث العلمية والإدارية، مجلد13، عدد3.
14. سقاط، احمد عادل (2022)، " التحول الرقمي في المؤسسات الحكومية وفق رؤية 2030"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، مجلد6، عدد25.
15. جعجع، عمارة، البقور، حمزة(2021)، " التحول الرقمي كوسيلة لترقية القطاع السياحي قطر نموذج"، الملتقى الدولي الافتراضي حول الاتجاهات الحديثة في الترويج السياحي قراءات رؤى وتجارب، الجزائر.
16. أبو غين، احمد فاروق(2018)، " دور التحول الرقمي في تحقيق التميز المؤسسي بالتطبيق على العاملين في بلدة غزة"، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، مجلد0، عدد0.
17. فرج، علياء عمر كامل(2022)، " دواعي تعزيز ثقافة الأمن السيبراني في ظل التحول الرقمي جامعة الأمير سطام بن عبد العزيز نموذج"، المجلة التربوية، مجلد1، عدد94.
18. شحاته، محمد موسى علي(2020)، " قياس أثر تفعيل أنشطة المراجعة الداخلية لآليات التحول الرقمي على تعزيز المساءلة والشفافية وتحسين الأداء الحكومي"، المجلة العلمية للدراسات المحاسبية، مجلد2، عدد1.
19. صدقة، حمزة، جبارة، مراد(2021)، " الصيرفة المستدامة كمدخل لدعم التحول الرقمي في القطاع المصرفي في ظل تداعيات جائحة كورونا"، مجلة دراسات وابجاث-المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، مجلد13، عدد5.
20. مصطفى، سميرة مجدي سلامة، محمد، عزة ماهر، العزب، محمود رمضان(2021)، " دور التحول الرقمي في تحسين أداء شركات السياحة المصرية"، مجلة كلية السياحة والفنادق، مجلد5، عدد1.
21. لعلمي، سميرة، لعلمي، فاطمة(2022)، " إسهامات التحول الرقمي في قيام الثورة الصناعية الرابعة"، المؤتمر العلمي الدولي الأول حول :التحول الرقمي لمنظمات الأعمال العربية في ظل التوجه نحو الثورة الصناعية الرابعة: الفرص والتحديات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.