P-ISSN: 1818-9431, E-ISSN: 2617-9849 Special Issue عدد خاص

The Impact of Digital Banking Solutions on Financial Decision-Making / An Applied Study of a Sample of Iraqi Banks

Assistant prof. Dr. Ali Mohammad Thijeel Al- Mamouri
Post Graduate Institute for Accounting and Financial Studies
asst.prof.ali@pgiafs.uobaghdad.edu.iq

Lect. Dr. Lawhedh Khaleel Ibrahim
Post Graduate Institute for Accounting and Financial Studies
awhedh.K.491@cis.uobaghdad.edu.iq

Lect. Balsam Hussain Raheef
Post Graduate Institute for Accounting and Financial Studies
balsam@pgiafs.uobaghdad.edu.iq

Abstract

The banking sector has undergone a rapid digital transformation, making digital banking solutions a key component in enhancing individuals' financial decision-making. This study aims to examine the impact of various dimensions of digital banking—namely security, ease of use, reliability, responsiveness, trust, and perceived value—on the quality of financial decisions made by customers of Iraqi banks.The research adopts a descriptive-analytical approach and includes an applied field study using a questionnaire distributed to a sample of 60 employees working in several banks across Baghdad. Data were analyzed using SPSS version 26 to assess the relationships and effects among the variables.Findings reveal a strong and statistically significant correlation between the adoption of digital banking services and the effectiveness of financial decisions, with a correlation coefficient of 0.79 and a coefficient of determination of 62%. Among the examined dimensions, perceived value was found to have the strongest influence, followed by ease of use and trust, while responsiveness had the least impact.Based on these insights, the study recommends enhancing the practical value of digital banking services, simplifying user interfaces, and improving both technical support and system reliability. It calls on Iraqi banks to strategically invest in digital solutions that empower individuals to make more informed and efficient financial decisions.

Keywords: Digital Banking Solutions, Financial Decision-Making, Iraqi Banks, Perceived Value, Financial Technology

تأثير الحلول المصرفية الرقمية في اتخاذ القرارات المالية / بحث تطبيقي في عينة من المصارف العراقية

ا.م. د. علي محمد ثجيل المعموري
جامعة بغداد –المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية

م. د. لواحظ خليل إبراهيم
جامعة بغداد –المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية

م. بلسم حسين رهيف
جامعة بغداد –المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية

المستخلص:

يشهد القطاع المصرفي تحولًا رقميًا متسارعًا، ما يجعل من الحلول المصرفية الرقمية عنصرًا أساسيًا في دعم الأفراد لاتخاذ قرارات مالية أفضل. يهدف هذا البحث إلى تحليل أثر هذه الحلول بمختلف أبعادها (مثل الأمان، سهولة الاستخدام، الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، والقيمة المدركة) في تحسين جودة القرار المالي لدى عملاء المصارف العراقية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ونُفذت تطبيقيًا من خلال استبانة وُزعت على عينة مكونة من ٦٠ موظفًا في عدد من المصارف العاملة في العاصمة بغداد. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS.26 لاختبار العلاقات بين المتغيرات وتحديد مستوى التأثير. أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائيًا بين استخدام الخدمات المصرفية الرقمية وفاعلية القرار المالي، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٧٩)، ومعامل التحديد (٦٢٪). كما كشفت النتائج أن بعد "القيمة المدركة" جاء في صدارة العوامل المؤثرة، يليه "سهولة الاستخدام"، ثم "الثقة"، في حين سجل "الاستجابة" أدنى تأثير نسبي.

توصي الدراسة بضرورة تعزيز القيمة العملية للخدمات الرقمية، وتبسيط واجهات الاستخدام، إلى جانب تحسين مستوى الدعم الفني والموثوقية التشغيلية للأنظمة الرقمية. كما تدعو المصارف العراقية إلى توجيه استثماراتها الرقمية بما يساهم في تمكين الأفراد من اتخاذ قرارات مالية أكثر وعيًا وكفاءة.

الكلمات المفتاحية :الحلول المصرفية الرقمية، القرار المالي، المصارف العراقية، القيمة المدركة، التكنولوجيا المصرفية.

المقدمة

شهد القطاع المصرفي خلال السنوات الأخيرة تطورات متسارعة بفعل التقدم التكنولوجي والتحول الرقمي، حيث أصبحت الحلول المصرفية الرقمية أحد العوامل الحاسمة في تحسين الخدمات المالية وتسهيل المعاملات البنكية. ومع التحولات المتزايدة نحو التكنولوجيا المالية (FinTech) أصبحت المؤسسات المصرفية تدرك أهمية تبني أدوات ومنصات رقمية تواكب تطلعات العملاء وتلبي احتياجاتهم في بيئة اقتصادية معقدة وسريعة التغير. لم تعد الحلول المصرفية الرقمية مجرد خدمات إضافية، بل أصبحت ضرورة أساسية تساهم في تحقيق كفاءة أكبر للعملاء وتوفر لهم أدوات متطورة لإدارة أموالهم واتخاذ قرارات مالية مدروسة. في هذا الإطار، تبرز أهمية دراسة العلاقة بين مستوى استخدام الخدمات المصرفية الرقمية ومدى تأثيرها على قرارات الأفراد المالية. إذ تلعب الأبعاد المختلفة للحلول المصرفية الرقمية مثل الأمان، سهولة الاستخدام، الاعتمادية، الاستجابة، الثقة والقيمة المدركة، دوراً جوهرياً في تشكيل سلوكيات العملاء واتجاهاتهم المالية. فكلما شعر العميل بسهولة الوصول للمعلومات البنكية وأدوات التخطيط المالي، ازداد وعيه المالي وقدرته على اتخاذ قرارات مالية أكثر عقلانية وأقل اندفاعاً. كما أن تطور الخدمات المصرفية الرقمية لا يؤثر فقط على مستوى الرضا والاستخدام، بل ينعكس بشكل مباشر على نمط اتخاذ القرار المالي، سواء من ناحية تحسين الادخار، تنظيم الإنفاق، أو حتى الاستثمار الذكي. من هنا تأتي أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على دور الحلول الرقمية في دعم العملاء لاتخاذ قرارات مالية فعالة ومرتكزة على المعرفة والثقة، خاصة في بيئة مصرفية عراقية تشهد تطوراً تدريجياً في هذا المجال.

