

The role of financial technology in improving customer services
Case study of Iraqi Rafidain Bank
D. Sundus Ali Khalifa

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Sundusali505minecra@gmail.com

Received:25/9/2024

Accepted:12/11/2024

Published:31/3/2025

Abstract

The study aims to know the role of financial technology, which means using modern technological methods to provide financial services well, this is in order to improving customer services, through a case study of Rafidain Bank in Iraq. The descriptive analytical approach was relied upon, and the questionnaire was relied upon as a tool for collecting data, and it was distributed to 116 workers at Rafidain Bank in Iraq. The study, and the data were analyzed based on the statistical analysis program SPSS version 25, and the study reached the following results: There is a significant role for financial technology in improving customer services. There are no significant differences between the average of the sample answers and the average of scale (3) regarding the role of financial technology in improving customer services according to the experience variable. Based on these results, the researcher presented the following recommendations: Activating the role of technology and related techniques in the Iraqi Rafidain Bank by holding training courses for employees on using the latest banking technological programs, and enhancing customer service in the Iraqi Rafidain Bank by improving services and linking them to contemporary technologies that save time and effort. With the aim of maintaining existing customers and attracting new ones.

Keywords: Fintech Banking, Banking Services, Customer Service Improvement.

دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء

دراسة حالة مصرف الرافدين العراقي

د. سندس علي خليفة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/الدائرة الإدارية والمالية

المستخلص

تهدف الدراسة إلى معرفة دور التكنولوجيا المالية التي تعني استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة لتقديم الخدمات المالية بشكل جيد وذلك من أجل تحسين خدمات العملاء، وذلك من خلال دراسة حالة مصرف الرافدين في العراق، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وتم اعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم توزيعها على 116 موظف من الموظفين في مصرف الرافدين في العراق محل الدراسة، وتم تحليل البيانات بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي SPSS، وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية: يوجد دور معنوي للتكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء، لا يوجد فروق معنوية بين متوسط إجابات العينة ومتوسط المقياس (3) حول دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء تبعاً لمتغير الخبرة. وبناءً على هذه النتائج قدم الباحث التوصيات التالية: تفعيل دور التكنولوجيا والتقنيات المرتبطة بها في مصرف الرافدين العراقي من خلال إقامة الدورات التدريبية للموظفين على استخدام أحدث البرامج التكنولوجية المصرفية، وتعزيز خدمة العملاء في مصرف الرافدين العراقي من خلال تحسين الخدمات وربطها بالتقنيات المعاصرة التي توفر الوقت والجهد بهدف الحفاظ على العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا المالية المصرفية، الخدمات المصرفية، تحسين خدمات العملاء.

المقدمة Introduction

تحتل التكنولوجيا المالية أو ما يسمى بالإنكليزية (Fintech)، مكانة مهمة وجوهرية في القطاعين المالي والمصرفي، وذلك في ظل التطور الكبير الذي طرأ على وسائل الاتصال، وعلى الأنظمة المعلوماتية والرقمية، ويمكن القول أن التكنولوجيا المالية من المفاهيم الحديثة ضمن قطاع الأعمال، وهي حل من الحلول التي تساعد على تحسين العمل المالي، وتسهل عملية توفير الخدمات المقدمة للعملاء والتعاملات، بأقل قدر من التكاليف، ولقنات المجتمع كافة، سواء كانت هذه التعاملات داخل أو خارج حدود البلد الواحد، وتبرز الأهمية الكبيرة للتكنولوجيا المالية نتيجة للعديد من الأسباب حيث إنها تساهم في تحسين الوصول إلى الخدمات المالية، وبشكل خاص في المناطق البعيدة، كما أنها تساعد في تقليل التكاليف والوقت المطلوب لإجراء المعاملات، وتعزز الشفافية والأمان، ذلك مما يساهم في الحفاظ على العملاء المرتبطين بالمنشآت، والمصارف، والوحدات ذات الاعتماد على التكنولوجيا المالية والتقنيات التي توفرها، لذا فمن الممكن أن تعزز التكنولوجيا المالية الخدمات المقدمة لعملاء تلك المصارف، والحفاظ عليهم، واستقطاب عملاء جدد. إذ يرى الباحث أن العمل على تحسين خدمة العملاء، هو من أبرز أهداف المصرف.

المبحث الأول: منهجية البحث والدراسات السابقة

أولاً: منهجية البحث

أولاً-مشكلة الدراسة :- تتسم الخدمات التي تقدم للعملاء بالمصارف بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن السلع المادية، وفي بعض الأحيان يمكن لهذه الخصائص أن تسبب مشاكل مع العملاء، فيتعرض المصرف لخسارتهم، وبالتالي اهتزاز مكانته وسمعته في الأسواق المالية، والتهديد بخطر إفلاسه، وبهذا نجد أن من أهم أهداف المصارف هي الحفاظ على العملاء، لذا لا بد للمصارف من السعي على الدوام إلى رفع جاهزيتها بالخدمات المثلى، والعمل على تحسين الخدمة المقدمة للعملاء بشكل مستمر، وهذا ما يمكن أن تقدمه التكنولوجيا المالية، لكونها تمتلك من التقنيات الحديثة ما يوفر الوقت والجهد، والسرعة في أداء المهمات، مما يستقطب العملاء الجدد ويحافظ على العملاء الأصليين للمصرف، وتطبيق هذه التكنولوجيا من قبل المصارف يتطلب توافر بنية تحتية ومعدات وأدوات ذات تكلفة عالية وخبرات بشرية وهذا ما يصعب توافره بصورة كبيرة ودائمة في البلدان النامية ومنها العراق الذي عانى لسنين من تبعات الحروب العراقية التي أثرت على مواكبة مصارفه كافة ومن ضمنها مصرف الرافدين العراقي للتطورات التكنولوجية بصورة تتوافق مع التطورات العالمية، وهذا ما ستحاول الدراسة تحديده ومعرفة مدى استفادة مصرف الرافدين العراقي من التكنولوجيا المالية في تحسين الخدمات المقدمة من قبله للعملاء، بهدف الحفاظ على عملاءه، ومنه فإن إشكالية البحث تتبلور في السؤال التالي:

- ما هو دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء في مصرف الرافدين العراقي؟

ثانياً-أهداف الدراسة

- 1- تحديد دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء في مصرف الرافدين العراقي.
 - 2- تحديد الفروق المعنوية بين متوسط إجابات العينة حول دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء تبعاً لمتغير الخبرة.
- ### ثالثاً-أهمية الدراسة

- 1- تبرز أهميتها من تسليط الضوء على مجموعة من المتغيرات التي تخدم مصلحة المصارف، وتأثيرها على سير العمل المصرفي، وتحسين الخدمات للعملاء.

2- الإضاءة على خدمة العملاء باعتبارها أحد الركائز الأساسية في الحفاظ على سير العمليات ضمن المصرف، وتحقيق الميزة التنافسية.

3- الإضافة العلمية للمكتبة الجامعية في العراق، بدراسة حديثة تتعلق بمعرفة كيفية استثمار المصارف للتكنولوجيا المالية لتحسين الخدمات المقدمة. لتكون مرجعاً للباحثين والمهتمين في مجال الإدارة والأعمال.

رابعاً-أسباب اختيار الدراسة

1- الملائمة مع التخصص العلمي للباحث.

2- الرغبة الشخصية للباحث بالاطلاع على دراسات حديثة ومعرفة المزيد عن متغيرات الدراسة وإجراء دراسة عملية تطبيقية على مصرف الرفدين العراقي.

خامساً-حدود الدراسة ومحدداتها

1- الحدود الموضوعية: دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء.

2- الحدود المكانية: ستمت الدراسة في مصرف الرفدين العراقي.

3- الحدود البشرية: عينة من الموظفين في مصرف الرفدين العراقي.

4- الحدود الزمانية: خلال العام الحالي 2024 م.

