

The Impact of Digitizing Transactions in the Banking Sector on Customer Satisfaction, Riyadh Bank as a Model: A Field Study

Makki, Zakia Alnour Yousif 1

Al-Hassan, Khadija Hussain 2

AlSawigh , Shahad Tareq 3

1 Associate Professor of Department of Communication and Media, College of Arts, King Faisal University, Saudi Arabia.

2 & 3 master's candidate, Department of Communication and Media, College of Arts, King Faisal University, Saudi Arabia.

Received: 15 Aug. 2025• Revised: 26 Aug. 2025• Accepted: 19 Sep 2025.

Published online: Sep 2025.

Abstract: This study aimed to analyze the impact of digitizing banking transactions at Riyadh Bank on customer satisfaction, with a focus on assessing customer engagement with digital services, identifying both positive and negative effects of digitization, and examining the influence of cognitive, emotional, and behavioral attitudes on satisfaction levels. A survey methodology was employed, as it is appropriate for studying public opinion and analyzing phenomena using field data. An electronic questionnaire was used as the primary data collection tool, and the sample consisted of 250 randomly selected customers from Riyadh Bank in Al-Ahsa Governorate, ensuring diversity within the targeted population.

The results revealed that the majority of customers frequently use digital banking services and rely on them to complete daily transactions. Findings also indicated that customers' cognitive, emotional, and behavioral attitudes toward these services were generally positive, demonstrating good understanding of digital platforms, feelings of comfort and trust, and a willingness to continue using digital channels. Moreover, a statistically significant positive relationship was found between the level of digital transformation and customer satisfaction, suggesting that improvements in digital services enhance satisfaction levels. Differences in satisfaction were also observed based on the length of the customer's relationship with the bank, with more experienced clients showing greater satisfaction.

The study recommends continued development of the bank's digital infrastructure, enhanced educational programs to promote effective use of services, improved technical and human support, stronger data protection measures, and regular assessments of customer satisfaction to identify and address areas for improvement.

Keywords: Digitization – Transaction Digitization – Banking Sector – Customer Satisfaction- Riyadh Bank.

تأثير رقمنة المعاملات في قطاع البنوك على رضا العملاء- بنك الرياض أنموذجاً: دراسة ميدانية

مكي، زكية النور يوسف 1

الحسن، خديجة حسين 2

الصويغ، شهد طارق 3

أستاذ مشارك الإعلام- قسم الاتصال والإعلام - كلية الآداب- جامعة الملك فيصل- المملكة العربية السعودية 1

طالبة ماجستير - اتصال استراتيجي- قسم الاتصال والإعلام - كلية الآداب- جامعة الملك فيصل- المملكة العربية السعودية 2 & 3

الاستلام: 15 أغسطس 2025، التحكيم: 26 أغسطس 2025، الموافقة 19 سبتمبر 2025.

نشر الكترونياً: سبتمبر 2025.

المستخلص: هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير رقمنة المعاملات المصرفية في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء، من خلال الوقوف على مدى تعامل العملاء مع المعاملات الرقمية، وتحديد التأثيرات السلبية والإيجابية الناتجة عنها، بالإضافة إلى قياس تأثير الاتجاهات المعرفية والوجدانية والسلوكية على رضا العملاء عن هذه المعاملات. استخدمت الدراسة المنهج المسحي الإعلامي، كونه الأنسب في دراسة آراء العملاء ووصف الظاهرة وتحليلها في ضوء معطيات ميدانية. تم الاعتماد على الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث صُممت لقياس محاور محددة تتعلق بتجربة العملاء مع رقمنة المعاملات المصرفية في بنك الرياض. تمثلت عينة الدراسة في (250) عميلاً من عملاء بنك الرياض في محافظة الأحساء، وتم اختيارهم عشوائياً بما يعكس تنوع المجتمع

*Corresponding author e-mail: zmaki@kfu.edu.sa , shahadtariq80@gmail.com

المستهدف من الدراسة. أظهرت النتائج أن غالبية العملاء يتعاملون بشكل منتظم مع الخدمات الرقمية في بنك الرياض، ويعتمدون عليها في إنجاز معاملاتهم اليومية، الاتجاهات الثلاث (المعرفية، الوجدانية، والسلوكية) كانت إيجابية مما يعكس فهماً جيداً للخدمات وشعوراً بالراحة والثقة وسلوكاً داعماً لاستخدام القنوات الرقمية، تبين وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين درجة الرقمنة ومستوى رضا العملاء ما يعني أن تطور الخدمات الرقمية يؤدي إلى رفع مستوى الرضا. كما أظهرت النتائج وجود فروق في مستوى الرضا تبعاً لمدة تعامل العملاء مع البنك، حيث كان العملاء ذوو الخبرة أكثر رضاً. أبرز التوصيات تعزيز وتطوير البنية التحتية الرقمية بشكل مستمر لتسهيل تجربة العميل، تصميم برامج توعية لتثقيف العملاء بآليات استخدام الخدمات الرقمي، تحسين مستوى الدعم الفني والرد البشري للمشكلات المعقدة، ضمان حماية بيانات العملاء وبناء مزيد من الثقة في التعاملات الإلكترونية، إجراء دراسات دورية لقياس الرضا واستكشاف الجوانب التي تتطلب تحسيناً.

الكلمات المفتاحية: رقمنة - رقمنة المعاملات - قطاع البنوك - رضا العملاء - بنك الرياض.

المقدمة:

يُعد التحول الرقمي أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على تطور المجتمعات والقطاعات المختلفة، حيث لا يقتصر على مجرد استخدام التكنولوجيا، بل يمثل عملية شاملة تهدف إلى إعادة تشكيل أساليب العمل داخل المؤسسات والأفراد من خلال إدخال أدوات رقمية تساهم في تحسين الأداء، وزيادة الكفاءة، وتعزيز الابتكار. ومع التطور السريع للتقنيات الحديثة، مثل الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، إنترنت الأشياء، والحوسبة السحابية، أصبح التحول الرقمي ضرورة حتمية وليس مجرد خيار، نظراً لدوره الكبير في تحسين جودة الخدمات، خفض التكاليف، وتعزيز تجربة العميل، ولا يقتصر تأثيره على الشركات والمؤسسات فقط، بل يمتد ليشمل القطاعات الحكومية والخدمية، مما يساهم في بناء مجتمع أكثر ذكاءً وتطوراً. (د. رشا إبراهيم، 2024، دور التطبيقات المصرفية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وتحقيق رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم) في ظل هذه البيئة المتغيرة، أصبح تبني التحول الرقمي أمراً أساسياً لمواكبة العصر الحديث، وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، والاستجابة الفعالة لمتطلبات السوق والتغيرات العالمية. تلعب البنوك دوراً هاماً في تدعيم وتنمية اقتصاديات الدول لما لها من خدمات عديدة تقدمها للشركات، والأفراد مثل إعطاء القروض والمساعدات المالية التي تساعدهم على تنفيذ مشروعاتهم وأعمالهم الخاصة، وهذا يعود بالنفع على الفرد والمجتمع ككل. (د. رشا إبراهيم، 2024، دور التطبيقات المصرفية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وتحقيق رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم) ومنذ عام 2018، بدأت البنوك في تنفيذ استراتيجية التحول الرقمي، والتي تهدف إلى تحويل الخدمات المصرفية التقليدية إلى خدمات إلكترونية تعتمد على التطبيقات الذكية والمواقع الإلكترونية لتحسين تجربة العملاء. ونتيجة لذلك، أصبحت الخدمات المصرفية الرقمية، المقدمة عبر الإنترنت والهاتف المحمول، وسيلة رئيسية لتقديم حلول مصرفية متعددة لشرائح واسعة من العملاء. (د. رشا إبراهيم، 2024، دور التطبيقات المصرفية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وتحقيق رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم) ويعد بنك الرياض أحد أكبر المؤسسات المالية في المملكة العربية السعودية والشرق الأوسط، بدأ نشاطه في العام 1957م، ويبلغ رأس المال 30 مليار ريال سعودي. ويقدم البنك مبادرات لتحقيق أهداف وتطلعات رؤية 2030 من خلال دعم التحول الرقمي، وتنمية القطاع الخاص، وتطوير الشراكات الاقتصادية، ويسعى من خلال هذه المبادرات بالمساهمة لتطوير البنية التحتية ودعم برنامج التحول الوطني. وهو من البنوك التي تبنت نهجاً استباقياً في تشجيع الأفراد والشركات على استخدام الخدمات المصرفية الرقمية. ويهدف هذا التحول إلى توفير خدمات أسرع وأكثر سهولة لعملائه. (موقع بنك الرياض الإلكتروني، يناير 2025) يمثل رضا العملاء في القطاع المصرفي هو مدى رضا العميل عن المنتجات والخدمات والتجربة الشاملة التي يقدمها البنك. ويشمل ذلك تلبية توقعات العملاء أو تجاوزها، وضمان تلبية احتياجاتهم، وخلق انطباع إيجابي لديهم. ويعتبر رضا العميل من إحدى العناصر المهمة التي تقوم عليه المنافسة بين البنوك، ويُعد ركيزة أساسية لنجاحها واستمراريتها. يتأثر رضا العملاء بشكل كبير بمستوى جودة الخدمة المقدمة، فعندما يدرك العملاء أن الخدمة المصرفية تلي احتياجاتهم ومتطلباتهم، ينشأ لديهم شعور بالرضا، مما يعزز التزامهم وولائهم للبنك الذي يتعاملون معه. (د. رشا إبراهيم، 2024، دور التطبيقات المصرفية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وتحقيق رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم) وتهدف الدراسة إلى الوقوف على مستوى رقمنة المعاملات في قطاع البنوك، تحليل مستوى تأثير رقمنة المعاملات في قطاع البنوك على رضا العملاء، تحديد التأثيرات السلبية والإيجابية لرقمنة المعاملات في قطاع البنوك على رضا العملاء وتحليل تأثير الاتجاهات المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء على مدى رضاهم عن رقمنة المعاملات المصرفية في البنوك.

مشكلة الدراسة

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، أصبح التحول الرقمي خياراً استراتيجياً للمنظمات الساعية إلى تطوير عملياتها وتحقيق الكفاءة، فالتحول الرقمي هو عملية تغيير يتم فيه استخدام التكنولوجيا الرقمية لتحسين العمليات وتغيير نمط الأعمال التقليدي للشركات والمؤسسات. وانعكاساً لهذا التوجه العالمي تشهد البنوك التقليدية عمليات تحول رقمي كبيرة من أجل تلبية احتياجات العملاء الجدد والحاليين،

الذين يتطلعون إلى تجربة مصرفية أكثر تخصيصاً من خلال القنوات الرقمية. ويُعد بنك الرياض من البنوك السعودية التي تبنت التحول الرقمي، من خلال تطوير معاملاته المصرفية عبر التطبيقات والقنوات الإلكترونية الحديثة، بهدف رفع الكفاءة وتلبية تطلعات العملاء، وذلك عبر رقمنة المعاملات التي تُعد من أبرز مظاهر التحول في القطاع المصرفي. ومع ذلك، لا يحظى هذا التحول الرقمي بقبول متساوٍ من جميع العملاء؛ فبين تفاوت مستويات المعرفة بكيفية استخدام هذه المعاملات، واختلاف درجة التقبل لها، ووجود بعض التخوف من التعامل معها مقارنة بالمعاملات التقليدية، وهنا تبرز الإشكالية البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى تناولها، وهي: ما مدى تأثير رقمنة المعاملات في بنك الرياض على رضا العملاء، في ظل تفاوت درجة تقبلهم ومعرفتهم بكيفية التعامل مع هذه المعاملات، ووجود تخوف لدى بعضهم من استخدامها، مقارنة بالمعاملات التقليدية مما ينعكس على مستوى رضا العملاء .

أهمية الدراسة:

1. تنطلق أهمية الدراسة من أهمية موضوعها حيث تسلط الضوء على تأثير رقمنة المعاملات المصرفية في قطاع البنوك على رضا العملاء
2. يمكن أن تمثل الدراسة إضافة علمية للمكتبة الإعلامية في المملكة العربية السعودية والعالم العربي في مجال تكنولوجيا المعلومات ورقمنة المعاملات
3. من المتوقع ان تقدم الدراسة توصيات لقطاع البنوك تتعلق بمدى تأثير رقمنة المعاملات على رضا العملاء.
4. قد تساعد نتائج الدراسة في تقييم فاعلية الخدمات الرقمية في قطاع البنوك من حيث سهولة الاستخدام والسرعة والامان وتوافر الخدمة مما قد يوفر رؤى للبنوك لتحسين خدمات العملاء وتعزيز ثقتهم

• أهداف الدراسة:

تتمثل اهداف الدراسة في:

1. الوقوف على مستوى تعامل العملاء مع رقمنة المعاملات في قطاع البنوك.
2. التأثيرات السلبية والإيجابية لرقمنة المعاملات في قطاع البنوك على رضا العملاء
3. تحليل تأثير الاتجاهات المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء على مدى رضاهم عن رقمنة المعاملات في قطاع البنوك .
4. معرفة مقترحات العملاء حول رقمنة المعاملات في قطاع البنوك

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

1. ما مستوى تعامل العملاء مع رقمنة المعاملات في قطاع البنوك؟
2. ما التأثيرات السلبية والإيجابية لرقمنة المعاملات في قطاع البنوك على رضا العملاء؟
3. ما مدى تأثير الاتجاهات المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء على مدى رضاهم عن رقمته المعاملات في قطاع البنوك ؟
4. ما اقتراحات عملاء البنوك حول رقمنة المعاملات؟

فروض الدراسة:

1. توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين رقمنة المعاملات في بنك الرياض ومستوى رضا العملاء.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء ومستوى رضاهم عن رقمنة المعاملات المصرفية في قطاع البنوك.
3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى رضا العملاء عن رقمته المعاملات في بنك الرياض تبعاً لاختلاف الفئات العمرية والنوع .
4. توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين عملاء بنك الرياض في تقبلهم لرقمنة المعاملات وفقاً لمتغير النوع والعمر.
5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد بنك الرياض على المعاملات الرقمية، وبين تفضيل العملاء لاستخدام هذه المعاملات بدلاً من المعاملات التقليدية.

الدراسات السابقة :

من أجل دعم الدراسة الحالية والإحاطة بمختلف أبعاد موضوعها، تم الرجوع إلى عدد من الدراسات السابقة ذات الصلة، والتي أسهمت في تقديم رؤى مختلفة حول التحول الرقمي، ورقمنة المعاملات، ورضا العملاء في القطاع المصرفي. وفيما يلي عرض لأبرز هذه الدراسات.

- 1- دراسة بير اتا بوديل ولاكسمان كانديل (2025)، بعنوان: "رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك النيبالية - نيبال": ركزت الدراسة على تحليل العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا العملاء في القطاع المصرفي النيبالي. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي مع استخدام تقنية أخذ العينات غير الاحتمالية (العينات الملائمة)، وتم توزيع استبانة يدوية على 206 عملاء من بنوك مختلفة. وتمحورت الدراسة حول أبعاد جودة الخدمة مثل الموثوقية، والاستجابة، والضممان، والتعاطف، مؤكدة أن هذه العوامل لها تأثير كبير في رفع مستوى رضا العملاء. لخصت النتائج إلى أن الاهتمام بهذه الأبعاد يساعد البنوك في تعزيز رضا العملاء وولائهم. (بيراتا بوديل ولاكسمان كانديل، 2025، رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك النيبالية)
- 2- دراسة تيجاشويني وتارونا (2024)، بعنوان: "رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية للبنوك في مدينة دافانجير - الهند": هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستويات رضا العملاء تجاه الخدمات المصرفية الرقمية وتحديد أسباب تفضيل العملاء لهذه الخدمات. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي مع استبانة إلكترونية تم توزيعها على عينة عشوائية بسيطة شملت 100 عميل. ركزت الدراسة على عوامل مثل السرعة، سهولة الاستخدام، الوصول للخدمات الرقمية، ومدى الثقة في الخدمات الإلكترونية. (تيجاشويني وتارونا، 2024، رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية للبنوك في مدينة دافانجير)
- 3- دراسة أحمد محمد علي وآخرون - الطاهر (2024) بعنوان تأثير أتمتة الخدمات المصرفية على رضا العملاء وولائهم للبنوك التجارية - بنك أم درمان الوطني أنموذجاً تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير أتمتة الخدمات المصرفية على رضا العملاء وولائهم في البنوك التجارية، مع التركيز على بنك أم درمان الوطني في السودان كذلك تحديد العوامل التي تؤثر على رضا العملاء وولائهم نتيجة لاستخدام الأتمتة المصرفية، مثل جودة الخدمة ومستوى الأمان وقد تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث تم توزيع استبانات على عينة بلغت 83 عميلاً من عملاء بنك أم درمان الوطني وأوضح أن النتائج بوجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لأتمتة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك أم درمان الوطني وأوضح أن لأتمتة لها تأثير إيجابي على ولاء العملاء، حيث وجد أن العملاء الذين يستخدمون الخدمات المصرفية المؤتمتة أكثر ولاءً للبنك مقارنة بالعملاء الذين يعتمدون على الخدمات التقليدية. كذلك تم تحديد عدة عوامل مؤثرة على رضا العملاء وولائهم، مثل جودة الخدمة، مستوى الأمان، وسهولة الاستخدام وأوصت الدراسة بتحسين الأتمتة في البنوك السودانية. (أحمد محمد علي وآخرون - الطاهر، 2024، تأثير أتمتة الخدمات المصرفية على رضا العملاء وولائهم للبنوك التجارية بنك أم درمان الوطني)
- 4- دراسة خضراوي محمد (2024) بعنوان أثر أبعاد التحول الرقمي على إدارة العلاقات مع العملاء مع العملاء تناولت الدراسة تأثير أبعاد التحول الرقمي على إدارة العلاقات مع العملاء مع التركيز على كيفية تأثير تبني التقنيات الرقمية على تعزيز تجربة العملاء، تحسين التفاعل معهم، وزيادة كفاءة إدارة العلاقات في المؤسسات، اعتمد الباحثان على المنهج الاستنباطي وأيضاً المنهج الوصفي والتحليلي من خلال الدراسة الميدانية للمجتمع في (الشركة المصرية للاتصالات) عدد العينة 400 شخص من عملاء الشركة. نتائج الدراسة تشير إلى أن الفروق ذات الدلالة الإحصائية كانت لصالح عملاء أقاليم الصعيد، بمعنى آخر أن العملاء المقيمين بأقاليم الصعيد لديهم ادراك أفضل لأثر أبعاد التحول الرقمي على إدارة العلاقات مع العملاء مقارنة بعملاء إقليم القاهرة الكبرى. (خضراوي محمد، 2024، أثر أبعاد التحول الرقمي على إدارة العلاقات مع العملاء)
- 5- دراسة إبراهيم رشا (2024) بعنوان: دور التطبيقات المصرفية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وتحقيق رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم استهدفت الدراسة تحليل دور التطبيقات المصرفية الرقمية وكيفية تأثير هذه التطبيقات على تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم عن الخدمة المصرفية، مقارنة أداء التطبيقات المصرفية الرقمية في البنوك الحكومية وخاصة في مصر. استخدمت الباحثتان المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات تم توزيعها على عينة مكونة من 400 شخص ابرز النتائج اثبتت الدراسة ان التطبيقات المصرفية الرقمية تسهم بشكل كبير في تحسين تجربة العملاء من خلال توفير خدمات مصرفية سهلة وسريعة. أظهرت النتائج ان استخدام التطبيقات المصرفية الرقمية يؤدي إلى زيادة رضا العملاء عن الخدمات المقدمة لهم، أشارت الدراسة إلى وجود فروق في مستوى رضا العملاء بين البنوك الحكومية والخاصة حيث ان البنوك الخاصة أكثر قدرة على تلبية احتياجات العملاء الرقمية تشير هذه النتائج إلى ان التطبيقات المصرفية الرقمية تلعب دوراً مهماً في تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم عن الخدمات المقدمة، وذلك من خلال تقديم محتوى متنوع وجذاب يتناسب مع احتياجات وتفضيلات المستخدمين. (د. رشا إبراهيم، 2024، دور التطبيقات المصرفية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وتحقيق رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم)