المبحث الأول: منهجية البحث

أولا: مشكلة البحث//

تكمن مشكلة البحث في محدودية الفهم حول مدى تأثير الحلول المصرفية الرقمية على سلوك الأفراد المالي، لا سيما في بيئة المصارف العراقية التي لا تزال في مرحلة التحول الرقمي. تتجلى المشكلة في الحاجة لتحديد الأبعاد الرقمية التي تسهم بشكل مباشر في تحسين قرارات العملاء المالية.

تساؤلات البحث:

١. ما مستوى إدراك الأفراد لأبعاد الحلول المصرفية الرقمية؟
٢. ما أثر الحلول المصرفية الرقمية في تحسين القرارات المالية للأفراد؟
٣. ما أكثر أبعاد الحلول المصرفية الرقمية تأثيراً في دعم اتخاذ القرار المالي؟
٤. هل تختلف الاستجابات باختلاف الخصائص الديموغرافية للزبائن؟

ثانياً: أهمية البحث//

تبرز أهمية هذا البحث من واقع تسارع التحول الرقمي في المصارف العراقية، والحاجة لفهم انعكاسات هذا التحول على سلوك الزبائن المالي. يساعد البحث المصارف على التعرف على العوامل المؤثرة في قرارات العملاء بهدف تحسين الخدمات الرقمية وتعزيز رضاهم وثقتهم. كما يساهم في إثراء الجانب الأكاديمي بدراسة تطبيقية حديثة في بيئة مصرفية ناشئة. من جهة أخرى، يقدم البحث رؤية واضحة للمصارف حول كيفية توجيه الاستثمارات الرقمية لتعزيز كفاءة قرارات الزبائن، وهو ما يُسهم في تحقيق مزايا تنافسية في القطاع المصرفي.

ثالثاً: أهداف البحث//

١. تحديد مستوى توافر أبعاد الحلول المصرفية الرقمية في المصارف العراقية.
٢. تحليل أثر الحلول الرقمية على اتخاذ القرارات المالية لدى الأفراد.
٣. قياس العلاقة بين كل بعد من أبعاد الخدمات الرقمية وسلوك القرار المالي.
٤. تقديم توصيات عملية لتحسين كفاءة الخدمات الرقمية بما ينعكس على وعي العملاء المالي.

رابعاً: فرضية البحث//

يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصـــائية للحلول المصـــرفية الرقمية بأبعادها المختلفة (الأمان، ســـهولة الاســـتخدام، الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، القيمة المدركة) على تحسين عملية اتخاذ القرارات المالية لدى عملاء المصارف العراقية.

خامسا: منهج البحث//

اعتمد البحث على المنهج الوصـفي التحليلي مع التطبيق الميداني باسـتخدام اسـتبانة كأداة رئيسـية لجمع البيانات وتحليلها إحصـائياً باستخدام برنامج SPSS بهدف قياس العلاقة والأثر بين المتغيرات.

سادساً: حدود البحث//

- الحدود المكانية: عدد من المصارف العراقية العاملة في بغداد.
- الحدود الزمنية: النصف الأول من عام ٢٠٢٥.
- الحدود الموضـوعية: يركز البحث على الحلول المصـرفية الرقمية وتأثيرها في اتخاذ القرارات المالية دون التطرق للقرارات الاستثمارية المعقدة أو التعاملات خارج نطاق الخدمات المصرفية.

المبحث الثاني //التأطير النظري للبحث

أولا: مفهوم الحلول المصرفية الرقمية:-

تُعد الحلول المصرفية الرقمية من التطورات الجوهرية التي شهدها القطاع المالي والمصرفي في العقد الأخير، وهي تشير إلى حزمة متكاملة من الخدمات المصرفية التي تُقدَّم من خلال القنوات الرقمية مثل الإنترنت وتطبيقات الهواتف الذكية، دون الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية للبنوك. وتتضمن هذه الحلول مجموعة واسعة من العمليات، كفتح الحسابات، التحويلات، المدفوعات الإلكترونية، وإدارة الأرصدة، مدعومة بتقنيات رقمية متقدمة تهدف إلى تعزيز الكفاءة التشغيلية (Srinivasan & Venkatraman, 2021).يعكس التحول إلى الحلول المصرفية الرقمية سعي المصارف إلى تحقيق الاستجابة لتغيرات سلوك الزبائن ومتطلبات السوق الحديثة، لاسيما مع انتشار الهواتف الذكية والتوسع في البنية التحتية الرقمية. وتؤكد الدراسات الحديثة أن الحلول الرقمية أصبحت لا تقتصر على تقديم الخدمة، بل تشمل بناء منظومة رقمية متكاملة تستند إلى الذكاء الاصطناعي، وتقنيات البلوك تشين، وتحليل البيانات الكبيرة(Big Data Analytics) ، ما يسمح بتحسين اتخاذ القرار المالي من جهة، وتعزيز الشفافية والموثوقية من جهة أخرى.(Yin et al., 2023) كما أن مفهوم "Banking-as-a-Service (BaaS)" برز كجزء من هذه الحلول، حيث تمكّن المصارف من تقديم خدماتها من خلال واجهات برمجة التطبيقات (APIs) لشركات أخرى، وهو ما يساهم في توسيع نطاق الخدمات والوصول إلى شرائح جديدة من العملاء بكفاءة أعلى.(Puschmann, 2017) وتُبرز الدراسات الحديثة أيضًا دور الحلول المصرفية الرقمية في تعزيز الشمول المالي، إذ تُمكّن الأفراد في المناطق النائية أو المهمشة من الوصول إلى خدمات مالية أساسية دون الحاجة إلى بنية تحتية مصرفية تقليدية، مما يسهم في تقليص الفجوة الاقتصادية والاجتماعية .(Kundu, 2022) ومع ذلك، لا تزال هناك تحديات تتعلق بالأمان السيبراني، وحماية البيانات، وتفاوت القدرات الرقمية بين شرائح المجتمع المختلفة (Mohapatra & Sharma, 2024).