سادساً-فرضيات الدراسة

1- الفرضية الأولى: يوجد دور معنوي للتكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء.

2- الفرضية الثانية: لا يوجد فروق معنوية بين متوسط إجابات العينة ومتوسط المقياس (3) حول دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء تبعاً لمتغير الخبرة.

سابعاً-مجتمع وعينة الدراسة: -شمل مجتمع الدراسة على جميع الموظفين في مصرف الرفدين العراقي، وتكونت عينة الدراسة من عينة قصدية من الموظفين في مصرف الرفدين العراقي وقد بلغ عددها (116) موظف وهم الأكثر دراية وصلة بموضوع البحث.

ثامناً-منهجية الدراسة:-اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي كمنهج عام، واستخدم الباحث أسلوب المسح الإحصائي من خلال توزيع استبيان على عينة قصدية من الموظفين في مصرف الرفدين العراقي، وسيتألف الاستبيان من عدد من العبارات التي تقيس أبعاد ومتغيرات الدراسة، والتي سيتم توزيعها على (116) موظف في مصرف الرفدين العراقي لجمع بيانات أولية يتم تفرغها في قاعدة بيانات تابعة لبرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، ومن ثم تحليلها لاختبار صحة الفرضيات باستخدام التحليلات الإحصائية التالية: (اختبار ألفا كرونباخ_ التوصيفات والتكرارات الإحصائية_ اختبارات الفروق_ اختيار الانحدار الخطي البسيط _ معامل الارتباط بيرسون).

تاسعاً-مصطلحات الدراسة

1- التكنولوجيا المالية: هي التطبيقات والبرمجيات الحاسوبية، والمنصات وشركات النقانة التي تعمل في مجال أتمتة العمل المالي والمصرفي، وأن هذه التكنولوجيا هي ابتكارات مالية تهدف إلى الحصول على نماذج عمل أو منتجات أو تطبيقات جديدة، تؤثر على تحسين عمل المؤسسات والأسواق المالية (بو طالب وسفاري، 2023، ص 788).

2- الخدمات: هي تلك الأنشطة والفعاليات غير الملموسة التي تهدف إلى إشباع حاجات المستهلك الأخير أو المستعمل " المشتري" مقابل دفع مقدار معين من المال من دون أن تقتزن هذه الخدمات مع بيع سلع (صولي، 2022، ص 21).

3- الزبون: هو كل شخص طبيعي أو معنوي مستعد للدفع عند حيازته لمنتج أو أكثر أو باستقاده من خدمة أو عدة خدمات من الممولين (بن عليوش، 2016، ص 54).

4- خدمة العملاء: هي مجموعة الأنشطة والفعاليات التي تقوم بها المصارف للمساعدة في إيجاد الجو الذي يوفر للعملاء الراحة وبيعهم فيهم الثقة مما يقود بالتالي إلى استمرار تعاملهم معها (معلا، 2010، ص 29).

ثانيا: الدراسات السابقة:

1-دراسة (عبد الرضا، كريم، و حرجان، 2024) بعنوان التكنولوجيا المالية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة استطلاعية لعينة من موظفي مصرفي بغداد التجاري والتجارة العراقي هدفت هذه الدراسة إلى استعراض دور التكنولوجيا المالية كتجربة مالية حديثة، وبيان أثر الذي تلعبه هذه التكنولوجيا في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات اللازمة للدراسة من خلال طريقة الاستبانة، وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدد من النتائج التي كان أبرزها أن هناك علاقة بين تطبيق التكنولوجيا المالية وزيادة فرصة تحقيق التنمية المستدامة، وأوصت هذه الدراسة بالعمل على توظيف الابتكارات التي قدمتها التكنولوجيا المالية في تلبية الحاجات المتجددة للزبائن، والاستفادة من ميزة الانفتاح الاقتصادي والمصرفي الذي وفرته التكنولوجيا المالية، كما الاستفادة من ميزة خفض التكاليف التي يوفرها هذا النوع من التكنولوجيا.

2-دراسة (صابر، 2023) بعنوان: التكنولوجيا المالية ودورها في تعزيز الشمول المالي: دراسة تحليلية لمجموعة من الدول العربية.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم الشمول المالي وأهميته وأبعاده، والركائز الأساسية التي يقوم عليها، بالإضافة إلى التعرف على أهمية التكنولوجيا المالية ودورها في تعزيز الشمول المالي، وقد اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم الاستعانة بالعديد من الأدبيات السابقة ذات الصلة، بالإضافة إلى تحليل بعض البيانات ذات العلاقة بالموضوع، وتبين للدراسة أن المنطقة العربية تسجل أدنى المستويات العالمية فيما يخص الشمول المالي، كما تبين أن الشركات الناشئة المختصة في مجال التكنولوجيا المالية لا زالت لا تحظى بالثقة الكافية من قبل العملاء، وأوصت الدراسة بتحديث البنية التحتية للاتصالات وإعداد قوانين لتطوير المعاملات، بالإضافة إلى ضرورة تبني استراتيجيات شاملة من أجل الاعتماد على المدفوعات الرقمية والتكنولوجيا المالية، وتحقيق الاندماج بين القطاع المالي والتكنولوجيا.

3-دراسة (صولي، 2022) بعنوان: دور التسويق الإلكتروني في تحسين خدمة العملاء دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر-فرع بسكرة. هدفت الدراسة إلى معرفة دور التسويق الإلكتروني في تحسين خدمة العملاء، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وشملت العينة (43) عميل من عملاء مؤسسة اتصالات الجزائر فرع بسكرة، وتم التوصل إلى وجود دور للتسويق الإلكتروني في تحسين خدمة العملاء في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع بسكرة. ويوجد دور للتسويق الإلكتروني في خدمة العميل (الزبون) من خلال تقديم المساعدة له والاستماع إلى آرائه.

4- دراسة (Suprapti،Harsono، 2024) بعنوان:

The role of fintech in transforming traditional financial services.

هدف البحث لاستكشاف دور التكنولوجيا المالية في تغيير الخدمات المالية التقليدية. وتحديد تأثير التكنولوجيا المالية في تحسين الكفاءة وإمكانية الوصول والابتكار. بالاعتماد على المنهج الوصفي، وتوصلت النتائج لوجود دور للتكنولوجيا المالية بتغيير الخدمات المالية التقليدية، ولها دور في تحول الصناعة المالية من خلال الابتكار التكنولوجي، وهناك تأثير لهذه التكنولوجيا بتحسين كفاءة الخدمات وتساعد في الوصول لحل المشكلات المصرفية.

5- دراسة (et la،Alshehadeh، 2023) بعنوان:

The impact of financial technology on customer behavior in the Jordanian commercial banks.

هدفت الدراسة لتحديد تأثير التكنولوجيا المالية على سلوك العملاء في البنوك. وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. وشملت العينة 300 موظف وموظفة. في البنوك التجارية، وأظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا المالية (خدمة الائتمان، خدمات الدفع، خدمات إدارة الاستثمار، خدمات دعم السوق المالية) على سلوك العملاء في البنوك.

6- دراسة (Hutapea، 2020) بعنوان:

The effect of financial technology (fin-tech) on customer satisfaction level (a case study on SMEs).