- 6- دراسة **بوحامي حسين (2023)** بعنوان : دور الرقمنة في تسهيل العمليات المالية هدفنا الدراسة إلى تحليل دور الرقمنة في تحسين العمليات المالية داخل مؤسسة بريد الجزائر, دراسة تأثير البطاقة الذهبية على سرعة وكفاءة تنفيذ المعاملات المالية, تقييم مستوى الأمان والشفافية والمصداقية في استخدام الوسائل الرقمية للمعاملات المالية, قياس مدى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية المقدمة من خلال البطاقة الذهبية, تحديد أهم التحديات والمعوقات التي قد تواجه رقمنة العمليات المالية واقتراح حلول لمعالجتها, تقديم توصيات لتعزيز استخدام الرقمنة في تحسين الخدمات المالية داخل مؤسسة بريد الجزائر. اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي والتحليلي مستخدماً الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تم توزيع استبيانات على عينة مكونة من 100 شخص من عملاء يستخدمون البطاقة الذهبية. ابرز النتائج أظهرت الدراسة ان البطاقة الذهبية تساهم بشكل كبير في تسريع العمليات المالية وتقليل الوقت المستغرق مقارنة بالمعاملات التقليدية , كانت هناك زيادة ملحوظة في رضا العملاء حول جودة الخدمات الرقمية المقدمة عبر البطاقات الذهبية , تمكن العملاء من الوصول بسهولة الى الخدمات المالية في أي وقت ومن أي مكان , مما يساهم في تسهيل الحياة اليومية للمستخدمين .(بوحامي حسين وآخرون ،2023، دور الرقمنة في تسهيل العمليات المالية)
- 7- دراسة **العازمي فهد (2022)** بعنوان : دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين فيما قد هدفت الدراسة الى توصيف أبعاد التحول الرقمي وجودة الخدمات: تسعى الدراسة إلى تحديد وتوضيح الأبعاد المختلفة للتحول الرقمي وجودة الخدمات المقدمة للمواطنين, تحديد العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات: تهدف إلى دراسة نوع وقوة العلاقة بين أبعاد التحول الرقمي وجودة الخدمات المقدمة للمواطنين, تقديم توصيات لتحسين جودة الخدمات: استناداً إلى النتائج المستخلصة, تهدف الدراسة إلى تقديم توصيات تهدف إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين من خلال تبني استراتيجيات التحول الرقمي.اعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تم توزيعها على عينة عشوائية مكونة من 340 مواطناً في دولة الكويت . توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تحسين الكفاءة والسرعة: أدى التحول الرقمي إلى تسريع الإجراءات وتقليل الوقت المستغرق في تقديم الخدمات للمواطنين, زيادة رضا المواطنين: لاحظ الباحثان تحسناً في رضا المواطنين عن جودة الخدمات المقدمة بعد تبني التحول الرقمي , تعزيز الشفافية والمصداقية: ساهم التحول الرقمي في زيادة الشفافية والمصداقية في تقديم الخدمات, مما عزز ثقة المواطنين في المؤسسات الحكومية.(العازمي فهد، 2022، دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين)
- 8- دراسة **المطيري فهد (2022)** بعنوان : اثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية ستهدف الدراسة إلى تحديد أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية: تحديد الأبعاد الرئيسية لجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية, مثل سهولة الاستخدام, توفير الوقت, السرية, والأمان , قياس تأثير هذه الأبعاد على رضا العملاء: تحليل كيفية تأثير كل بعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية ,تقديم توصيات لتحسين جودة الخدمات .اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات تم توزيعها على 380 عميلاً من عملاء البنوك الإسلامية السعودية . من أبرز النتائج أثبتت الدراسة أن أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية, مثل سهولة الاستخدام, توفير الوقت, السرية, والأمان, لها تأثير إيجابي على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية , تبين أن الأمان والسرية هما من العوامل الأكثر تأثيراً في رضا العملاء, حيث يولي العملاء أهمية كبيرة لحماية معلوماتهم الشخصية والمالية , وظهرت الدراسة ان سهولة استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وتوفير الوقت لهما دور كبير في زيادة رضا العملاء, مما يعكس أهمية تصميم واجهات مستخدم سهلة الاستخدام وتوفير خدمات سريعة وفعالة.(المطيري فهد، 2022، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية)
- 9- دراسة **سعيد سالي (2021)** بعنوان : اثر استخدام الخدمات الالكترونية للبنوك العامة في مصر في ظل التحول الرقمي على تحقيق رضا وولاء عملائها تناولت الدراسة تحليل تأثير التسوق الالكتروني على رضا العملاء وولائهم : سعت الدراسة الى فهم كيفية استخدام البنوك المحلية والأجنبية العاملة في مصر للتسوق الالكتروني عبر الانترنت لترويج خدماتها المصرفية الالكترونية ,وتأثير ذلك على رضا العملاء وولائهم , استكشاف الأساليب التسويقية المستخدمة: تهدف الى التعرف على الأساليب التسويقية التي تعتمدها البنوك عبر مواقعها الالكترونية وتطبيقات الهواتف الذكية لتقديم خدماتها المصرفية, دراسة تأثير المتغيرات على رضا العميل : كما سعت الى بحث تأثير مجموعة من المتغيرات على رضا العملاء نجاح الخدمات المقدمة وولائهم للبنك اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة التي وزعت على عينة من العملاء , بالإضافة الى اجراء مقابلات شخصية مع العاملين في البنوك استهدفت الدراسة فروع البنوك في محافظة المنوفية , حيث بلغ عدد الفروع 29 فرعاً وشملت عدد العينة 734 شخص أظهرت النتائج وجود تباين في مستوى رضا العملاء بين البنوك التجارية المصرية

التابعة للقطاع العام، مثل البنك الأهلي المصري، وبنوك القطاع الخاص كما اشارت الى ان استخدام التسويق الالكتروني عبر الانترنت يسهم بشكل ملحوظ في تعزيز رضا العملاء وولائهم خاصة في تقديم خدمات مصرفية الكترونية متطورة وسهلة الاستخدام. (سعيد سالي، 2021، اثر استخدام الخدمات الالكترونية للبنوك العامة في مصر في ظل التحول الرقمي على تحقيق رضا ولاء عملائها)

10- دراسة عبدالفتاح نورا (2021) بعنوان: رقمنة الخدمات المصرفية وفعاليتها - دراسة ميدانية وتناولت الدراسة كيفية تأثير رقمنة الخدمات المصرفية على الفعالية الاجتماعية في البنوك الحكومية المصرية تحديد أهم الخدمات البنكية المرقمنة التي أثبتت فعاليتها، مثل سهولة الوصول إلى الحساب الشخصي، إجراء المعاملات البنكية، وتحويل الأموال، تحديد التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية، مثل عدم توفر البنية التحتية اللازمة للتحول الرقمي، نقص الوعي التكنولوجي، وندرة الخبرات، تقديم توصيات لتحسين فعالية رقمنة الخدمات المصرفية، مثل ضرورة وجود تطبيقات إلكترونية لتأمين العمليات المصرفية، مراقبة مؤشرات أداء العمليات الرقمية، وزيادة القدرة التثقيفية المالية للعملاء لإدارة الحساب البنكي إلكترونياً في ظل تزايد المخاطر المستحدثة. اعتمدت الباحثتان على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات تم توزيعها على عينة من العملاء في البنوك الحكومية المصرية تتمثل في ابرز النتائج تحديد اهم الخدمات البنكية المرقمنة التي اثبتت فعاليتها مثل سهولة الوصول الى الحساب الشخصي وتحويل الأموال، تحديد التحديات التي تواجه رقمنة الخدمات المصرفية مثل عدم توفير البنية التحتية اللازمة للتحول الرقمي ونقص الوعي التكنولوجي وندرة الخبرات. (عبدالفتاح نورا، 2021، رقمنة الخدمات المصرفية وفعاليتها الاجتماعية دراسة ميدانية)

11- دراسة عبدالفتاح ممدوح (2021) بعنوان: العوامل المؤثرة والمعيقة لتبني العملاء للخدمات المصرفية الالكترونية سعت الدراسة الى التعرف على العوامل التي تؤثر وتعيق تبني العملاء للخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف السعودية والمصرية، بالإضافة الى دراسة تأثير العوامل الديموغرافية على هذا التبني اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي مستخدما الاستبانة لجمع البيانات تم توزيع 384 استبانة على عملاء المصارف في السعودية ومصر واستخدم 350 استبانة للتحليل الاحصائي مما يمثل نسبة استجابة بلغت 91% ابرز النتائج وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لعوامل مثل السن، المهنة، الدخل الشهري، والمستوى التعليمي على تبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية، جود تأثير ذو دلالة إحصائية لعوامل مثل الإتاحة، الدور التوعوي للمصرف، سرعة تنفيذ التعاملات، تكلفة الخدمة، الفوائد المدركة، الثقة، سهولة الاستخدام، السرية، الأمن، والقدرة الذاتية على تبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية، عدم وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لعوامل مثل النوع والحالة الاجتماعية في تبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية. (عبدالفتاح ممدوح، 2021، العوامل المؤثرة والمعيقة لتبني العملاء للخدمات المصرفية الالكترونية)

12- دراسة عبيد شاهر (2021) بعنوان: أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني سعت الدراسة الى استكشاف تأثير جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني في مدينة جنين، وذلك من وجهة نظر العملاء انفسهم، اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي الارتباطي حيث تم تصميم استبانة وزعت على عينة مكونة من 376 عميلاً للبنك، ثم أظهرت النتائج ان مستوى توافر هذه الأبعاد في البنك كان متوسطاً وتبين ان درجة رضا العملاء كانت كبيرة وان درجة التزام العملاء كانت متوسطة، وجدت الدراسة علاقة خطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية ورضا العملاء. (عبيد شاهر، 2021، أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني)

13- دراسة عبدالستار خالد (2017) بعنوان: قياس مدى رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية بالتطبيق على بعض البنوك المصرية هدفت الدراسة إلى قياس مدى رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة من بعض البنوك التجارية العامة (البنك الأهلي المصري وبنك مصر وبنك الإسكندرية وبنك باركليز) في محافظتي القاهرة والفيوم وتقييم مستوى رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل بعض البنوك التجارية في مصر واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري بينما استخدم استبانة لجمع البيانات من عينة مكونة من 384 عميلاً في البنوك المذكورة توصلت الدراسة الى وجود فروق ذات دلالة إحصائية على الابعاد التالية: الملموسية بمتوسط 1.6748، الاعتمادية بمتوسط 1.8622، الاستجابة بمتوسط 1.9782، لأمان بمتوسط 1.7912. (عبدالستار خالد، 2017، قياس مدى رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية بالتطبيق على بعض البنوك المصرية).

التعليق على الدراسات السابقة:

أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة: تتفق الدراسة الحالية مع معظم الدراسات السابقة في التأكيد على أثر الرقمنة وأتمتة الخدمات المصرفية على تحسين رضا العملاء وولائهم، مثل دراسة إبراهيم رشا (2024) ودراسة بوحامي حسين (2023) التي ركزت على

تحليل تأثير الخدمات الرقمية على رضا العملاء في البنوك . واتفقت مع دراسة عبدالفتاح نورا (2021) التي أوضحت كيف يمكن للرقمنة أن تعزز الفعالية التشغيلية للبنوك، وتحسين جودة الخدمة من خلال تبسيط الإجراءات الرقمية. حيث تتوافق الدراسة أيضًا مع دراسة المطيري فهد (2022) التي أشارت إلى تأثير جودة الخدمات المصرفية الرقمية على رضا العملاء، مثل سهولة الاستخدام، توفير الوقت، والسرية والأمان. كما أنها اتفقت مع دراسة الطاهر أحمد محمد علي وآخرون (2024) أن أتمتة الخدمات المصرفية في بنك أم درمان الوطني كان لها تأثير إيجابي على رضا العملاء وولائهم، كذلك ركزت دراسة تيجاشويني وتارونا (2024) ودراسة بيراتا بوديل ولاكسمان كانديل (2025) على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية وهو ما يتماشى مع فرضيات الدراسة الحالية التي تربط بين الأتمتة المصرفية وتحسين تجربة العملاء في بنك الرياض.

أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة: تختلف الدراسة الحالية عن بعض الدراسات السابقة من حيث نطاق المنطقة، حيث تركز على بنك الرياض في المملكة العربية السعودية – محافظة الأحساء -، في حين أن الدراسات الأخرى تناولت بنوكًا في الكويت، الهند، نيبال، مصر، الجزائر، والسودان مثل دراسة بوحامي حسين (2023) ودراسة الطاهر أحمد محمد علي وآخرون (2024) ودراسة العازمي فهد (2022) ودراسة بيراتا بوديل ولاكسمان كانديل (2025)، ودراسة تيجاشويني وتارونا (2023)،

من حيث المنهجية، اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج المسحي الإعلامي، في حين استخدمت الدراسات الأخرى مناهج مختلفة، أبرزها المنهج الوصفي التحليلي كما في دراسة أحمد محمد (2023)، بوحامي حسين (2023)، ودراسة رشا إبراهيم (2024)، ودراسة العازمي فهد (2022)، وإلياس وبروي (2023)، أو المنهج الاستنباطي التحليلي كما في دراسة خضراوي محمد (2024) كما أن بعض الدراسات الأخرى، مثل عبدالفتاح نورا (2021)، اتجهت نحو تحليل نظم المعلومات ودور البنية التحتية الرقمية، وهو توجه يختلف عن التركيز الإعلامي والاتصالي للدراسة الحالية. في المقابل، اكتفت الدراسة الهندية (2023) بالتحليل الإحصائي الوصفي دون اختبار علاقات سببية، في حين ركزت الدراسة النيبالية (2025) على تحليل العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء باستخدام اختبارات الارتباط والانحدار، أما دراسة سالي سعيد حسن (2021) فقد جمعت بين أدوات متعددة: الاستبيان، المقابلات، وتحليل محتوى المواقع الإلكترونية للبنوك، مما يجعلها أكثر تنوعًا من حيث أدوات جمع البيانات مقارنة بالدراسة الحالية التي اعتمدت على أداة واحدة فقط. أما من حيث محور التركيز، فقد تناولت بعض الدراسات أثر الرقمنة على جودة الخدمة أو إدارة العلاقات مع العملاء، مثل خضراوي محمد (2024) والعازمي فهد (2022) في حين ركزت دراسات أخرى، مثل إلياس وبروي (2023)، على العلاقة بين الرقمنة والربحية أو الأداء المالي للبنك، وهو ما لا تغطيه الدراسة الحالية، التي تركز حصريًا على رضا العملاء في سياق تعاملهم مع المعاملات المصرفية الرقمية، وبشكل خاص في ظل تفاوت تقبلهم، ومعرفة، وتخوفهم من استخدام هذه الخدمات مقارنة بالتقليدية، كما أن دراسة سالي سعيد حسن (2021) تناولت رضا العملاء من زاوية سلوكية، لكنها اعتمدت إطارًا نظريًا مغايرًا، وهو نموذج UTAUT2، الذي يركز على نوايا الاستخدام المستقبلية والعوامل النفسية المحفزة له، في حين ركزت الدراسة الحالية على التفاعل الفعلي مع المعاملات الرقمية وقياس الرضا بناءً على التجربة الواقعية، دون تبني نموذج سلوكي نظري محدد. مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية: ساعدت دراسة إبراهيم رشا (2024) ودراسة بوحامي حسين (2023) ودراسة بيراتا بوديل ولاكسمان كانديل (2025) كذلك دراسة تيجاشويني وتارونا (2023)، في تشكيل أساس نظري متين حول العلاقة بين رقمنة الخدمات المصرفية ورضا العملاء، مما دعم الدراسة الحالية في صياغة فرضياتها البحثية. وأما دراسة المطيري فهد (2022) ودراسة سالي سعيد (2021) فقد أثبتت أن رضا العملاء يعتمد على سهولة الاستخدام، السرعة، والأمان، وهي عوامل أساسية تمت دراستها في البحث الحالي. وحيث ركزت الدراسة، دراسة الطاهر أحمد محمد علي وآخرون (2024)، على أثر الأتمتة في تحسين رضا العملاء في البنوك العربية، مع اختلاف السياق الجغرافي (السعودية مقابل السودان). كما قدمت دراسة عبدالفتاح نورا (2021) تحليلًا عن كيفية تطور الرقمنة المصرفية باستخدام الذكاء الاصطناعي والتقنيات المالية الحديثة، وهو ما يساعد الدراسة الحالية على فهم التطورات الجديدة في القطاع المصرفي. فيما تناولت دراسة عبدالفتاح ممدوح (2021) التحديات المرتبطة برقمنة الخدمات المصرفية، مثل عدم توافر البنية التحتية الرقمية الكافية، وضعف الوعي التكنولوجي لدى بعض العملاء، مما يساعد في اقتراح حلول للدراسة الحالية. وقد استفادت الدراسة الحالية من دراسة الطاهر أحمد محمد علي وآخرون (2024) في اعتماد الاستبيانات كأداة أساسية لجمع البيانات. ساهمت النتائج التي توصلت إليها دراسة سعيد سالي (2021) في تسليط الضوء على العوائق السلوكية التي قد تحد من استفادة العملاء من الخدمات الرقمية، مما شكّل دافعًا مهمًا لتناول تفاوت المعرفة وتقبل العملاء كأحد محاور الدراسة الحالية. المجالات التي تميز الدراسة الحالية: على عكس بعض الدراسات السابقة، تركز الدراسة الحالية على تحليل تأثير العوامل الوجدانية، المعرفية، والسلوكية للعملاء على رضاهم عن رقمنة المعاملات

المصرفية، وهي زاوية جديدة تتيح فهماً أعمق لسلوك العملاء الرقميين، تهتم الدراسة بتحليل التفاوت في تأثير الرقمنة بناءً على العوامل الديموغرافية للعملاء، وهو أمر لم تتناوله معظم الدراسات السابقة بشكل تفصيلي، تقدم الدراسة رؤية ميدانية تحليلية خاصة بالسوق السعودي، مما يوفر فهماً محلياً أكثر دقة مقارنة بالدراسات التي ركزت على مناطق أخرى مثل مصر أو الجزائر.

• مصطلحات الدراسة:

الرقمنة اصطلاحياً: يشير مصطلح الرقمنة (Digitization) بإيجاز إلى عملية تمثيل الأشياء المادية أو السمات بسلسلة رقمية من "البتات" و"البايتات" Bits & Bytes، لمعالجتها بالخوارزميات الحاسوبية بسهولة وفاعلية، وبالتالي فهي عملية فنية تشير إلى اللغة التي تستعملها الأجهزة لتحويل جميع البيانات والمعلومات إلى رموز ثنائية تتكون من سلسلة تحتوي على الرقم (صفر) والرقم (واحد)، ثم تقوم بفك الرموز مرة ثانية وتحويلها إلى البيانات والمعلومات التي تظهر على شاشات الحاسبات الإلكترونية والهواتف الذكية، مما يحقق ميزة سرعات انتقال المعلومات في شبكات المعلومات.

الرقمنة إجرائياً: يتم قياسها في هذه الدراسة بنسبة العمليات التي يجريها العملاء عبر التطبيقات المصرفية، المواقع الإلكترونية، وأجهزة الصراف الآلي الرقمية. (موقع بكة الإلكتروني، يناير 2025، الرقمنة Digitization أهدافها وأنواعها ومراحلها ومجالاتها وإيجابياتها وسلبياتها.)

