

دور الاقتصاد الرقمي في تعزيز كفاءة القطاع المصرفي - دراسة تحليلية على المصارف التجارية في مدينة الجميل - ليبيا.

The Role of the Digital Economy in Enhancing the Efficiency of the
Banking Sector - A Case Study an Analytical of the Commercial
Banks in the Aljmail City – Libya

أ. نبيل محمد عمار عبد الجليل

جامعة الزاوية / كلية الاقتصاد - العجيلات

البريد الإلكتروني n.abdwlgilil@zu.edu.ly

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة على معرفة الدور الذي يلعبه الاقتصاد الرقمي في تعزيز كفاءة القطاع المصرفي، حيث ركزت هذه الدراسة على دراسة تحليلية للمصارف التجارية بمدينة الجميل. وقد اعتمدت هذه الدراسة على بعض المصادر الأولية في جمع البيانات حيث أخذت عينة إحصائية لبعض المصارف التجارية في المدينة، وذلك عن طريق إعداد استمارة استبيان على مجتمع الدراسة وتم توزيعها على المصارف التجارية داخل المدينة، مستخدماً المنهج الوصفي والتحليلي لوصف الظاهرة وتحليلها لاستخلاص النتائج. حيث اشتملت عينة الدراسة على (4) مصارف، حيث توجهت عينة الدراسة إلى المدراء ورؤساء الأقسام والعاملين بالمصارف التجارية بالمدينة البالغ عددهم (40) موظفاً، بواقع (30) موظف، (10) موظفات، وقام الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان على الموظفين داخل المصارف، عاد منهم (35) استبياناً من الموظفين، تم استبعاد (3) استبيانات لعدم صلاحيتها للتحليل وبذلك تبقى (32) استبياناً تم إخضاعها للتحليل الإحصائي. توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن استخدام الاقتصاد الرقمي له دور إيجابي على المصارف التجارية بمدينة الجميل من خلال زيادة حجم المعاملات وزيادة الأرباح وخفض التكاليف والقدرة على تسهيل الخدمات المصرفية للعملاء. بالإضافة إلى مدى إدراك العاملين بالمصارف التجارية المبحوثة على أهمية ومزايا استخدام الاقتصاد الرقمي داخل هذه المصارف.

الكلمات المفتاحية: الاقتصاد الرقمي، القطاع المصرفي، المصارف التجارية، الكفاءة.

Abstract:

The study aims to know the role of the digital economy in enhancing the efficiency of the banking sector, whereas, the study focused on an analytical study of commercial banks in Aljmail city. The study depends on several primary sources in a data collection, where a statistical sample was taken for some of the commercial banks in the Aljmail city, by preparing a questionnaire on the study community and distributed to the commercial banks in Aljmail city, by using the descriptive and analytical method to describe the phenomenon and analyses its extract results. Furthermore, the study sample has included on (4) banks where the sample was directed to the managers, the departments bosses and an employee of commercial banks in Aljmail city. Whereas, the sample was directed at (40) employees, which were distributed to (30) employees and (10) employees. The researcher distributes the questionnaires to the employees inside the banks. While, it returned by (35) of a questionnaire, as well, it were (3) questionnaires excluded because were not suitable for analysis. Subsequently, it was subjected (32) questionnaires to the statistical analysis. This study reached several results, the most important is that the digital economy has a positive role of commercial banks in Aljmail city by increasing the volume of transactions, increasing profits and reducing costs, in addition to the ability to facilitate banking services for clients. In addition to, the extent of awareness of employees in the commercial banks researched on the importance and advantages of using the digital economy inside the banks.

Keywords: Digital economy, Banking sector, Commercial banks, Efficiency.

الإطار العام للدراسة:

1 - المقدمة:

يمنح الاقتصاد الرقمي بلدان العالم فرصة فريدة لتسريع خطى التنمية الاجتماعية والاقتصادية وبناء مستقبل أفضل. وقد ادخل القطاع المصرفي تحولات كبيرة فيما يتعلق بالاقتصاد الرقمي من خلال توسيع العمليات المصرفية. بالإضافة إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز كفاءة المصارف التجارية بما يتماشى مع العصر الرقمي الحديث. وقد ظهر الاقتصاد الرقمي في فترة التسعينات لأول مرة في فترة خضم ركود في اليابان، إلا أنه تم صياغته بصورة توسعية في كتاب دون تابسكوت (Don Tapscott) بعنوان "الاقتصاد الرقمي: الوعد والخطر في عصر الذكاء الشبكي" والذي يعتبر من أوائل الكتب التي نظرت إلى الإنترنت كطريقة لأداء الأعمال، ثم تطور هذا المفهوم على وتيرة كبيرة في مختلف أنحاء العالم. أدخل دون تاب سكوت مدير الأعمال والاستراتيجي الكندي الاقتصاد الرقمي في عام 1995، حيث كان الانترنت في ذلك الوقت لا يزال في بداياته كشبكة عالمية، حيث صدر أول متصفح تجاري

لشبكة الانترنت في شهر أكتوبر عام 1994 (مجلة آفاق الاقتصاد الرقمي، 2018). يعتمد الاقتصاد الرقمي بشكل رئيسي على تقنيات الحوسبة الرقمية، فعلى الرغم من أننا ندرك بشكل متزايد هذا المفهوم على أنه إجراء أعمال من خلال أسواق تعتمد على الإنترنت وشبكة الويب العالمية. وشهدت الساحة المصرفية خلال السنوات السابقة تطوراً كبيراً في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية والمواكبة للتحويل الرقمي الحديث، بهدف توسيع خدماتها المصرفية وجذب العملاء، بالإضافة إلى تسهيل العمليات المصرفية في ظل عصر التكنولوجيا الحديثة، ولا شك أن الاقتصاد الرقمي جعل الدول المتقدمة تقدم خدمات ذات طابع معرفي حديث وهذه الموجة المستمرة من الابتكارات قادرة على إزالة أي عقبات تحول بين الناس والفرص، حيث أصبح بإمكان الأفراد أينما كانوا الوصول إلى قدر غير مسبوق من المعلومات، والحصول على الخدمات المصرفية عن بعد.

2- مشكلة الدراسة:

يعتبر القطاع المصرفي من أهم القطاعات الهامة في الاقتصاد الليبي، حيث شهد القطاع المصرفي في الآونة الأخيرة توسعاً كبيراً في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، كنتيجة حتمية وضرورية لتوسيع الخدمات المصرفية، ومن أجل تعزيز كفاءة القطاع المصرفي. وهذا يستوجب النظر في تحديد مشكلة الدراسة والتي تتجسد فيما الدور الذي يلعبه الاقتصاد الرقمي في تعزيز كفاءة القطاع المصرفي؟

3- أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى تحقيق الآتي:

- قياس العلاقة بين الاقتصاد الرقمي ودوره في تعزيز كفاءة المصارف التجارية بمدينة الجميل، ليبيا، بما يتماشى مع العصر الحديث، والتحول من الاقتصاد التقليدي إلى الاقتصاد الرقمي.
- تحديد مدى إدراك العاملين بالمصارف التجارية المبحوثة للمتغيرات التي تعزز دور الاقتصاد الرقمي على القطاع المصرفي.

4- أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من كون أن المواضيع المرتبطة بالاقتصاد الرقمي والتطورات التكنولوجية الحديثة، وكيفية استخدامها في المصارف التجارية من أكثر المواضيع سخونة في الوقت الحاضر، وذلك من خلال الآتي:

- دراسة موضوع الاقتصاد الرقمي وتكنولوجيا المعلومات وأهمية استخدامه بالنسبة للمصارف التجارية.
- تساهم هذه الدراسة في تقديم المساعدة للقطاع المصرفي لتحقيق أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية في ظل تبني التحويل الرقمي، وكذلك سعي الدولة لتصحيح قطاع المصارف التجارية بما يتماشى مع التطور التكنولوجي.

5- فرضيات الدراسة:

للوصول إلى مشكلة الدراسة، وللإجابة على التساؤل السابق، وفي ظل الأهداف التي تسعى الدراسة إلى تحقيقها، تم اختبار الفرضيات التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاقتصاد الرقمي وكفاءة القطاع المصرفي وتطوير الخدمات المصرفية، وهذا الفرضية تنطبق على مؤشرين رئيسيين هما:
 - مدى توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمصرف.
 - مدى مساهمة التحول الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية للزبائن.
- دراسة مدى إدراك العاملين بالمصارف التجارية المبحوثة للمتغيرات التي تعزز كفاءة القطاع المصرفي، وذلك من خلال إدراك العاملين لأهمية ومزايا التحول الرقمي، بالإضافة للصعوبات التي تواجه هذه المصارف عند استخدامه.

6- الدراسات السابقة:

- **دراسة (إيمان، 2014)** بعنوان اندماج الاقتصاد الرقمي في البنوك الجزائرية، دراسة ميدانية في المجمع الجهوي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية أم البواقي، هدفت هذه الدراسة الدور الفعال الذي يلعبه الاقتصاد الرقمي في الرفع من نوعية الخدمات المصرفية وذلك إجابة على التساؤل المطروح في الإشكالية. كما يتطرق أيضا إلى الوسائل التي تطبقها البنوك لتحسين الخدمة المصرفية. أثبتت نتائج الدراسة التطبيقية لبنك بدر أنه يعتبر في مرحلته الأولى إذا ما تمت مقارنته بما وصلت إليه الدول المتقدمة من ناحية وسائل الدفع الإلكترونية، البنوك الإلكترونية، المقاصة الإلكترونية. فعلى سبيل المثال لا يتم استعمال بطاقة الدفع، أما الشيك الإلكتروني فلا يتم استخدامه في الغالب. ولهذا تم طرح هذه الإشكالية لتحقيق الأهداف، أبرزها تسهيل التعاملات المالية والرفع من مستوى الاقتصاد الوطني.
- **دراسة (أمين الحاج، 2013)** بعنوان الاقتصاد الرقمي وأثره على القطاع المصرفي في السودان - دراسة حالة بنك أم درمان الوطني، حيث هدفت هذه الدراسة على معرفة أثر الاقتصاد الرقمي على القطاع المصرفي في السودان للفترة من 2000 - 2012 وذلك باعتبار أن التكنولوجيا الرقمية أصبحت من أهم العوامل المؤثرة على القطاع المصرفي، حيث توصلت هذه الدراسة إلى نتائج أهمها أن الاقتصاد الرقمي يساهم بشكل كبير من الناحية الإيجابية في توسيع الخدمات المصرفية و من تم زيادة حجم المعاملات والأرباح بالمصارف وبنك أم درمان الوطني بصفة خاصة.
- **دراسة (بشرى سامي، 2010)**، بعنوان إمكانية تبني وتطبيق مفهوم المصارف الإلكترونية، دراسة استطلاعية لعينة المصارف التجارية في مدينة دهوك العراقية، هدفت هذه الدراسة في معرفة مدى إمكانية تبني وتطبيق الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية العراقية، تحديدا في محافظة دهوك، وبيان مدى الاستفادة من استخدام التكنولوجيا الحديثة والتحول الرقمي في تحسين أداء هذه الخدمة. وقد تم التوصل إلى أن التقدم التكنولوجي من العوامل المساعدة في تطوير تقنيات المعلومات والاتصالات

بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية بكفاءة عالية، كما توصلت الباحثة على الأفراد العاملين في المصارف التجارية المبحوثة يدركون أهمية ودور التحول الرقمي في تحسين الخدمات المصرفية في المصارف التجارية، وهذا يعطي مؤشر إمكانية تبني وتطبيق فكرة التحول الرقمي في هذه المصارف. ومن خلال الدراسات السابقة نلاحظ أن معظم هذه الدراسات تدرس في صلب الموضوع، حيث تطرقت إلى دور الاقتصاد الرقمي وأثره على القطاع المصرفي، وتوضح الدراسات أن أغلب المشاكل والمعوقات تتمثل في عدم اعتماد المصارف التجارية بدرجة كبيرة على التحول الرقمي وتكنولوجيا المعلومات، خاصة في بعض الدول العربية، بسبب ضعف الإمكانيات في الثورة الرقمية الحديثة، مما يؤدي إلى صعوبة استخدام الاقتصاد الرقمي في القطاع المصرفي، في حين أن الدراسة الحالية تهتم بتشخيص واقع عملية استخدام الاقتصاد الرقمي و دوره في تعزيز كفاءة القطاع المصرفي، من خلال تطوير الخدمات المصرفية للعملاء، وإمكانية استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة في المصارف التجارية في مدينة الجميل، ليبيا، بالإضافة إلى أن الدراسة الحالية تعتبر امتداداً للدراسات السابقة التي أجريت في بعض الدول إلا أن الدراسة الحالية تختلف على الدراسات السابقة من حيث بيئة الدراسة والمتمثلة في المصارف التجارية في مدينة الجميل، ليبيا.

الإطار النظري للدراسة

أولاً: مدخل عام حول مفهوم القطاع المصرفي:

أن التغيرات الجذرية التي حدثت على الساحة الدولية في بداية التسعينات في أعقاب انهيار النظام الاشتراكي و بروز العولمة، جعلت الاقتصاد العالمي يظهر وسط متغيرات عالمية ومعطيات خاصة وتحديات يجب مواجهتها. إن هذه التطورات التي اجتاحت العالم قد ألفت بظلالها على النظام المصرفي في ليبيا، ولذلك فإنه من الضروري القيام بإصلاحات عميقة لهياكله وآليات عمله مع خلق الوسائل الضرورية التي تسمح له بالتكيف مع المحيط الدولي، كما أن التغيرات الناجمة عن الإصلاحات الاقتصادية تكشف عن النقائص وعجز أجهزة التنظيم، حيث أن التأخير في تكييف المنظومة المصرفية، جعل المعايير المعمول بها في القطاع المصرفي لا تتماشى التطورات التكنولوجية الجديدة المواكبة للاقتصاد الرقمي وهذا ما قاد بعض المصارف التجارية في ليبيا إلى خوض إصلاحات اقتصادية، والتي أدت إلى التغيير الجذري للسياسة الاقتصادية بالاعتماد على قوى السوق. إن المنظومة المصرفية الليبية مازال ينتظرها الكثير من الإصلاحات نتيجة التحديات الكبيرة المرتبطة بالأسواق المصرفية العالمية، والتطورات التكنولوجية والمعلوماتية وما يترتب على ذلك من تغيرات كبيرة في طبيعة وهيكل أداء الصناعة المصرفية العالمية. وتعمل المصارف التجارية في ليبيا عامة، ومدينة الجميل خاصة على مواكبة التطورات الحاصلة في الصناعة المصرفية العالمية، وقد سعت

باتجاه إعادة هيكلة استراتيجياتها وسياستها على كل المحاور من أجل الاستفادة من الفرص التي تتيحها تلك التطورات وإدارة التحديات لزيادة فرص النمو والربحية.