ثانيا: أبعاد الحلول المصرفية الرقمية:-استناداً الى العديد من الدراسات في مجال تكنولوجيا المالية مثل دراسة Krisnanto, R. A., & Wibowo, D. (2023). Customer Perception of Digital Banking Services وغيرها من الدراسات فان تُعتبر الأبعاد النفسية والتقنية للحلول المصرفية الرقمية من العوامل المحورية التي تؤثر على تبني العملاء لهذه الخدمات واستمراريتهم في استخدامها .(Venkatesh et al., 2012) وفيما يلي شرح مختصر لكل بعد:

١-**الأمان** :يمثل حماية بيانات العملاء والمعاملات المالية من التهديدات السيبرانية، وهو أمر أساسي لكسب ثقة المستخدمين وحمايتهم من الاحتيال.(Roman et al., 2018)

٢-**سهولة الاستخدام** :يشير إلى مدى بساطة واجهة المستخدم وسهولة التعامل مع التطبيقات والخدمات الرقمية، ما يقلل من الجهد والوقت اللازمين لإنجاز المعاملات.

٣-**الاعتمادية** :تعبر عن قدرة النظام على تقديم الخدمة بشكل مستمر وبدون أخطاء أو توقفات، مما يعزز رضا العملاء ويقلل من مشاعر الإحباط.

٤-**الاستجابة** :تتعلق بسرعة النظام في معالجة الطلبات وتقديم الدعم الفني، مما ينعكس إيجابياً على تجربة المستخدم ويزيد من فعالية الخدمة) .

٥-**الثقة** :هي الإيمان بأن المؤسسة الرقمية ستلتزم بحماية البيانات وتقديم خدمات صادقة وموثوقة، وتُعتبر الثقة عنصرًا أساسيًا لتبني الحلول الرقمية.(Gefen et al., 2003)

٦-**القيمة المدركة** :تعكس الفائدة التي يشعر بها المستخدم من استخدام الخدمة مقابل التكاليف أو الجهود المبذولة، وتشمل الجوانب المالية، الوقت، والراحة.

تُظهر هذه الأبعاد مجتمعة كيف أن نجاح الحلول المصرفية الرقمية يعتمد على التوازن بين العوامل التقنية والنفسية، مما يساعد المصارف على تصميم خدمات تلبي تطلعات العملاء وتعزز التفاعل الرقمي.

ثالثا: اتخاذ القرارات المالية

يُعد اتخاذ القرار المالي من أبرز الوظائف الإدارية التي تؤثر بشكل مباشر في استدامة المؤسسة وتحقيق أهدافها الاستراتيجية. ويقوم هذا القرار على تحليل البدائل المالية المتاحة وتقييم المخاطر المرتبطة بها، بهدف تخصيص الموارد بشكل أمثل لتحقيق أقصى عائد ممكن .(Brigham & Ehrhardt, 2016) وتشير الدراسات الحديثة إلى أن فعالية القرار المالي تعتمد بدرجة كبيرة على توافر المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب، بالإضافة إلى قدرة متخذ القرار على تفسير المؤشرات المالية والاقتصادية وربطها بالسياق التشغيلي للمؤسسة.(Gitman et al., 2018)

كما أن التكنولوجيا المالية والأنظمة الذكية قد عززت من جودة القرارات المالية، من خلال أدوات التحليل التنبئي ونماذج المحاكاة التي تساعد الإدارة في استشراف النتائج المحتملة قبل تنفيذ القرار .(Chen et al., 2021) علاوة على ذلك، يتأثر القرار المالي بعدة عوامل داخلية كسياسات التمويل والتكاليف الرأسمالية، وخارجية كالتقلبات في أسعار الفائدة والبيئة التنظيمية والاقتصادية .(Hillier et al., 2019)وبناءً عليه، فإن اتخاذ القرار المالي لا يقتصر على التحليل الكمي فقط، بل يتطلب أيضًا رؤية استراتيجية وفهمًا شاملًا لطبيعة السوق والمخاطر المحيطة.

رابعا: أبعاد اتخاذ القرارات المالية

يُعد اتخاذ القرار المالي عملية متعددة الأبعاد تهدف إلى تخصيص الموارد المالية المتاحة بطريقة تحقق أعلى عائد ممكن بأقل قدر من المخاطر. وتشير الأدبيات الأكاديمية الحديثة إلى أن هذه العملية تتأثر بعدة أبعاد مترابطة تشكّل الأساس النظري والعملي للقرار المالي.(Gitman et al., 2018; Brigham & Ehrhardt, 2016)

أول هذه الأبعاد هو البعد التحليلي، الذي يعتمد على قدرة متخذ القرار على استخدام البيانات المالية وتحليل البدائل الكمية مثل التدفقات النقدية والمخاطر المتوقعة.

أما البعد السلوكي والنفسي، فقد أصبح يحظى باهتمام كبير في الأدبيات الحديثة، إذ تؤكد دراسات التمويل السلوكي أن العوامل النفسية مثل الثقة الزائدة، وتحيز التمثيل، والخوف من الخسارة تلعب دورًا مباشرًا في صياغة القرار المالي، حتى عندما تكون المعلومات الكمية متاحة.(Ricciardi, 2008) ويُضاف إلى ذلك البعد الاستراتيجي الذي يعكس مدى انسجام القرار مع الرؤية والأهداف طويلة الأجل للمؤسسة، مثل النمو المستدام أو تقليل التكاليف على المدى البعيد. كما أن البعد المؤسسي والتنظيمي لا يمكن إغفاله، حيث تؤثر البيئة القانونية، واللوائح التنظيمية، والسياسات الداخلية للمؤسسة على نطاق القرار وحدوده.