رقمنة المعاملات اصطلاحياً: تعني تحويل العمليات والإجراءات المالية والإدارية والتجارية من الشكل التقليدي الورقي أو اليدوي إلى شكل إلكتروني يعتمد على التقنيات الرقمية. يهدف هذا التحول إلى تحسين الكفاءة، وتقليل الأخطاء، وتسريع تنفيذ المعاملات، بالإضافة إلى تعزيز الأمان والشفافية في العمليات المختلفة. تشمل رقمنة المعاملات مجالات مثل الدفع الإلكتروني، العقود الذكية، الأنظمة المصرفية رقمية، التوقيع الإلكتروني، وإدارة البيانات عبر الحوسبة السحابية والبلوك تشين. (رقمنة الخدمات المالية ودورها في الشمول المالي – دراسة حالة بريد الجزائر) رقمنة المعاملات إجرائياً:

تعني استخدام نظام إلكتروني يسمح للمستخدمين بإتمام معاملاتهم المصرفية عبر الإنترنت من خلال تسجيل الدخول إلى منصة رسمية، إدخال بياناتهم، وإجراء العمليات المطلوبة دون الحاجة إلى وثائق ورقية.

رضا العملاء اصطلاحياً:

يُعرف بأن: "الشعور الناتج عن مقارنة توقعات العملاء مع تجربتهم الفعلية مع الخدمة المقدمة" (Nikmah, & Romadhoni, 2023, 186)، ويعبر "رضا العملاء عن مدى تلبية المنتجات أو الخدمات لاحتياجات وتوقعات العملاء، ويعتبر مؤشراً رئيسياً لنجاح الأعمال (سليمان وآخرون، 2020، 561) كما يُعرف رضا العملاء بأنه: تقييم العملاء لتجربتهم مع منتج أو خدمة، والذي يتأثر بعوامل مثل: الجودة السعر، والدعم الفني. (زهراء رهدون وآخرون، 2015، الخدمات البنكية الإلكترونية كآلية لتحقيق رضا العملاء، جامعة 08 ماي 1945 قالمة). رضا العملاء إجرائياً: مستوى الرضا الذي يشعر به العملاء تجاه الخدمات المصرفية المقدمة من بنك الرياض، والذي يتم قياسه من خلال تقييماتهم لتجارهم مع الأتمتة وجودة الخدمة وسرعة الاستجابة. (زهراء رهدون وآخرون، 2015، الخدمات البنكية الإلكترونية كآلية لتحقيق رضا العملاء، جامعة 08 ماي 1945 قالمة.)

رضا العملاء هو مؤشر يُستخدم لقياس مدى رضا العميل عن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة. يُعبر هذا المؤشر عن مدى تلبية توقعات العميل، ويكشف بشكل مباشر عن مدى نجاحه في تقديم تجربة إيجابية تستحق العودة أو التوصية بها. ويُعرف رضا العملاء (Customer Satisfaction) بأنه تقييم شخصي من العميل، ينبع من تجربته الكاملة مع العلامة التجارية، بدءاً من مرحلة الاكتشاف، مروراً باستخدام المنتج أو الخدمة، وصولاً إلى الدعم والتواصل بعد البيع. (الدليل الشامل لقياس رضا العملاء وتحسينه: أدوات وتقنيات 2025)

بنك الرياض اصطلاحياً: بنك الرياض هو أحد أكبر المؤسسات المالية في المملكة العربية السعودية والشرق الأوسط ويقدم مجموعة متكاملة من الخدمات المصرفية والاستثمارية للأفراد والشركات. (موقع بنك الرياض، فبراير 2025)

الإطار النظري للدراسة

نظرية التحول الرقمي: يقصد بنظرية التحول الرقمي بأنها نظرية تناقش التأثير الذي يسهم في إحداثه التطور التكنولوجي والتقنيات الرقمية على المجتمعات والاقتصادات، حيث تشير هذه النظرية إلى أن التحول الرقمي يمثل تغييراً هيكلياً في الطريقة التي يتم فيها إنتاج وتبادل البيانات، إذ تهدف هذه النظرية إلى فهم تأثير التكنولوجيا الرقمية على المجتمعات والاقتصادات وتوجيه الاستراتيجيات والسياسات للاستفادة من فوائدها والتعامل مع التحديات المرتبطة به (بن طراد وبووزة 2020) وهو التغير المرتبط والمتعلق بتطبيق التكنولوجيا الرقمية في جميع المجالات الاجتماعية الإنسانية، ومن الأمثلة على ذلك الحوسبة السحابية، تلك التي تقلل الاعتماد بشكل كبير على الأجهزة المملوكة للمستخدم وبالتالي تزيد من الاعتماد على الخدمات السحابية القائمة على المشاركة، (المومي وعد، 2023، نظريات الإعلام الرقمي المعاصرة، مركز قاف للدراسات) كما يوصف التحول

الرقمي على أنه: "التأثير المجتمعي الكلي والإجمالي للرقمنة"، فقد أتاحت الرقمنة عملية التحول الرقمي، والتي أدت إلى وجود فرص لتحويل وتغيير نماذج الأعمال الموجودة، وأنماط الاستهلاك، والمنشآت الاجتماعية الاقتصادية والإجراءات القانونية والسياسية، والأنماط المؤسسية، والحوافز الثقافية (المومني وعد، 2023، نظريات الإعلام الرقمي المعاصرة، مركز قاف للدراسات، عمان، الأردن). نشأة نظرية التحول الرقمي: تعود جذور نظرية التحول الرقمي إلى أواخر القرن العشرين، حيث بدأت تظهر مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، خاصة مع انتشار الحواسيب والانترنت. لكن التحول الرقمي كظاهرة اجتماعية واقتصادية وتقنية بدأ يبرز بوضوح في أوائل القرن الحادي والعشرين، مدفوعاً بالتطورات السريعة في تقنيات الحوسبة السحابية، البيانات الضخمة، الذكاء الاصطناعي والانترنت. (المومني وعد، 2023، نظريات الإعلام الرقمي المعاصرة، مركز قاف للدراسات، عمان، الأردن). ابرز من ساهم في تطوير النظرية: كلاوس شواب: مؤسس المنتدى الاقتصادي العالمي، وقد ناقش في كتابه الثورة الصناعية الرابعة (2016) دور الرقمنة في تغيير المجتمعات الاقتصادية تطور النظرية: مرت نظرية التحول الرقمي بعدة مراحل رئيسية:

المرحلة الأولى (التسعينات – أوائل الألفية)

بدأت مع انتشار الانترنت واعتماد المؤسسات على تكنولوجيا المعلومات التركيز كان على رقمنة الوثائق، وامتت العمليات الإدارية مرحلة التوسع (2000-2010)

ظهور وسائل التواصل الاجتماعي، وانتشار الهواتف الذكية تزايد اعتماد الشركات على البيانات الضخمة والتحليلات

مرحلة الثورة الرقمية (2010-الآن)

التحول من مجرد رقمنة العمليات إلى تبني نماذج عمل جديدة بالكامل ظهور تقنيات مثل الحوسبة السحابية، الانترنت

منطلقات نظرية التحول الرقمي، تعتمد النظرية على عدة منطلقات أساسية، منها: (المومني وعد، 2023، نظريات الإعلام الرقمي المعاصرة، مركز قاف للدراسات، عمان، الأردن).

- 1- التكنولوجيا الرقمية قوة محركة للتغيير التحول الرقمي ليس مجرد تبني أدوات رقمية، بل هو تغيير جوهري في طريقة العمل والإنتاج والاستهلاك
 - 2- التكامل بين الإنسان والألة نجاح التحول الرقمي يعتمد على التفاعل بين الذكاء البشري والذكاء الاصطناعي وليس فقط على الاتمة
 - 3- الاعتماد على البيانات كأصل استراتيجي البيانات الضخمة وتحليلها أصبحت المحرك الرئيسي لاتخاذ القرارات في العصر الرقمي
 - 4- زيادة كفاءة العمليات وتحسين الأداء يسهم التحول الرقمي في تحسين سرعة العمليات وتقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية عبر الاتمة وتحليل البيانات الضخمة.
 - 5- التكامل بين التقنيات والقطاعات المختلفة التحول الرقمي ليس مقتصرًا على قطاع معين، بل يشمل جميع المجالات مثل التعليم، الصحة، الصناعة، والتمويل، حيث تتكامل التقنيات الرقمية مع العمليات التقليدية
- الفروض الأساسية لنظرية التحول الرقمي:

- 1- التحول الرقمي حتمي وليس اختياريًا، في ظل التغيرات المتسارعة، يصبح التحول الرقمي ضرورة وليس مجرد خيار لمن يريد البقاء في السوق.
- 2- التحول الرقمي عملية مستمرة وليست لحظية، لا يقتصر التحول الرقمي على تبني التكنولوجيا مرة واحدة، بل هو عملية ديناميكية تتطور باستمرار وفقًا للمتغيرات التكنولوجية والسوقية.
- 3- العائد على الاستثمار في التحول الرقمي أكبر من تكلفته على المدى الطويل رغم أن التحول الرقمي قد يتطلب استثمارات كبيرة في البداية، إلا أن الفوائد مثل زيادة الإنتاجية وتقليل التكاليف تجعل العائد أكبر على المدى الطويل.
- 4- التحول الرقمي يتطلب ثقافة تنظيمية جديدة نجاح التحول الرقمي لا يعتمد فقط على التكنولوجيا، بل يحتاج إلى تغيير ثقافي داخل المؤسسات، يشمل تدريب الموظفين وتعزيز الابتكار.

5- الذكاء الاصطناعي والتحليلات المتقدمة عنصران أساسيان في التحول الرقمي تعتمد عمليات التحول الرقمي الحديثة على البيانات الضخمة والتحليلات المتقدمة لتقديم رؤى دقيقة وتحسين اتخاذ القرارات

6- التحديات التنظيمية والقانونية تؤثر على نجاح التحول الرقمي تختلف بيئات التحول الرقمي باختلاف القوانين والتشريعات المتعلقة بالخصوصية وحماية البيانات، مما يؤثر على سرعة تبني الحلول الرقمية.

توظيف نظرية التحول الرقمي في الدراسة الحالية :

أن نظرية التحول الرقمي توفر إطاراً تحليلياً لفهم كيف تؤثر رقمنة المعاملات المصرفية على رضا العملاء، فالتحول الرقمي في البنوك يؤثر بشكل مباشر على تجربة العميل، من حيث الراحة، السرعة، والأمان، وهو ما تهدف الدراسة إلى قياسه فالتحول الرقمي ليس مجرد تحسين تدريجي، بل هو تغيير جذري في طريقة تقديم الخدمات المصرفية. تركز النظرية على كيفية تحويل العمليات التقليدية إلى عمليات رقمية متكاملة، وهو ما ينطبق على المعاملات البنكية الحديثة مثل: الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والتطبيقات الذكية والذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء. (القاري محمد علي، ، ص25)

نظرية مجتمع الشبكات :

نظرية مجتمع الشبكات هي إطار تحليلي يصف التحول الاجتماعي والاقتصادي والسياسي في المجتمعات الحديثة نتيجة انتشار التكنولوجيا الرقمية وشبكات الاتصال. تركز النظرية على كيفية تأثير الإنترنت والتكنولوجيا على العلاقات الاجتماعية، والمؤسسات الاقتصادية، والهيكل السياسي، والثقافات المحلية والعالمية. (عبدالفتاح نورا، 2021، ص7)

المجتمع الشبكي مقابل الهياكل التقليدية : يُنظر إلى المجتمع في هذه النظرية على أنه قائم على الشبكات بدلاً من الهياكل التقليدية الهرمية، حيث أصبحت الروابط والتفاعلات بين الأفراد والمؤسسات والشركات تعتمد على الاتصالات الرقمية أكثر من الاعتماد على الأنماط التقليدية للاتصال والتنظيم. وترتكز هذه الشبكات على تقنيات التواصل الحديثة.

الشبكات كبنية اجتماعية جديدة :

تُعد الشبكة عبارة عن مجموعة من العقد المتشابكة، وهي البنية الاجتماعية الجديدة لعصر المعلومات. تقوم هذه الشبكات ببناء ثقافة افتراضية ضمن تدفقات معلومات تتجاوز حدود الزمان والمكان. وتُعد "الشفرة" (Code) هي نقطة تقاطع الشبكة، إذ لا تمتلك الشبكات مركزاً ثابتاً، كما أن الشيفرات تختلف ارتباطاً بالشبكات. ومع ذلك، فإن هذه الشيفرات تزداد أهمية بقدرتها على امتصاص المزيد من المعلومات، مما يجعل الشبكات توطر الحياة الاجتماعية. دور الباحثان في تحليل الشبكات : حاول الباحثان المهتمون بدراسة الشبكات الاجتماعية فهم ديناميكيتها، ودورها في الحفاظ على التفاعلات الاجتماعية، وإنتاج المعنى العلائقي الاجتماعي، مما أدى إلى صياغة نظرية منهجية لشبكات الاتصال. وتخضع هذه الشبكات لمنطق تطوري يجعلها قادرة على استيعاب فاعلين ومحتويات جديدة ضمن سيروية التنظيم الاجتماعي. (الغزواني إدريس، 2020، مانويل كاستلز ومفهوم مجتمع الشبكات، منصة المنهل الإلكتروني <https://platform.almanhal.com/Files/2/230544>، مارس 2025) كفاءة الشبكات الحديثة : تتميز الشبكات بكونها الشكل التنظيمي الأكثر كفاءة في العصر الرقمي، نتيجة لثلاث سمات رئيسية أفادت من البيئة التكنولوجية الحديثة، وهي: المرونة، التدريجية، والقدرة على البقاء. رؤية كاستلز لمجتمع الشبكات : أكد مانويل كاستلز في كتابه عصر المعلومات على أن الاقتصاد العالمي بات يتميز بتدفق متبادل وكثيف للمعلومات، ورأس المال، والتواصل الثقافي (الغزواني، ٢٠٢٠: ١٤٥؛ Castells, 2004). ويشير كاستلز إلى أن مجتمع الشبكات يتميز بالشمولية، إذ يدمج ثقافات متعددة، ويعمل على بلورة أنظمة مؤسساتية متطورة ومختلفة (عبدالفتاح نورا، 2021، رقمنة الخدمات المصرفية وفعاليتها الاجتماعية دراسة ميدانية) نشأة نظرية مجتمع الشبكات: ظهرت نظرية مجتمع الشبكات في أواخر القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، حيث تبلورت مع التطور السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. كان التطور السريع للإنترنت، والاتصالات اللاسلكية، والشبكات الاجتماعية الرقمية دافعاً قوياً لفهم كيف تتحول المجتمعات إلى مجتمعات شبكية تعتمد على تدفق المعلومات والمعرفة بدلاً من الأنظمة التقليدية المعتمدة على البيروقراطية والصناعة فقط. يرجع الفضل في تأسيس نظرية مجتمع الشبكات إلى مانويل كاستلز (Manuel Castells)، عالم الاجتماع والاقتصاد الإسباني، الذي قدمها في كتابه الشهير "عصر المعلومات: الاقتصاد، المجتمع، والثقافة" (The Information Age: Economy, Society, and Culture)، الذي نُشر في ثلاثة أجزاء بين عامي 1996 و2000. (عبدالفتاح نورا، 2021، رقمنة الخدمات المصرفية وفعاليتها الاجتماعية دراسة ميدانية) كان كاستلز من أوائل المفكرين الذين حللوا تأثير التكنولوجيا الرقمية والإنترنت على البنية الاجتماعية، حيث رأى أن المجتمع التقليدي الصناعي يتحول تدريجياً إلى مجتمع يعتمد على تدفق المعلومات والمعرفة

ضمن شبكات مترابطة عالميًا. تطور نظرية مجتمع الشبكات: شهدت نظرية مجتمع الشبكات تطورًا كبيرًا بمرور الزمن، حيث تأثرت بعدة عوامل مثل:

- 1- ظهور الإنترنت وانتشاره الواسع: في البداية، ركزت النظرية على تأثير الحوسبة وشبكات الاتصال السلكية، لكن مع تطور الإنترنت، أصبحت الشبكات الرقمية عنصرًا أساسيًا في حياة الأفراد والمؤسسات.
- 2- صعود وسائل التواصل الاجتماعي: مع ظهور منصات مثل فيسبوك وتويتر وإنستغرام، توسعت النظرية لتشمل كيفية إعادة تشكيل العلاقات الاجتماعية والسياسية من خلال التفاعل الرقمي.
- 3- الثورة في البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي: مع تطور تقنيات تحليل البيانات والذكاء الاصطناعي، أصبحت المجتمعات الشبكية تعتمد على معالجة وتحليل كميات هائلة من البيانات لتحسين العمليات الاقتصادية والإدارية.
- 4- اللامركزية والتحول في السلطة: كانت الأنظمة التقليدية تسيطر على وسائل الإعلام والمعلومات، لكن مجتمع الشبكات سمح للأفراد والجماعات الصغيرة بالمشاركة في نشر المعلومات والتأثير السياسي.
- 5- التأثيرات الاقتصادية: ظهرت مفاهيم جديدة مثل الاقتصاد الرقمي، والعمل عن بُعد، والشركات الناشئة القائمة على التكنولوجيا، مما جعل الشبكات الرقمية جزءًا أساسيًا من الاقتصاد العالمي. (25)

منطلقات نظرية مجتمع الشبكات:

- 1- المعلومات كعامل أساسي للإنتاج لم يعد رأس المال أو العمل اليدوي هو العنصر الأساسي للإنتاج، بل أصبحت المعلومات والمعرفة هي المحرك الرئيسي للنمو الاقتصادي والاجتماعي.
- 2- التواصل الرقمي يعيد تشكيل العلاقات الاجتماعية المجتمعات لم تعد تعتمد فقط على التفاعلات المباشرة، بل أصبحت التفاعلات عبر الإنترنت تحدد أنماط العلاقات الشخصية والمهنية.
- 3- الاقتصاد الشبكي بديلًا للاقتصاد التقليدي في مجتمع الشبكات، تعتمد المؤسسات الاقتصادية على الترابط العالمي عبر التكنولوجيا بدلاً من الهياكل الاقتصادية التقليدية.
- 4- السلطة والتحكم لم تعد مركزة بالكامل تراجعت السيطرة المركزية للدول والمؤسسات التقليدية مع انتشار الشبكات الرقمية، حيث أصبح للأفراد والمجتمعات الصغيرة دور أكبر في نشر المعلومات والتأثير في القرارات العامة.
- 5- التكنولوجيا تؤثر على الثقافة والهويات المحلية مع العولمة الرقمية، أصبحت الثقافات المحلية تتأثر بالثقافات العالمية، مما يؤدي إلى تحول في الهوية الوطنية والاجتماعية. ((عبد الفتاح نورا، 2021، رقمنة الخدمات المصرفية وفعاليتها الاجتماعية دراسة ميدانية)

الفروض الأساسية لنظرية مجتمع الشبكات:

- 1- التحول إلى مجتمع شبكي أمر حتمي مع تقدم التكنولوجيا، ستتحول جميع المجتمعات تدريجيًا إلى مجتمعات تعتمد على الشبكات الرقمية كمصدر رئيسي للتواصل والتنظيم الاقتصادي والاجتماعي.
- 2- الشبكات الرقمية تعيد تعريف السلطة والهيمنة بدلاً من الاعتماد على السلطات التقليدية، أصبح النفوذ قائمًا على القدرة على التحكم في تدفق المعلومات داخل الشبكات.
- 3- عدم المساواة الرقمية تؤثر على المجتمعات رغم فوائد مجتمع الشبكات، إلا أن التفاوت في الوصول إلى التكنولوجيا الرقمية يؤدي إلى تفاقم الفجوات الاجتماعية والاقتصادية بين الأفراد والمجتمعات.
- 4- التفاعلات الرقمية تُغير طبيعة العمل لم يعد العمل مقيدًا بالمكاتب التقليدية، بل أصبح يعتمد على شبكات العمل عن بُعد والتعاون عبر الإنترنت.
- 5- الثقافة أصبحت عابرة للحدود مع ازدياد التواصل الرقمي، لم تعد الثقافات مقتصرة على الحدود الجغرافية، بل أصبحت تتداخل وتتفاعل عالميًا. ((عبد الفتاح نورا، 2021، رقمنة الخدمات المصرفية وفعاليتها الاجتماعية دراسة ميدانية)

توظيف نظرية الشبكات في الدراسة الحالية:

يتجلى الرابط بين الدراسة الحالية ونظرية مجتمع الشبكات في تركيز الدراسة على رقمنة المعاملات في القطاع البنكي، وهي عملية مركزية في بناء بنى الشبكات الرقمية الحديثة. فانتقال البنوك من الخدمات التقليدية إلى الرقمية – مثل التحويلات عبر التطبيقات، فتح الحسابات عن بُعد، وخدمة العملاء الآلية – لا يُعد مجرد تحسين للكفاءة التشغيلية، بل يمثل إعادة تشكيل لطبيعة العلاقة بين المؤسسات المالية والعملاء، من

خلال اندماجهم في شبكة رقمية متصلة وديناميكية. من خلال هذه الشبكات، يصبح العميل جزءاً من بيئة تفاعلية تتسم بالاتصال الدائم، وسرعة الوصول، وتدفق المعلومات. وتُحلل الدراسة كيف أثر هذا التحول في تجربة العملاء ورضاهم وسلوكهم المصرفي، وهو ما يتسق مع رؤية مانويل كاستلز، التي تؤكد أن المؤسسات غير المندمجة في الشبكات الرقمية معرضة للعزلة وضعف التأثير. كما تؤكد نظرية مجتمع الشبكات أن القيمة في العصر الرقمي تُنتج من خلال تدفق المعلومات والتواصل الشبكي، وهو ما يتجسد في عمل البنوك الرقمية التي تعتمد على تحليل بيانات العملاء وتخصيص الخدمات تبعاً لأنماط استخدامهم. وتدعم الدراسة هذا التوجه من خلال مناقشة أثر الرقمنة على جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء. وعليه، تستند الدراسة إلى هذه النظرية لفهم الرقمنة بوصفها جزءاً من بنية اجتماعية واقتصادية رقمية شاملة، تُعيد تموضع البنوك كمؤسسات فاعلة داخل شبكة واسعة من التفاعلات الرقمية بين الأفراد والمؤسسات.