هدفت هذه الدراسة إلى قياس تأثير جودة خدمة نظام معلومات التكنولوجيا المالية (Fin-Tech) على مستوى رضا العملاء على أعمال المقاهي التي يديرها رجال الأعمال الشباب. وتم إجراء دراسة حالة حول الشركات الصغيرة والمتوسطة (SMEs) في باندونج. وتم استخدام مقياس ليكرت وتحليل الانحدار الخطي المزدوج. وكانت أبعاد نظام التكنولوجيا المالية هي الملموسية والموثوقية والاستجابة والضمان والتعاطف. وكانت متغيرات رضا العملاء هي المحتوى، والدقة، والشكل، وسهولة الاستخدام، وحسن التوقيت. وتوصلت النتائج إلى إنه مع تزايد حماس الشباب لبدء أعمالهم التجارية، زاد الاعتماد على التكنولوجيا المالية لأنهم على دراية تامة بأهمية ودور تطبيقات التكنولوجيا. وبينت النتائج أن نظام معلومات التقنية المالية وجودة التكنولوجيا المالية لها تأثير إيجابي على مستوى رضا العملاء، وزيادة إيرادات الشركة

المبحث الثاني: الإطار النظري

أولاً: التكنولوجيا المالية

1- مفهوم التكنولوجيا المالية وتعريفاتها: - هو مفهوم يشير إلى صناعة قائمة على استخدام البرمجيات الحاسوبية، بغرض تقديم الخدمة المالية والمصرفية، وذلك من قبل مؤسسات مالية حديثة تسعى إلى المنافسة مع المؤسسات التقليدية (Nicoletii, 2017, p. 1).

كما أن (Basel Committee on Banking Supervision, 2018, p. 8) قد قدم تعريفاً لهذا المصطلح، على أنه ما يتوفر تقنياً من ابتكارات على الصعيد المالي، التي يمكن أن تولد منتجات مالية جديدة ذات تأثير مادي يرتبط بالأسواق والمؤسسات المالية.

2- أسباب ظهور التكنولوجيا المالية: - يمكن تلخيص أهم هذه الأسباب كما يلي (حجروية، 2024، الصفحات 8-10):

1-2 التقدم التقني: يعتبر التقدم التقني السبب الأول والرئيسي لظهورها، فقد أدى هذا التقدم إلى حصول تغيرات في طريقة التي يتم بها إيصال الخدمات المالية للعميل، وأصبحت هذه الخدمات تقدم بشكل أسهل، وأسرع، وأكثر مرونة عما كانت تقدم به في السابق.

2-2 الدعم التنظيمي: ساهمت التسهيلات التي قدمتها الحكومات بتشجيع المصارف على تبني هذا النوع من التكنولوجيا عبر إصدار التشريعات، واللوائح، والأنظمة، بالإضافة إلى تقديم البنية التحتية اللازمة كشبكات الهاتف وخدمات الإنترنت.

2-3 الثورة الصناعية الرابعة: انتشرت بداية الألفية الثالثة مفاهيم الذكاء الاصطناعي، والتخزين السحابي، والأنترنت، وسلاسل (البلوكتشين) وغيرها من المفاهيم الحديثة، وقد قامت المؤسسات المالية بتبني هذه المفاهيم والعمل على تسخيرها من أجل خدمة العمل المالي والمصرفي.

2-4 الإقصاء المالي: حيث أشار (عبد الرحيم و أوقاسم، 2019، صفحة 335) إلى إن وجود فئات من العملاء ذوي دخول منخفضة، ووجود عملاء في مناطق بعيدة، وضع المصارف أمام مشكلة في تقديم الخدمة لهم، وقد كان الحل الأفضل هو الاستعانة بالتكنولوجيا المالية.

3- خصائص التكنولوجيا المالية: - تتمتع بعدد من الخصائص التي تعطيها أهمية ومنفعة كبيرة في عالم المال والأعمال، ويرى (صابر، 2023، صفحة 100) أن هذه الخصائص هي كالتالي: تمثل المصارف أكثر من يعتمد على خدمات وابتكارات التكنولوجيا المالية، وتساعد المؤسسات الناشئة على تقديم خدماتها لأوسع شريحة من العملاء، وتسهل وصول الخدمات لكافة فئات المجتمع بأقل كلفة، كما أنها توفر طريق عديدة ومتنوعة للدفع مقابل الخدمات، وتتسم الخدمات التي تقدم من قبل الشركات المتخصصة بالتكنولوجيا المالية بأنها مصممة وفقاً لاحتياجات العملاء المختلفة، ذلك بسبب أن الشركات المصممة

تركز على المتطلبات الدقيقة للمستخدمين لتلبي حاجاتهم بجودة عالية. وبحسب (حجاج، 2017، صفحة 21) فإن خصائصها تتركز في أنها التطبيق العملي للطرق والأساليب المتعلقة بالمعارف والمهارات المالية والمصرفية، وهذه التكنولوجيا ليست هدفاً بحد ذاتها بل هي سبيل تعتمد عليه المؤسسات المالية للوصول إلى الأهداف الرئيسية لها، كما يرى الباحث أن تطبيق هذا النوع من التكنولوجيا لا يتوقف فقط على القيام بتقديم الخدمات المصرفية والمالية بل يمكن أيضاً الاعتماد على هذه التكنولوجيا كأسلوب من أساليب الإدارة.

4- قطاعات التكنولوجيا المالية:- يمكن استعراض القطاعات تشتمل عليها التكنولوجيا المالية كما يلي:

4-1 الخدمات المصرفية الرقمية والمدفوعات، ومنها خدمات الهاتف المحمول (بنية و قروب، 2018، صفحة 40)، حيث يتم تقديم العديد من الخدمات المصرفية عن طريق تطبيقات أجهزة الهاتف المحمول الذكية، (Assadi & Cudi, 2015, p. 71)، ومنظومة الدفع بالتجزئة وهي منظومة تقوم بتحويل الأموال لحجم كبير من المدفوعات ذات القيمة المنخفضة كعاملات الصراف الآلي ونقاط البيع (حنان، 2022، صفحة 27).

4-2 التأمين: ساعدت هذه التكنولوجيا على إيجاد سبل متعددة لتقديم الخدمات التأمينية، وساعدت على تحديد المخاطر ودراساتها بشكل أفضل وذلك من خلال جمع البيانات الإحصائية بطرق متطورة (ليان، 2019، الصفحات 51-52)، وبحسب (Kelley & Kiki, 2021, pp. 6-7) فإنه تستعمل من أجل تدارك القصور في سلسلة التأمين من خلال استعمال الأجهزة والتقانات الحديثة بالإضافة إلى واجهات المستخدم التفاعلية.

4-3 التمويل الجماعي والإقراض الرقمي: يطلق هذا المفهوم على تمكين شبكات الأشخاص على التحكم في إنشاء المنتجات، وتقديم أفكار جديدة، أما الإقراض فيعني الإقراض المتبادل بإجراءات سهلة ومرنة، وبأسعار فائدة مخفضة (حناني و مشهور، 2022، صفحة 12).

4-4 إدارة الثروات: يعبر هذا المفهوم عن النشاطات التي تقوم بها مؤسسات متخصصة في مجال إدارة الثروة، وتشمل هذه النشاطات، تسيير الأمور المالية الشخصية للعميل وبما يحقق مصلحته، ويقصد بالعميل الأشخاص الحقيقيون أو الاعتباريون المتعاملون مع مؤسسة إدارة الثروة، وبحسب (Chishti & Puschmann, 2018, p. 11) فإن هذا القطاع يشمل التجارة الإلكترونية وخدمات المستشار الآلي حيث يوفر هذا المستشار الخدمة الاستشارية بسرعة وبدقة، ويقدم هذا المستشار خدمة إدارة المحافظ المالية، ويجدر الإشارة إلى أن العميل يملك الحرية في تنفيذ اقتراحات المستشار الآلي أو رفضها (Zirek & Zghba, 2019, pp. 727-728).

ثانياً: الخدمات المصرفية:

1- مفهوم الخدمة المصرفية:- إن الخدمة المصرفية لا تختلف بالمفهوم عن غيرها من الخدمات حيث يرى (كوتلر) أن الخدمة وبشكل عام تعبر عن نشاط ينتج منفعة معينة يتم إعطاؤها من شخص إلى آخر، وتتميز بأنها غير ملموسة، ولا يمكن تملكها، في حين يرى آخرون أن الخدمة يمكن أن تعبر عن كل النشاطات الاقتصادية، التي تنتج منتجات غير مادية، ويلاحظ أن هناك اتفاق على أن الخدمة تكون غير ملموسة (بوراس و زنفوي، 2012، صفحة 8)، والخدمات المصرفية تعتبر أداة مهمة للشركات والأفراد من أجل القيام بإدارة أموالهم بشكل آمن وفعال، وتبسيط عمليات التداول المالي في المجتمع.