إن فهم هذه الأبعاد يُسهم في تحسين جودة القرارات المالية وتعزيز كفاءة تخصيص الموارد، خصوصًا في البيئات المعقدة التي تتسم بعدم اليقين والتغير السريع.

خامساً: دور الحلول المصرفية الرقمية على اتخاذ القرارات المالية

أحدثت الحلول المصرفية الرقمية تحوّلًا نوعيًا في طبيعة اتخاذ القرارات المالية، حيث باتت المؤسسات والأفراد يمتلكون أدوات رقمية متقدمة تمكّنهم من الوصول الفوري إلى البيانات المالية الدقيقة، وتحليلها بطريقة أكثر فاعلية. فقد ساهمت تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي، والبيانات الضخمة، والتطبيقات المصرفية الذكية في **تحسين كفاءة القرار المالي** من خلال تمكين المستخدم من مقارنة البدائل التمويلية والاستثمارية بشكل لحظي، وتوقّع النتائج بناءً على نماذج تحليلية دقيقة.(Lee & Shin, 2018)

كما أن الأتمتة والتحول الرقمي في بيئة الأعمال المصرفية قد قلّل من التحيّزات الشخصية والانفعالية التي كانت تؤثر على القرار المالي، خاصة لدى أصحاب المشاريع الصغيرة ومتخذي القرار في بيئات عالية المخاطر. ومن ناحية أخرى، فإن توافر المعلومات الآنية عبر المنصات الرقمية عزّز من **مستوى الشفافية والمعرفة المالية** لدى الأفراد، وهو ما ساعد في رفع جودة قرارات الادخار، والاستثمار، وإدارة السيولة .(Lusardi & Mitchell, 2014) هذا التأثير المركب يُظهر كيف أصبحت الحلول المصرفية الرقمية ليست فقط أدوات تشغيلية، بل مكونات استراتيجية تؤثر بعمق في عقلانية القرار المالي وكفاءته.

المبحث الثالث// الجانب العملي

أولا: تحليل البيانات الشخصية لاستبيان

تناول هذا الجزء من الدراســة تحليل البيانات الديموغرافية لعينة مكونة من (٦٠) موظفًا من عدد من المصــارف العراقية. تم جمع البيانات من خلال استبانة اشتملت على مجموعة من المعلومات العامة، شملت: الجنس، الفئة العمرية، طبيعة العمل، وعدد سنوات الخبرة. وفيما يلي عرض تحليلي لكل متغير:

جدول ١ الخصائص الشخصية لعينة البحث

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الجنس	ذكر	38	63.3
	أنثى	22	36.7
العمر	أقل من 30	12	20.0
	30 – 40	26	43.3
	41 – 50	15	25.0
	أكثر من 50	7	11.7
طبيعة العمل	إداري	20	33.3
	تقني	16	26.7
	خدمة عملاء	14	23.3
	آخر	10	16.7
سنوات الخبرة	أقل من ٥ سنوات	14	23.3
	سنوات 10 – 5	26	43.3
	أكثر من 10 سنوات	20	33.3

المصدر من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS.V.26

تعكس نتائج الاستبانة أن غالبية المشاركين في العينة من الذكور (٦٣.٣٪) مقارنة بالإناث (٣٦.٧٪)، مما قد يشير إلى هيمنة الذكور في مواقع العمل المصرفي أو في القطاعات التي تستخدم الحلول المصرفية الرقمية. من حيث العمر، تظهر أكبر نسبة في الفئة العمرية من ٣٠ إلى ٤٠ سنة (٤٣.٣٪)، تليها الفئة من ٤١ إلى ٥٠ سنة (٢٥٪)، مما يدل على أن العينة تتركز بشكل أساسي بين العاملين النشطين في منتصف مسارهم المهني .أما بالنسبة لطبيعة العمل، فإن أكبر فئة هي الإداريون بنسبة ٣٣.٣٪، يليهم الفنيون (٢٦.٧٪)، مما يبرر وجود فهم جيد لتطبيق الحلول الرقمية بين أفراد العينة. كذلك، يظهر أن الخبرة العملية تتوزع بحيث أن ٤٣.٣٪ لديهم خبرة بين ٥ إلى ١٠ سنوات، و٣٣.٣٪ لديهم خبرة تزيد عن ١٠ سنوات، وهو مؤشر على مستوى جيد من الخبرة المهنية التي من المتوقع أن تؤثر إيجابًا على القدرة على اتخاذ قرارات مالية مدعومة بالحلول الرقمية .هذا التوزيع الديموغرافي يوفر خلفية متوازنة لفهم تأثير الحلول المصرفية الرقمية في اتخاذ القرارات المالية، حيث أن المشاركين يمتلكون مزيجًا من الخبرات المتنوعة والأدوار المختلفة التي تعزز من موثوقية النتائج المستخلصة من البحث التطبيقي.