الإطار المعرفي للدراسة

الرقمنة:

يشير مصطلح الرقمنة Digitization إلى العملية التي يتم من خلالها تحويل البيانات والمعلومات الموجودة في ملفات ووثائق ورقية إلى شكل رقمي من أجل الحفاظ عليها وحمايتها، إذ يتم إنشاء وحدات منفصلة من البيانات تُسمى bits والتي يتم تنظيم المعلومات بها ثم معالجة تلك المعلومات بشكل منفصل في وحدات تسمى bytes. (الرقمنة Digitization أهدافها وأنواعها ومراحلها ومجالاتها وإيجابياتها وسلبياتها، مايو 2025) وعند تحويل البيانات والمعلومات إلى أشكالها الرقمية، يمكن معالجتها بواسطة أجهزة الكمبيوتر والأجهزة ذات القدرة على الحوسبة مثل الكاميرات الرقمية وأجهزة السمع الرقمية. ولزيد من التوضيح، يُطلق مصطلح الرقمنة على عمليات مثل مسح الصورة أو تحويل تقرير إلى نموذج PDF وتخزينه على جهاز كمبيوتر. وفي عملية الرقمنة، تظل المعلومات والبيانات كما هي، وما يتغير هو إمكانية الوصول وتغيير التخزين، وهو ما تستفيد منه الشركات في إمكانية الوصول إلى المعلومات الرئيسية على الفور وبسهولة.

أنواع الرقمنة:

تنقسم عملية الرقمنة إلى عدة أنواع، وهي كما يلي:

1. الرقمنة اليدوية: وهي العملية التي يتم فيها إنشاء ملف رقمي بنسخ الصورة بشكل يدوي، عن طريق رقمته الجهاز اللوحي. وتمتاز طريقة الرقمنة اليدوية بأنها أقل استهلاكاً للوقت، فضلاً عن أنها ذات دقة عالية مقارنة بطرق الرقمنة الأخرى.
2. الرقمنة الرأسية: تشابه الرقمنة الرأسية مع الرقمنة اليدوية، ولكن يكمن الفرق بينهما في أن الأولى تنطوي على مسح المستندات الورقية في الملفات الرقمية، إذ تتم رقمته المستندات الورقية دون التعرض لخطر تلف أو فقدان المستند الأصلي. وما يميز طريقة الرقمنة الرأسية، أنها تزيد من تنظيم الأعمال الورقية دون أن تستهلك الكثير من الوقت بسبب تقليل وقت استكشاف الأخطاء وإصلاحها.
3. أسلوب التتبع التفاعلي: يُعد أسلوب التتبع التفاعلي تقنية متطورة عن النوعين السابقين، وقد جرى تطويرها من الرقمنة الرأسية، وما يميزها هو دقتها وسرعتها في إنجاز الأعمال.
4. التحويل الرقمي التلقائي: التحويل الرقمي التلقائي أو الرقمنة الأوتوماتيكية، هي العملية التي تتحول فيها المعلومات القائمة على التشفير، مثل صور الأقمار الصناعية أو الخرائط المسحوقة ضوئياً، إلى تمثيلات متجهة مثل النقاط والخطوط والمضلعات، وذلك باستخدام تقنيات التعرف على الأنماط ومعالجة الصور. (الرقمنة Digitization أهدافها وأنواعها ومراحلها ومجالاتها وإيجابياتها وسلبياتها، مايو 2025)

رقمنه المعاملات:

هي عملية تحويل العمليات المالية والمصرفية من الشكل التقليدي اليدوي (الورقي والنقدي) إلى الشكل الإلكتروني الرقمي، باستخدام التقنيات الحديثة والمنصات الرقمية، وذلك بهدف زيادة سرعة إنجاز المعاملات، وتعزيز دقتها وأمانها، وتحسين تجربة العملاء ورضاهم. أهداف رقمنه المعاملات: إتاحة مصادر المعلومات التقليدية على نطاق أوسع، وتشمل

1. إتاحة 24 ساعة / 7 أيام في الأسبوع
2. إتاحة دون التقيد بالموقع الجغرافي؛
3. إنتاج أشكال مختلفة من الملفات للمصدر الواحد
4. توصيل المعلومات للمستفيد دون التدخل البشري

5. تحديد استخدام الأشكال المتهالكة والتالفة

6. تطوير الخدمات التقليدية . (رقمنة الخدمات المالية ودورها في تحسين الشمول المالي دراسة حالة بريد الجزائر)

رقمنه المعاملات في قطاع البنوك:

العوامل الرئيسية التي تقود قطاع البنوك إلى التحول الرقمي:

1- تحسين الكفاءة: تقليل العمليات اليدوية والاعتماد على التوثيق الرقمي والتوقيعات الإلكترونية، مما يقلل من طباعة ونسخ الأوراق في الخدمات المصرفية، ويسرع عمليات فتح الحسابات والموافقة على القروض.

2- الحد من التكاليف: رقمنه المعاملات وأتمتة الموافقات تساهم في خفض التكاليف الإدارية للشركات بشكل كبير.

3- تعزيز الأمان: الأنظمة الرقمية تستخدم تقنيات متقدمة مثل التشفير والمصادقة المتعددة والبلوك تشين، مما يضمن حماية البيانات الحساسة من التلاعب أو الاختيال.

الفوائد البيئية: الرقمنة تقلل من هدر الورق، وتحد من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، وتقلل عمليات الطباعة، مما يعزز الاستدامة البيئية. (تيغان فين، وأماندا داو، 2024، ما المقصود بالتحول الرقمي في الخدمات المصرفية والمالية؟)

بنك الرياض:

بنك الرياض هو أحد أكبر وأبرز المؤسسات المالية في المملكة العربية السعودية ومنطقة الشرق الأوسط، تأسس في عام 1957م برأس مال يصل إلى 30 مليار ريال سعودي. يقدم البنك باقة شاملة ومتكاملة من الخدمات والمنتجات المصرفية المتنوعة، الإسلامية والتقليدية، لشرائح مختلفة من العملاء تشمل الأفراد والشركات والمؤسسات الناشئة. ويستفيد بنك الرياض في تقديم هذه الخدمات من قاعدة رأسمالية متينة وخبرات طويلة، مما أهله ليكون لاعباً أساسياً في مجال التمويل، حيث شارك في قيادة وتنظيم عدد كبير من عمليات التمويل المشتركة لمختلف القطاعات، مثل النفط والغاز والبترودكيماويات، إلى جانب أهم مشاريع البنية التحتية في المملكة. يتميز بنك الرياض بتقديم مجموعة مبتكرة ومتميزة من المنتجات والخدمات المصرفية والتمويلية، وذلك عبر شبكة واسعة تتكون من 333 فرعاً مخصصاً، وأكثر من 1,796 جهاز صراف آلي، وأكثر من 254,260 جهاز نقطة بيع، بالإضافة إلى امتلاكه قاعدة واسعة من العملاء في القطاع المصرفي السعودي. ويحرص البنك على مواكبة احتياجات عملائه وتطلعاتهم من خلال تقديم خدمات رقمية متقدمة تشمل الخدمات المصرفية عبر الإنترنت والتطبيقات الذكية للأفراد والشركات، معتمداً على أحدث التقنيات لتمكين العملاء من إجراء عملياتهم المصرفية بكل سهولة وسر وأمان من أي مكان. وتجدر الإشارة إلى شركة «الرياض المالية»، وهي شركة تابعة مملوكة بالكامل لبنك الرياض، والمتخصصة في استشارات الاكتتابات العامة وإدارة الأصول، والتي حصدت العديد من الجوائز في المجال الاستثماري داخل المملكة. كما يقدم البنك خدمة «أون لاين الرياض» مجاناً لإدارة المعاملات المصرفية اليومية عبر الإنترنت، مع ضمان أعلى مستويات الأمان وحماية المعلومات على مدار الساعة. بإمكان العملاء المسجلين مسبقاً تسجيل الدخول إلى هذه الخدمة مباشرة، فيما يمكن للعملاء الجدد التسجيل بسهولة عبر «أون لاين الرياض»، أو تطبيق «موبايل الرياض»، أو زيارة أي من فروع البنك. (موقع بنك الرياض الإلكتروني ، يناير 2025)

أهم الخدمات التي يمكن إجرائها عبر أون لاين الرياض:

- إدارة الحسابات وبطاقات الائتمان
- الاستعلام عن المعاملات المصرفية بطرق عرض مختلفة
- تحويل الأموال بين الحسابات في البنك
- فتح حساب اضافي (جاري أو ادخار)
- إعداد التحويلات الآلية المنتظمة
- دفع فواتير الخدمات الحكومية والمخالفات المرورية
- دفع رسوم وفواتير الخدمات العامة
- خدمات الاكتتاب في الشركات الجديدة
- تعريف وإعداد المستفيدين
- سداد بطاقات الائتمان وأقساط التمويل

- البحث وطباعة كشوف الحسابات
 - تحديث البيانات الشخصية
 - خدمة تنشيط مستفيد (الاتصال التلقائي)
 - خدمة الحصول على الرقم السري لبطاقتك الائتمانية فوراً وبكل راحة وأمان من خلال حسابك في أون لاين الرياض.
 - برنامج وازن للدخار التلقائي لتوازن بين مصاريفك ومدخراتك، حيث سيقطع البرنامج مبلغاً للدخار مع كل عملية صرف ويقوم بتحويل جميع مدخراتك بشكل تلقائي في نهاية اليوم إلى حساب وازن الادخاري عبر أون لاين الرياض (الرياض المالية، قسم الاونلاين، مارس 2025)
- رضا العملاء:

تعريف الرضا : يمكن تعريفه على أنه: مستوى من إحساس الفرد الناجم عن المقارنة بين أداء المنتج وبين توقعات هذا الفرد " وبعبارة أخرى فالرضا هو دالة الفرق بين الأداء والتوقع كما يمكن تعريفه على أنه إدراك العميل لمستوى تلبية مطالبه كما عرف أيضاً على أنه إحساس بالسعادة والذي يتولد من خلال المقارنة بين التوقعات المسبقة وتجربة الاستهلاك ومن خلال التعاريف المقدمة نصل إلى أن الحكم بالرضا وعدم الرضا ناتج عن المقارنة بين توقعات العملاء بخصوص جودة الخدمة المتلقاة وأداء جودة الخدمة الفعلية التي يقيمها العملاء بواسطة أبعاد الجودة. ورضا العملاء في أكثر المعايير أهمية خاصة عندما يكون توجه البنك نحو الجودة وهنا يحتاج إلى تحديد ما إذا كانوا سعداء بالخدمة التي يتلقونها أم لا. (35)

رضا العملاء هو مؤشر يُستخدم لقياس مدى رضا العميل عن المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة. يُعبّر هذا المؤشر عن مدى تلبية توقعات العميل، ويكشف بشكل مباشر عن مدى نجاحك في تقديم تجربة إيجابية تستحق العودة أو التوصية بها. ويُعرف رضا العملاء (Customer Satisfaction) بأنه تقييم شخصي من العميل، ينبع من تجربته الكاملة مع العلامة التجارية، بدءاً من مرحلة الاكتشاف، مروراً باستخدام المنتج أو الخدمة، وصولاً إلى الدعم والتواصل بعد البيع.

ما هي أهمية رضا العملاء؟ ومتى بدأ الاهتمام به لأول مرة؟

بدأ مفهوم رضا العملاء يكتسب أهمية استراتيجية في بدايات القرن العشرين، بالتزامن مع طفرة الصناعة التي قادها هنري فورد، حين تمكّن من إنتاج السيارات على نطاق واسع وخفض التكاليف بشكل كبير. في تلك المرحلة، كان الطلب على المنتجات مرتفعاً، وكان العرض محدوداً – وبالتالي، لم يكن العميل يتمتع بقوة اختيار حقيقية. لكن هذا الواقع تغير جذرياً بعد الحربين العالميتين والكساد الكبير، إذ بدأ المستهلك يفرض معايير الخاصة، خاصة بعد دخول منافسين جدد – مثل الشركات اليابانية – إلى الأسواق العالمية بجودة أعلى وتجربة أفضل. خلال السبعينات والثمانينات، بدأت الهيمنة الأمريكية على الأسواق تتراجع تدريجياً، لأن المستهلكين أصبحوا أكثر وعياً وأعلى توقعاً. لم يعد المنتج الجيد كافياً، بل أصبح التقييم الحقيقي للعلامة التجارية مبنياً على تجربة العميل الكاملة. (زهراء رهدون وآخرون، 2015، الخدمات البنكية الإلكترونية كآلية لتحقيق رضا العملاء، جامعة 08 ماي 1945 قالمة).

رضا العميل في قطاع البنوك:

يعتبر الرضا لدى العميل من أهم المعايير التي تمكن البنك من التأكد من جودة خدماته، لأنه يعتبر مصدر ولاء العملاء للبنك، لذلك يسعى هذا الأخير للعمل على زيادة درجة الرضا لدى عملائه للمحافظة عليهم. العميل في القطاع المصرفي: يعتبر العميل أحد أهم العناصر التي من أجلها وجد البنك بحيث يسعى هذا الأخير إلى جذب أكبر عدد من العملاء المحافظة عليهم من خلال كسب رضاهم، وذلك عن طريق تحديد توقعاتهم والعوامل المؤثرة فيهم من خلال إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل تقديم خدمات إلكترونية ذات جودة تتوافق مع هذه التوقعات، ويجب أن يكون هناك اتصال دائم مع العملاء الحاليين وبذل جهد للوصول إلى العملاء المرتقبين ومعرفة شكاوهم واقتراحاتهم من أجل تحديد مستوى رضاهم عن الخدمات البنكية الإلكترونية المقدمة لهم من طرف البنك والعمل على تطوير واستحداث هذه الخدمات بما يحقق رضا العملاء لضمان الرضا وتحقيق الولاء. (زهراء رهدون وآخرون، 2015، الخدمات البنكية الإلكترونية كآلية لتحقيق رضا العملاء، جامعة 08 ماي 1945 قالمة)

أهمية العميل في القطاع المصرفي:

- 1- تكمن أهمية العملاء لأي بنك في الحقائق التالية:
- 2- العميل هو المبرر الوحيد لوجود البنك
- 3- العميل هو الأساس في خلق الفرص الوظيفية والفرص الترقية

4- اشباع حاجات العميل هي الوسيلة لتحقيق الربح والنمو والاستقرار

5- نمطية الخدمات وصعوبة تمييزها

6- النهوض بالمسؤولية الاجتماعية للبنك

الإجراءات المنهجية للدراسة

منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي، والمتمثل في استخدام استبانة لقياس ما أثر رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء؛ وذلك نظراً للمراعاة هذا المنهج لطبيعة الدراسة الحالية وأهدافها. حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يصف هذه الظاهرة ويحللها كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً ويعبر عنها تعبيراً كمياً، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفاً رقمياً يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها ودرجات ارتباطها مع الظواهر الأخرى بالإضافة إلى ذلك فإن استخدام المنهج الوصفي التحليلي يتلاءم وطبيعة المشكلة موضوع الدراسة والتي تلقي الضوء على جوانبها المختلفة عند طريق السرد والتحليل المركز، والفهم العميق لظروفها، ولجمع المعلومات التي تزيد من توضيح أبعادها المختلفة، وبعد هذا المنهج من أكثر المناهج استخداماً في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ويمتاز عن بقية المناهج بتبعه للظاهرة المدروسة عن طريق جمع كبير من المعلومات تتعلق بالظاهرة حيث تمكن الباحثان من دراسة أبعادها المختلفة وأسبابها وتطوراتها والعلاقات بداخلها، كما تمكن الباحثان من وضع مقترحات وحلول لها.

طبيعة الدراسة

تعد هذه الدراسة تطبيقية من حيث الطبيعة، معتمدة على الاستبانة كوسيلة لجمع البيانات حيث تهدف إلى دراسة أثر رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء.

مجتمع الدراسة وعينها

مجتمع الدراسة

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحثان أن تعمم عليها النتائج ذات الصلة بالمشكلة المدروسة، وبناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها فإن المجتمع المستهدف يتكون من عملاء بنك الرياض في محافظة الأحساء في المملكة العربية السعودية.

عينة الدراسة

أما عينة الدراسة فهي جزء من المجتمع المدروس والتي يتم اختيار مفرداتها من هذا المجتمع تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، هناك عدة طرق لتحديد حجم العينة المناسب ومن أهم هذه الطرق طريقة كيرسي- مرجان وهذه الطريقة تستخدم في حالة مجتمع الدراسة معلوم. وعليه فقد قام الباحثان بحساب حجم العينة المطلوب سحبه من مجتمع الدراسة بالاستناد إلى معادلة كيرسي- مورجان (kergisie-morgan) وصيغتها كما يلي:

$$n = \frac{N x^2 p(1 - p)}{e^2(N - 1) + p(1 - p)x^2}$$

حيث ان

N = حجم المجتمع المدروس (250)

x^2 قيمة مربع كاي وتساوي (3.84) عند درجة حرية (1) ومستوى ثقة (0.05)

n = حجم العينة

p = نسبة المجتمع (50%) أي (0.50)

e = نسبة الخطأ المسموح ($\alpha \leq 0.05$).