2- تعريف الخدمة المصرفية:- يرى (العجاردة، 2013، صفحة 54) أن الخدمة المصرفية هي ما يقوم المصرف به من أنشطة وعمليات لخدمة العملاء، أي أنها أنشطة تتضمن تحقيق منافع للعميل. وبحسب (جمعية البنوك في الأردن، 2015، صفحة 12) فهي عدد من العمليات التي يغلب عليها العناصر الغير ملموسة، وتشكل نتائجها مصدراً لإشباع الحاجات المالية والائتمانية لدى الأطراف المتعاملة مع المصرف سواء كان ذلك في الوقت الحاضر أو المستقبل. أما (خنفر و العزام، 2015، صفحة 65) فيرى أنها عدد من الأنشطة المتميزة ذات الطبيعة غير المادية، التي تشبع حاجات العميل المصرفية، وتحقق

الربحية للمصرف. أي إن الخدمة المصرفية هي مجموعة الخدمات التي يقدمها المصرف أو المؤسسة المالية للعملاء من أجل تلبية رغباتهم المالية.

3- خصائص الخدمة المصرفية:- يمكن استعراضها كما يلي (لعارف و بوقرة، 2014، صفحة 21):

3-1 غير ملموسة: وذلك يعني أن العميل لا يستطيع مس الخدمة أو نقلها أو حملها، أو القيام بتخزينها، فالخدمة المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت وبشكل مباشر.

3-2 التوزيع الجغرافي: فالمصارف تمتلك فروع منتشرة على مساحات جغرافية محلية أو دولية.

3-3 التقلبات في الطلب: من الممكن حدوث تغيرات في الطلب على خدمات مصرفية معينة دون الخدمات الأخرى، مثل ارتفاع الطلب الموسمي على القروض السياحية.

3-4 المخاطرة والنمو: يجب أن يكون هناك نوع من الرقابة من أجل تحقيق التوازن بين توسيع الخدمات المصرفية والمخاطرة التي من الممكن أن تحصل بسبب هذا التوسع.

3-5 التلازم: ويقصد به عدم القابلية للتجزئة، إذ يفترض أن تؤدي الخدمة المصرفية بشكل كامل غير منقوص، وذلك من أجل تحقيق المنفعتين الزمانية والمكانية.

3-6 المسؤوليات الائتمانية: إذ أنه من واجب المصرف حماية مكتسبات عملائه وودائعهم.

3-7 كثافة العمل: أي أن هذا القطاع ذو كثافة عمالية عالية، حيث يحتاج إلى العديد من الموارد البشرية من أجل إنجاز الخدمة، مما يرفع تكلفة هذه الخدمة.

4-أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية:- إن تقديم المصارف للخدمات المصرفية عن طريق شبكات الاتصال والتقنيات الحديثة، سواء كانت خدمة مصرفية تقليدية أو مبتكرة هو تعبير جلي لمفهوم الخدمة المصرفية الإلكترونية (مجدوب و بن عبد العزيز، 2013، صفحة 59). وبحسب (بوراس و بركة، 2014، صفحة 100) فإنها عبارة عن المعاملات المالية بين المؤسسات المالية والشركات والأفراد، والتي تتم من خلال أدوات تكنولوجيا، بهدف تحقيق الربحية والسيطرة على التكاليف وخفض المصاريف. أما (جودي، 2022، صفحة 18) فيعتبر أن الخدمة المصرفية الإلكترونية تتضمن إجراء العملية المصرفية باستخدام تقنيات إلكترونية، أي إجراء المهام المصرفية التقليدية أو الحديثة باستخدام تكنولوجيا المعلومات، وتتميز هذه العمليات بأن العملي لا يضطر إلى الانتقال من مكان إلى مكان آخر من أجل القيام بعملياته المصرفية، بل تتم عبر وسائل الاتصال المتعددة.

5-جودة الخدمات المصرفية:- يمكن أن تعرف جودة الخدمة المصرفية على أنها قدرة المصرف على تحديد متطلبات العملاء، والقدرة على مقابلتها وتلبيتها، حيث يجب على المصرف أن يقدم خدمات تلاقي تصورات الزبون للخدمة أو تتفوق عليها (أبو خريص و شكشك، 2015، صفحة 158). ويمكن القول إن هذه الجودة تتمثل في وجود القدرة والإمكانية لدى المصرف لكي يقدم خدمات مصرفية تلاقي حاجات العميل وتكون ذات جودة عالية تحقق أكبر قدر ممكن من الإشباع لدى العميل. هذا وبحسب (إيلي، 2015، الصفحات 79-80) فإن جودة الخدمة المصرفية تكتسب أهميتها من كونها أحد الوسائل التنافسية التي قد تميز مصرفاً عن آخر، ويرى الباحث أن أهمية الجودة تتجلى بالتالي:

5-1 الحفاظ على العملاء الحاليين: بما أن العميل هو المحور الأهم في محاور النشاط المصرفي، لذلك فإن إدارة المصرف رفع جودة خدماتها من أجل الحفاظ على العميل وضمان ولاءه التام من أجل ضمان عدم تفريط المصرف بالمنافع الاقتصادية المتحصلة من العميل.

5-2 الحصول على عملاء جدد: إن الجودة العالية تضمن للمصرف سمعة طيبة في سوق الخدمات المصرفية وتساهم بجذب عملاء جدد إليه.

3-5 زيادة الأرباح: بما أن الربح هو الهدف الأساسي الذي يصبو له المصرف، لذلك يجب على المصرف أن يقدم خدمات عالية الجودة تزيد من رضا العملاء، وتزيد من ربحية المصرف من خلال زيادة حجم الودائع لديه.

4-5 الحفاظ على الموظفين: عندما يقوم المصرف برفع كفاءة موظفيه من خلال تدريبهم، وتحفيز طاقاتهم، فإن ذلك يؤدي ضمان ولائهم وتقليل معدل دورانهم مما يؤدي إلى خفض التكاليف التي تترتب على توظيف موظفين جدد وتدريبهم، كما أن من سمات المصرف الناجح قيامه بتوجيه الموظفين لتحقيق أكبر قدر من الجودة لإرضاء العملاء.

ثالثاً: دور التكنولوجيا المالية في تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء: - إن تطبيق التقنيات التي توفرها التكنولوجيا المالية، يوفر العديد من الميزات المهمة للقطاع المصرفي، حيث إن هذه الابتكارات تساعد في تحسين تجربة تقديم الخدمة المصرفية وتساهم في استقطاب العديد من شرائح العملاء الجديدة، فهذه التقنيات يمكن أن تجذب العملاء من مختلف الأعمار والأنواع، وتعطيهم تجربة سلسة ومرنة مما يدفعهم إلى التعامل الدائم مع المصرف الذي يعتمد على التكنولوجيا المالية وتفضيله على المصرف التقليدي، ويجدر الإشارة إلى أن هذه الابتكارات تساهم في خفض التكاليف، فالتقدم التقني يساعد المصرف على تحويل الأموال بشكل آني سريع من بلد لآخر بتكاليف منخفضة الأمر الذي يساهم في خفض التكاليف على العميل، كما أنها ساهمت بشكل فعال بتوفير الوقت والجهد على العميل حيث كان العميل سابقاً يضطر إلى الذهاب والتنقل بين أفرع المصارف من أجل إتمام عملياته المالية، أما الآن فإنه يستطيع ومن خلال تطبيقات الحاسوب والهاتف المحمول القيام بالعمليات ذاتها وبكل سهولة وأمان (معهد الدراسات المصرفية بالكويت، 2022، صفحة 3). وبحسب (حجويوة، 2024، الصفحات 72-73) فإن لتبني التكنولوجيا المالية عدد من المزايا الإيجابية التي تتحقق للعميل ومنها:

1-تقليل التكاليف: فكما ذكر سابقاً فنقنيات التكنولوجيا المالية، والتي تتضمن تقديم الخدمة عبر شبكة الإنترنت، تؤدي إلى قلة الحاجة إلى فتح فروع جديدة للمصارف وتوظيف موارد بشرية فيها مما يسبب انخفاض تكلفة الخدمة بالنسبة للمصرف والعميل.