ثانيا: وصف وتشخيص متغير الحلول المصرفية

جدول 2 الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمحور الأول: الحلول المصرفية الرقمية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية(%)
أ- البعد الأول: الأمان				
1	أعتقد أن الخدمات المصرفية الرقمية توفر حماية كافية لمعلوماتي الشخصية	4.10	0.70	82.0
2	أشعر بالأمان عند إجراء المعاملات المصرفية عبر الإنترنت	4.20	0.65	84.0
3	المصرف يضمن سرية بياناتي عند استخدام الحلول المصرفية الرقمية	4.05	0.72	81.0
4	أثق بأن أنظمة المصرف الرقمية لا تتعرض للاختراق بسهولة	3.90	0.80	78.0
متوسط البعد الأول (الأمان):	4.06		81.25	
ب- البعد الثاني: سهولة الاستخدام				
5	أجد أن استخدام الخدمات المصرفية الرقمية سهل التعلم	4.30	0.60	86.0
6	الواجهة المصرفية الرقمية واضحة وسهلة التصفح	4.25	0.65	85.0
7	أستطيع تنفيذ العمليات المصرفية بسهولة دون الحاجة لمساعدة	4.15	0.68	83.0
8	استخدام الخدمات الرقمية لا يتطلب جهدًا كبيرًا من جانبي	4.00	0.75	80.0
متوسط البعد الثاني (سهولة الاستخدام):	4.18		83.5	
ج- البعد الثالث: الاعتمادية				
9	أعتقد أن الخدمة المصرفية الرقمية تعمل بدقة وبشكل صحيح في كل مرة	4.05	0.70	81.0
10	أستطيع الاعتماد على المنصة الرقمية المصرفية في تنفيذ معاملاتي	4.10	0.68	82.0
11	نادرًا ما تحدث أعطال أو أخطاء عند استخدام الحلول الرقمية	3.85	0.80	77.0
12	يتم تنفيذ أوامري الرقمية في الوقت المحدد كما هو متوقع	3.90	0.75	78.0
متوسط البعد الثالث (الاعتمادية):	3.98		79.5	
د- البعد الرابع: الاستجابة				
13	يتم الرد على استفساراتي المتعلقة بالخدمة الرقمية بسرعة	3.90	0.78	78.0
14	يوفر المصرف دعمًا فنيًا سريعًا عند مواجهة مشاكل في المنصة الرقمية	3.95	0.72	79.0
15	أستطيع الحصول على المساعدة بسهولة عند الحاجة	4.00	0.70	80.0
16	يشعرني المصرف بأنه حريص على خدمتي بسرعة عبر القنوات الرقمية	3.85	0.80	77.0
متوسط البعد الرابع (الاستجابة):	3.93		78.5	
هـ- البعد الخامس: الثقة				
17	أثق بأن المصرف يستخدم تقنيات موثوقة في خدماته الرقمية	4.10	0.65	82.0

18	أعتقد أن المصرف سيتصرف دائمًا لمصلحتي عند استخدامي للخدمات الرقمية	4.05	0.70	81.0
19	أثق بأن تعامل المصرف الرقمي شفاف وواضح	4.00	0.72	80.0
20	ليس لديّ تخوف من الاحتيال عند استخدام الخدمات المصرفية الرقمية	3.90	0.78	78.0
متوسط البعد الخامس (الثقة):	4.01		80.25	
و – البعد السادس: القيمة المدركة				
21	أعتقد أن الخدمات المصرفية الرقمية توفر لي الوقت والجهد	4.20	0.65	84.0
22	أشعر أن القيمة التي أحصل عليها من استخدام الحلول الرقمية تفوق تكاليفها	4.10	0.68	82.0
23	الخدمات الرقمية تسهّل عليّ اتخاذ قرارات مالية أفضل	4.05	0.70	81.0
24	أرى أن استخدام الخدمات الرقمية يعزز من كفاءتي في إدارة حساباتي المصرفية	4.15	0.66	83.0
متوسط البعد السادس (القيمة المدركة):	4.13		82.5	

المصدر من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS.V.26

تناولت نتائج هذا المحور قياس آراء أفراد العينة حول مدى فاعلية الحلول المصرفية الرقمية عبر ستة أبعاد رئيسية هي: الأمان، سهولة الاستخدام، الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، والقيمة المدركة. تم قياس ذلك من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية. وفيما يلي تحليل مفصل لكل بعد:

أولًا: الأمان سجّل بُعد الأمان متوسطًا حسابيًا قدره (٤.٠٦) وأهمية نسبية (٨١.٢٥٪) بانحراف معياري معتدل (٠.٧٢)، ما يشير إلى شعور الأفراد بدرجة عالية من الأمان عند استخدام الحلول المصرفية الرقمية. أعلى فقرة كانت "أشعر بالأمان عند إجراء المعاملات المصرفية عبر الإنترنت" بمتوسط (٤.٢٠)، بينما أقل فقرة "أثق بأن أنظمة المصرف الرقمية لا تتعرض للاختراق بسهولة" بمتوسط (٣.٩٠). هذا يعكس ثقة مرتفعة بالأمان مع بقاء مخاوف محدودة متعلقة بالاختراقات الأمنية.

ثانيًا: سهولة الاستخدام جاء بُعد سهولة الاستخدام في المركز الأول من حيث التقييم، بمتوسط (٤.١٨) وأهمية نسبية (٨٣.٥٪) وانحراف معياري منخفض (٠.٦٧)، مما يشير إلى رضا مرتفع جدًا عن سهولة تعلم واستخدام الخدمات الرقمية. أعلى فقرة كانت "أجد أن استخدام الخدمات المصرفية الرقمية سهل التعلم" بمتوسط (٤.٣٠)، وهي أعلى قيمة بين كل الفقرات في المحور، بينما كانت أقل فقرة "استخدام الخدمات الرقمية لا يتطلب جهدًا كبيرًا من جانبي" بمتوسط (٤.٠٠). النتائج توضح أن واجهات الاستخدام تلعب دورًا إيجابيًا كبيرًا في التجربة المصرفية.

ثالثًا: الاعتمادية سجل بُعد الاعتمادية متوسط (٣.٩٨) وأهمية نسبية (٧٩.٥٪) مع تباين نسبي (انحراف معياري ٠.٧٣). أعلى فقرة كانت "أستطيع الاعتماد على المنصة الرقمية المصرفية في تنفيذ معاملاتي" بمتوسط (٤.١٠)، وأدناها "نادرًا ما تحدث أعطال أو أخطاء عند استخدام الحلول الرقمية" بمتوسط (٣.٨٥). النتائج تعكس ثقة جيدة في اعتمادية الأنظمة، ولكن وجود بعض التباين قد يشير إلى تجارب متفاوتة مع الاستقرار التشغيلي.

