Ahliya Journal of Business Technology and MEAN Economies **Vol. 01 Issue 02 (2024)**
[Published by Palestine Ahliya University] **ISSN: 3007-9691**

The Impact of Cyberattack Mitigation Strategies on Customer Satisfaction with Electronic Banking Services: An Applied Study on the Palestinian Banking Sector

Ishaq A.H. Talahmeh[1], Mira Dar Yasin[2], Eman Abu Srhan[2], Karmel Ghouniam[2], Hadil Jaber[2]
[1]Palestine Ahliya University (Palestine)
✉ ishaq@paluniv.edu.ps
[2] B.Sc. Students' Research Club, Palestine Ahliya University (Palestine)
✉ miraramzi9@gmail.com
✉ emanfuad987@gmail.com
✉ anankarmel@gmail.com
✉ hadiljaber88@gmail.com

Received:27/11/2024 Accepted:10/12/2024 Published:15/12/2024

Abstract:

The study aimed to explore the impact of measures to address the risks of cyberattacks on customer satisfaction with electronic banking services through an applied study of the Palestinian banking sector. The study adopted a quantitative approach, selecting a sample of 346 users of electronic banking services. A questionnaire was used as the data collection tool, and the data were analyzed using SPSS software. The results indicated a statistically significant positive impact of measures to address cyberattack risks, along with technical, organizational, financial, and social dimensions, on customer satisfaction with electronic banking services. The study recommended enhancing cybersecurity systems, improving the technical user experience, developing organizational policies, and raising customer awareness about cyber risks and how to handle them. The originality of the study lies in its contribution to examining the impact of cybersecurity's technical, organizational, financial, and social dimensions on customer experiences. It also provides practical recommendations to strengthen cybersecurity and enhance user satisfaction.

Keywords: *Cyberattacks; Customer Satisfaction; Electronic Banking Services; Palestinian Banking Sector.*

Ahliya Journal of Business Technology and MEAN Economies Vol. 01 Issue 02 (2024)
[Published by Palestine Ahliya University] ISSN: 3007-9691

تأثير سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني

إسحاق تلاحمة[1]، ميرا دار ياسين[2]، إيمان أبو سرحان[2]، كرمل غنيم[2]، هديل جابر[2]

[1] جامعة فلسطين الأهلية (فلسطين)

ishaq@paluniv.edu.ps ✉

[2] نادي أبحاث طلبة البكالوريوس، جامعة فلسطين الأهلية (فلسطين)

miraramzi9@gmail.com ✉
emanfuad987@gmail.com ✉
anankarmel@gmail.com ✉
hadiljaber88@gmail.com ✉

تاريخ الاستلام:2024/11/27 تاريخ القبول:2024/12/10 تاريخ النشر:2024/12/15

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية من خلال دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني. اعتمدت الدراسة على المنهج الكمي، وتم اختيار عينة مكونة من (346) مستخدمًا ومستخدمةً للخدمات البنكية الإلكترونية. استخدمت الدراسة أداة الاستبانة لجمع البيانات، وتم تحليلها باستخدام برنامج SPSS. أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي ودال إحصائيًا لسبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية والأبعاد التقنية والتنظيمية والمالية والاجتماعية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية. وأوصت الدراسة بضرورة تعزيز أنظمة الأمان السيبراني، وتحسين تجربة المستخدم التقنية، وتطوير السياسات التنظيمية، وزيادة الوعي لدى العملاء حول المخاطر الإلكترونية وكيفية التعامل معها. وتكمن أصالة الدراسة بإسهامها في دراسة أثر الأبعاد التقنية والتنظيمية والمالية والاجتماعية للأمن السيبراني بتجارب العملاء، وتقديم توصيات عملية لتعزيز الأمن السيبراني ورضا المستخدمين.

الكلمات المفتاحية: *الهجمات السيبرانية؛ رضا العملاء؛ الخدمات البنكية الإلكترونية؛ القطاع المصرفي الفلسطيني.*

1. مقدمة:

يشهد القطاع المصرفي تحولًا جذريًا مع تبني الخدمات البنكية الإلكترونية كجزءٍ أساسي من الاستراتيجيات الرقمية للمؤسسات المالية، إذ يُعدّ هذا التحول جزءًا من استجابة القطاع المصرفي للتطورات التكنولوجية السريعة والحاجة لتلبية متطلبات العملاء المتزايدة فيما يتعلق بالراحة وسهولة الوصول إلى الخدمات (Shaddady, 2022)، مما أدى إلى تحسين تجربة العملاء وتعزيز الكفاءة التشغيلية للمصارف (Kaur et al., 2021)، ومع ذلك، أدى هذا التحوّل الرقمي إلى ظهور تحديات جديدة تتعلق بالأمن السيبراني، حيث تواجه البنوك الآن تهديدات متعددة تشمل الهجمات السيبرانية والاحتيال الإلكتروني، مما يؤثر على رضا العملاء وثقتهم في الخدمات البنكية (Belás et al., 2016).