2-تغييرات خصائص الخدمة: إن التكنولوجيا ترفع جودة الخدمة، وتغير من خصائصها إلى الأفضل، ويمكن أن يلاحظ هذا الأمر في حالة إدارة طلبات الاقتراض بطريقة فعالة.

3-تحسين تجربة العملاء: يساهم التحليل الآلي للبيانات في تحليل توجهات العملاء وتفضيلاتهم، الأمر الذي يؤدي إلى تطوير منتجات وخدمات مصرفية تناسب العميل وتحقق تطلعاته، كما أنها تسهل وصول العميل إلى الخدمة، وتساعد بالمقارنة بين الأسعار وتساعد العميل على تحديد الخدمة الأنسب له من بين الخدمات المقترحة.

4-زيادة المنافسة: يساعد انتشار التقنيات الحديثة على تشجيع المصارف التقليدية على تبني الطرق الحديثة في العمل المصرفي، وذلك كونها أصبحت تتعرض لمنافسة كبيرة من الشركات والمؤسسات التي تعتمد على تقنيات التكنولوجيا المالية، لذلك وأمام هذا الضغط تلجأ هذه المصارف إلى رفع جودة الخدمة المقدمة من قبلها حتى تستطيع مجاراة المؤسسات الأخرى ومواكبة التنافس، الأمر الذي يصب أخيراً في صالح العملاء.

5-تقليل الحاجة إلى العنصر البشري: كان القطاع المصرفي يعتبر سابقاً من القطاعات ذات الموارد البشرية الكثيفة، أما الآن فإن العميل يستطيع أن يتعامل مع التقنيات والأجهزة دون الحاجة إلى أي تدخل من طرف بشري آخر.

المبحث الثالث: الإطار العملي

أولاً-مجتمع وعينة الدراسة:-شمل المجتمع جميع الموظفين في مصرف الرافدين العراقي، وتكونت العينة من عينة قصدية من الموظفين في مصرف الرافدين العراقي وقد بلغ عددها (116) موظف وهم الأكثر دراية وصلة بموضوع البحث وبالتالي هم الأكثر كفاءة بالإجابة على أسئلة الاستبانة وبالتالي الحصول على بيانات أكثر دقة.

وفيما يلي توزيع خبرة العينة:

جدول (1): الخبرة

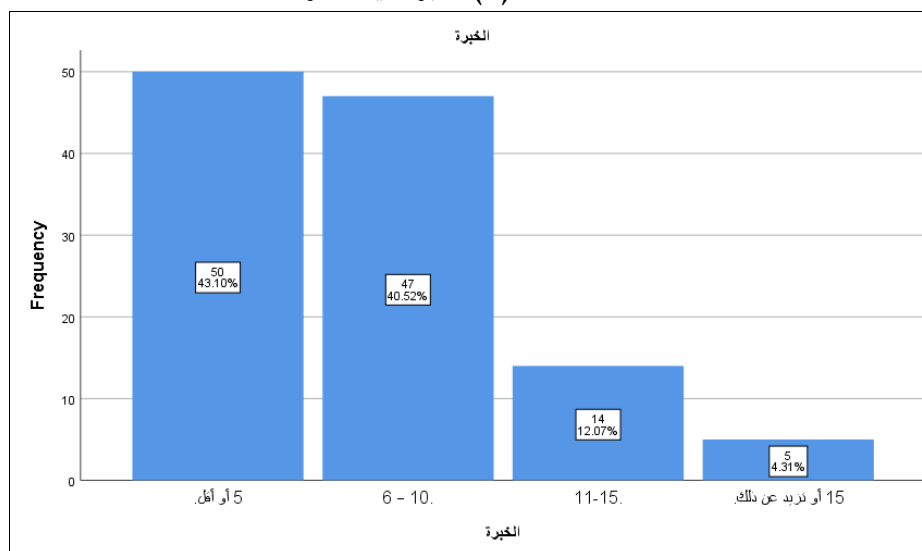
النسبة	التكرارات	الخبرة
43.1	50	5 أو أقل.
40.5	47	6 – 10.
12.1	14	11-15.
4.3	5	15 أو تزيد عن ذلك.
100.0	116	Total

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

نلاحظ أن خبرة العينة تتوزع كالآتي:

- ❖ (43.1%) 5 أو أقل.
- ❖ (40.5%) 6 – 10.
- ❖ (12.1%) 11-15.
- ❖ (4.3%) 15 أو تزيد عن ذلك.

الشكل (1): خبرة عينة الدراسة



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

ثانياً- اختبار ثبات المقياس:

الجدول (2) قيم معامل ألفا كرونباخ

عدد العبارات	معامل الثبات	المحاور
5	0.956	التكنولوجيا المالية
5	0.955	تحسين خدمات العملاء
10	0.975	الدرجة الكلية للاستبانة

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

قيمة معامل الثبات لجميع المحاور $< (0.60)$ بالتالي هي قيم مقبولة إحصائياً؛ وذلك لكون القيم معنوية بقيم أكبر من (0.60) ؛ أي أن الترابط والتناسق بين فقرات الاستبيان يكون أعلى، وبالتالي في حال توزيعه على عينة تتمتع بنفس الخصائص نحصل على نتائج مقاربة.

ثالثاً- اختبار صدق المقياس: - بدايةً تم اختبار الصدق البنائي:

جدول (3): معاملات الارتباط

المحاور	معامل بيرسون	(sig)
التكنولوجيا المالية	0.980	0.00
تحسين خدمات العملاء	0.981	0.00

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

نلاحظ أن معاملات الارتباط "بيرسون" دالة إحصائياً، فالاستبانة صادقة . وفيما يلي اختبار صدق الاتساق الداخلي:

جدول (4) معامل ارتباط الفقرات مع المحاور

م	المحور الأول: التكنولوجيا المالية	معامل الارتباط
1	لدى المصرف صورة واضحة عن التكنولوجيا المالية وآلية تطبيقها في الخدمات المصرفية.	0.972
2	يملك المصرف الأجهزة والتقنيات اللازمة لتطبيق التكنولوجيا المالية بشكل فاعل وكفوء .	0.946
3	يعتمد المصرف على التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء .	0.824
4	تعتمد الإدارة على التكنولوجيا المالية في رفع الكفاءة التشغيلية للمصرف.	0.949
5	تعتمد الإدارة على التكنولوجيا المالية في تقديم التسهيلات الائتمانية للعملاء .	0.968
م	المحور الثاني: تحسين خدمات العملاء	معامل الارتباط
6	استجابة عالية لعملاء المصرف.	0.887
7	الرد على استفسارات العملاء في أي وقت ومن أي مكان.	0.884
8	سهولة الاتصال بمقدمي الخدمة في المصرف.	0.956
9	الأمان الكافي لبيانات العملاء .	0.931
10	تقديم خدمات المصرف للعملاء في الموعد المحدد.	0.953

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

يتبين أن كافة الفقرات حققت ارتباطاً معنوي مع محاورها؛ بالتالي فإن المحاور تتمتع بصدق الاتساق الداخلي، وذلك لكون جميع المعاملات معنوية بقيم $< (0.60)$ ؛ وبالتالي يتضح وجود ارتباط معنوي إيجابي بين جميع الفقرات، فالاستبيان يعطي نتائج متسقة، ويمكن الاعتماد عليه للمقياس. ومما سبق فإن الاستبانة تتسم بصدق الاتساق الداخلي.