1- تعريف الجهاز المصرفي: "يعتبر النظام المصرفي جزء من النظام المالي، وهو نظام يقيم مجمل النشاطات التي تمارس من خلال العمليات المصرفية، وخاصة تلك المؤسسات التي تتعامل وتمنح الائتمان. ويشمل الجهاز المصرفي المنشآت المالية، السلطات المسؤولة عن السياسة النقدية، أي البنك المركزي والخزينة العامة" (فريدة يعدل، 2005، ص 143).

2- أهداف الجهاز المصرفي: من أهم الأهداف الأولية للنظام المصرفي نذكر ما يلي:

- المساهمة في تحقيق تنمية اقتصادية.
- تحقيق العدالة الاقتصادية والاجتماعية.
- استقرار قيمة الوحدة النقدية.
- سلسلة المصارف: يشمل القطاع المصرفي مجموعة من المصارف المتخصصة حسب مجالها العملي، فيما عدا ما يتعلق بالملكية إذ أنها هنا بيد شخص طبيعي واحد أو عدة أشخاص طبيعيين (إبراهيم العمر، 2001).

3- مكونات النظام المصرفي: يتكون الجهاز المصرفي من مجموعة من المؤسسات الائتمانية أساسها البنك المركزي، وقوامها البنوك التجارية، كما تتألف من عدة أنواع من المؤسسات التي تتخصص في تقديم نوع معين من الائتمان (سنوسي على، 2016) وهي كالآتي:

- **البنك المركزي:** يعتبر البنك المركزي (مصرف ليبيا المركزي) مؤسسة نقدية عامة، يحتل مركز الصدارة في الجهاز المصرفي، وهو عبارة عن الهيئة التي تتولى إصدار وتنفيذ القوانين التشريعية السائدة في الدولة. وتضمن بوسائل شتى سلامة أسس النظام المصرفي، كما يوكل إليها الإشراف على السياسة الائتمانية في الدولة، بما يترتب على هذه السياسة من تأثيرات هامة في النظامين الاقتصادي والاجتماعي.

- **البنوك التجارية:** البنوك التجارية هي إحدى المنشآت المالية المتخصصة في التعامل بالنقود والتي تسعى لتحقيق الربح، وتعتبر المكان الذي يتلقى فيه عرض النقود بالطلب عليها إذ أنها توفر نظاما ذو كفاية يقوم بتعبئة ودائع ومدخرات الأفراد والمؤسسات. ويطلق على تلك البنوك ببنوك الودائع، وقد اكتسبت ثقة كبيرة لما تقوم بالوفاء والالتزام وأصبحت تتمتع بقبول عام من قبل الأفراد، فهي تمثل الركيزة الأساسية للنظام المصرفي، بحيث تمثل قاعدة النظام المصرفي.

ثانيا: دور الاقتصاد الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية للمصارف التجارية:

أن التحول الرقمي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ألقت بظلالها على تكوين المصارف التجارية الإلكترونية، بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب، بل موقعا ماليا

تجاريا إداريا شاملا، له وجود مستقل، فإذا عجز البنك نفسه عن أداء خدمة ما من بين هذه الأطراف كان الحل اللجوء إلى المواقع المرتبطة التي يتم عادة التعاقد معها للقيام بخدمات عبر نفس موقع البنك، أن المؤسسات المالية تقدم على الشبكة خدمات كانت حكرًا على البنوك بمعناها التقليدي. وفي هذا الإطار نجد بعض المؤسسات التجارية تمارس أعمالا مصرفية بحتة نتجت عن قدراتها المتميزة على إدارة موقع مالي على الشبكة، وأصبحت بنك رئيسيا بالمعنى المعروف بعد أن كانت تعتمد عبر خطوط مرتبطة بها على البنوك القائمة، ووجدت هذه الشركات نفسها بعد حين تمتلك وسائل الدفع النقدي التقنية وتستطيع إنشاء قواعد حسابات بنكية خاصة بعملائها، وتمنحهم ضمن سياساتها التسويقية تسهيلات في الوفاء بالتزاماتهم نحوها، ومن ثم أصبحت مؤسسات تمارس أعمالا مصرفية، فتح الحسابات، ومنح الاعتماد، وإدارة الدفع النقدي، ونقل الأموال، وإصدار بطاقات الائتمان وغيرها.

1- البنوك الإلكترونية: يمكن تعريف البنوك الإلكترونية على أنها ذلك النظام الذي يستخدم الآليات الإلكترونية، أو التقنيات على الخطوط المباشرة في القطاع المصرفي من أجل تقديم وتوفير الخدمات المصرفية للزبائن (سنوسي علي، ص19). فالبنوك الإلكترونية تشير إلى ذلك النظام الذي يتيح للزبون الوصول إلى حساباته أو أية معلومات يريدها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات ترتبط بجهاز الحاسوب الخاص وأي وسيلة أخرى. وهناك ثلاث صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الإنترنت:

- موقع المعلومات وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية ومن خلاله فان البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.
 - الموقع التفاعلي أو الاتصالي، بحيث يسمح الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو تعديل معلومات القيود والحسابات.
 - الموقع التبادلي، وهو المستوى الذي يمارس فيه البنك خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية.
- 2- متطلبات البنك الإلكتروني:** والتي يمكن إيجازها في العناصر التالية:
- البنية التحتية: يقف في مقدمة متطلبات البنوك الإلكترونية البنية التحتية التقنية وهذه الأخيرة لا يمكن أن تكون بمعزل عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات، ذلك لأنها تعمل في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.
 - الكفاءة الأدائية المتفقة مع عصر التقنية: هذه الكفاءة قائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التدريبي.
 - التطوير والاستمرارية.
 - التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية.

- رقابة التقييم الحيادية، بمعنى الارتكاز على التقييم الموضوعي، ومن هنا أقامت غالبية مواقع البنوك الإلكترونية جهات في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الإلكتروني لتقييم فعالية وأداء مواقعها.