تُعدُّ الهجمات السيبرانية من أكبر المخاطر التي تُهدّد القطاع المصرفي بشكل كبير، حيث يمكن أن تؤدي إلى تسريب بيانات العملاء أو تعطيل الخدمات المالية، مما ينعكس سلبًا على سمعة المصارف وثقة العملاء بها (Al-Shaer & Al-Shaer, 2021)، وبالنظر إلى زيادة الهجمات السيبرانية وتعقيدها، أصبح من الضروري تعزيز استراتيجيات الأمن السيبراني لتقليل المخاطر وتحسين رضا العملاء (Audina & Sudrarton, 2022).

لذا يُشكل الأمان السيبراني تحديًا كبيرًا؛ نظرًا للبيئة الرقمية الناشئة وضعف البنية التحتية التكنولوجية في القطاع المصرفي، إذ إنّ انعدام الثقة في الأمان السيبراني قد يعوق قبول العملاء لاستخدام الخدمات البنكية الإلكترونية بشكلٍ فعّال، مما يؤدي إلى تراجع رضاهم واستمرارية استخدامهم للخدمات (Shaddady, 2022).

وتشمل الخدمات البنكية الإلكترونية التي تقدمها البنوك الاطلاع على أرصدة الحسابات وكشوف المعاملات، تحويل الأموال محليًا ودوليًا، دفع الفواتير، تسديد القروض، طلب دفاتر شيكات أو فتح حسابات جديدة، والاستثمار في الأسهم والصناديق، كما توفر إشعارات حول العمليات المصرفية ومواعيد الدفع، مما يجعلها سهلة وفعالة (Bekelech, 2024).

وفي السياق الفلسطيني، يُعدُّ القطاع المصرفي جزءًا حيويًا من الاقتصاد، ويشهد اعتمادًا متزايدًا على الخدمات البنكية الإلكترونية، ومع ذلك، تواجه البنوك الفلسطينية تحديات إضافية تتعلق بالبنية التحتية للأمن السيبراني وقلة الوعي بمخاطر الهجمات السيبرانية بين العملاء، مما قد يؤثر على رضاهم واستمرارية استخدامهم لهذه الخدمات (Salem et al., 2019).

وعليه فقد جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على تأثير سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني.

1.1 مشكلة الدراسة

تُعدُّ الهجمات السيبرانية أحد التحديات الكبرى التي تواجه الأنظمة الرقمية حول العالم، حيث تزايدت التهديدات الأمنية في العقدين الأخيرين نتيجةً للتطوّر السريع في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وفي ظل هذا التوسع التكنولوجي، يواجه القطاع المصرفي تحديات في حماية بيانات عملائه وضمان سرية المعاملات المصرفية الإلكترونية، وعلى الرغم من أن الكثير من المؤسسات المصرفية قد اتخذت تدابير أمنية متقدمة، إلا أن مخاطر الهجمات السيبرانية تظل تُمثّل تهديداً مستمراً قد يؤثر بشكلٍ كبيرٍ على رضا العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية.

وفي ظل تزايد الاعتماد على الخدمات المصرفية الإلكترونية في السياق الفلسطيني، تبرز تساؤلات مهمة حول انعكاسات الهجمات السيبرانية على مستوى رضا العملاء وتفاعلهم مع هذه الخدمات، الأمر الذي ينتج عنه عدم استمرار العملاء في التعامل مع المؤسسات المصرفية، لكن في حال وجود خطوات وسبل مواجهة لمخاطر الهجمات السيبرانية سيزيد من ثقة العملاء ورضاهم عن الخدمات البنكية الإلكترونية، وعلى رغم الجهود المتزايدة التي تبذلها المؤسسات المصرفية لتعزيز أمان الأنظمة الإلكترونية، إلا إنّه لا تزال الحاجة ملحة لفهم أعمق لتأثير تلك التحديات على تجربة العملاء وسلوكهم تجاه القطاع المصرفي، فإنّ الدراسات التطبيقية التي تناولت هذا الموضوع في السياق الفلسطيني تظل محدودة، ولا يوجد توافق حول مدى تأثير المخاطر السيبرانية على مستوى رضا العملاء في هذا القطاع (Salem et al., 2019)، وعليه فقد جاءت هذه الدراسة لتجيب عن سؤالها الرئيس:

ما تأثير سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية؟

ويتفرع منه الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما أثر البعد التقني على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية؟
- ما أثر البعد التنظيمي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية؟
- ما أثر البعد المالي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية؟
- ما أثر البعد الاجتماعي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية؟

1.2 أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدفها الرئيس: التعرف على تأثير سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.