رابعاً- الإحصائيات الوصفية: -تم اعتماد معيار مقياس ليكرت الخماسي للحكم على الإحصائيات الوصفية لفقرات الاستبانة وأظهرت النتائج ما يلي:

الجدول (5) إحصائيات فقرات التكنولوجيا المالية

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	الخطأ	المعنوية
المحور الأول: التكنولوجيا المالية					
1	لدى المصرف صورة واضحة عن التكنولوجيا المالية وآلية تطبيقها في الخدمات المصرفية.	4.0086	1.23356	.11453	0.00
2	يملك المصرف الأجهزة والتقنيات اللازمة لتطبيق التكنولوجيا المالية بشكل فاعل وكفوء .	4.0086	1.23356	.11453	0.00
3	يعتمد المصرف على التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء .	4.0862	1.04315	.09685	0.00
4	تعتمد الإدارة على التكنولوجيا المالية في رفع الكفاءة التشغيلية للمصرف.	3.6638	.76833	.07134	0.00
5	تعتمد الإدارة على التكنولوجيا المالية في تقديم التسهيلات الائتمانية للعملاء .	3.8017	1.10509	.10260	0.00

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

❖ يتضح أن متوسط الإجابات على فقرات الاستبانة تدل على تقييم مرتفع ومرتفع جداً.

1. جاء في المرتبة الأولى الفقرة (3) بمتوسط (4.08) وانحراف (1.04).
2. فيما جاء في المرتبة الأخيرة الفقرة (4) بمتوسط (3.66) وانحراف (0.76).

الجدول (6) إحصائيات فقرات تحسين خدمات العملاء

م	الفقرة	المتوسط	الانحراف	الخطأ	sig
المحور الثاني: تحسين خدمات العملاء					
توفر التكنولوجيا المالية:					
6	استجابة عالية لعملاء المصرف.	3.8793	.95239	.08843	0.00
7	الرد على استفسارات العملاء في أي وقت ومن أي مكان.	3.7328	1.18217	.10976	0.00
8	سهولة الاتصال بمقدمي الخدمة في المصرف.	3.7931	1.12302	.10427	0.00
9	الأمان الكافي لبيانات العملاء.	4.0776	1.05625	.09807	0.00
10	تقديم خدمات المصرف للعملاء في الموعد المحدد.	4.0172	1.21571	.11288	0.00

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

يتضح أن متوسط الإجابات على فقرات الاستبانة تدل على تقييم مرتفع ومرتفع جداً.

1. جاء في المرتبة الأولى الفقرة (9) بمتوسط (4.07) وانحراف (1.05).
 2. فيما جاء في المرتبة الأخيرة الفقرة (7) بمتوسط (3.73) وانحراف (1.18).
- خامساً- اختبار فرضيات البحث:-الفرضية الأولى: يوجد دور معنوي للتكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء.

الجدول (7): معامل بيرسون

الخطأ	التصحیح المعدل	التحديد	بيرسون
.396	.850	.851	.923

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

قيمة التحديد المصحح = 0.850 فالتكنولوجيا المالية تفسر 85% من تباين (تحسين خدمات العملاء).

الجدول (8): معنوية بيرسون

المعنوية	درجة الحرية	مربع المتوسط	df	مجموع المربعات	الانحدار
.000	651.869	102.036	1	102.036	الانحدار
		.157	114	17.844	البواقي
			115	119.880	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

Sig = 0.00 > 0.05 أي :

يوجد دور معنوي للتكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء.

الجدول (9): أمثال وميل المعادلة

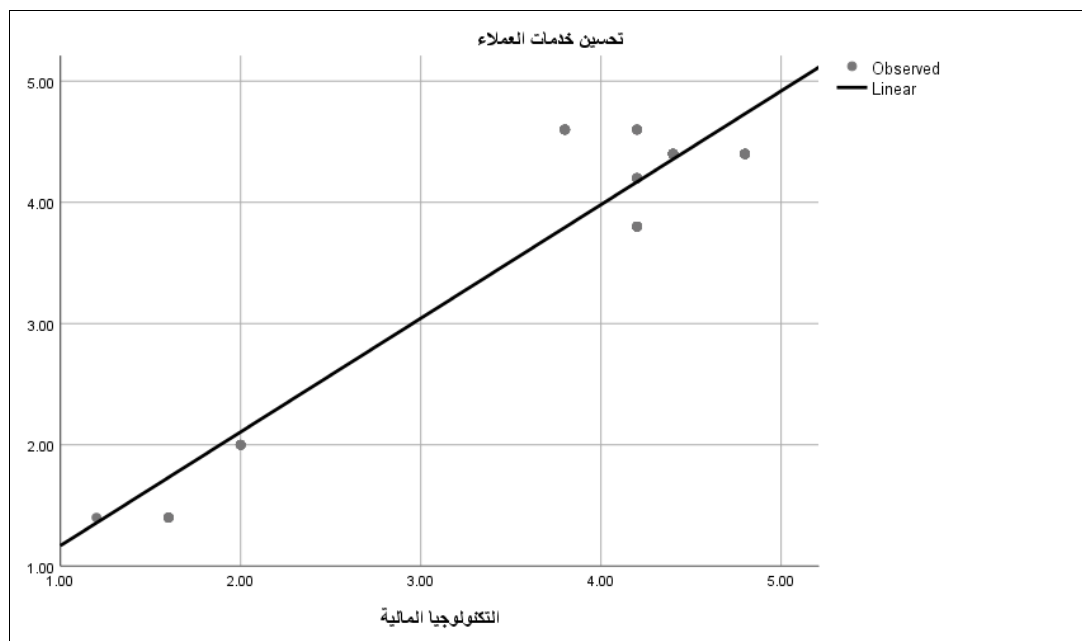
المعنوية	t	بيتا	الخطأ	B	التكنولوجيا المالية
.000	25.532	.923	.037	.937	التكنولوجيا المالية
.122	1.557		.148	.231	(Constant)

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

$$y_x = 0.231 + 0.937 x$$

ونحن نلاحظ الآتي:- $y_x = 0.231 + 0.937 x$ ومنه فإن زيادة الاعتماد على التكنولوجيا المالية بدرجة واحدة ستزيد من تحسين خدمات العملاء بـ 0.937 درجة. ويرى الباحث أن ذلك الدور الذي تلعبه التكنولوجيا المالية في تحسين خدمة العملاء يأتي من خلال ما تمتلكه هذه التقنيات من وسائل قادرة على تسيير شؤون العملاء بشكل سريع، فتوفر لهم الوقت والجهد، وقادرة على تلبية تلك الخدمات خارج الحدود الجغرافية، الأمر الذي يستقطب عملاء جدد للمصرف، ويحافظ على مكانته وميزته التنافسية ضمن الأسواق المصرفية كلما اعتمد على التكنولوجيا في معاملاته، وتحقيقه الأهداف المرجوة. وبشكل عام يمكن القول إنه وبفضل التكنولوجيا المالية يمكن للأفراد والشركات والمصارف الاستفادة من الابتكارات الحديثة في النظام المالي والوصول إلى خدمات مالية متقدمة ومرنة بطرق سهلة ومريحة وتسهيل عمليات الدفع والتحويل وتوفير القروض وإدارة الاستثمارات بالشكل الأمثل من أجل تحقيق الأهداف المالية للعملاء بشكل أفضل.

الشكل (2): العلاقة بين التكنولوجيا المالية وتحسين خدمات العملاء



المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

الفرضية الثانية: لا يوجد فروق معنوية بين متوسط إجابات العينة ومتوسط المقياس (3) حول دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء تبعاً لمتغير الخبرة. تم اختبار الفرضية باختبار ANOVA كما يلي:

الجدول (10): اختبار ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.263	3	.421	.420	.739
Within Groups	112.152	112	1.001		
Total	113.414	115			

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج Spss 25.