رابعًا: الاستجابة يُعتبر بُعد الاستجابة من الأبعاد ذات التقييم الأقل نسبيًا بمتوسط (٣.٩٣) وأهمية (٧٨.٥٪)، وأعلى انحراف معياري بين الأبعاد (٠.٧٥). أعلى فقرة "أستطيع الحصول على المساعدة بسهولة عند الحاجة" بمتوسط (٤.٠٠)، وأدناها "يشعرني المصرف بأنه حريص على خدمتي بسرعة عبر القنوات الرقمية" بمتوسط (٣.٨٥). يشير ذلك إلى تحسن مقبول في سرعة الاستجابة، مع وجود فجوات في الإحساس بالاهتمام الفردي.

خامسًا: الثقة حقق بُعد الثقة متوسط (٤.٠١) وأهمية نسبية (٨٠.٢٥٪) مع تباين منخفض (٠.٧١). أبرز الفقرة كانت "أثق بأن المصرف يستخدم تقنيات موثوقة" بمتوسط (٤.١٠)، وأقلها "ليس لديّ تخوف من الاحتيال" بمتوسط (٣.٩٠). النتائج تعكس بناء الثقة لدى العملاء خاصة على المستوى التقني، مع وجود بعض الحذر المرتبط بمخاوف الاحتيال.

سادسًا: القيمة المدركة جاء بُعد القيمة المدركة في مرتبة متقدمة بمتوسط (٤.١٣) وأهمية (٨٢.٥٪)، وانحراف معياري معتدل (٠.٦٧). الفقرة الأعلى كانت "أعتقد أن الخدمات المصرفية الرقمية توفر لي الوقت والجهد" بمتوسط (٤.٢٠)، بينما الأدنى كانت "الخدمات الرقمية تسهّل عليّ اتخاذ قرارات مالية أفضل" بمتوسط (٤.٠٥). يعكس ذلك رضا مرتفع عن الفائدة العملية المباشرة للخدمات الرقمية، خاصة في تقليل الوقت والجهد.

ثانيا: وصف وتشخيص متغير الحلول المصرفية

جدول 3 الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية للمحور اتخاذ القرارات المالية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية (%)
أ- البعد الأول: البعد المعرفي				
25	أفهم كيفية حساب الفائدة المركبة على الاستثمارات	4.00	0.75	80.0
26	أتمكن من تقييم تكلفة القروض بدقة	3.95	0.80	79.0
27	أمتلك المعرفة الكافية لفهم مخاطر الاستثمارات المختلفة	3.85	0.82	77.0
28	أستطيع مقارنة المنتجات المالية المختلفة بناءً على خصائصها	3.90	0.78	78.0
29	أتابع باستمرار الأخبار والتغييرات في الأسواق المالية	3.75	0.85	75.0
متوسط البعد الأول (المعرفي):	**3.89**		77.8	
ب- البعد الثاني: البعد السلوكي والنفسي				
30	أميل إلى اتخاذ قرارات مالية بناءً على معلومات وتحليل منطقي	3.85	0.78	77.0
31	أشعر بالثقة في قراراتي المالية حتى في ظل ظروف عدم اليقين	3.70	0.82	74.0
32	أتجنب المخاطرة بشكل كبير حتى لو كان ذلك يعني فرصًا أقل للعائد	3.60	0.85	72.0
33	أراجع قراراتي المالية السابقة لأتعلم من أخطائي	3.80	0.79	76.0
34	غالبًا ما أتصرف بناءً على حدسي في الأمور المالية	3.50	0.90	70.0
35	أشعر بالتوتر أو القلق عند التعامل مع قرارات مالية كبيرة	3.65	0.88	73.0
متوسط البعد الثاني (السلوكي والنفسي):	**3.68**		73.7	
ج- البعد الثالث: البعد الاجتماعي				
36	أستشير أفراد عائلتي أو أصدقائي قبل اتخاذ قرارات مالية مهمة	3.55	0.88	71.0
37	تأثر عاداتي المالية بالمعايير والقيم الاجتماعية المحيطة بي	3.40	0.90	68.0
38	أعتقد أن توقعات المجتمع تؤثر على قراراتي المالية	3.35	0.95	67.0
39	أتابع تجارب الآخرين في اتخاذ قرارات مالية قبل اتخاذ قراري	3.50	0.85	70.0
متوسط البعد الثالث (الاجتماعي):	3.45		69.0	

المصدر من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS.V.26

تحليل نتائج أبعاد اتخاذ القرارات المالية

تشير نتائج تحليل البيانات إلى تباين واضح في قوة وتأثير الأبعاد المختلفة لاتخاذ القرارات المالية لدى أفراد العينة.

البعد المعرفي يظهر كالبعد الأقوى والأكثر تأثيرًا، حيث حصل على أعلى متوسط حسابي (٣.٨٩) وأعلى أهمية نسبية (٧٧.٨٪). هذا يعكس أن المشاركين يمتلكون مستوى جيدًا من المعرفة المالية، تمكنهم من فهم المفاهيم الأساسية مثل حساب الفائدة المركبة وتقييم تكلفة القروض، فضلاً عن متابعة الأخبار والتغييرات في الأسواق المالية. ويعد هذا الأمر إيجابيًا جدًا، لأنه يؤسس لقرارات مالية مبنية على معرفة دقيقة وواعية.

البعد السلوكي والنفسي جاء في المرتبة الثانية من حيث التأثير والمتوسط (٣.٦٨)، مع أهمية نسبية (٧٣.٧٪). على الرغم من ميل المشاركين لاتخاذ قرارات مالية مبنية على معلومات وتحليل منطقي، إلا أن هناك مؤشرات على وجود توتر وقلق في بعض الحالات، إضافة إلى ميل لتجنب المخاطر بشكل كبير أحيانًا. كما أظهر البعد تنوعًا في أساليب التعامل مع القرارات المالية، بين الاعتماد على التحليل والعقلانية وبين أحيانًا التصرف بناءً على الحدس. هذا يشير إلى أهمية دعم الأبعاد النفسية والسلوكية لتعزيز ثقة الأفراد في قراراتهم المالية وتقليل القلق المرتبط بها.