ثالثاً: مفاهيم عامة حول الاقتصاد الرقمي:

1- مفهوم الاقتصاد الرقمي: هو مصطلح ارتبط بالتطور الهائل الذي شهده النظام الاقتصادي المعاصر وخاصة في البلدان المتقدمة في مجال العلم والتكنولوجيا. تعددت التعريفات التي تتناول هذا المصطلح بشكل كبير، ومن أهم التعريفات التي تناولت هذا المفهوم، حيث عرفه "دومينيك فوراي"، "Dominique Foray" على أنه تخصص فرعي من الاقتصاد يهتم أساساً بالمعرفة من جهة، ومن جهة أخرى يعتبر ظاهرة اقتصادية حديثة تتميز بتغيير سير الاقتصاديات من حيث النمو وتنظيم النشاطات الاقتصادية (مصطفى كافي، 2013، ص 35). كما يعرف على أنه "الاقتصاد الرقمي عبارة عن الاقتصاد القائم على الانترنت أو اقتصاد الويب"، أو عبارة عن "الاقتصاد الذي يتعامل مع المعلومات الرقمية، الزبائن الرقميين والشركات الرقمية، التكنولوجيا والمنتجات الرقمية" (جعفر جاسم، 2013، ص 23).

2- أهمية الاقتصاد الرقمي: يعتبر الاقتصاد الرقمي ذو أهمية كبرى وتتمثل هذه الأهمية في الآتي:

- تعد وسيلة متميزة وغير مسبقة للوصول إلى الأسواق العالمية في وقت واحد بأقل النفقات (وسام مرابطي، 2015، ص 77).
 - يعتبر وسيلة فعالة للقيام بعقد الصفقات بين المتعاملين عن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بينهم.
 - يؤدي إلى تبادل المنافع ما بين المتعاملين من بائعين ومشتريين، كما يعمل على ترشيد القرارات المتخذة، بما يتميز من تدفق المعلومات في الوقت المناسب، وبطريقة منسقة ودقيقة.
 - يساهم في تبسيط وتنظيم عمليات المشروعات وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء عن التأخير.
 - في إصدار القرارات الإدارية ومنع الأخطاء وتخفيض التكاليف وبالتالي المحافظة على حقوق أصحاب المشروع، وزيادة الربحية.
 - يساعد الشركات على إتباع نظم التصنيع الحديثة التي تتم بمساعدة الحاسب الإلكتروني من حيث تحديد تعاقب عمليات التشغيل وأسلوب التشغيل على أجزاء المنتج.
- 3- أهم تطبيقات الاقتصاد الرقمي:** يمكن استخدام الاقتصاد الرقمي في الكثير من المجالات والتي يتمثل أهمها فيما يلي:

• التجارة الإلكترونية: عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تبادل السلع والخدمات والمعلومات.

• التسويق الإلكتروني: ويتم من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الأهداف التسويقية من خلال شبكات الاتصال المباشر واتصالات الحاسب والوسائل التفاعلية الرقمية.

• الاستثمار الإلكتروني: من خلال محاولة الاستفادة من إمكانيات الشبكة وما توفره من معلومات وآليات اتخاذ قرارات الاستثمار وبخاصة في مجال أسواق المال .

4- أبرز التحديات التي تواجه الاقتصاد الرقمي: يواجه الاقتصاد الرقمي مجموعة من المعوقات لعل أبرزها:

• غياب البنية التحتية الداعمة لقيام مثل هذا النوع من الاقتصاد في الكثير من الدول.

• انعدام الثقة في إجراء المعاملات الإلكترونية، مثل السداد بوسائل إلكترونية، أو التصديق الإلكتروني للوثائق (هبة الله هشام، 2019، ص3).

• ارتفاع تكلفة استخدام الإنترنت في الكثير من الدول النامية مقارنة بمتوسط دخول أفراد تلك الدول.

• ضعف الموارد البشرية وغياب الخبرات التكنولوجية اللازمة لمثل هذا النوع من التعاملات التكنولوجية.

رابعاً: المقارنة بين الاقتصاد الرقمي والاقتصاد التقليدي:

قد يتساءل البعض ما الفرق بين الاقتصاد الرقمي والتقليدي وهل هي عملية تحول للتقنية فقط أم أن هناك اختلاف جذري في المفهوم والمكونات. هذا الجدول يلخص أبرز الفروق بين الاقتصاد الرقمي والتقليدي بناءً على عدة معايير نستعرضها في الآتي:

المعيار	الاقتصاد التقليدي	الاقتصاد الرقمي
الأسواق	مستقرة	حركية
حدود المنافسة	قومية	عالمية
البنية التحتية	تصنيعية في جوهرها	خدمية/معلوماتية في جوهرها
مصدر القيمة	مواد خام، رأس مال طبيعي	رأس مال إنساني واجتماعي
تنظيم الإنتاج	إنتاج كبير	إنتاج مرن
هدف المنافسة	محلي	عالمي
المحرك التقني الرئيسي	الميكنة	الرقمية

مصدر الميزة التنافسية	خفض التكلفة من خلال الموازنة	الابتكار، الجودة والقدرة على التكيف
أهمية الأبحاث / الابتكار	بين المنخفضة والمتوسطة	كبيرة
العلاقات مع الشركات الأخرى	أداء منفرد	تعاون، وتغوق
التنظيم	قيادة وسيطرة	مرن، ويرتكز على السوق
تغيرات السوق	بطيئة وخطية	سريعة لا يمكن التنبؤ بها

المصدر: باسم غدير، اقتصاد المعرفة، شعاع للنشر والتوزيع، سورية، 2010، ص 36.

الإطار العملي للدراسة

أولاً: الإجراءات المنهجية (الدراسة الميدانية):

بما أن الهدف من الدراسة هو معرفة مدى الدور الذي يلعبه استخدام الاقتصاد الرقمي لتعزيز كفاءة القطاع المصرفي لغرض تسهيل الخدمات المصرفية للعملاء، ومعرفة مدى إدراك وفهم أهميته لدى العاملين بالمصارف المبحوثة. فقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي وباستخدام الاستبيان كأداة لجمع المعلومات نظراً لملائمة طبيعة وأهداف الدراسة.

1- مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من جميع المصارف التجارية داخل مدينة الجميل البالغ عددهم (5) مصارف، لسنة 2020 م.

2- عينة الدراسة: اشتملت عينة الدراسة على (4) مصارف فقط، حيث توجهت عينة الدراسة إلى المدراء ورؤساء الأقسام والعاملين بالمصارف التجارية بالمدينة البالغ عددهم (40) موظفاً، بواقع (30) موظف، (10) موظفات، وقام الباحث بتوزيع الاستبيانات على الموظفين داخل المصارف، عاد منهم (35) استبياناً من الموظفين، تم استبعاد (3) استبيانات لعدم صلاحيتها للتحليل، وبذلك تبقى (32) استبياناً تم إخضاعها للتحليل الإحصائي. والجدول التالي توضح الخصائص العامة لعينة الدراسة:

جدول رقم (1): يبين التكرارات والنسب المئوية للموظفين حسب الجنس

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
81.25%	26	نكر
18.75%	6	أنثى
100.0	32	المجموع

يتضح من الجدول (1) أعلاه أن نسبة الموظفين الذكور قد بلغت 81.25%، وهي نسبة عالية مقارنة مع نسبة الموظفات التي بلغت 18.75%، من إجمالي مفردات عينة الدراسة، مما تقدم يتضح أن إدارة المصارف تعتمد بشكل كبير على الذكور.