نجد أن $Sig = 0.739 > 0.05$ وبالتالي نقبل الفرضية العدم أي:- لا يوجد فروق معنوية بين متوسط إجابات العينة ومتوسط المقياس (3) حول دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء تبعاً لمتغير الخبرة. ووجد الباحث أن عامل الخبرة لا يلعب

دوراً في تحسين الخدمات، ومن الممكن أن يعود السبب لكثرة التقنيات التي تعتمد عليها، وتطورها الدائم وبشكل سريع جداً فلا مجال لسنوات الخبرة في تحسين تلك الخدمات، لكون الأخيرة سيتم تعزيزها من خلال التطبيقات والحلول المالية والمصرفية المبتكرة.

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

4-1 الاستنتاجات:-

1. يوجد دور معنوي للتكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء؛ أي إن التكنولوجيا المالية تقدم العديد من الخدمات والمنتجات التي تساهم في تحسين المعاملات المالية في العديد من المجالات والقطاعات، حيث إن عملية القيام بدمج القطاع الرقمي التكنولوجي بالقطاع الاقتصادي المالي يؤدي إلى تطوير العديد من الابتكارات التي توصل إلى حلول في عدد من القطاعات، وهذا ما يتوافق مع ما ورد في دراسة (Rubini, 2017) ، (D&Jr, 2017) حيث وضحت إن التكنولوجيا المالية حصلت على أهمية ومركز كبير في القطاع المصرفي بسبب الميزات التي تقدمها للأطراف المختلفة الفاعلة ضمن الاقتصاد والتي عملت على تحسين خدمات العملاء، ويمكن تلخيص أهمية التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء بعدد من النقاط: تساهم في الحصول على خدمات مصرفية ومالية أكثر كفاءة وبكلفة أقل، وتساعد على تجنب المخاطر وتخفيضها إلى الحد الأدنى، مثل المخاطر القانونية أو المخاطر ذات العلاقة بالشفافية وعدم الملاءة، وقد أعطت فرصة لجميع فئات العملاء وخصوصاً أصحاب الدخل المحدود لتكوين أرصدة مالية وفتح حسابات عن طريق تطبيقات الأجهزة الذكية، والتي كان من الممكن أن يتكبدوا الكثير من النفقات على شكل رسوم في حال تعاملوا مع المؤسسات النقدية التقليدية، وتساعد هذه التكنولوجيا على الكشف عن جرائم وخصوصاً جرائم الاحتيال عن طريق التقنيات الحديثة التي تشتمل عليها، مما يساهم بمنح خدمة أفضل للعملاء، وتساهم في رفع مستوى الشمول المالي، وذلك عن طريق إيجاد الإمكانية للقيام بالمعاملات المالية دون الاضطرار لفتح حسابات مصرفية، بالإضافة لتحسين الصناعة المالية من الأزمات والمشاكل الاقتصادية العالمية، وجعلها أكثر نكاه وكفاءة، وإن تحويل الشركات الناشئة للعملات الرقمية وحفظها في المحافظ الرقمية يؤدي إلى التقليل من مخاطر الصرف.

2. لا يوجد فروق معنوية بين متوسط إجابات العينة ومتوسط المقياس (3) حول دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء تبعاً لمتغير الخبرة. وذلك لأن جميع أفراد العينة على اختلاف خبراتهم مدركين دور التكنولوجيا المالية في تحسين خدمات العملاء فهي أهم وسيلة تستند عليها البنوك من أجل الوصول إلى أهدافها المتمثلة في تقديم أفضل خدمة للعملاء من أجل جذبهم وتشجيعهم على التعامل معها (جواني و مريم، 2021، صفحة 56)، فهي تساعد على السرعة في إنجاز الخدمات، بالإضافة إلى الدقة في الإجراءات، واستمرارية الخدمات على مدار الساعة، وطيلة أيام الأسبوع، وتساهم بإنجاز العمليات المصرفية الإلكترونية بشكل مؤتمت دون الحاجة إلى استخدام الورقيات، وهذا ما يتوافق مع ما ورد في رسالة (فلاق و شارفي، 2020، صفحة 112) إن أهم ما يميز الخدمة المقدمة من قبل التكنولوجيا المالية عن الخدمة المقدمة من الأنظمة التقليدية هي السرعة، حيث إن المؤسسات التي تتبنى هذه التكنولوجيا تقوم بإنجاز المعاملة بغضون دقائق، بالاستعانة بالأنظمة الحاسوبية، عوضاً عن الأنظمة التقليدية التي قد تستغرق ساعات للقيام بنفس المعاملة، وكما أشار (مناصرية، 2022، صفحة 87) إلى أنها تعطي المرونة للنظام المصرفي وتساهم في تطوير النظام المصرفي الإسلامي، وتتميز بتوفير أنظمة حديثة وغير تقليدية لتلقي المدفوعات والمقبوضات خصوصاً عبر الحدود، وهذه المنظومات تكون ذات شفافية عالية وتتسم بالموثوقية والأمان، ومن أبرز الأمثلة عن هذه المنظومات هو نظام سويفت الذي تستخدمه المصارف.

4-2 التوصيات:

1. تفعيل دور التكنولوجيا والتقنيات المرتبطة بها في مصرف الرافدين العراقي من خلال الاعتماد على آليات الذكاء الاصطناعي وتطوير البنية التحتية اللازمة وتحديث أجهزة الحاسوب والوسائل التقنية، وإقامة الدورات التدريبية للموظفين على استخدام أحدث البرامج التكنولوجية المصرفية.
2. تعزيز خدمة العملاء في مصرف الرافدين العراقي من خلال تحسين الخدمات وربطها بالتقنيات المصرفية المعاصرة التي توفر الوقت والجهد بهدف الحفاظ على العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.
3. إقامة ورش لتوعية الموظفين وتبسيط الضوء على التكنولوجيا المالية وآلية تطبيقها في الخدمات المصرفية.
4. تعزيز خدمة العملاء في مصرف الرافدين العراقي من خلال اعتماد تكنولوجيا مصرفية تؤمن سهولة الاتصال بمقدمي الخدمة في المصرف.
5. تعزيز خدمة العملاء في مصرف الرافدين العراقي من خلال اعتماد تكنولوجيا مصرفية تؤمن الأمان الكافي لبيانات العملاء. يمكن القول أخيراً إن تحسين الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء يعد أمراً حيوياً من حيث تقديم خدمات مالية فعالة للعملاء، حيث أن هذا التحسين والجودة يعكسان قدرة المصارف على تلبية رغبات العملاء، وتقديم خدمات مالية موثوقة ومتطورة، وقد بينت نتائج هذه الدراسة والدراسات السابقة أن التكنولوجيا المالية تلعب دوراً فعالاً ومهماً بتحسين خدمة العملاء في المصارف، وذلك من خلال تحسين الخدمات المقدمة عن طريق توفير وسائل مريحة وأمنة للوصول إلى الخدمات المصرفية وإدارتها من خلال التطبيقات المصرفية والتواصل عبر الإنترنت، فقد أصبح من الممكن للعملاء الاستفادة من تجربة مصرفية سلسة وأكثر فعالية، كما أن تحليل سلوك العملاء عن طريق تقنيات التكنولوجيا المالية يساهم في تصميم خدمات تلبي احتياجاتهم وتطلعاتهم بشكل أفضل، وبهذا فإن هذا النوع من التكنولوجيا من الممكن أن يساهم بزيادة رضا العملاء وتوفير تجربة مصرفية محسنة، حيث إن منتجات التكنولوجيا المالية قد نتجت عن طريق الاستعانة بالتطور التقني والمعلوماتي في صناعة الخدمة المالية، ومنها تطلعات العملاء لخدمات متطورة وملائمة فقد أدت زيادة متطلبات العملاء، وارتفاع سقف توقعاتهم إلى ضرورة إيجاد خدمات حديثة تلاقي متطلباتهم، وتقديم لهم خدمات جديدة وجذابة للعمل على استقطابهم، وكسب ولائهم.