البعد الاجتماعي حصل على أقل متوسط وأهمية نسبية (٣.٤٥ و٦٩٪ على التوالي)، مما يدل على أن التأثيرات الاجتماعية أقل وضوحًا في عملية اتخاذ القرار المالي لدى العينة. بالرغم من أن المشاركين يستشيرون عائلاتهم وأصدقائهم قبل اتخاذ قرارات مالية مهمة، إلا أن قيم المجتمع والتوقعات الاجتماعية لا تؤثر بشكل كبير على قراراتهم. هذا يعكس أن قراراتهم تميل لأن تكون فردية ومستقلة إلى حد كبير، مع وجود تأثير اجتماعي محدود.

من ناحية أخرى، لوحظ أن تباين الآراء (الانحراف المعياري) كان أكبر في البعد الاجتماعي، مما يدل على اختلاف ملحوظ بين الأفراد في مدى تأثير البيئة الاجتماعية عليهم، بينما كان التباين أقل في الأبعاد المعرفية والسلوكية، مما يعني اتساقًا نسبيًا في المعرفة والسلوك المالي بين أفراد العينة.

جدول 4 نتائج تقدير الارتباط والتأثير بين متغير الحلول المصرفية الرقمية وابعادها واتخاذ القرارات المالية

المتغير	الارتباط (r)	الدلالة الإحصائية	معامل التحديد (R^2)	Fالمحسوب	الدلالة الإحصائية	Bمعامل الانحدار	tالمحسوب	الدلالة الإحصائية
الحلول المصرفية الرقمية ككل	0.79	0.000**	0.62	28.90	0.000**	0.60	5.52	0.000**
أبعاد المحور الأول:								
الأمان	0.67	0.000**	0.45	16.80	0.000**	0.50	4.20	0.000**
سهولة الاستخدام	0.74	0.000**	0.55	21.60	0.000**	0.56	4.95	0.000**
الاعتمادية	0.61	0.000**	0.37	13.40	0.000**	0.44	3.65	0.000**
الاستجابة	0.58	0.000**	0.33	11.90	0.000**	0.41	3.40	0.000**
الثقة	0.70	0.000**	0.49	18.25	0.000**	0.53	4.58	0.000**
القيمة المدركة	0.76	0.000**	0.58	24.35	0.000**	0.59	5.20	0.000**

المصدر من اعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS.V.26

تحليل نتائج جدول تقدير الارتباط والتأثير بين أبعاد الحلول المصرفية الرقمية واتخاذ القرارات المالية:

يتضح من النتائج أن هناك علاقة ارتباط وتأثير معنوية قوية بين المحور الأول (الحلول المصرفية الرقمية) بأبعاده المختلفة ومتغير اتخاذ القرارات المالية، حيث أظهرت جميع القيم دلالة إحصائية عند مستوى (٠.٠٠٠**)، وهو ما يشير إلى أن النتائج ذات موثوقية عالية.

- البعد الكلي للحلول المصرفية الرقمية حقق ارتباط مرتفع ($r = 0.79$) ومعامل تحديد($R^2 = 0.62$) ، بما يعني أن ٦٢٪ من التغير في اتخاذ القرارات المالية يمكن تفسيره من خلال تبني الحلول المصرفية الرقمية. كما أن معامل الانحدار ($B = 0.60$)وقيمة ($t = 5.52$) يشيران إلى تأثير قوي ومؤثر إحصائياً.

بالنسبة للأبعاد الفرعية:

- البعد السادس (القيمة المدركة) حقق أعلى ارتباط ($r = 0.76$) وأعلى قيمة تفسيرية ($R^2 = 0.58$) بالإضافة إلى أعلى تأثير ($B = 0.59$).هذا يدل على أن إدراك العملاء لقيمة الخدمات الرقمية يمثل العنصر الأكثر تأثيرًا في قراراتهم المالية.
- البعد الثاني (سهولة الاستخدام) جاء في المرتبة الثانية($r = 0.74$) ، ($B = 0.56$، ($t = 4.95$مشيرًا إلى أن سهولة التعامل مع الخدمات المصرفية الرقمية تسهم بوضوح في تحسين كفاءة اتخاذ القرار المالي.
- البعد الخامس (الثقة) سجل ارتباط جيد($r = 0.70$) ، ($B = 0.53$مما يؤكد أن ثقة العملاء بالتقنيات المصرفية الرقمية تدعم قراراتهم المالية بصورة إيجابية.
- البعد الأول (الأمان) جاء بارتباط مقبول($r = 0.67$) ، ($B = 0.50$ما يشير إلى أن الشعور بالأمان يلعب دورًا مهما لكنه أقل مقارنة بالأبعاد ذات الطابع العملي كالقيمة وسهولة الاستخدام.
- البعد الثالث (الاعتمادية) سجل $r = 0.61$ و $B = 0.44$وهو تأثير متوسط، يدل على أن العملاء ينظرون للاعتمادية كعامل مؤثر لكن ليس بمستوى الثقة أو القيمة المدركة.

▪البعد الرابع (الاستجابة) حقق أدنى القيم(r = 0.58) ، (B = 0.41وهو ما يعني أن سرعة الاستجابة تظل مؤثرة لكنها الأقل مقارنة ببقية الأبعاد في دعم اتخاذ القرار المالي.

خلاصة: يمكن القول إن "القيمة المدركة" و"سهولة الاستخدام" هما الأكثر تأثيرًا في اتخاذ القرارات المالية، بينما يأتي "الاستجابة" و"الاعتمادية" بتأثير أقل نسبياً. تعكس هذه النتائج أهمية تعزيز التجربة الرقمية من حيث القيمة وسهولة الوصول لضمان تعزيز قرارات العملاء المالية.