جدول رقم (2): يبين التكرارات والنسب المئوية للموظفين حسب العمر

النسبة المئوية %	التكرار	الفئات العمرية (بالسنوات)
9.4%	3	أقل من 25 سنة
31.2%	10	من 25 إلى 34
21.9%	7	من 35 إلى 40
37.5%	12	أكبر من 40 سنة
100.0	32	المجموع

يتضح من الجدول (2) أعلاه أن 9.4% من الموظفين أعمارهم أقل من 25 سنة، و31.2% أعمارهم من 25 إلى 34 سنة، و21.9% أعمارهم من 35 إلى 40 سنة، بينما نجد أن 37.5% من الموظفين أعمارهم أكبر من 40 سنة، مما تقدم يتضح أن أعلى نسبة كانت 37.5% للموظفين الذين أعمارهم أكبر من 40 سنة. وعند حساب النسبة التراكمية لأعمار الموظفين اتضح أن الموظفين الذين أعمارهم أقل من 40 سنة قد بلغت 62.5%، من إجمالي مفردات عينة الدراسة، ويعد هذا مؤشراً على أن مجتمع الدراسة مجتمع فتي يمكن الاستفادة منه من خلال الاهتمام به وتمييزه من ناحية تطبيق مفهوم التحول الرقمي باعتباره قادراً على تطوير الخدمات المصرفية.

جدول رقم (3): يبين التكرارات والنسب المئوية للموظفين حسب المؤهل العلمي

النسبة المئوية %	التكرار	المؤهل العلمي
25%	8	دبلوم عالي
75%	24	بكالوريوس
100.0	32	المجموع

يتضح من الجدول (3) أعلاه أن نسبة الموظفين الذين يحملون مؤهل بكالوريوس قد بلغت 75%، وهي نسبة عالية مقارنة مع نسبة الذين يحملون مؤهل دبلوم عالي التي بلغت 25%، من إجمالي مفردات عينة الدراسة، مما تقدم يتضح أن ثلاث أرباع عينة الدراسة يحملون شهادات جامعية. مع ملاحظة عدم وجود موظفين يحملون شهادات عليا (ماجستير - دكتوراه).

جدول رقم (4): يبين التكرارات والنسب المئوية للموظفين حسب سنوات الخبرة

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من 5 سنوات	6	18.8%
من 5 إلى 10 سنوات	9	28.1%
أكثر من 10 سنوات	17	53.1%
المجموع	32	100.0%

يتضح من الجدول (4) أعلاه أن 18.8% من الموظفين سنوات الخبرة لديهم في المصرف لم تتجاوز الخمس سنوات، و28.1% خبرتهم في الوظيفة بالمصرف من 5 إلى 10 سنوات، بينما نجد أن 53.1% من الموظفين عدد سنوات العمل لديهم في المصرف أكثر من 10 سنوات، مما تقدم يتضح أن أعلى نسبة كانت 53.1% للموظفين الذين لديهم خبرة في المجال المصرفي لأكثر من 10 سنوات. أي أن أكثر من نصف العاملين بالمصارف لديهم خبرة عمل أكثر من 10 سنوات، ويعد هذا مؤشراً على أن مجتمع الدراسة أكثر من نصفه لديه خبرة عمل في المجال المصرفي تجاوزت 10 سنوات بنسبة قد بلغت 53.1%.

جدول رقم (5): يبين التكرارات والنسب المئوية للموظفين حسب المسمى الوظيفي

المسمى الوظيفي	التكرار	النسبة المئوية %
مدير	1	3.1%
نائب مدير	2	6.2%
رئيس قسم	7	21.9%
موظف	22	68.8%
المجموع	32	100.0%

يتضح من الجدول (5) أعلاه أن 3.1% من الموظفين بالمصارف المسمى الوظيفي لديهم هو مدير، و6.2% المسمى الوظيفي لديهم نائب مدير، و21.9% المسمى الوظيفي لديهم رؤساء أقسام، بينما نجد أن 68.8% من العاملين بالمصارف المسمى الوظيفي لديهم موظف. مما تقدم اتضح أن أكثر من نصف العاملين بالمصارف المسمى الوظيفي لديهم موظف.

3- أداة الدراسة (الاستبيان): قام الباحث بتصميم استبيان الهدف منه جمع البيانات لغرض الحصول على آراء موظفي المصارف داخل مدينة الجميل حول التحول الرقمي وإمكانية تطبيقه لغرض تطوير الخدمات المصرفية من وجهة نظر الموظفين، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (موافق تماماً،

موافق، محايد، غير موافق، غير موافق تماماً) أمام كل عبارة من عبارات الاستبيان، وأعطيت له الأوزان (3،4،5،1،2) على الترتيب.

4- **صدق وثبات أداة الدراسة:** تعتبر مرحلة جمع البيانات واختيار الأداة المناسبة لذلك أمر في غاية الأهمية، إذ يتطلب الأمر اختيار الأداة التي تتصف بخاصية الصدق والثبات عند استخدامها في البحث العلمي. لذلك يجب دائماً اختيار أداة الدراسة أن تتميز بخاصية الصدق والثبات. ومن هذا المنطلق يجب علينا معرفة مدى صدق وثبات أداة الدراسة المستخدمة. وتم ذلك باستخدام برنامج " SPSS".

أ- الصدق: يقصد بصدق الاستبيان أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، أي ما مدى دقته على قياس الغرض الذي صمم من أجله، وقام الباحث بالتأكد من صدق الاستبيان بطريقتين هما:

- الصدق الظاهري (صدق المحكمين): قام الباحث بعرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من الأساتذة من ذوي الخبرة والاهتمام بموضوع الدراسة، وذلك للتأكد من مدى ملائمة كل العبارات إلى المحاور التي تنتمي إليها من محاور الاستبيان، وأبدى المحكمون ملاحظاتهم حول بعض العبارات، وقد راعى الباحث تلك الملاحظات عند إعداده للاستبيان في صورته النهائية.
- صدق الاتساق الداخلي: يقصد بصدق الاتساق الداخلي مدى اتساق عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه، ويقصد بذلك أن تقيس العبارة ما وضعت لقياسه فقط. وللتأكد من ذلك قام الباحث بحساب معامل ارتباط بيرسون بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للمحور. كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول (6): يبين صدق الاتساق الداخلي بين محاور الاستبيان باستخدام معامل بيرسون

المحاور	استخدام الاقتصاد الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية	إدراك العاملين بالمصارف التجارية للمتغيرات التي تعزز دور الاقتصاد الرقمي	الاستبيان ككل
استخدام الاقتصاد الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية	1	**0.85	**0.88
إدراك العاملين بالمصارف التجارية للمتغيرات التي تعزز دور الاقتصاد الرقمي	**0.85	1	**0.86

1	**0.86	**0.88	الاستبيان ككل
---	--------	--------	---------------

** تعني يوجد ارتباط معنوي عند 0.01

يتضح من الجدول (6) أعلاه أن قيم معاملات الارتباط لمحاور الاستبيان دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01)، وهذا يدل على أن الاستبيان على درجة عالية من الاتساق الداخلي. وبذلك تكون عبارات الاستبيان تتسق مع المحور الذي تنتمي إليه هذه العبارات.