ويتفرع منه الأهداف الفرعية الآتية:

- التعرف على أثر البعد التقني على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.
- التعرف على أثر البعد التنظيمي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.

- التعرف على أثر البعد المالي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.
- التعرف على أثر البعد الاجتماعي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.

1.3 أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في تناولها موضوع بالغ الأهمية في العصر الرقمي الحالي، وهو تأثير سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية، إذ إنّه مع تزايد اعتماد الأفراد على الخدمات الإلكترونية في التعاملات المصرفية اليومية، أصبح الحفاظ على أمان وسرية المعلومات المالية من التحديات الرئيسية التي تواجه القطاع المصرفي، خاصة في ظل تصاعد وتيرة الهجمات السيبرانية عالميًا ومحليًا، وعليه تكمن أهمية هذه الدراسة في:

- **أهمية علمية:** تسهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بالأمان السيبراني في القطاع المصرفي من خلال التركيز على سياق محلي (القطاع المصرفي الفلسطيني) لم يُدرس بشكلٍ كافٍ من قبل، مما يُمكّن الباحثين من فهم أعمق للعوامل المؤثرة على رضا العملاء في بيئة مغايرة.
- **أهمية عملية:** تقديم رؤية شاملة حول تأثير الهجمات السيبرانية على رضا العملاء في القطاع المصرفي الفلسطيني، مما يساعد المؤسسات المالية على تطوير استراتيجيات فعّالة لتعزيز الأمان السيبراني وتحسين تجربة العملاء.

2. مراجعة الأدبيات

2.1 سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية

أسهم التحوّل الرقمي في القطاع المصرفي بشكل ملحوظ في تحسين كفاءة المعاملات المالية وتيسيرها، لكنه في الوقت ذاته أدى إلى ظهور عدد كبير من مخاطر الأمن السيبراني التي تهدد سرية وسلامة الأنظمة المصرفية وبيانات العملاء، إذ يتعرض القطاع المالي إلى مجموعة معقدة ومتزايدة من التهديدات السيبرانية، بما في ذلك البرمجيات الضارة، وهجمات التصيّد، والتهديدات الداخلية، بالإضافة إلى الثغرات في البنية التحتية (Oyewole et al., 2024)، وقد أوضحت دراسة الخضور وآخرون (Alkhdour et al., 2024) إلى أن أكثر التهديدات شيوعًا للمؤسسات المالية هي هجمات البرامج الضارة.

وخلال السنوات الأخيرة، قد شهد القطاع المصرفي الكثير من الهجمات الإلكترونية إذ أشارت دراسة ستال (Staal, 2015) أن المؤسسات المالية بشكل عام لديها معرفة قليلة بعواقب الجرائم الإلكترونية، التي استهدفت مختلف مكونات الخدمات المصرفية عبر الانترنت بدءًا من سرقة الأموال وصولًا إلى تعطيل أنظمة الدفع الرقمية، إذ شملت هذه الهجمات خدمات، مثل: المواقع الإلكترونية المصرفية، وتطبيقات الهواتف المحمولة، ومنصات

الدفع الإلكتروني مثل iDeal، مما تعكس هذه الهجمات ارتباطًا وثيقًا بالاحتيال الإلكتروني في القطاع المصرفي، التي تهدف بشكل رئيس إلى تحقيق مكاسب مالية غير مشروعة.

وبهذا باتت المؤسسات المالية تواجه تحديات متزايدة في حماية أصولها الرقمية، مما جعل هذا الجانب من الأمن الإلكتروني أكثر أهمية من أي وقت مضى، إذ تُعد الجرائم السيبرانية من أخطر التهديدات التي تؤثر بشكل مباشر على عمليات الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، حيث تطال تأثيراتها جميع دول العالم دون استثناء، ومن هذا المنطلق، يتعيّن على المؤسسات بما فيها مؤسسات القطاع المالي أن تعي تداعيات الجرائم الإلكترونية وأن تتخذ التدابير الوقائية المناسبة لمواجهتها، وأن تعزز وعيها بالمخاطر الإلكترونية وتُطوّر استراتيجيات فعّالة لرفع مستوى الوعي العام بالأمن السيبراني، بما يضمن استدامة بيئة العمل المالية على المدى الطويل (Islam et al., 2022).