وبتطبيق المعادلة السابقة

$$n = \frac{((\dots\dots\dots)(3.84)(0.50(1 - 0.50)))}{(0.05)^2(\dots\dots\dots - 1) + 0.50(1 - 0.50)3.84}$$

نحصل على حجم العينة ($n = \dots\dots\dots$)، وبالتقريب للعدد الصحيح فإن حجم العينة المطلوب سحبه لا يقل عن ($n = 250$) ومن أجل ضمان الحصول على العدد المطلوب فقد قامت الباحثتان بتصميم رابط الاستبانة على موقع جوجل دون السماح بترك فراغات عند تعبئة الاستبيان

وبعدم تكرار تعبئة الاستبانة من نفس الإيميل، ومن ثم توزيع الرابط على عملاء بنك الرياض في محافظة الحساء، وبعد عملية المتابعة الحثيثة والتي بذلت فيه جهود كبيرة من قبل الباحثان في متابعة العملاء، تكللت هذه الجهود في الحصول على (250).

أسلوب جمع البيانات والمعلومات

اعتمدت الباحثان في هذه الدراسة على المصادر التالية:

البيانات الأولية: من خلال البيانات الأساسية التي تم الحصول عليها من الاستبانة، وتحديد الأسئلة والمواضيع التي يجب أن تشملها الاستبانة، واختيار عينة ممثلة، وتوزيع الاستبانة على أفراد العينة المحددة، وجمع البيانات والردود من المشاركين وتحليلها لفهم الاتجاهات والمعلومات الرئيسية التي تم الحصول عليها باستخدام الأساليب الإحصائية، ثم تلخيص النتائج والتوصيات.

البيانات الثانوية: تتضمنُ البيانات الثانوية المستخدمة في هذه الدراسة مجموعة من المصادر العربية والأجنبية من كتب ودوريات ورسائل ماجستير وأطروحات دكتوراه والمقالات والدراسات والأبحاث السابقة ذات الصلة بالطروحة.

خامساً: أداة الدراسة

تم استخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات ولتحقيق أهداف الدراسة الحالية حيث تم بناء استبانة ما أثر رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء من خلال مراجعة أدبيات الدراسات السابقة بموضوع الدراسة والاستفادة من الأدوات التي وردت فيها.

أولاً: استبانة لقياس مدى أثر رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء: ملحق رقم (1).

واشتملت الاستبانة على قسمين:

القسم الأول: يحتوي على (6) متغيرات ويشمل المتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة والمتمثلة في: (النوع، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض، السكن، المهنة)

القسم الثاني: وشمل بيانات الدراسة الأساسية: وهي المحاور والتي من خلالها يتم التعرف على متغيرات الدراسة. ويشتمل هذا القسم على محورين:

المحور الأول: يقيس (مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض) ويشتمل على عدد (5) عبارات.

المحور الثاني: يقيس (ما التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء) ويشتمل على عدد (10) عبارة مقسمة الي (2) أبعاد كما يلي:

- البعد الأول: يقيس (التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء) ويشتمل على عدد (6) عبارات.
- البعد الثاني: يقيس (التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء) ويشتمل على عدد (4) عبارات.

المحور الثالث: يقيس (مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض) ويشتمل على عدد (9) عبارات.

المحور الرابع: يقيس (اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات) ويشتمل على عدد (7) عبارات.

وصيغت العبارات في كل بعد وكل محور وفق مقياس ليكرت الخماسي (موافق بشدة / موافق / محايد / غير موافق / غير موافق بشدة).

ثانياً: المعاملات الاحصائية لقياس أثر رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء:

سادساً: صدق الأداة

من الصفات الأساسية التي ينبغي توافرها أيضاً في أداة جمع البيانات قبل الشروع في استخدامها هي خاصية الثبات وهي تشير إلى درجة خلو المقياس من الأخطاء، وبصفة خاصة الأخطاء العشوائية، وتكمن أهمية قياس درجة ثبات وصدق المقياس في ضرورة الحصول على نتائج صحيحة كلما تم استخدامها، فالمقياس المتذبذب لا يمكن الاعتماد عليه ولا الأخذ بنتائجه ومن ثم ستصبح النتائج مضللة وغير مطمئنة (دليو، 2014)، وللتأكد من صلاحية أداة الدراسة تم استخدام كل من اختبارات الصدق والثبات وذلك على النحو التالي:

6.1 صدق المحكمين (الظاهري) عرض الباحثان الاستبانة على مجموعة من المحكمين والخبراء المختصين في مجال موضوع الدراسة، وقد طلب من المحكمين إبداء آرائهم حول الاستبانة ومدى صلاحية العبارات وشموليتها وتنوع محتواها وتقييم مستوى الصياغة اللغوية أو أية ملاحظات يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو التغيير أو الحذف، وبعد أن تم استرجاع الاستبانة من جميع المحكمين، قام الباحثان بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل على ضوء مقترحات المحكمين، وأصبحت الاستبانة جاهزة في صورتها النهائية للتطبيق الميداني*.

قائمة بأسماء المحكمين*:

- لطفي الزيايدي- أستاذ مشارك جامعة الملك فيصل -كلية الآداب – تخصص الإعلام

- وليد فتح الله بركات أستاذ مساعد - جامعة القاهرة – كلية الاعلام – تخصص الإعلام
- احمد العيادي - أستاذ مساعد- جامعة الامام عبد الرحمن بن فيصل – تخصص الإعلام
- عبدالله ال مرعي - أستاذ مشارك -جامعة الملك خالد -تخصص الاتصال والاعلام
- سالي شحاتة - أستاذ مشارك -جامعة الملك فيصل -كلية الآداب – تخصص الاعلام والصحافة

6.2 صدق المقياس

- معامل الاتساق الداخلي بين كل عبارة والدرجة الكلية لبعدها او محورها قام الباحثان بحساب معامل ارتباط بيرسون: لمعامل الاتساق الداخلي للاستبانة وتم إجراء الاختبارات الإحصائية الخاصة بقياس معاملات الارتباط لصدق المقياس، كما يلي:

أولاً: المحور الأول: مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض:

جدول (1): معامل ارتباط بين كل عبارة من عبارات محور(مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض) بالمجموع الكلي لبعدها

رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	النتيجة
			مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض
1	.747**	.000	دال عند 0.01
2	.821**	.000	دال عند 0.01
3	.745**	.000	دال عند 0.01
4	.831**	.000	دال عند 0.01
5	.835**	.000	دال عند 0.01

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

من الجدول (1) يتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط لجميع عبارات مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض حيث تتراوح بين (**.745-.835)، وتلك القيم كانت كبيرة جداً، كما أن جميعها كانت دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 5% حيث بلغت قيم مستوى المعنوية لها أقل من 0.05، وهذه يشير إلى ارتباط جميع العبارات بالدرجة الكلية لمحورها وبمعنوية عالية وتشترك معاً لقياسه، وبذلك يعتبر المحور صادقاً لما وضع لقياسه.

ثانياً: أبعاد المحور الثاني: بما التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء:

صدق معامل الاتساق الداخلي لعبارات أبعاد محور ما التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء لبعدها (التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء)، وبعدها (التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء)، بين كل عبارة والدرجة الكلية لبعدها.

جدول (2): معامل ارتباط بين كل عبارة من عبارات أبعاد (الريادة الاستراتيجية) بالمجموع الكلي لبعدها

رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	النتيجة	البعد الثاني: التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء	
				معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	.824**	.000	دال عند 0.01	.790**	.000
2	.746**	.000	دال عند 0.01	.867**	.000
3	.849**	.000	دال عند 0.01	.846**	.000
4	.874**	.000	دال عند 0.01	.791**	.000
5	.847**	.000	دال عند 0.01	–	–
6	.764**	.000	دال عند 0.01	–	–

** دال دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

من الجدول (2) يتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط لجميع عبارات ما التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء للبعد الأول (التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء) تتراوح بين (**.746-.874)، للبعد الثاني (التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء) تتراوح بين (**.790-.867)، وتلك القيم كانت كبيرة جداً، كما أن جميعها كانت دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 5% حيث بلغت قيم مستوى المعنوية لها أقل من 0.05، وهذه يشير إلى ارتباط جميع العبارات بالدرجة الكلية لبعدها وبمعنوية عالية وتشارك معاً لقياسه، وبذلك يعتبر البعد صادقاً لما وضع لقياسه.

صدق معامل الاتساق الداخلي لمحور مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض بين كل عبارة والدرجة الكلية لمحورها:

جدول (3): معامل ارتباط بين كل عبارة من عبارات محور (مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض) بالمجموع الكلي لمحورها

النتيجة	مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض		
	رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
دال عند 0.01	1	.705**	.000
دال عند 0.01	2	.771**	.000
دال عند 0.01	3	.836**	.000
دال عند 0.01	4	.837**	.000
دال عند 0.01	5	.770**	.000
دال عند 0.01	6	.878**	.000
دال عند 0.01	7	.810**	.000
دال عند 0.01	8	.856**	.000
دال عند 0.01	9	.860**	.000

** دال دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

من الجدول (3) يتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط لجميع عبارات مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض كانت كبيرة جداً حيث تتراوح بين (**.705-.878)، وتلك القيم كانت كبيرة جداً، كما أن جميعها كانت دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 5% حيث بلغت قيم مستوى المعنوية لها أقل من 0.05، وهذه يشير إلى ارتباط جميع العبارات بالدرجة الكلية لمحورها وبمعنوية عالية وتشارك معاً لقياسه، وبذلك يعتبر المحور صادقاً لما وضع لقياسه.

صدق معامل الاتساق الداخلي لمحور اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات بين كل عبارة والدرجة الكلية لمحورها:

جدول (4): معامل ارتباط بين كل عبارة من عبارات محور (اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات) بالمجموع الكلي لمحورها

النتيجة	اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات		
	رقم العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
دال عند 0.01	1	.837**	.000
دال عند 0.01	2	.854**	.000
دال عند 0.01	3	.848**	.000
دال عند 0.01	4	.792**	.000
دال عند 0.01	5	.797**	.000
دال عند 0.01	6	.849**	.000
دال عند 0.01	7	.821**	.000

** دال دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

من الجدول (4) يتضح أن جميع قيم معاملات الارتباط لجميع عبارات اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات كانت كبيرة جداً حيث تتراوح بين (**.792-*.854)، وتلك القيم كانت كبيرة جداً، كما أن جميعها كانت دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% حيث بلغت قيم مستوى المعنوية لها أقل من 0.05، وهذه يشير إلى ارتباط جميع العبارات بالدرجة الكلية لمحورها وبمعنوية عالية وتشترك معاً لقياسه، وبذلك يعتبر المحور صادقاً لما وضع لقياسه.

6.2 الصدق البنائي

يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها ويبين مدى ارتباط كل بعد من أبعاد الدراسة بالدرجة الكلية لعبارات الأداة ووفقاً لهذه الطريقة سيتم اختبار الصدق عن طريق تقدير معاملات الارتباط لجميع أبعاد المتغيرات بالمجموع الكلي لكل محور وعلى النحو التالي:

الصدق البنائي لمحور: التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء

جدول (5) معامل ارتباط أبعاد محاور التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء بالمجموع الكلي

الدرجة الكلية	الابعاد	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	النتيجة
لتأثير رقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء	البعد الأول: التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء	.748**	.000	دال عند 0.01
	البعد الثاني: التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء	.641**	.000	دال عند 0.01

** دال دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

يتضح من الجدول (5) أن جميع أبعاد محاور التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء لها علاقة ارتباط إيجابية وذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بالمجموع الكلي لمحورها الذي تنتمي إليه، وبذلك يتبين أن جميع أبعاد المحور تقيس ما وضعت لقياسه وتشترك معاً لقياس محورها.

جدول (6) معامل ارتباط محاور الدراسة بأثر رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء بالمجموع الكلي للدراسة

محاور الدراسة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	النتيجة
المحور الأول: مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض؟	.772**	.000	دال عند 0.01
المحور الثاني: التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء؟	.770**	.000	دال عند 0.01
المحور الثالث: مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض	.896**	.000	دال عند 0.01
المحور الرابع: اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات	.743**	.000	دال عند 0.01

** دال دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

يتضح من الجدول (6) أن جميع محاور الدراسة بأثر رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تبين أن معاملات الارتباط بين الدرجة الكلية لمحاور الدراسة والدرجة الكلية للدراسة وتراوح ما بين (.743-*.896)، وتلك القيم كانت كبيرة جداً وقد جاءت جميعها ذات قيم موجبة كما أن جميعها كانت دالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% حيث بلغت قيم مستوى المعنوية لها أقل من (0.05)، وهذه يشير إلى أن لها علاقة ارتباط إيجابية وذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) بالمجموع الكلي للدراسة الذي تنتمي إليه، وبذلك يتبين أن جميع محاور الأداة تقيس ما وضعت لقياسه وتشترك معاً لقياس أداة الدراسة.

6.3 ثبات الأداة

6.3.1 : طريقة ألفا كرونباخ

يقصد بالثبات (استقرار المقياس وعدم تناقضه مع نفسه، أي أن المقياس يعطي نفس النتائج باحتمال مساو لقيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة). وبالتالي فهو يؤدي إلى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متوافقة في كل مرة يتم فيها إعادة القياس. وكلما زادت درجة الثبات واستقرار الأداة زادت الثقة فيه، وهناك عدة طرق للتحقق من ثبات المقياس وقد قام الباحثان بحساب معامل ثبات الاختبار استخدام معامل ألفا كرونباخ (s Alpha، Cronbach)، والذي يأخذ قيمة تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، وعلى العكس إذا كان هناك ثبات تام في البيانات فإن قيمة المعامل تساوي الواحد صحيح. أي أن زيادة معامل ألفا كرونباخ تعني زيادة ثبات الاستبانة وبالتالي زيادة مصداقية البيانات، والجدول (7) يوضح قيم معاملات ألفا كرونباخ لجميع أبعاد ومجاور الدراسة وعلى النحو التالي:

جدول (7) نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الأداة لأبعاد ومجاور الدراسة

متغيرات الدراسة	مجاورو ابعاد الدراسة	عدد العبارات	s Alpha، Cronbach
المحور الأول مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض		5	.854
المحور الثاني	البعد الأول: (التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء)	6	.900
	البعد الثاني: (التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء)	4	.842
المستوى الكلي للمحور الثاني: التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء		10	.767
المحور الثالث: مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض		9	.936
المحور الرابع: اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات		7	.924
المجموع الكلي للدراسة		31	.935

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

يتضح من الجدول (7) أن نتائج اختبار الثبات لمحور مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض قد بلغت (854)، وبلغت لجميع أبعاد محور ما التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء (767)، وبلغت لمحور اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض (936)، وبلغت لمحور اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض (924)، وعلى المستوى الكلي للدراسة فقد بلغت (935). وتلك القيم كانت جميعها أكبر من (60%) وهذا يدل بأن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات في جميع أبعاد ومجاور الدراسة وأن البيانات التي تم جمعها بواسطتها تتمتع بالثبات والصدق العالي وتحقق أغراض الدراسة وبالتالي يمكننا من الاعتماد على هذه الإجابات في تحقيق أهداف الدراسة وتحليل نتائجها.

طريقة التجزئة النصفية

تم إيجاد معاملات الارتباط جوتمان للتجزئة النصفية بين العبارات الفردية والزوجية ومعامل الارتباط بين النماذج، سبيرمان بين معدل الأسئلة الفردية ومعدل الأسئلة الزوجية لكل محور لتقدير الموثوقية في حالة تقسيم النصف، وكلما اقتربت القيم من (1) دل ذلك على درجة عالية من الموثوقية وقد تم تصحيح معاملات الارتباط باستخدام معامل ارتباط سبيرمان-براون للتصحيح حسب المعادلة التالية:

$$\text{الثبات} = \frac{2r}{1+r}$$

حيث r معامل الارتباط،

جدول (8) طريقة التجزئة النصفية لقياس ثبات الأداة لمحاور الدراسة

محاور وابعاد الدراسة	عدد العبارات	معامل الارتباط بين النماذج	معامل جوتمان للتجزئة النصفية	معامل الارتباط المصحح (سبيرمان-براون)
المحور الأول: مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض	5	.933	.908	.953
المحور الثاني: التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء	10	.898	.887	.941
المحور الثالث: مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض	9	.966	.951	.975
المحور الرابع: اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات	7	.956	.955	.977
المجموع الكلي	31	.988	.977	.988

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss

يبين الجدول رقم (8) أن معامل الارتباط بين النماذج للعبارات الفردية والزوجية للمستوى الكلي لمحاور الدراسة على الترتيب بلغت (.933)، (.898)، (.966)، (.956)، وللدرجة الكلية للدراسة بلغت (.988)، وهو معامل ارتباط مرتفع يشير إلى درجة عالية من التجانس بين العبارات الفردية والزوجية.

كما أن معامل سبيرمان-براون للتجزئة النصفية لمحاور الدراسة على الترتيب بلغت (.953)، (.941)، (.975)، (.977) وللدرجة الكلية للدراسة بلغت (.988)، مما يدل على استقرار المقياس وارتفاع درجة الموثوقية عند تقسيم العبارات كلما اقتربت القيم من الواحد. بالإضافة إلى ذلك أظهر معامل جوتمان للتجزئة النصفية لمحاور الدراسة على الترتيب بلغت (.908)، (.887)، (.951)، (.955)، وللدرجة الكلية للدراسة بلغت (.977)، وهي قيمة مرتفعة تدل على أن المقياس يتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي، مما يعزز الاعتمادية العامة للأداة المستخدمة وبناءً عليه، فإن هذه المؤشرات تعكس قوة الاتساق الداخلي للمقياس وارتفاع موثوقيته، مما يجعله صالحاً للاستخدام في قياس الظاهرة المدروسة مما يجعل الباحثان مطمئن إلى النتيجة التي سيتم الحصول عليها.

تاسعاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة:

حللت البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

1. إجراء اختبارات الصدق الثبات:

وذلك باستخدام كل من الآتي:

a. معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient): لقياس درجة الارتباط تم استخدامه لحساب معاملات الاتساق الداخلي والصدق البنائي للاستبانة.

b. ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha): لمعرفة ثبات عبارات الاستبانة.

c. طريقة التجزئة النصفية (Split-Half Coefficient): للتعرف إلى ثبات المقاييس ومعامل الارتباط بين العبارات الفردية والزوجية والموثوقية وكلما اقتربت القيم من (الواحد) دل ذلك على درجة عالية من الموثوقية واستقرار المقياس والاتساق الداخلي للمقياس.

2. النسب المئوية والتكرارات: يستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض معرفة تكرار فئات متغير ما، ويتم الاستفادة منها في وصف عينة الدراسة المبحوثة.

3. أساليب الإحصاء الوصفي: لوصف خصائص عبارات الدراسة، وذلك من خلال:

a. الوسط الحسابي: حيث يتم حساب الوسط الحسابي لكل عبارة، ويتم مقارنة الوسط الحسابي للعبارة بالوسط الفرضي للدراسة حسب مقياس ليكرت المستخدم.

b. الانحراف المعياري: وذلك للتعرف على مدى انحراف استجابات أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة عن متوسطها الحسابي، وكلما اقتربت قيمته من الصفر تركزت الاستجابات وانخفض تشتتها بين المقياس.