ب- الثبات: أن الهدف الأساسي من التحقق من ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) هو التأكد من أنها ملائمة لأغراض الدراسة ولها خاصية الثبات، ويقصد بذلك أن يعطي الاستبيان نفس النتائج لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف على أفراد العينة.

جدول (7): يوضح نتائج معامل الثبات ألفا كرونباخ للمحاور والاستبيان ككل

معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات في كل محور	محاور الاستبيان
0.98	13	المحور الأول: استخدام الاقتصاد الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية
0.97	14	المحور الثاني: إدراك العاملين بالمصارف التجارية للمتغيرات التي تعزز دور الاقتصاد الرقمي
0.99	27	جميع محاور الاستبيان

من الجدول (7) أعلاه يتضح أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للمحور الأول هو (0.98)، وللمحور الثاني هو (0.97)، وكذلك نجد أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لجميع محاور الاستبيان قد بلغت (0.99) وهي قيمة عالية، وهذا يدل على ثبات أداة الدراسة، وأن جميع فقرات الاستبيان مهمة وبالتالي يمكننا الاعتماد عليها في التحليل وتفسير نتائج الدراسة.

5- أساليب المعالجة الإحصائية: من الأساليب الإحصائية التي تم استخدامها في معالجة البيانات باستخدام برنامج SPSS ما يلي:

- معامل ارتباط بيرسون لحساب الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.
- معامل ألفا كرونباخ لحساب ثبات أداة الدراسة.
- المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لاستخراج الأهمية النسبية لفقرات كل محور من محاور الاقتصاد الرقمي.

ثانياً: الجانب التحليلي للدراسة (عرض النتائج وتفسيرها):

1- النتائج المتعلقة بالإجابة عن التساؤل الأول: ما الدور الذي يلعبه الاقتصاد الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية للعملاء؟

أ- ما مدى توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمصرف؟

جدول (8) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات حسب أهميتها في معيار توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمصرف.

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التوفر
1	يملك المصرف بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.	3.31	1.09	4	محايد
2	يعتمد نظام المعلومات في المصرف على الكمبيوتر.	4.0	1.05	1	موافق
3	يستطيع المصرف التخلي عن المعاملات الورقية والتحول إلى النظام الإلكتروني بشكل كلي.	3.03	1.09	5	محايد
4	يملك المصرف موقع إلكتروني دائم وفعال.	3.53	1.08	2	موافق
5	يواكب المصرف في خدماته على التطورات العالمية المواكبة للتحويل الرقمي والتكنولوجي.	3.53	1.19	3	موافق
	الإجمالي	3.48	1.05		موافق

من الجدول (8) أعلاه يتضح أن العبارة (2) والتي تنص على (يعتمد نظام المعلومات في المصرف على الكمبيوتر) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.0) وانحراف معياري (1.05) وجاءت بدرجة موافق، في حين جاءت الفقرة (4) والتي تنص على (يملك المصرف موقع إلكتروني دائم وفعال) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.53) وانحراف معياري (1.08) وجاءت بدرجة موافق، ويتضح من النتائج الواردة بالجدول أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي الفقرة (3) والتي تنص (يستطيع المصرف التخلي عن المعاملات الورقية والتحول إلى النظام الإلكتروني بشكل كلي) بمتوسط حسابي (3.03)، وانحراف معياري (1.09) وجاءت بدرجة محايد.

ب- ما مدى مساهمة التحويل الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية للزبائن؟

جدول (9) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات حسب أهميتها في معيار مدى مساهمة التحويل الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية للزبائن.

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التوفر
1	يقدم الموقع الإلكتروني للمصرف خدمات مصرفية للزبائن.	3.44	0.91	2	موافق
2	يقدم المصرف خدمات إلكترونية متطورة متميزة تدعم موقعه التنافسي وتتسم بجذب زبائن جدد.	3.31	1.03	4	محايد
3	يعمل المصرف على تحسين نوعية قاعدة البيانات باستخدام أحدث وسائل التكنولوجيا المتطورة.	3.38	1.18	3	محايد
4	أن استخدام جهاز الموزع الآلي للنقود يتم بكفاءة عالية.	3.09	1.20	5	محايد
5	الإقبال على الشبائيك أصبح قليلاً بعد اعتماد الموزع الآلي.	2.59	1.10	8	غير موافق
6	يقوم المصرف بعمليات التحويل المالي الإلكتروني.	2.69	1.03	7	محايد
7	يعتمد المصرف نظام المقاصة الإلكترونية.	3.47	1.27	1	موافق
8	يقدم المصرف خدماته الإلكترونية عبر الهاتف الجوال.	2.97	0.99	6	محايد
	الإجمالي	3.12	1.04		محايد

من الجدول (9) أعلاه يتضح أن العبارة (7) والتي تنص على (يعتمد المصرف نظام المقاصة الإلكترونية) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.47) وانحراف معياري (1.27) وجاءت بدرجة موافق، في حين جاءت الفقرة (1) والتي تنص على (يقدم الموقع الإلكتروني للمصرف خدمات مصرفية للزبائن) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.44) وانحراف معياري (0.91) وجاءت بدرجة موافق، ويتضح من النتائج الواردة بالجدول أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي الفقرة (5) والتي تنص (الإقبال على الشبائيك أصبح قليلاً بعد اعتماد الموزع الآلي) بمتوسط حسابي (2.59)، وانحراف معياري (1.10) وجاءت بدرجة غير موافق.

وهذا يعزز النتائج الإحصائية بشكل عام حيث وضحت النتائج بقبول الفرضية الأولى والتي توضح العلاقة الإيجابية بين الاقتصاد الرقمي وتعزيز كفاءة القطاع المصرفي، من خلال مدى توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالمصرف، ومدى مساهمة التحول الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية للزبائن. ويعزو الباحث ذلك إلى توافق المصارف التجارية المبحوثة بالدور الذي يلعبه الاقتصاد الرقمي في تطوير الخدمات المصرفية.

2- النتائج المتعلقة بالإجابة عن التساؤل الثاني: هل يدرك العاملون بالمصارف التجارية للمتغيرات التي تعزز دور الاقتصاد الرقمي على القطاع المصرفي؟

أ- هل يدرك مصرفكم بأن دور الاقتصاد الرقمي مهم؟

جدول (10) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات حسب أهميتها في

معياري مدى إدراك العاملين بأهمية الاقتصاد الرقمي.

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التوفر
1	وسيلة مهمة وجذابة للعملاء.	4.5	0.62	1	موافق تماماً
2	وسيلة للتوسع في تقديم الخدمات للمصرف.	4.47	0.76	2	موافق تماماً
3	وسيلة وتطوير الخدمات المصرفية في المدينة.	4.38	0.701	3	موافق تماماً
4	وسيلة يقتصر تأثيرها على العملاء الذين يجيدون خدمات الانترنت.	3.75	0.95	4	موافق
	الإجمالي	4.27	0.72		موافق تماماً

من الجدول (10) أعلاه يتضح أن العبارة (1) والتي تنص على (وسيلة مهمة و جذابة للعملاء) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.5) وانحراف معياري (0.62) وجاءت بدرجة موافق تماماً، في حين جاءت الفقرة (2) والتي تنص على (وسيلة للتوسع في تقديم الخدمات للمصرف) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.47) وانحراف معياري (0.76) وجاءت بدرجة موافق تماماً، ويتضح من النتائج الواردة بالجدول أن اقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي الفقرة (4) والتي تنص (وسيلة يقتصر تأثيرها على العملاء الذين يجيدون خدمات الانترنت) بمتوسط حسابي (3.75)، وانحراف معياري (0.95) وجاءت بدرجة موافق.