وبناءً على ما سبق، يتضح أن التحول الرقمي في القطاع المصرفي، على الرغم من فوائده الكثيرة في تحسين كفاءة المعاملات المالية وتيسيرها، قد أدى إلى زيادة كبيرة في التعرّض لمخاطر الهجمات السيبرانية التي تؤثر سلباً على رضا العملاء وثقتهم في الخدمات البنكية الإلكترونية، إذ تمثل هذه المخاطر تحديات متزايدة تتطلب من المؤسسات المالية تطوير استراتيجيات أمنية شاملة وفعّالة لمواجهتها، إلى جانب تعزيز وعي العملاء بأهمية الأمن السيبراني، وبهذا، فإنّ دراسة تأثير هذه المخاطر على رضا العملاء تُعد خطوة حاسمة لفهم العلاقة بين الأمن السيبراني وجودة الخدمات البنكية، مما يُمهّد الطريق لتعزيز استدامة البيئة المصرفية الرقمية وتحقيق رضا العملاء.

2.2 رضا العملاء

يُقصد برضا العملاء بأنه مفهوم نفسي يعكس شعور الفرد بالرضا والسرور الناتج عن تحقيق توقعاته المرتبطة بخدمة أو منتج معين، في حين تُعرّف على المستوى العملي والنظري في سياق الاستهلاك بأنه حالة نفسية موجزة تتشكل عندما يقترن الانفعال الناتج عن التوقعات غير المؤكدة بالمشاعر السابقة لتجربة بالاستهلاك (Salihu et al., 2017).

وفيما يتعلق برضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية، فهذا يُعدّ عاملاً أساسياً في تلبية توقعات العملاء، مما يتطلب تقديم خدمات تجمع بين الكفاءة الوظيفية والتطوّر التقني لضمان رضا العملاء، كما يُعدُّ ضمان حماية البيانات المالية جانباً حاسماً في تحقيق رضا العملاء، حيث يحرص المستخدمون على الاستفادة من خدمات مستقرة ومستمرة تلبي احتياجاتهم دون انقطاع، بالإضافة إلى ذلك، تلعب عناصر السرعة والراحة دوراً

محورياً في تعزيز رضا العملاء، إذ تُمثّل الخدمات المصرفية الإلكترونية خياراً مُفضلاً بفضل قدرتها على تقليل التكاليف وتبسيط العمليات (Shaddady, 2022).

ويتحقق رضا العملاء عندما يكون أداء الشركة متوافقاً مع توقعات العميل، إذ يعتمد هذا الرضا على الفجوة بين الأداء الفعلي والتوقعات المسبقة، فإذا كان الأداء أقل من التوقعات، فإنّ العميل سيشعر بعدم الرضا، أما إذا كان الأداء مساوياً للتوقعات، فسيشعر بالرضا، وفي حال تجاوز الأداء التوقعات، فإنّ العميل سيشعر بالسعادة والبهجة، وبهذا يُعدُّ رضا العملاء مؤشراً على مقدار الفائدة التي يحصل عليها العميل من خصائص المنتج المختلفة، مما يجعله عنصراً محورياً في تحقيق الربحية وضمان استدامة أنشطة المؤسسة (Hoseini & Dangoliani, 2015).

وبناءً على ما سبق، يتضح أن رضا العملاء يُعدّ من المفاهيم الأساسية في قياس جودة الخدمات المقدمة، خاصة في القطاع المصرفي، فهو يعكس مدى قدرة المؤسسات على تلبية توقعات العملاء وضمان تجربتهم الإيجابية مع الخدمات المقدمة، إذ يُعدُّ رضا العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية مرتبطاً مباشرًا بعوامل مثل الكفاءة التقنية، حماية البيانات، والراحة، حيث تؤثر أي ثغرة في هذه الجوانب سلبًا على مستوى الرضا، لذلك تُبرز هذه الدراسة أهمية تحليل العلاقة بين مخاطر الهجمات السيبرانية ورضا العملاء، بهدف تطوير استراتيجيات فعالة لحماية البيانات وتعزيز ثقة العملاء، مما يسهم في دعم استدامة القطاع المصرفي الإلكتروني في ظل التحديات الرقمية المتزايدة.