- c. الوزن النسبي %: وذلك للتعرف على النسبة المئوية للمتوسط الحسابي بقسمة المتوسط الحسابي في المقياس المستخدم في الدراسة بضرب في مئة %.
4. اختبار (t) لعينة واحدة: لاختبار مستوى استجابة العينة على عبارات أبعاد ومجاور الدراسة.
5. تحليل الانحدار البسيط: لاختبار الدلالة الإحصائية لفروض الدراسة وذلك من خلال:
- أ. معامل الارتباط (R): وهو مؤشر إحصائي يستخدم لتحديد نوع ودرجة العلاقة بين المتغيرات، وكلما اقترنت قيمته من الواحد الصحيح دل ذلك على قوة العلاقة، وكلما اقترنت قيمته من الصفر دل ذلك على ضعف العلاقة بين المتغيرات، كم أن إشارة معامل الارتباط تدل على نوع العلاقة، فإذا كانت الإشارة موجبة تدل على وجود ارتباط طردي، والإشارة السالبة تدل على وجود علاقة عكسية.
- ب. معامل التحديد (R square): وهو مؤشر يستخدم للتعرف على قدرة النموذج على تفسير العلاقة بين المتغيرات، فكلما اقترنت قيمته من الواحد الصحيح دل ذلك على جودة توافق العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وبالتالي تزداد القوة التفسيرية للمتغيرات المستقلة، والعكس هو الصحيح، فكلما اقترنت قيمته من الصفر دل ذلك على عدم جودة توافق العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.
6. الاختبار الاحصائي t-test لعينتين مستقلتين (independent samples t-test) وهو أحد الاختبارات الاحصائية المعلمية لمعرفة الفروق بين متوسطات استجابات عينة الدراسة تبعاً لاختلاف متغير (النوع).
7. اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way Anova) وهي أحد الاختبارات الاحصائية لمعرفة الفروق بين متوسطات استجابات عينة الدراسة تبعاً لمتغيرات (النوع، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض، السكن، المهنة).
8. اختبار طريقة شفیه (Scheffe) وليبيان مصادر الفروق الإحصائية تم استخدام طريقة شفیه (Scheffe) للمقارنات البعدية.
- عاشراً: مقياس الدراسة

تم قياس درجة الاستجابات حسب مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)، والذي يتراوح من لا اوافق بشدة وبدرجة إلى موافق بشدة وبدرجة عالية جداً، وفقاً للتدرج التالي:

- | (5) | (4) | (3) | (2) | (1) |
|------------|-------|-------|-----------|----------------|
| موافق بشدة | موافق | محايد | غير موافق | غير موافق بشدة |
- واستناداً إلى المعادلة التالية: (الحد الأعلى – الحد الأدنى) مقسوماً على الحد الأعلى أي أن (5-1) مقسوماً على (5) نحصل على قيمة المعامل (0.80) وبإضافة طول الفئة التي قيمتها (1) في مقياس ليكرت الخماسي إلى المعامل نحصل على الحد الأدنى للفئة الأولى (1.80) وبتكرار إضافة المعامل إلى الحدود الدنيا لكل فئة نحصل على المستويات الخمسة التالية وكما هو موضح في جدول (9).

جدول (9) مقياس درجة الاجابة

المعيار	الدرجة	المتوسطات الحسابية	الوزن النسبي %	الدلالة الإحصائية
موافق بشدة	5	من 4.20 إلى أقل من 5	أكبر من 83%	درجة الاستجابة مرتفعة جداً
موافق	4	من 3.40 إلى أقل من 4.20	68-83%	درجة الاستجابة مرتفعة
محايد	3	من 2.60 إلى أقل من 3.40	52-67%	درجة الاستجابة متوسطة
غير موافق	2	من 1.80 إلى أقل من 2.60	36-51%	درجة الاستجابة منخفضة
غير موافق بشدة	1	من 1 إلى أقل من 1.80	أقل من 35%	درجة الاستجابة منخفضة جداً

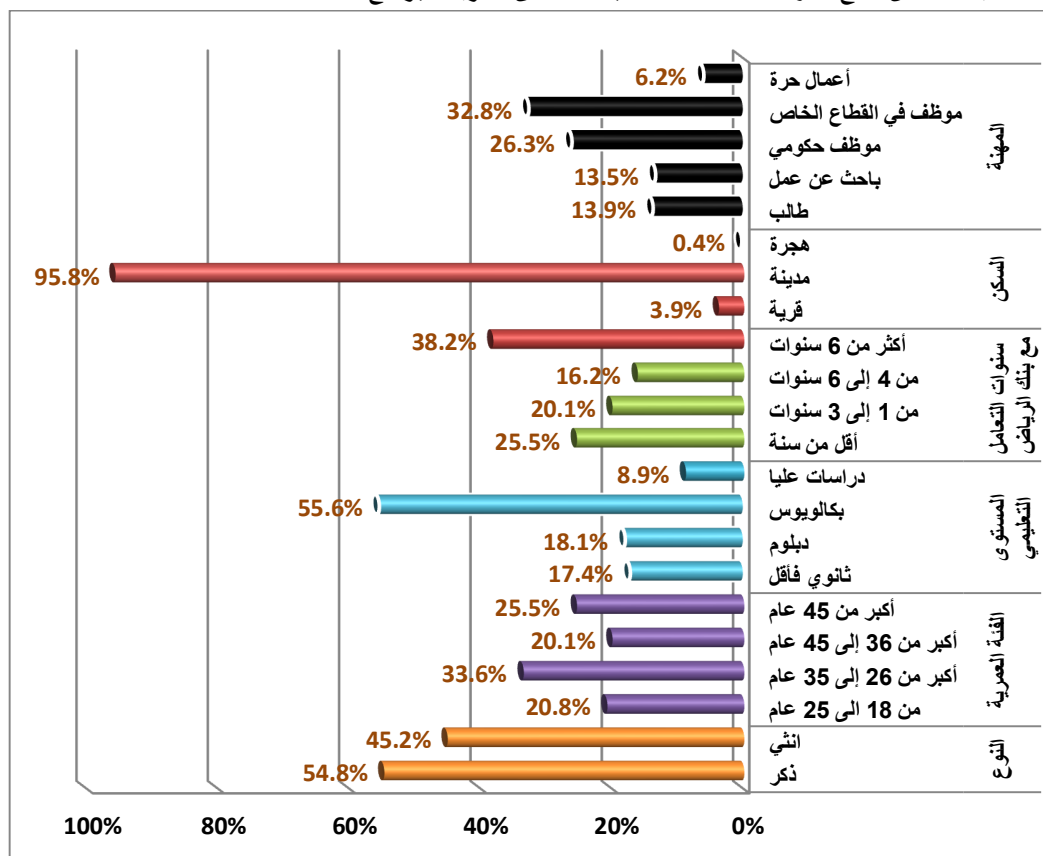
من جدول (9) واستناداً إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي وصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها لتفسير البيانات وعلى النحو التالي، المستوى الأول شديد الأهمية أي مرتفعة والذي يكون الوسط الحسابي للإجابات (4.2) أو أكثر، حيث إن هذه الإجابة إذا ما قُرِبت تصبح (5) وهي مهمة جداً حسب مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في هذه الدراسة، والمستوى الثاني مهمة إذا كان الوسط الحسابي للإجابات على العبارة يقل عن (4.2) ويزيد أو يساوي (3.4) أي إذا قُرِبت تصبح (4) وهي مهمة أي مرتفعة حسب المقياس المستخدم، والمستوى الثالث متوسط الأهمية إذا كان الوسط الحسابي يقل عن (3.4) ويزيد أو يساوي (2.6) أي إذا قُرِبت تصبح (3) وهي متوسط الأهمية متوسطة، والمستوى الرابع غير مهمة إذا كان الوسط الحسابي للإجابات على عبارة يقل عن (2.5) حسب المقياس المستخدم في الدراسة.

تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها
 أولاً: الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة
 يوضح الجدول (10) التوزيع التكراري لأفراد عينة الدراسة وفق للخصائص الشخصية والوظيفية

المتغيرات	العدد	%
النوع	ذكر	54.8%
	انثي	45.2%
الفئة العمرية	من 18 الى 25 عام	20.8%
	أكبر من 26 إلى 35 عام	33.6%
	أكبر من 36 إلى 45 عام	20.1%
	أكبر من 45 عام	25.5%
المستوى التعليمي	ثانوي فأقل	17.4%
	دبلوم	18.1%
	بكالوريوس	55.6%
	دراسات عليا	8.9%
عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض	أقل من سنة	25.5%
	من 1 إلى 3 سنوات	20.1%
	من 4 إلى 6 سنوات	16.2%
	أكثر من 6 سنوات	38.2%
السكن	قرية	3.9%
	مدينة	95.8%
	هجرة	0.4%
المهنة	طالب	13.9%
	باحث عن عمل	13.5%
	موظف حكومي	26.3%
	موظف في القطاع الخاص	32.8%
	أعمال حرة	6.2%
	متقاعد	7.3%

المتغيرات	العدد	%
المجموع	259	100.0%

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج



من الجدول (10) والشكل رقم (1) بينت النتائج أن غالبية أفراد العينة هم من الذكور بنسبة (54.8%)، كما بلغت نسبة الإناث بنسبة (45.2%) ويتضح أن نسبة الذكور أكبر من عدد الإناث من عملاء بنك الرياض في محافظة الحساء في المملكة العربية السعودية، وبالتالي فإن العينة الاستبائية شملت النوعين مع تمثيل جيد لكليهما.

كما يتضح من الجدول (10) أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية من (26 إلى 35 عاماً)، حيث حلوا في المرتبة الأولى بنسبة (33.6%)، تلتها الفئة العمرية (أكثر من 45 عاماً) بنسبة (25.5%)، ثم الفئة (من 18 إلى 25 عاماً) بنسبة (20.8%)، وأخيراً الفئة (من 36 إلى 45 عاماً) بنسبة (20.1%). يتضح من ذلك أن عينة الدراسة تضم في الغالب أفراداً من الفئات العمرية المتوسطة والكبيرة، مما يعزز إمكانية الحصول على إجابات ناضجة وموضوعية، ويُستنتج أن الفئة العمرية الغالبة تميل إلى مرحلة الاستقرار المهني والمالي.

أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي، فإن الجدول يُظهر أن معظم أفراد العينة من حملة البكالوريوس بنسبة (55.6%)، تلتهم فئة الدبلوم (18.1%)، ثم من لديهم تعليم ثانوي فأقل (17.4%)، وأخيراً فئة الدراسات العليا (8.9%). ويُستنتج من ذلك أن أغلب المشاركين يتمتعون بمستوى تعليمي يؤهلهم لفهم طبيعة الخدمات البنكية الرقمية والتفاعل معها بكفاءة.

وفيما يخص عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض، توضح النتائج أن النسبة الأعلى كانت لمن يتعاملون مع البنك منذ أكثر من 6 سنوات، بنسبة (38.2%)، تلتها فئة أقل من سنة بنسبة (25.5%)، ثم من سنة إلى ثلاث سنوات بنسبة (20.1%)، وأخيراً من 4 إلى 6 سنوات بنسبة (16.2%). وهذا يدل على وجود تمثيل جيد للعملاء الجدد والمستمرين، مما يعزز مصداقية تقييم الرقمنة من زوايا مختلفة.

أما بالنسبة لمكان السكن، فقد بينت النتائج أن النسبة الكبرى من المشاركين يسكنون في المدن بنسبة (95.8%)، مقارنة بنسبة ضئيلة من القرى (3.9%) والهجر (0.4%)، وهو ما يعكس واقع انتشار الخدمات الرقمية في المناطق الحضرية.

وفيما يتعلق بالمهنة، جاءت فئة الموظفين في القطاع الخاص في المرتبة الأولى بنسبة (32.8%)، تلتها فئة الموظفين الحكوميين (26.3%)، ثم الطلاب (13.9%)، فالباحثات عن عمل (13.5%)، ثم المتقاعدين (7.3%)، وأخيراً أصحاب الأعمال الحرة (6.2%). ويتضح من ذلك أن العينة تمثل مختلف شرائح المجتمع من حيث النشاط المهني، مع هيمنة للموظفين، ما يعكس تفاعلهم اليومي مع الخدمات البنكية.

ثانياً: تساؤلات الدراسة:

تم تحليل البيانات حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي وتحليل استجابات العينة وفقاً لأبعاد ومحاور الدراسة المختلفة، كما يلي:

2.1 النتائج المتعلقة بسؤال الأول ومناقشتها:

للإجابة عن السؤال الأول الذي ينص على: ما هو مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض فيما يلي: تحليل البيانات حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي وتحليل استجابات العينة وفقاً لعباراتها المختلفة، وجاءت النتائج كما يلي:

جدول (11) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعببارات "مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض"

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	مستوى التطبيق	الترتيب
1	ما مدى استخدامك للمعاملات البنكية الرقمية عبر بنك الرياض.	3.58	1.250	71.7%	مرتفعة	5
2	ما مدى وضوح التعليمات والإرشادات عند إجراء المعاملات البنكية عبر المنصة الرقمية لبنك الرياض.	3.84	1.126	76.8%	مرتفعة	3
3	ما مدى اعتمادك على المعاملات البنكية الرقمية في إنجاز عملياتك المصرفية اليومية.	4.02	1.101	80.4%	مرتفعة	1
4	ما مدى سهولة تنفيذ معاملاتك البنكية عبر تطبيق أو موقع بنك الرياض.	3.96	1.122	79.2%	مرتفعة	2
5	ما مستوى استفادتك من المعاملات الرقمية في بنك الرياض خلال العطل والإجازات.	3.74	1.164	74.8%	مرتفعة	4
جميع العبارات		3.83	.916	76.6%	مرتفعة	-

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

تظهر النتائج بالجدول (11) أن الدرجة الكلية الخاصة بدرجة ما هو مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض قد ظهرت بدرجة مرتفعة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (3.83)، وانحراف معياري (0.916). حيث بلغت نسبة مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض بوزن نسبي (76.6%) وبدرجة مرتفعة، وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس (مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض) جاءت جميعها بدرجة مرتفعة حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للبعد بين (3.58-4.02) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (3.4) وكانت بدرجة مرتفعة،

وأن العبارة رقم (3) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (ما مدى اعتمادك على المعاملات البنكية الرقمية في إنجاز عملياتك المصرفية اليومية) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (80.4%)، مما يعكس درجة اعتماد عالية من العملاء على الخدمات الرقمية في معاملاتهم اليومية، وهو مؤشر على فعالية هذه الخدمات، وحلت العبارة رقم (4) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (ما مدى سهولة تنفيذ معاملاتك البنكية عبر تطبيق أو موقع بنك الرياض) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (80.7%) مما يشير إلى أن تجربة المستخدم الرقمية في بنك الرياض توصف بالسهولة والوضوح. بينما حلت العبارة رقم (2) بالمرتبة الثالثة التي تنص (ما مدى وضوح التعليمات والإرشادات عند إجراء المعاملات البنكية عبر المنصة الرقمية لبنك الرياض) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (80.0%). ما يدل على أن معظم العملاء يجدون التعليمات واضحة ومفهومة.

ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارة رقم (1) والتي تنص على (ما مدى استخدامك للمعاملات البنكية الرقمية عبر بنك الرياض) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي (75.4%)، حيث جاءت بدرجة تأثير مرتفعة أيضاً من حيث شيوعها لدى أفراد العينة.

النتائج المتعلقة بسؤال الثاني ومناقشتها:

للإجابة عن السؤال الثاني الذي ينص على: ما التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمنة المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء فيما يلي: تحليل البيانات حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي وتحليل استجابات العينة وفقاً لأبعاده المختلفة، وجاءت النتائج كما يلي:

البعد الأول: (التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء)

جدول (12) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعبارات "بعد (التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء)"

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	مستوى التطبيق	الترتيب
1	أرى أن المعاملات البنكية الرقمية في بنك الرياض متنوعة وتلبي احتياجات العملاء المختلفة	4.07	.811	81.5%	مرتفعة	3
2	الدعم الفني للمنصات الرقمية متوفر على مدار اليوم والأسبوع	3.94	.826	78.8%	مرتفعة	6
3	تطبيق بنك الرياض يتيح لي تجربة رقمية متكاملة دون الحاجة للذهاب إلى الفرع	3.99	.840	79.8%	مرتفعة	5
4	تحسنت جودة المعاملات بعد رقمته في بنك الرياض	4.05	.761	81.1%	مرتفعة	4
5	ساعدتني المعاملات الرقمية في تتبع تفاصيل حسابي البنكي بكل دقة وسهولة.	4.19	.746	83.8%	مرتفعة	2
6	يحرص البنك على سرية وأمان معلوماتي عند تقديم الخدمة إلكترونياً	4.30	.733	86.0%	مرتفعة جداً	1
-	جميع العبارات	4.09	.642	81.8%	مرتفعة	-

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

تظهر النتائج بالجدول (12) أن الدرجة الكلية الخاصة بدرجة ما التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمنة المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء لبعد (التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء) قد ظهرت بدرجة مرتفعة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (4.09) وانحراف معياري (0.642). حيث بلغت نسبة مستوى (التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء) وبوزن نسبي (81.8%)، وبدرجة مرتفعة مما يشير إلى أن التأثيرات الإيجابية الناتجة عن رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض تُعد مؤثرة وفعالة في تعزيز رضا العملاء بشكل واضح، وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس بعد (التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء) جاءت جميعها بدرجة مرتفعة حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للبعد بين (3.94-4.30) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (3.4) وكانت بدرجة مرتفعة جداً، مرتفعة وأن العبارة رقم (6) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (يحرص البنك على سرية وأمان معلوماتي عند تقديم الخدمة إلكترونياً) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (86.0%)، مما يدل على أهمية جانب الأمان الرقمي في تعزيز رضا العملاء وثقتهم بخدمات البنك الإلكترونية، وحلت العبارة رقم (5) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (ساعدتني المعاملات الرقمية في تتبع تفاصيل حسابي البنكي بكل دقة وسهولة). وكانت درجة تطبيق بدرجة مرتفعة بوزن نسبي (83.8%)، ما يعكس قوة الفوائد التشغيلية التي يحصل عليها العملاء من خلال المنصات الرقمية. بينما حلت العبارة رقم (1) بالمرتبة الثالثة التي تنص (أرى أن المعاملات البنكية الرقمية في بنك الرياض متنوعة وتلبي احتياجات العملاء المختلفة) وكانت درجة الرضا بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (81.5%). وتشير إلى أن تنوع الخدمات الرقمية يعتبر عاملاً مؤثراً في تعزيز الرضا العام.

ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارة رقم (2) والتي تنص على (الدعم الفني للمنصات الرقمية متوفر على مدار اليوم والأسبوع) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي (78.8%)، حيث جاءت بدرجة تطبيق مرتفعة أيضاً من حيث شيوعها لدى أفراد العينة ما يدل على رضا عام بشأن الدعم الفني، مع وجود هامش لتحسينه أكثر.

البعد الثاني: (التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء)

جدول (13) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعببارات "بعد (التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء)"

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	مستوى التطبيق	الترتيب
1	واجهت صعوبات أثناء استخدامي للمعاملات البنكية الرقمية	3.04	1.007	60.8%	متوسطة	1
2	تعرضت لمحاولة احتيال هاتفي من قبل شخص ادّعى أنه موظف في بنك الرياض وطلب مني بيانات الدخول لحسابي البنكي	2.74	1.053	54.7%	متوسطة	3
3	أجريت معاملة غير مصرح بها على حسابي البنكي بعد استخدامه في إحدى منصات التسوق الإلكتروني	2.69	1.007	53.7%	متوسطة	4
4	لم أتمكن من حل مشكلة بنكية بسهولة بسبب صعوبة التواصل مع خدمة العملاء الرقمية	2.91	.974	58.2%	متوسطة	2
-	جميع العبارات	2.84	.833	56.9%	متوسطة	-

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

يتضح من النتائج بالجدول (13) أن الدرجة الكلية الخاصة بدرجة ما التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمنه المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء لبعد (التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء) قد ظهرت بدرجة متوسطة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (2.84) وانحراف معياري (.833). حيث بلغت نسبة مستوى (التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء) وبوزن نسبي (56.9%)، وبدرجة متوسطة، مما يشير إلى وجود تأثيرات سلبية متوسطة وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس بعد (التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء) جاءت جميعها بدرجة متوسطة حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للبعد بين (2.69 - 3.04) وتلك القيم جميعها تقل عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (3.4) وكانت بدرجة متوسطة، وأن العبارة رقم (1) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (واجهت صعوبات أثناء استخدامي للمعاملات البنكية الرقمية) وكانت درجة تأثيرها بدرجة متوسطة وبوزن نسبي (60.8%)، وحلت العبارة رقم (4) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (لم أتمكن من حل مشكلة بنكية بسهولة بسبب صعوبة التواصل مع خدمة العملاء الرقمية) وكانت درجة تأثيرها بدرجة متوسطة وبوزن نسبي (58.2%)، بينما حلت العبارة رقم (2) بالمرتبة الثالثة التي تنص (تعرضت لمحاولة احتيال هاتفي من قبل شخص ادّعى أنه موظف في بنك الرياض وطلب مني بيانات الدخول لحسابي البنكي) وكانت درجة تأثيرها بدرجة متوسطة وبوزن نسبي (54.7%).

ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارة رقم (3) والتي تنص على (أجريت معاملة غير مصرح بها على حسابي البنكي بعد استخدامه في إحدى منصات التسوق الإلكتروني) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي (53.7%) حيث جاءت بدرجة تأثير متوسطة أيضاً من حيث شيوعها لدى أفراد العينة.

وترى الباحثات ان هذه النتائج تشير أن مثل هذه الحوادث، رغم حساسيتها، لم تكن الأكثر تكراراً أو شيوعاً في تجربة العملاء وفقاً لعينة الدراسة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث ومناقشتها:

جدول (14) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعبارات "(مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض)"

م	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	مستوى التطبيق	الترتيب
1	أدرك كيفية إجراء المعاملات البنكية الرقمية لبنك الرياض بشكل كافٍ	3.98	.790	79.6%	مرتفعة	8
2	أجد أن إجراءات المعاملات البنكية الرقمية في بنك الرياض ازدادت سهولة	4.01	.814	80.2%	مرتفعة	7
3	أشعر بالراحة والثقة عند استخدام المعاملات البنكية الرقمية لبنك الرياض	4.08	.818	81.5%	مرتفعة	5
4	أعتقد أن رقمته المعاملات في بنك الرياض ساهمت في إنجاز المعاملات البنكية بسرعة وسهولة	4.13	.754	82.5%	مرتفعة	2
5	أستخدم تطبيق بنك الرياض لإتمام التحويلات ودفع الفواتير بشكل دائم	4.08	.838	81.6%	مرتفعة	4
6	راضٍ عن تجريبي للمعاملات الرقمية في بنك الرياض	4.07	.826	81.3%	مرتفعة	6
7	أفضل الاستمرار في التعامل مع بنك الرياض بسبب تقدمه في رقمته المعاملات	3.98	.882	79.6%	مرتفعة	9
	جميع العبارات	4.06	.663	81.2%	مرتفعة	-

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

تبين النتائج بالجدول (15) أن الدرجة الكلية الخاصة بدرجة ما (مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض) قد ظهرت بدرجة مرتفعة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (4.06) وبانحراف معياري (663). حيث بلغت نسبة مستوى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض وبوزن نسبي (81.2%)، وبدرجة مرتفعة، وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض جاءت جميعها بدرجة مرتفعة حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للبعد بين (3.98 - 4.13) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (3.4) وكانت بدرجة مرتفعة، وأن العبارة رقم (9) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (أنجز معاملاتي المصرفية عبر بنك الرياض باستخدام القنوات الرقمية لما توفره من سرعة وسهولة) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (82.6%)، مما يدل على إدراك عينة الدراسة للفاعلية العالية للقنوات الرقمية في تسريع العمليات المصرفية، وحلت العبارة رقم (4) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (أعتقد أن رقمته المعاملات في بنك الرياض ساهمت في إنجاز المعاملات البنكية بسرعة وسهولة) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (82.5%)، ويعكس ذلك تقدير العملاء لتحسين كفاءة الخدمات نتيجة التحول الرقمي.

بينما حلت العبارة رقم (8) بالمرتبة الثالثة التي تنص (استخدامي للمعاملات الرقمية في بنك الرياض قلل من حاجتي لزيارة الفروع) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (82.1%)، مما يشير إلى رضا الأفراد عن الاستغناء الجزئي عن الفروع الفعلية مقابل الاعتماد على القنوات الرقمية

ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارتين رقم (1)، (7) والتي تنصان على (أدرك كيفية إجراء المعاملات البنكية الرقمية لبنك الرياض بشكل كافٍ)، (أفضل الاستمرار في التعامل مع بنك الرياض بسبب تقدمه في رقمته المعاملات) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي (79.6%)، رغم أن درجة تأثيرهما ما زالت مرتفعة، مما يشير إلى وجود وعي جيد لدى العملاء لكن بدرجة أقل نسبياً من العبارات الأخرى من حيث شيوعها لدى أفراد العينة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع ومناقشتها:

جدول (16) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي لعبارة "(اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات)"

م	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	مستوى التطبيق	الترتيب
1	وضوح الإجراءات والتعليمات	4.14	.798	82.7%	مرتفعة	2
2	سهولة الاستخدام والتنقل	4.08	.840	81.7%	مرتفعة	3
3	سرعة تنفيذ المعاملة	4.06	.836	81.2%	مرتفعة	5
4	الأمان وحماية البيانات	4.14	.862	82.9%	مرتفعة	1
5	الدعم الفني والتواصل	4.06	.790	81.2%	مرتفعة	4
6	تصميم التطبيق أو المنصة الرقمية	4.03	.846	80.7%	مرتفعة	6
7	التوعية بالخدمات الرقمية المتاحة	4.01	.787	80.2%	مرتفعة	7
	جميع العبارات	4.08	.682	81.5%	مرتفعة	-

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج spss.

تبين النتائج بالجدول (16) أن الدرجة الكلية الخاصة بدرجة ما (اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات) قد ظهرت بدرجة مرتفعة حسب الإجابات بمتوسط حسابي (4.08) وانحراف معياري (0.682)، وبوزن نسبي (81.5%) وبدرجة مرتفعة، مما يدل على أن غالبية أفراد العينة يُبدون رضاهم العام ويقدمون اقتراحات ببناء لتعزيز التحول الرقمي في البنك. وتشير هذه النتائج إلى إدراك العملاء لأهمية تطوير الخدمات الرقمية بما يتناسب مع تطلعاتهم واحتياجاتهم المتزايدة، وقد كانت جميع عبارات الجدول التي تقيس (اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات) جاءت جميعها بدرجة مرتفعة حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية للبعد بين (4.01-4.14) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (3.4) وكانت بدرجة مرتفعة، وأن العبارة رقم (4) ظهرت أهم عبارة حيث حازت على المرتبة الأولى إذ تنص (الأمان وحماية البيانات) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (82.9%)، مما يعكس أولوية قصوى لدى العملاء فيما يتعلق بحماية بياناتهم وضمان سرية معلوماتهم المصرفية خلال التعاملات الرقمية، وهو ما يشير إلى حساسية هذا الجانب وأهمية تعزيزه بشكل مستمر، وحلت العبارة رقم (1) في المرتبة الثانية من حيث مستوى تأثيرها والتي تنص (وضوح الإجراءات والتعليمات) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (82.7%)، وهو ما يؤكد حاجة العملاء إلى تعليمات واضحة ومباشرة تسهل عليهم التعامل مع المنصات الرقمية دون لبس أو غموض، مما يساهم في رفع الكفاءة التشغيلية وتقليل الأخطاء. بينما حلت العبارة رقم (2) بالمرتبة الثالثة التي تنص (سهولة الاستخدام والتنقل) وكانت درجة تأثيرها بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (81.7%)، مما يعكس رغبة العملاء في أن تكون المنصات الرقمية أكثر سلاسة من حيث التصميم والتنقل بين الخدمات. ويتضح أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي العبارة رقم (7) والتي تنص على (التوعية بالخدمات الرقمية المتاحة) فقد حلت بالمرتبة الأخيرة وبوزن نسبي (80.2%) حيث جاءت بدرجة تأثير مرتفعة أيضاً من حيث شيوعها لدى أفراد العينة مما يشير إلى ضرورة تعزيز الحملات الإعلانية والإرشادية التي تشرح وتروج للخدمات الرقمية المتنوعة المتوفرة في بنك الرياض لضمان وصولها لشريحة أوسع من العملاء. ويرى الباحثان أن جميع الفقرات نالت تقييماً بدرجة مرتفعة، مما يشير إلى وعي العملاء واهتمامهم بالمشاركة في تحسين وتطوير الخدمات الرقمية البنكية، وأن هذه الاقتراحات تشكل مدخلاً مهماً للبنك في سبيل تحسين جودة التجربة الرقمية المقدمة للعملاء.

وعلى المستوى الكلي لمستوى للدراسة التي تم التوصل إليه من نتائج للإجابة عن تساؤل بالدراسة الرئيسية ومناقشتها فيما يلي:
للإجابة عن سؤال الدراسة الرئيسي الذي ينص على: ما أثر رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء فيما يلي:
تحليل البيانات حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والوزن النسبي وتحليل استجابات العينة وفقاً لمحاوَره المختلفة، وجاءت النتائج كما يلي:

جدول (17) يبين التحليل الإحصائي الوصفي لمجاور وابعاد الدراسة بأثر رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء

محاو الدراسة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	مستوى التطبيق	الترتيب
المحور الأول: ما هو مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض	259	3.83	.916	76.6%	مرتفعة	الثالث
المحور الثاني: ما التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء	259	3.59	.502	71.9%	مرتفعة	الرابع
المحور الثالث: مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض	259	4.06	.663	81.2%	مرتفعة	الثاني
المحور الرابع: اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات	259	4.08	.682	81.5%	مرتفعة	الأول
لجميع محاور الدراسة	259	3.88	.525	77.5%	مرتفعة	

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v26.

تشير النتائج بالجدول (17) أن المتوسط العام الدراسة بأثر رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء قد بلغت قيمته (3.88) بانحراف معياري (525). وبدرجة تأثير مرتفعة حيث بلغت نسبة تأثير (77.5%)، حيث تتراوح قيم المتوسطات الحسابية لمجاور الدراسة بين (3.59-408) وتلك القيم جميعها تزيد عن درجة القياس المعتمدة لغاية هذه الدراسة البالغة (3.4) وكانت بدرجة مرتفعة. مما يدل على وجود رضا عام بدرجة مرتفعة لدى عملاء بنك الرياض بشأن الرقمنة المصرفية، ويعكس فاعلية الاستراتيجية الرقمية للبنك في تلبية احتياجات العملاء.

ثالثاً: النتائج المتعلقة باختبار الفرضيات

لاختبار فرضيات الدراسة يستلزم استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)

واستخدام تحليل الانحدار البسيط: والاتي يوضح ذلك.

3.1 الفرضية الرئيسية الأولى:

توجد علاقة إيجابية ذو دلالة إحصائية بين رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض ومستوى رضا العملاء فيما يلي:

استخدمت الباحثات تحليل معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) بين (رقمته المعاملات في بنك الرياض) والمتغير ويمثله

(مستوى رضا العملاء) وكانت النتائج كما يلي:

جدول (18) يبين نتائج تحليل معامل ارتباط بيرسون لتحديد العلاقة السببية بين (مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك

الرياض) والمتغير ويمثله (مستوى رضا العملاء)

رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض	معامل الارتباط	مستوى الدلالة Sig*	النتيجة
مستوى رضا العملاء	.770**	.000	دال عند 0.01

يبين الجدول رقم (18) تبين النتائج وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.770) عند مستوى دلالة (0.000)، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.01)، مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائية بين المتغيرين بوجود علاقة ارتباط طردي قوي بين (رقمته المعاملات في بنك الرياض) وبين مستوى رضا العملاء موضع الدراسة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (0.770). وهي قيمة موجبة وهذا يشير إلى أنه مع زيادة تطبيق مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض، تميل مستوى رضا العملاء أيضاً إلى الزيادة.

تستنتج الباحثات:

بقبول الفرضية البديلة الذي تنص: (بوجود علاقة إيجابية ذو دلالة إحصائية بين رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض ومستوى رضا العملاء) ورفض الفرضية العدمية الذي تنص: (لا توجد علاقة إيجابية ذو دلالة إحصائية بين رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض ومستوى رضا العملاء).

الفرضية الفرعية الأولى:

توجد علاقة ذو لالة احصائية عند ($\alpha \leq 0.05$) بين العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء ومستوى رضاهم عن رقمه المعاملات المصرفية في قطاع البنوك فيما يلي:

استخدمت الباحثات تحليل الانحدار الخطي البسيط لتحديد الاثر السببية بين المتغير المستقل والذي يمثله (العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء) والمتغير التابع ويمثله (مستوى رضا العملاء) وكانت النتائج كما يلي:

جدول (19) يبين نتائج تقدير الانحدار الخطي البسيط لتحديد العلاقة السببية (العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء) وبين (مستوى رضا العملاء)

تحليل الانحدار البسيط مستوى رضا العملاء	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد ($AdjR^2$)	معامل الانحدار β	تحليل التباين F	معامل الانحدار التأثيري (Beta)	مستوى الدلالة Sig*ة
العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء	.797a	.635	.772	447.820	.797	.000

من الجدول (19) يتضح ما يلي:

- وجود علاقة ارتباط طردي قوي بين (العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء) وبين مستوى رضا العملاء موضع الدراسة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط R (0.797). وهي قيمة موجبة وهذا يشير إلى أنه مع زيادة تطبيق العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء، تميل إلى مستوى رضا العملاء أيضاً إلى الزيادة.
- وبلغت قيمة معامل التحديد المعدل ($AdjR^2$) (0.635). وهذا يدل على أن نسبة (63.5%) من التباين أي التغيرات الحاصل في متغير "مستوى رضا العملاء" يعود إلى التغيرات في متغير "العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء" وهذا يشير إلى قوة مقدرة هذا المتغير على تفسير التغير في متغير مستوى رضا العملاء.
- بلغت قيمة معامل الانحدار β بين (العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء) ومستوى رضا العملاء (0.772)، وبما أن مستوى الدلالة كانت أقل من مستوى الثقة (0.05) حيث بلغت (0.000). وهذا يعني بأن بعد (العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء) له تأثير على مستوى رضا العملاء وبالتالي فإن أي زيادة بمقدار وحدة واحدة في تطبيق العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء بمقدار وحدة واحدة فإنه يؤدي إلى زيادة مستوى رضا العملاء بمقدار (0.772). كوحدة واحدة.
- وبلغت قيمة معامل انحدار تأثير العلاقة Beta (0.797). وهذا يشير إلى قوة واتجاه العلاقة بين كل من العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء وبين مستوى رضا العملاء بمعنى أنه هناك تأثير إيجابي قوي ذو دلالة إحصائية للعوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء، على مستوى رضا العملاء أي أن زيادة في العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء سوف يؤدي إلى زيادة في مستوى رضا العملاء
- يتضح من اختبار F والذي يختص باختبار معنوية النموذج أن قيمة بلغت (447.820) وهي قيمة معنوية حيث بلغت مستوى الدلالة للاختبار (0.000) وهي أقل من مستوى الثقة 0.05 وهذا يدل على جودة توافق العلاقة، وأن نموذج العلاقة الخطية ذو دلالة إحصائية.

تستنتج الباحثات:

قبول الفرضية البديلة الذي تنص: (توجد علاقة ذو لالة احصائية عند ($\alpha \leq 0.05$) بين العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء ومستوى رضاهم عن رقمه المعاملات المصرفية في قطاع البنوك). ورفض الفرضية العدمية الذي تنص: (لا توجد علاقة ذو لالة احصائية عند ($\alpha \leq 0.05$) بين العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء ومستوى رضاهم عن رقمه المعاملات المصرفية في قطاع البنوك).

الفرضية الرئيسية الثانية:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى للخصائص الديموغرافية للمتغيرات التالية: (النوع، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض، السكن، المهنة) وينبثق من الفرضية الرئيسية الثانية فرضيات فرعية كما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير النوع فيما يلي:

ولهذا الغرض استخدمت الباحثات اختبار (ت) لعينتين مستقلتين Independent Samples Test ويهدف اختبار (ت) إلى فحص ما إذا كانت الزيادة دالة إحصائياً وبالتالي يتم قبول الفرضية، أما إذا كانت غير دالة إحصائياً فيتم رفض الفرضية وكما يلي:

جدول (20) يبين الفروق بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير النوع

البعد/ المحاور	النوع	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار F	درجة الحرية	مستوى الدلالة
المحور الأول: مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض	ذكر	142	3.96	.919	.771	257	.381
	أنثى	117	3.66	.889			
المحور الثاني: التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء	ذكر	142	3.61	.518	.292	257	.589
	أنثى	117	3.58	.482			
المحور الثالث: باتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض	ذكر	142	4.16	.674	2.187	257	.140
	أنثى	117	3.95	.634			
البعد الرابع: اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات	ذكر	142	4.07	.720	1.919	257	.167
	أنثى	117	4.08	.634			
الدرجة الكلية	ذكر	142	3.93	.545	.797	257	.373
	أنثى	117	3.81	.496			

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v26.

من الجدول (20) يتضح ما يلي:

يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات أفراد عينة الدراسة من الذكور، والإناث نحو محاور الدراسة والدرجة الكلية (بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء) تعزى لمتغير النوع حيث إن مستوي الدلالة أكبر من مستوي المعنوية (0.05) بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض تعزى لمتغير النوع.

استنتجت الباحثات :

بقبول الفرضية العدمية الذي تنص: (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير النوع) ورفض الفرضية البديلة: (توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير النوع)

الفرضية الفرعية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير الفئة العمرية

جدول (21) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير الفئة العمرية

البعد/ المحور	التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة
المحور الأول: مستوى تعامل العملاء مع رقمه المعاملات في بنك الرياض	بين المجموعات	3	5.730	1.910	2.309	.077
	داخل المجموعات	255	210.950	.827		
	Total	258	216.680			
المحور الثاني: التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمه المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء	بين المجموعات	3	1.000	.333	1.330	.265
	داخل المجموعات	255	63.956	.251		
	Total	258	64.956			
المحور الثالث: اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمه المعاملات في بنك الرياض	بين المجموعات	3	2.390	.797	1.830	.142
	داخل المجموعات	255	111.040	.435		
	Total	258	113.430			
المحور الرابع: اقتراحات عملاء البنوك حول رقمه المعاملات	بين المجموعات	3	.737	.246	.526	.665
	داخل المجموعات	255	119.111	.467		
	Total	258	119.849			
الدرجة الكلية بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء	بين المجموعات	3	.758	.253	.914	.435
	داخل المجموعات	255	70.463	.276		
	Total	258	71.221			

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v26.

من الجدول (21) يتضح ما يلي:

يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لإبعاد محور الدراسة والدرجة الكلية حيث إن مستوى الدلالة أكبر من مستوى المعنوية (0.05) في محور (مستوى تعامل العملاء مع رقمه المعاملات في بنك الرياض)، ومحور (التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمه المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء)، وبعد (مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمه المعاملات في بنك الرياض)، وبعد (اقتراحات عملاء البنوك حول رقمه المعاملات)، والدرجة الكلية (بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء بالجامعات السعودية) تعزى لمتغير (الفئة العمرية).