ويعزو الباحث أن النتائج في الجدول السابق تشير بمدى التوافق التام للعاملين بالمصارف المبحوثة بأهمية الاقتصاد الرقمي في هذه المصارف، والتي جاءت بنسبة انحراف معياري (0.72)، وبمتوسط حسابي (4.27)، وهذه النسب جيدة في التحليل، وهذا يدل على قبول المؤشر الأول من الفرضية الثانية.

ب- هل يدرك مصرفكم بأن استخدام الاقتصاد الرقمي يحقق مجموعة من المزايا؟

جدول (11) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات حسب أهميتها في

معيار مدى إدراك العاملين بالمزايا التي يحققها الاقتصاد الرقمي.

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة التوفر
1	زيادة حجم التعاملات التجارية.	4.22	0.79	3	موافق تماماً
2	تقليل التكاليف.	4.16	0.77	4	موافق
3	تحسين خدمة العملاء.	4.38	0.61	1	موافق تماماً
4	زيادة كفاءة المصرف.	4.38	0.71	2	موافق تماماً
5	إمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة.	4.13	0.87	5	موافق
	الإجمالي	4.25	0.72		موافق تماماً

من الجدول (11) أعلاه يتضح أن العبارة (3) والتي تنص على (تحسين خدمة العملاء) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.38) وانحراف معياري (0.61) وجاءت بدرجة موافق تماماً، في حين جاءت الفقرة (2) والتي تنص على (زيادة كفاءة المصرف) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.38) وانحراف معياري (0.71) وجاءت بدرجة موافق تماماً، ويتضح من النتائج الواردة بالجدول أن أقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي الفقرة (5) والتي تنص (إمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة) بمتوسط حسابي (4.13)، وانحراف معياري (0.87) وجاءت بدرجة موافق. ويعزو الباحث أن النتائج في الجدول السابق تشير بمدى التوافق التام للعاملين بالمصارف المبحوثة بالمزايا التي يحققها الاقتصاد الرقمي لهذه المصارف، والتي جاءت بنسبة انحراف معياري (0.72)، بمتوسط حسابي (4.25)، وهذه النسب جيدة حيث توضح مدى إدراك العاملين بالمصارف التجارية بالمزايا التي يحققها الاقتصاد الرقمي في هذه المصارف، وهذا يدل على قبول المؤشر الثاني من الفرضية الثانية.

ج- ما أهم الصعوبات التي تواجه مصرفكم في تطبيق فكرة التحول الرقمي؟

جدول (12) يبين المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وترتيب الفقرات حسب أهميتها في

معيار أهم الصعوبات التي تواجه مصرفكم في تطبيق فكرة التحول الرقمي.

ت	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الصعوبة
1	عدم فهم إدارة المصرف لأهمية الانترنت في تقديم الخدمات.	3.34	1.15	5	محايد
2	نقص المهارات المطلوبة لدى العاملين عند استخدام هذه التقنية.	3.66	1.00	3	موافق
3	عدم تخصص الميزانية اللازمة لاستخدام هذه التقنية.	3.66	0.90	1	موافق
4	عدم انتشار شبكات الانترنت لدى المستخدمين بشكل كافي.	3.66	0.94	2	موافق
5	صعوبة التعامل مع اللغة الانجليزية لدى بعض من المستخدمين.	3.63	0.94	4	موافق
	الإجمالي	3.59	0.96		موافق

من الجدول (12) أعلاه يتضح أن العبارة (3) والتي تنص على (عدم تخصص الميزانية اللازمة لاستخدام هذه التقنية) احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3.66) وانحراف معياري (0.90) وجاءت بدرجة موافق، في حين جاءت الفقرة (4) والتي تنص على (عدم انتشار شبكات الانترنت لدى المستخدمين بشكل كافي) في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3.66) وانحراف معياري (0.94) وجاءت بدرجة موافق، ويتضح من النتائج الواردة بالجدول أن اقل الفقرات شيوعاً لدى أفراد عينة الدراسة هي الفقرة (1) والتي تنص (عدم فهم إدارة المصرف لأهمية الانترنت في تقديم الخدمات) بمتوسط حسابي (3.34)، وانحراف معياري (1.15) وجاءت بدرجة محايد. ويعزو الباحث أن النتائج في الجدول السابق تشير بمدى توافق للعاملين بالمصارف المبحوثة بالصعوبات التي تواجهها هذه المصارف في تطبيق فكرة التحول الرقمي في هذه المصارف، والتي جاءت بنسبة انحراف معياري (0.96)، بمتوسط حسابي (3.59)، وهذه النسب جيدة وتوضح الصعوبات التي تواجه المصارف التجارية المبحوثة عند استخدام التحول الرقمي، وهذا يدل على قبول المؤشر الثالث من الفرضية الثانية.

جدول (13): يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحاو الاستبيان

درجة التوفر	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاقتصاد الرقمي
محايد	2	1.04	3.26	استخدام الاقتصاد الرقمي (التحول الرقمي) في تطوير الخدمات المصرفية
موافق	1	0.78	4.02	إدراك العاملين بالمصارف التجارية للمتغيرات التي تعزز دور الاقتصاد الرقمي على القطاع المصرفي
موافق		0.90	3.65	الاستبيان ككل

من الجدول (13) أعلاه يتضح أن إدراك العاملين بالمصارف التجارية للمتغيرات التي تعزز دور الاقتصاد الرقمي على القطاع المصرفي جاءت في الترتيب الأول بمتوسط حسابي (4.02) وهو أعلى من المتوسط المقبول (3) وانحراف معياري (0.78) وبدرجة موافق. وهذا يعني أن الموظفين بإدارة المصارف يدركون أهم التغيرات التي تعزز دور الاقتصاد الرقمي في القطاع المصرفي. وهذا يشير إلى أن الموظفين بالمصارف التجارية لديهم ميل إلى درجة الموافقة على أنه هناك متغيرات تعزز دور الاقتصاد الرقمي وتساهم بشكل إيجابي في القطاع المصرفي. بينما جاءت إمكانية استخدام الاقتصاد الرقمي (التحول الرقمي) في تطوير الخدمات المصرفية في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي (3.26) وهو أعلى من المتوسط المقبول (3) وانحراف معياري (1.04) وبدرجة محايد. وهذا يعني أن الموظفين بإدارة المصارف يدركون مدى أهمية استخدام الاقتصاد الرقمي وإسهامه إلى حد ما في تطوير الخدمات المصرفية. كما يتضح أن دور الاقتصاد الرقمي في الخدمات المصرفية بشكل عام جاء بمتوسط حسابي (3.65) وانحراف معياري (0.90) وبدرجة موافق.