References

- 1- بوراس، أحمد؛ بريكة، السعيد. (2014). أعمال الصيرفة الإلكترونية: الأدوات والمخاطر. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 2- حجريرة، إلهام. (2024). دور التكنولوجيا المالية في تطوير الأداء المصرفي حالة. جامعة غرداية. الجزائر.
- 3- خنفر، إياد؛ العزام، عبد الفتاح. (2015). التسويق المصرفي. عمان: دار وائل.
- 4- مجدوب، بحوصي؛ بن عبد العزيز، سفيان. (2013). واقع وأفاق البنوك الإلكترونية (مع الإشارة إلى مستقبلها في الجزائر). المجلة العربية الدولية للمعلوماتية. 2(3).
- 5- جودي، بسمة (2022). الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في كسب ولاء الزبون دراسة ميدانية في بنك الخليج الجزائر. جامعة 8 ماي 1945. الجزائر.
- 6- بن عليوش، توفيق، (2016)، دور التوجه السوقي في تعزيز ولاء العميل دراسة حالة: شركة جازي، رسالة ماجستير. جامعة فرحات عباس - سطيف. الجزائر.
- 7- العجارمة، تيسير. (2013). التسويق المصرفي. عمان: دار حامد.
- 8- جمعية البنوك في الأردن. (2015). دليل الخدمات والمنتجات والحلول المصرفية المقدمة من البنوك الإسلامية العاملة في الأردن. عمان: جمعية البنوك في الأردن.
- 9- بنية، حيزية؛ قريوح، عليوش. (2018). التكنولوجيا المالية ثورة اقتصادية جديدة - حالة منطقتي الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية. 7(3).
- 10- مناصرية، خولة. (2022). التكنولوجيا المالية في ظل جائحة كورونا: الفرص والتحديات. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية. 5(1).

- 11- صابر. (2023) التكنولوجيا المالية ودورها في تعزيز الشمول المالي: دراسة تحليلية لمجموعة من الدول العربية. مجلة إسكندرية للبحوث الإدارية ونظم المعلومات.
- 12- صولي، شرف الدين. (2022)، دور التسويق الإلكتروني في تحسين خدمة العملاء فرع بسكرة، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر - بسكرة. الجزائر.
- 13- فلاق، صليحة؛ شارفي، سامية. (2020). دور صناعة التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي بالعالم العربي - تجربة مملكة البحرين. مجلة جامعة باتنة. 1(1).
- 14- جواني، صونيا؛ مريم، عديلة. (2021). دور التكنولوجيا المالية في تعزيز الشمول المالي في الوطن العربي. مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة. 2(4).
- 15- حناني، عائشة؛ مشهور، هوارية. (2022). دور التكنولوجيا المالية في رفع من جودة الأداء البنكي. رسالة ماجستير. جامعة أحمد دراية أدرار. الجزائر.
- 16- لبلى، عبد الرحمن. (2015). دور التسويق في تطوير الخدمات المصرفية - دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية . جامعة حسيبة بن بوعلي. الجزائر.
- 17- عبد الرحيم، وهبة؛ أوقاسم، الزهراء. (2019). التكنولوجيا المالية في دول الخليج بين حداثة الظاهرة وسرعة الاستيعاب. مجلة الدراسات الاقتصادية . 13(2).
- 18- عبد الرضا، كريم، حرجان. (2024) التكنولوجيا المالية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة: دراسة استطلاعية لعينة من موظفي مصرفي بغداد التجاري والتجارة العراقي. مجلة جامعة جيهان - أربيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية.
- 19- بو طالب، عزيز؛ سفاري، أسماء. (2023). التكنولوجيا المالية كركيزة لتعزيز الشمول المالي في المنطقة العربية. مجلة التمويل والاستثمار والتنمية المستدامة. 8(1).
- 20- أبو خريص، عمران؛ شكشك، مصطفى. (2015). التسويق الإلكتروني وآثاره على جودة الخدمات المصرفية - دراسة ميدانية عن المصارف التجارية بمدينة زليتن. مجلة الجامعة الأسمرية.
- 21- حنان، بوخاري. (2022). أثر توظيف تطبيقات الدفع الإلكتروني في تقديم الخدمات المصرفية على تحسين أداء البنوك . مجلة الباحث الاقتصادي. 10(2).
- 22- لبيان، فريد. (2019). التكنولوجيا المالية جسر القطاع المالي إلى المستقبل. الناشر اتحاد شركات الاستثمار.
- 23- لعراف، فائزة؛ بوقرة، رايح. (2014). تقييم جودة الخدمة البنكية من منظور الزبائن. مجلة العلوم الاقتصادية.
- 24- صابر، محمد عبد العليم. (2023). التكنولوجيا المالية ودورها في تعزيز الشمول المالي: دراسة تحليلية لمجموعة من الدول العربية. مجلة الإسكندرية للبحوث الإدارية ونظم المعلومات.
- 25- عبد الرضا، مصطفى؛ سلام، عبد الكريم؛ محمد، حيدر. (2020). دور التكنولوجيا المالية في تعزيز استراتيجية الشمول المالي - بحث استطلاعي لعينة من مصرفي بغداد التجاري والخليج التجاري . مجلة وارث العلمية .
- 26- معلا، ناجي. (2010)، خدمة العملاء مدخل اتصالي سلوكي متكامل، الطبعة الأولى، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، الأردن.
- 27- معهد الدراسات المصرفية بالكويت. (2022). دور التكنولوجيا المالية في تطوير أداء القطاع المصرفي. نشرة إضاءات.
- 28- بوراس، نبيلة؛ زنفوفي، كريمة. (2012). ابتكار الخدمة المصرفية ودورها في إدارة العلاقة مع الزبون. جامعة 8 ماي 1945 قالمة. الجزائر.
- 29- حجاج، نفيسة. (2017). أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي. جامعة قاصدي مرباح. الجزائر.
- 30- Alshehadeh, A. R., Al-Khawaja, H. A., Yamin, I. S. M. A. I. L., & Jebri, I. Q. B. A. L. (2023). The impact of financial technology on customer behavior in the Jordanian commercial banks. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 20, 2263-2275.
- 31- Hutapea, R. S. (2020, December). The effect of financial technology (fin-tech) on customer satisfaction level (a case study on SMEs). In *International seminar of science and applied technology (ISSAT 2020)* (pp. 668-674). Atlantis Press.



- 32- Harsono, I., & Suprpti, I. A. P. (2024). The role of fintech in transforming traditional financial services. *Accounting Studies and Tax Journal (COUNT)*, 1(1), 81-91.
- 33- Assadi, D., & Cudi, A. (2015). Le " Mobile Banking" est - il efficace Pour Offrir Des Services Financiers .
- 34- Basel Committee on Banking Supervision. (2018). Implications of Fintech Developments for Bank Supervision. Bank for International Settlements.
- 35- Chishti, S., & Puschmann, T. (2018). the Fintech handbook for Investors ,enterperneurs and Finance Visionaries. london: Fintech Circle Ltd.
- 36- D ,J. ,& Jr ,W. (2017). Creating Strategic Value Through Financial Technology. New Jersey: John Wiley & Sons.
- 37- Kelley ,C. ,& Kiki ,W. A. (2021). Insurtech: A Guide for the Actuarial Community. The Society of Actuaries.
- 38- Nicoletti ,B. (2017). The Future of Fintech (Integrating Finance and Technology in Financial Services. Palgrave Studies in Financial Services technology.
- 39- Rubini ,A. (2017). Fintech in a Flash (Financial Technology Made Easy. Simtac Ltd.
- 40- Zirek ,S. ,& Zghba ,T. (2019). Les Robo- Advisors Sont-ils une Menace Pour les Conseillers Financiers Traditionnels? Revue des Sciences Humaines.