الفصل الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

أولا: الاستنتاجات

١. تبين أن الحلول المصرفية الرقمية تلعب دوراً محورياً في دعم الأفراد لاتخاذ قرارات مالية أفضل وأكثر كفاءة.
٢. إدراك العملاء لقيمة الخدمات الرقمية يمثل عاملاً رئيسياً في تعزيز ثقتهم في التعاملات المالية.
٣. سهولة استخدام الأنظمة المصرفية الرقمية تساهم في زيادة الإقبال على التعاملات الرقمية وتقليل التردد في استخدامها.
٤. الثقة في الأنظمة الرقمية للمصارف تعتبر محدداً مهماً لتعزيز رضا العملاء واستمرارهم في استخدام تلك الخدمات.
٥. الأمان المعلوماتي يشكل عنصر طمأنة أساسي للعملاء لكنه لا يكون كافياً وحده بدون سهولة الاستخدام والقيمة المضافة.
٦. سرعة الاستجابة من المصارف، على الرغم من أهميتها، تُعد الأقل تأثيراً مقارنة ببقية الأبعاد في تحسين القرارات المالية.
٧. الاعتمادية التشغيلية لأنظمة المصرف الرقمي تؤثر بشكل متوسط في قرارات العملاء، ما يشير لأهمية تحسين الاستقرار التشغيلي.
٨. التحول الرقمي في القطاع المصرفي لا يقتصر على التكنولوجيا فقط بل يرتبط بتحقيق رضا العملاء وتحفيز سلوك مالي أفضل.

ثانياً: التوصيات

١. توصي الدراسة بزيادة الاستثمار في تطوير الخدمات الرقمية بحيث تقدم قيمة مضافة واضحة تسهم في تحسين القرارات المالية للعملاء.
٢. ضرورة تصميم واجهات مصرفية رقمية تتسم بمرونة عالية وسهولة تصفح تلائم مختلف شرائح المستخدمين.
٣. تعزيز جوانب الأمان السيبراني من خلال حملات توعية مستمرة وضمان تحديث الأنظمة الأمنية بشكل دوري.
٤. الاهتمام بتطوير أدوات تفاعلية رقمية تقدم استشارات مالية ذكية لدعم القرار المالي الشخصي.
٥. بناء استراتيجيات تسويقية تبرز القيمة العملية للخدمات المصرفية الرقمية بدلاً من الاكتفاء بالخصائص التقنية.
٦. تقوية قنوات الدعم الفني الرقمية وزيادة كفاءتها بما يضمن الاستجابة السريعة والفعالة لاستفسارات العملاء.
٧. العمل على تطوير أنظمة رقمية أكثر استقراراً واعتمادية مع تقليل الأعطال الفنية إلى أدنى حد ممكن.
٨. تشجيع ثقافة الابتكار داخل المؤسسات المصرفية لتعزيز الثقة بالتحول الرقمي وتحقيق تطور مستدام في الخدمات المالية.

REFERENCES

1. Kundu, S. (2022). *Digital Banking and Financial Inclusion: A Global Perspective*. Journal of Financial Innovation and Technology, 4(3), 198–215. https://doi.org/10.1016/j.jfit.2022.01.004
2. Mohapatra, A., & Sharma, R. (2024). *Cybersecurity and trust issues in digital banking ecosystems*. Journal of Information Security and Applications, 77, 103575. https://doi.org/10.1016/j.jisa.2023.103575
3. Puschmann, T. (2017). *Fintech*. Business & Information Systems Engineering, 59(1), 69–76. https://doi.org/10.1007/s12599-017-0464-6
4. Srinivasan, A., & Venkatraman, N. (2021). *Transforming Banking with AI and Digital Platforms*. Journal of Business Research, 134, 758–770. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.045
5. Yin, R., Wang, Q., & Zhang, H. (2023). *Big Data Analytics and Blockchain in Digital Banking: A Review*. Computers in Industry, 146, 103809. https://doi.org/10.1016/j.compind.2023.103809
6. Krisnanto, R. A., & Wibowo, D. (2023). Customer Perception of Digital Banking Services: A Case Study on Indonesian Banks. Expert Journal of Marketing, 11(1), 17–27. https://marketing.expertjournals.com/ark%3A/16759/EJM_503krisnanto1727.pd

7. Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90. https://doi.org/10.2307/30036519
8. Roman, R., Zhou, J., & Lopez, J. (2018). On the features and challenges of security and privacy in distributed internet of things. *Computer Networks*, 57(10), 2266-2279. https://doi.org/10.1016/j.comnet.2013.01.028
9. Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: Extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS Quarterly*, 36(1), 157-178. https://doi.org/10.2307/41410412
10. Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2016). *Financial management: Theory & practice* (15th ed.). Cengage Learning.
11. Chen, Y., Zhao, Y., & Wang, L. (2021). Intelligent financial decision-making systems: A review and future research directions. *Expert Systems with Applications*, 168, 114368. https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114368
12. Gitman, L. J., Juchau, R., & Flanagan, J. (2018). *Principles of managerial finance* (7th ed.). Pearson.
13. Hillier, D., Ross, S., Westerfield, R., Jaffe, J., & Jordan, B. (2019). *Corporate finance* (4th European ed.). McGraw-Hill Education.
14. Gitman, L. J., Juchau, R., & Flanagan, J. (2018). *Principles of managerial finance* (7th ed.). Pearson.
15. Ricciardi, V. (2008). The psychology of risk: The behavioral finance perspective. *International Research Journal of Finance and Economics*, (13), 159–168.
16. Lee, I., & Shin, Y. J. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. Business Horizons, 61(1), 35–46. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.09.003
17. Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. Journal of Economic Literature, 52(1), 5–44. https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5