استخلاص النتائج:

- 1- وجود علاقة قوية موجبة بين الاقتصاد الرقمي وكفاءة القطاع المصرفي في مدينة الجميل، ليبيا، مما يؤكد ذلك على دور الاقتصاد الرقمي في تطوير ونجاح القطاع المصرفي بما يتمشى مع التكنولوجيا الحديثة.
- 2- أشارت النتائج مدى مساهمة الاقتصاد الرقمي واستخدام تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية للزبائن.
- 3- أثبتت نتائج الدراسة أن الأفراد العاملين بالمصارف التجارية بمدينة الجميل يدركون أهمية الاقتصاد الرقمي ودوره في تعزيز كفاءة هذه المصارف، وهذا يعطي مؤشر في إمكانية استخدام الاقتصاد الرقمي والتكنولوجيا الحديثة في المستقبل لهذه المصارف.

- 4- بينت النتائج أن العاملين بالمصارف التجارية لعينة الدراسة يدركون المزايا التي يحققها الاقتصاد الرقمي لهذه المصارف، من خلال زيادة حجم التعاملات التجارية، انخفاض التكاليف، و زيادة كفاءة هذه المصارف حسب ما تبين في نتائج الاستبيان.
- 5- أوضحت النتائج بأن المصارف التجارية المبحوثة تدرك مدى الصعوبات التي تواجه هذه المصارف في استخدام الاقتصاد الرقمي، وهذا يستنتج منه كيفية إدراك هذه الصعوبات والعمل على تقاديبها وإيجاد الحلول لها في المستقبل.

التوصيات:

من خلال نتائج الدراسة فإن الباحث يوصي بالنقاط التالية:

- 1- ضرورة تبني الاقتصاد الرقمي داخل المصارف التجارية في مدينة الجميل، بما يتمشى مع التحول الرقمي الحديث واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الرقمية لمواكبة التطور التكنولوجي.
- 2- ضرورة إيجاد بيئة تشريعية ملائمة ومناسبة لمزاولة هذا النشاط من خلال توفير العنصر المهم ألا وهو يجب توسيع خدمات الانترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتوفير بيئة مناسبة لاستخدام الاقتصاد الرقمي في المصارف التجارية في مدينة الجميل.
- 3- لابد من قيام المصرف بتوفير الحوافز المادية والمعنوية للعاملين وذلك لتشجيعهم على تسويق فكرة التحول الرقمي عبر القنوات الالكترونية.
- 4- قيام إدارة المصارف التجارية بنشر ثقافة التحول الرقمي لدى إدارتها العليا والتوسع في استخدامها، وبيان أهميتها ومزاياها في زيادة الأرباح، والقدرة على المنافسة.
- 5- ضرورة إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية على الأنشطة المتعلقة بالاقتصاد الرقمي وإبراز دوره الفعال عبر ندوات ومؤتمرات علمية في المصارف التجارية لعينة الدراسة.

قائمة المصادر والمراجع والهوامش:

أولاً: المصادر والمراجع العربية:

1. إبراهيم العمر (2001)، النقود الائتمانية ودورها في الاقتصاد، (الطبعة الثانية: مصر: دار الجامعية للنشر).
2. أمين الحاج (2013)، الاقتصاد الرقمي وأثره على القطاع المصرفي في السودان، دراسة حالة بنك أم درمان الوطني من الفترة 2000-2012، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا.
3. إيمان دحدوح (2014)، بعنوان اندماج الاقتصاد الرقمي في البنوك الجزائرية: دراسة ميدانية في المجمع الجهوي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية أم البواقي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.

4. باسم غدير (2010)، اقتصاد المعرفة، (سورية: شعار للنشر و التوزيع)، ص 36.
5. بشرى سامي (2010)، "إمكانية تبني وتطبيق مفهوم المصارف الالكترونية - دراسة استطلاعية لعينة من المصارف التجارية في مدينة دهوك"، العدد الأول، جامعة الكوفة، العراق، مجلة جامعة كربلاء العلمية.
6. بلهوشات الأمين (2020)، " أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على النمو الاقتصادي: دراسة حالة الدول العربية خلال سنة 2018"، جامعة الوادي، الجزائر، المديرية العامة للبحث العلمي والتطوير التكنولوجي، مركز البحث في التكنولوجيا الحديثة، الطبعة الأولى).
7. جعفر جاسم (2013)، مقدمة في الاقتصاد الرقمي، (عمان: الأردن: دار البداية للنشر)، ص 23.
8. سنوسي علي (2016)، مواضيع مختارة في مقياس ندوة بنكية، جامعة محمد بوضياف، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر، ص 19.
9. طاهر لطفي & جميعي صلاح الدين (2016)، العمل المصرفي الالكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الالكترونية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر.
10. فريد النجار (2007)، الاقتصاد الرقمي، الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبورصات والبنوك الإلكترونية (الإسكندرية: دار الجامعية للنشر)، ص 25.
11. فريدة يعدل (2007)، تقنيات وسياسات التسعير المصرفي، (الطبعة الثالثة: الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية)، ص 143.
12. اللجنة الاقتصادية والاجتماعية للغرب آسيا (2018)، مجلة آفاق الاقتصاد الرقمي، ساحة رياض الصلح، بيروت، لبنان.
13. محمد حامد (2001)، الاقتصاد الرقمي: دون تابسكوت (الطبعة الأولى: القاهرة، جمهورية مصر العربية: المكتبة الأكاديمية).
14. مصطفى كافي (2013)، الاقتصاد المعرفي، (الأردن: مكتبة المجتمع المغربي)، ص 35.
15. معطى أحمد (2012)، واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، دراسة تحليلية إسبانية، حالة بنوك سعيدة، جامعة أوبوكر بلقايد تلمسان، الجزائر.
16. مهدي دواي & عبد حسين (2018)، " نحو اقتصاد معرفي عراقي في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة، العدد 2، جامعة ديالا، العراق، مجلة جامعة جيهان، أربيل العلمية).
17. هبة الله هشام (2019)، تقرير الحلقة الأولى محادثة بين شباب الباحثين حول الاقتصاد الرقمي، مركز السياسات الاقتصادية، مصر.

18. وسام الكركي (2010). جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزيائن، جامعة الخليل، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي.
19. وسام مرابطي (2016)، آليات التسوية عن بعد في ظل التوجه نحو الاقتصاد الرقمي: دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي، جامعة أم البواقي، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر، ص 77.
- ثانيا: المصادر والمراجع الأجنبية:

1. Chen, Y. (2020). Improving market performance in the digital economy. *China Economic Review*, 101482.
2. Guo, S., Ding, W., & Lanshina, T. (2017). Digital Economy for Sustainable Economic Growth. *International organizations research journal*, 12(4), 169–184.
3. Sudoh, O. (2005). The Knowledge Network in the Digital Economy and Sustainable Development. In *Digital Economy and Social Design* (pp. 3–38). Springer, Tokyo.
4. Zimmermann, H. D., & Koerner, V. (1999). Emerging Industrial Structures in the Digital Economy—the Case of the Financial Industry. *AMCIS 1999 Proceedings*, 39.