تستنتج الباحثات:

بقبول الفرضية العدمية الذي تنص: (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير الفئة العمرية) ورفض الفرضية البديلة: (توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير الفئة العمرية)

الفرضية الفرعية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير المستوى التعليمي

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA للتحقق من وجود فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير المستوى التعليمي وكما يلي:

جدول (22) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير المستوى التعليمي

البعد/ المحور	التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة
المحور الأول: مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض	بين المجموعات	3	4.168	1.389	1.667	.175
	داخل المجموعات	255	212.512	.833		
	Total	258	216.680			
المحور الثاني: التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء	بين المجموعات	3	1.688	.563	2.268	.081
	داخل المجموعات	255	63.268	.248		
	Total	258	64.956			
المحور الثالث: اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض	بين المجموعات	3	.673	.224	0.508	.677
	داخل المجموعات	255	112.757	.442		
	Total	258	113.430			
المحور الرابع: اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات	بين المجموعات	3	.797	.266	0.569	.636
	داخل المجموعات	255	119.051	.467		
	Total	258	119.849			
الدرجة الكلية بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء	بين المجموعات	3	.750	.250	0.905	.439
	داخل المجموعات	255	70.471	.276		
	Total	258	71.221			

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2025 باعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v26.

من الجدول (22) يتضح ما يلي:

يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لإبعاد محور الدارسة والدرجة الكلية حيث إن مستوى الدلالة أكبر من مستوي المعنوية (0.05) في محور (مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض)، ومحور (التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء)، وبعد (مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض)، وبعد (اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات)، والدرجة الكلية (بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء بالجامعات السعودية) تعزى لمتغير (المستوى التعليمي).

تستنتج الباحثات:

بقبول الفرضية العدمية الذي تنص: (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير المستوى التعليمي) ورفض الفرضية البديلة: (توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير المستوى التعليمي)

الفرضية الفرعية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض وكما يلي:

جدول (23) يبين نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي ONE WAY ANOVA بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض

المصدر/ المحور	التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	F	مستوى الدلالة
المحور الأول: مستوى تعامل العملاء مع رقمه المعاملات في بنك الرياض	بين المجموعات	3	27.570	9.190	12.392	.000
	داخل المجموعات	255	189.110	.742		
	Total	258	216.680			
المحور الثاني: التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمه المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء	بين المجموعات	3	1.330	.443	1.777	.152
	داخل المجموعات	255	63.626	.250		
	Total	258	64.956			
المحور الثالث: اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمه المعاملات في بنك الرياض	بين المجموعات	3	9.910	3.303	8.137	.000
	داخل المجموعات	255	103.520	.406		
	Total	258	113.430			
المحور الرابع: اقتراحات عملاء البنوك حول رقمه المعاملات	بين المجموعات	3	7.765	2.588	5.888	.001
	داخل المجموعات	255	112.084	.440		
	Total	258	119.849			
الدرجة الكلية بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء	بين المجموعات	3	7.007	2.336	9.275	.000
	داخل المجموعات	255	64.214	.252		
	Total	258	71.221			

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2025 باعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v26.

من الجدول (23) يتضح ما يلي:

- يتضح عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة في محور وحيد للدراسة حيث إن مستوى الدلالة أكبر من مستوى المعنوية (0.05) في محور (التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمه المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء تعزى لمتغير) عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض).
- فيما تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية حيث إن مستوى الدلالة لمحور الدراسة والدرجة الكلية أقل من مستوى المعنوية (0.05) في محور (مستوى تعامل العملاء مع رقمه المعاملات في بنك الرياض)، ومحور (اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمه المعاملات في بنك الرياض)، ومحور (اقتراحات عملاء البنوك حول رقمه المعاملات)، والدرجة الكلية (بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء بالجامعات السعودية) تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض.

ولبيان مصادر الفروق الإحصائية تم استخدام طريقة شففيه (Scheffe) للمقارنات البعدية وكما يلي:

جدول (24) يبين طريقة شففيه (Scheffe) للمقارنات البعدية

المحاور	سنوات التعامل مع بنك الرياض	المتوسط الحسابي	أقل من سنة	1 - 3 سنوات	4 - 6 سنوات	أكثر من 6 سنوات
مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض	أقل من سنة	3.27	---	-.68497*	-.74632*	-.77576*
	من 1 إلى 3 سنوات	3.96	.68497*	---	-.06136	-.09079
	من 4 إلى 6 سنوات	4.02	.74632*	.06136	---	-.02944
	أكثر من 6 سنوات	4.05	.77576*	.09079	.02944	---
مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض	أقل من سنة	3.73	---	-.42580*	-.38408*	-.47643*
	من 1 إلى 3 سنوات	4.16	.42580*	---	.04172	-.05063
	من 4 إلى 6 سنوات	4.12	.38408*	-.04172	---	-.09235
	أكثر من 6 سنوات	4.21	.47643*	.05063	.09235	---
اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات	أقل من سنة	3.82	---	-.50991*	-.29994	-.26551
	من 1 إلى 3 سنوات	4.33	.50991*	---	.20997	.24439
	من 4 إلى 6 سنوات	4.12	.29994	-.20997	---	.03443
	أكثر من 6 سنوات	4.09	.26551	-.24439	-.03443	---
الدرجة الكلية	أقل من سنة	3.60	---	-.411*	-.329*	-.372*
	من 1 إلى 3 سنوات	4.01	.411*	---	.08242	.03866
	من 4 إلى 6 سنوات	3.93	.329*	-.08242	---	-.04376
	أكثر من 6 سنوات	3.97	.372*	-.03866	.04376	---

المصدر: إعداد الباحثات من نتائج الدراسة الميدانية 2024 باعتماد على مخرجات برنامج SPSS.v26.

من الجدول (25) يتضح ما يلي:

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات محور (مستوى تعامل العملاء مع رقمته المعاملات في بنك الرياض) تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح ممن يتعاملون مع البنك (من 1 إلى 3 سنوات)، (من 3 إلى 6 سنوات)، (أكثر من 6 سنوات).
- وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات محور (اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمته المعاملات في بنك الرياض) تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح ممن يتعاملون مع البنك (من 1 إلى 3 سنوات)، (من 3 إلى 6 سنوات)، (أكثر من 6 سنوات).
- وتبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات محور (اقتراحات عملاء البنوك حول رقمته المعاملات) تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض حيث تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح ممن يتعاملون مع البنك (من 1 إلى 3 سنوات). و أكدت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدرجة الكلية في (تأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى إلى متغير عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض)، تبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح ممن يتعاملون مع البنك (من 1 إلى 3 سنوات)، (من 3 إلى 6 سنوات)، (أكثر من 6 سنوات).

تستنتج الباحثات:

قبول الفرضية البديلة الذي تنص: (توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض) ورفض الفرضية العدمية: (لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$ بين متوسطات استجابات أفراد العينة بتأثير رقمه المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض)

ملخص نتائج الدراسة

أولاً: توضح نتائج الدراسة لمحمور ما هو مستوى تعامل العملاء مع رقمه المعاملات في بنك الرياض كالآتي:

1. تبين أن محور (مستوى تعامل العملاء مع رقمه المعاملات في بنك الرياض) قد ظهرت بدرجة مرتفعة وبوزن نسبي (76.6%)، حيث جاءت أعلى عبارة لعبارات البعد (ما مدى اعتمادك على المعاملات البنكية الرقمية في إنجاز عملياتك المصرفية اليومية) وبدرجة مرتفعة، وأن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة للبعد هي العبارة التي تنص على (ما مدى استخدامك للمعاملات البنكية الرقمية عبر بنك الرياض) وبدرجة مرتفعة أيضاً.

ثانياً: توضح نتائج الدراسة لأبعاد محورها التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمه المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء كالآتي: تبين أن محور (مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمه المعاملات في بنك الرياض) قد ظهرت بدرجة مرتفعة فقد جاء بوزن نسبي (71.9%)

1. تبين أن بعد (التأثيرات الإيجابية بمستوى رضا العملاء) قد ظهرت بدرجة مرتفعة فقد جاء بوزن نسبي (81.8%)، حيث جاءت أعلى عبارة لعبارات البعد (يحرص البنك على سرية وأمان معلوماتي عند تقديم الخدمة إلكترونياً) وبدرجة مرتفعة جداً، وأن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة للبعد هي العبارة التي تنص (الدعم الفني للمنصات الرقمية متوفر على مدار اليوم والأسبوع) وبدرجة مرتفعة أيضاً.

2. تبين أن بعد (التأثيرات السلبية بمستوى رضا العملاء) قد ظهرت بدرجة متوسطة فقد جاء بوزن نسبي (56.9%)، حيث جاءت أعلى عبارة لعبارات البعد (واجهت صعوبات أثناء استخدامي للمعاملات البنكية الرقمية) وبدرجة متوسطة، وأن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة للبعد هي العبارة التي تنص (أجريت معاملة غير مصرح بها على حسابي البنكي بعد استخدامه في إحدى منصات التسوق الإلكتروني) وبدرجة متوسطة أيضاً.

ثالثاً: توضح نتائج الدراسة لمحور مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمه المعاملات في بنك الرياض كالآتي: تبين أن محور (مدى تأثير اتجاهات العملاء المعرفية والوجدانية والسلوكية نحو رقمه المعاملات في بنك الرياض) قد ظهرت بدرجة مرتفعة بوزن نسبي (81.2%)، حيث جاءت أعلى عبارة لعبارات البعد (أنجز معاملاتي المصرفية عبر بنك الرياض باستخدام القنوات الرقمية لما توفره من سرعة وسهولة) وبدرجة مرتفعة جداً، وأن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة للبعد هي العبارة التي تنص على (أفضل الاستمرار في التعامل مع بنك الرياض بسبب تقدمه في رقمه المعاملات) وبدرجة مرتفعة أيضاً.

رابعاً: توضح نتائج الدراسة لمحور اقتراحات عملاء البنوك حول رقمه المعاملات كالآتي:

تبين أن محور (اقتراحات عملاء البنوك حول رقمه المعاملات) قد ظهرت بدرجة مرتفعة فقد وبوزن نسبي (81.5%)، وبترتيب حسب الاقتراحات جاء في المرتبة الأولى مقترح "الأمان وحماية البيانات" بوزن نسبي بلغ (82.9%)، تلاه في المرتبة الثانية مقترح "وضوح الإجراءات والتعليمات" بنسبة (82.7%)، وفي المرتبة الثالثة مقترح "سهولة الاستخدام والتنقل" بنسبة (81.7%)، بينما جاء مقترح "الدعم الفني والتواصل"، "سرعة تنفيذ المعاملة" في المرتبتين الرابعة والخامسة على التوالي بنفس الوزن النسبي (81.2%) أما مقترح "تصميم التطبيق أو المنصة الرقمية" فقد حل في المرتبة السادسة بوزن نسبي (80.7%)، وأخيراً جاء مقترح "التوعية بالخدمات الرقمية المتاحة" في المرتبة السابعة بنسبة (80.2%)، وهو ما يشير إلى وجود حاجة لتعزيز جانب التوعية بالخدمات الرقمية المقدمة للعملاء.

النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة

نتائج الفرضية الرئيسية الأولى

1. ثبوت وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بوجود علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائية بين المتغيرين بوجود علاقة ارتباط طردي قوي بين (رقمه المعاملات في بنك الرياض) وبين مستوى رضا العملاء
2. وجود علاقة ارتباط طردي قوي بين (العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء) وبين مستوى رضا العملاء

3. ثبوت وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بان هناك تأثير إيجابي قوي ذو دلالة إحصائية للعوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء، على مستوى رضا العملاء أي أن زيادة في العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء سوف يؤدي إلى زيادة في مستوى رضا العملاء
 4. ثبوت وجود توجد علاقة ذو دلالة إحصائية عند ($\alpha \leq 0.05$) بين العوامل المعرفية والوجدانية والسلوكية للعملاء ومستوى رضاهم عن رقمته المعاملات المصرفية في قطاع البنوك
- نتائج الفرضية الرئيسية الثانية**
1. تبين النتائج انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة (بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء) تعزى لمتغير النوع.
 2. تبين النتائج انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة (بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء) تعزى لمتغير الفئة العمرية.
 3. تبين النتائج انه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة (بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء) تعزى لمتغير المستوى التعليمي.
 4. واكدت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات استجابات أفراد العينة في محور (التأثيرات الإيجابية والسلبية لرقمته المعاملات في بنك الرياض على مستوى رضا العملاء تعزى لمتغير (عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض) ..
 5. تشير النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات الدرجة الكلية (بتأثير رقمته المعاملات البنكية في بنك الرياض على رضا العملاء) تعزى إلى متغير عدد سنوات التعامل مع بنك الرياض، وتبين أن الفروق الإحصائية جاءت لصالح ممن يتعاملون مع البنك (من 1 إلى 3 سنوات)، (من 3 إلى 6 سنوات)، (أكثر من 6 سنوات).

ثانياً: توصيات الدراسة

1. مواصلة تعزيز الجوانب الإيجابية في الخدمات الرقمية لبنك الرياض كإمان وسرية معلومات العملاء، ودقة تتبع الحسابات، وتنوع الخدمات الرقمية، لما وضح لها من أثر واضح في رفع مستوى رضا العملاء وثقتهم بالخدمات البنكية الإلكترونية.
2. الاستمرار في تطوير وتعزيز الخدمات الرقمية وتطوير البنية الرقمية بما يحافظ على الاتجاهات الإيجابية للعملاء تجاه هذه الخدمات، خصوصاً ما يتعلق بسهولة الاستخدام وسرعة الإنجاز التي كانت أبرز العوامل المؤثرة
3. كما توصي الدراسة قطاع الخدمات المصرفية بتصميم وتنفيذ حملات إرشادية وتوعوية حول الخدمات الرقمية المتاحة لرفع مستوى المعرفة العامة لدى العملاء حول ما تقدمه البنوك من حلول رقمية متنوعة.
4. توصي الدراسة بضرورة الاستفادة من اقتراحات العملاء وأن تكون هذه الاقتراحات جزءاً من عملية التخطيط والتطوير المستقبلي للخدمات الرقمية، بما يعزز القدرة التنافسية للبنك ويواكب تطلعات المستخدمين في ظل التوسع المتسارع في الخدمات المصرفية الرقمية.

Reference

مصادر اللغة الانجليزية

- [1] echine, H., Lakhal, S., & Pascot, D. (2013). University Students' Perception of the Pedagogical Use of Podcasts: A Case Study of an Online Information System Course. *Journal of Education and Training Studies*, 1(2), 136-151.
- [2] Rosa, M. S., Fitriana, H., & Zulfiana, R. (2020). Teaching and Develop Pronunciation Using Media Podcast in Senior High School. *Lingua*, 16 (1), 24-35.
- [3] UNESCO. (2015). *Assessment of Media Development in Jordan: Based on UNESCO's Media Development Indicators*.
- [4] Widodo, M. R., & Gunawan, A. (2019). Investigating the Effect of Using Podcast on Students Listening Comprehension. *Lingua*, 15 (1), 35-42.
- [5] Wulan, O. R. N. (2018). the Effect of Implementing Podcast in Enhancing Students Speaking Achievement in the Fully Digital Era. *PEOPLE Int. J. Soc. Scio*, 3 (3), 1173-1185.

مراجع اللغة العربية

- [1] الطيب، عبد الله. (2017). *فلسفة ونظريات الإعلام، مدخل الاستخدامات والإشباعات، القاهرة: دار العالمية للنشر*.

- [2] العابد، سيد علي، وابن يحي عبد الرؤوف. (2017). تأثير اليوتيوب من خلال برامج البودكاست على الطلبة الجامعيين: دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر قسم الاعلام والاتصال لجامعة سيدي مبراح. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح /الجزائر.
- [3] غزال، عبد الرزاق، وبرجلي، وفاء. (2021). البودكاست الاجتماعي بين تنمية المسؤولية وخلق الوعي المجتمعي، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، (4)، 10، 645-663.
- [4] عبد الحميد، محمد. (2018). نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير. عالم الكتب، القاهرة.
- [5] موقع عرب. (2019، 7 حزيران). "صوت" منصة بودكاست تفتح المنوع في المجتمع الأردني. استرجعت في 16 أيار، 2022 من <https://alarab.app>
- [6] النابلسي، أريج عبد الله محمد. (2021). تأثير مسلسلات البودكاست على اليافعين في ترسيخ القيم الاجتماعية والإنسانية: دراسة تجريبية على مسلسل "وليد الصدف"، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، عمان.
- [7] اليعقوبي، سمية. (2020). البودكاست: متطلبات العمل وخصائص المحتوى. دراسة حالة بودكاست الجزيرة، مركز الجزيرة للإعلام.
- [8] <https://bakkah.com/ar/knowledge-center/digitization> مارس، 2025
- [9] <https://hbrarabic.com/> المفاهيم الإدارية-رضا-العملاء مارس، 2025
- [10] <https://porline.com/blog/ar/> دليلك لأهمية-استبيان-رضا-العملاء/ مايو 2025
- [11] <https://www.riyadcapital.com/ar/web/guest/personal-banking/digital-banking-channels/riyad-online> أبريل، 2025
- [12] العازمي، فهد، 2022، دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد 3
- [13] الغزواني إدريس، 2020، مانويل كاستلز ومفهوم مجتمع الشبكات، منصة المنهل الإلكترونية <https://platform.almanhal.com/Files/2/230544>
- [14] المطيري فهد، 2022، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسية بن بوعلي بالشلف كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير مخر العولة، المجلد 18، العدد 29
- [15] المومني وعد، 2023، نظريات الإعلام الرقمي المعاصرة، مركز قاف للدراسات، عمان، الأردن
- [16] بنك الرياض، 2020، التحول الرقمي، مارس 2025
- https://riyadbank2020.annualreport.plus/ar/management_discussion/digital_transformation.html
- [17] بوحامي حسين وآخرون، 2023، دور الرقمنة في تسهيل العمليات المالية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة، مذكرة مكمله لنيل شهادة الماستر
- [18] تيغان فين، وأماندا داو، 2024، ما المقصود بالتحول الرقمي في الخدمات المصرفية والمالية؟، أبريل 2025، IBM <https://www.ibm.com/sa-ar/think/topics/digital-transformation-banking>
- [19] د. رشا إبراهيم، 2024، دور التطبيقات المصرفية الرقمية في تحسين تجربة العملاء وتحقيق رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم : دراسة مقارنة على البنوك المصرية الحكومية والخاصة، مجلة البحوث والدراسات الإعلامية، العدد 29.
- [20] زهراء رهدون وآخرون، 2015، الخدمات البنكية الإلكترونية كآلية لتحقيق رضا العملاء، جامعة 08 ماي 1945 قلالة
- [21] سعيد سالي، 2021، اثر استخدام الخدمات الإلكترونية للبنوك العامة في مصر في ظل التحول الرقمي على تحقيق رضا وولاء عملائها، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، جامعة أكتوبر للعلوم الحديثة والآداب، العدد 3
- [22] عبد الستار خالد، 2017، قياس مدى رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية بالتطبيق على بعض البنوك المصرية
- [23] عبدالفتاح ممدوح، 2021، العوامل المؤثرة والمعيقة لتبني العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية، المجلة العربية للإدارة، مجلد 41، عدد 41
- [24] عبدالفتاح نورا، 2021، رقمنة الخدمات المصرفية وفعاليتها الاجتماعية دراسة ميدانية، حوليات اداب عين شمس، قسم الاجتماع كلية الاداب، جامعة القاهرة، المجلد 50
- [25] عبيد شاهر، 2021، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، جامعة القدس المفتوحة
- [26] موقع بكة الإلكتروني، يناير 2025، الرقمنة Digitization أهدافها وأنواعها ومراحلها ومجالاتها وإيجابياتها وسلبياتها.
- [27] موقع بنك الرياض الإلكتروني، يناير 2025، <https://www.riyadcapital.com/ar/web/guest/investor-relations/vision-and-mission>
- [28] موقع بنك الرياض أون لاين الإلكتروني، مارس 2025، <https://www.riyadcapital.com/ar/web/guest/personal-banking/digital-banking-channels/riyad-online>