2.3 تأثير سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

في ظل التطور التكنولوجي المتسارع، شهد القطاع المصرفي تحولًا نحو الخدمات الرقمية، مما أحدث تغييرات كبيرة في تجربة العملاء ورضاهم، إذ يُعدُّ هذا التحول أحد أبرز مظاهر التكيّف مع الاحتياجات المتزايدة للعملاء، خاصة في ضوء جائحة كوفيد-19، التي عززت من الحاجة إلى تبني الحلول الرقمية، ومن الدراسات التي تناولت موضوع الدراسة الحالية دراسة بيلاس وآخرون (Belás et al., 2016) التي تناولت مسألة الأمان في الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها على رضا العملاء في البنوك التجارية، إذ أظهرت الدراسة التي أجريت في القطاع المصرفي السلوفاكي، أن ثقة العملاء في الأمان الإلكتروني لا تزال منخفضة، حيث يعتقد حوالي (71.96%) فقط من المشاركين أن البنك يهتم بأمان أموالهم بشكل كافٍ، بالإضافة إلى ذلك، تعرّض حوالي (12.77%) من العملاء لمحاولات اختراق، مما يعزز من الحاجة إلى تعزيز الأمان وزيادة الوعي بين العملاء.

وفي السياق ذاته، تناولت دراسة الشاعر وآخرون (Al-Shaer et al., 2021) العلاقة بين أدوات البنوك الإلكترونية ورضا العملاء في ضوء التهديدات السيبرانية والأزمات المعاصرة، إذ أوضحت الدراسة أن اعتماد الأدوات الرقمية في البنوك يسهم في تحسين رضا العملاء، ولكن يجب الأخذ في الاعتبار الفرق بين البنوك

التقليدية والرقمية من حيث العقبات والمزايا، إذ توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط بين استخدام الأدوات الرقمية وتحقيق رضا العملاء، مشيرةً إلى أهمية مواكبة أحدث أدوات التكنولوجيا المصرفية وتحديث أنظمة الأمان بشكل مستمر.

ولقد أظهرت الدراسات السابقة حول تأثير جودة الخدمات البنكية الإلكترونية على رضا العملاء تبايناً في النتائج والأبعاد التي تم التركيز عليها، خاصةً في سياق القطاع المصرفي السعودي، إذ أشارت دراسة أبو سعود وعثمان (Abualsauod & Othman, 2020) إلى أن التطوّر السريع للتكنولوجيا والتحول نحو الخدمات البنكية الإلكترونية في السعودية قد أسهم بشكل كبير في تحسين تجربة العملاء، إلا أن هناك فجوات جودة ملحوظة قد تؤثر على مدى رضا العملاء واستخدامهم لهذه الخدمات، وقد حددت الدراسة خمس فجوات في الجودة تشمل التفاعل البشري والثغرات التقنية والمعرفة الفنية، وأكدت أن هذه الفجوات تلعب دوراً حاسماً في تشكيل تصورات العملاء حول الخدمات البنكية الإلكترونية، إذ أشارت النتائج إلى أن فجوة التفاعل البشري والمعرفة الفنية هي الأكثر تأثيراً على رضا العملاء، مما يعكس أهمية العنصر البشري حتى في الخدمات الرقمية المتقدمة.

وأشارت دراسة الحليق والمهيرات (AlHaliq & AlMuhirat, 2016) إلى أن البنوك السعودية نجحت في تحقيق رضا عملائها من خلال تحسين خدماتها البنكية الإلكترونية، وتعزيز مواصفاتها، بواسطة أمن المعلومات وموثوقيتها ودورها في التأثير على تبني العملاء للخدمات الإلكترونية.

ومن جهة أخرى، تناولت دراسة شدادي (Shaddady, 2022) ثلاثة أبعاد رئيسية تؤثر على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية، وهي: الموثوقية، مخاوف الأمان، والكفاءة، وأوضحت النتائج أن الموثوقية كانت العامل الأكثر تأثيراً على رضا العملاء، يليها الكفاءة ثم مخاوف الأمان، كما بيّنت الدراسة وجود فروقات في الأهمية حسب الجنس؛ حيث كانت الكفاءة أكثر أهمية للذكور، بينما كانت الموثوقية ذات أهمية أكبر للجميع.

وأشارت دراسة صالحو وآخرون (Salihu et al., 2017) إلى أن الخدمة المتعلقة بنوع التكنولوجيا المستخدمة وسهولة الاستخدام، وكذلك الموثوقية المتعلقة بمجموعة المنتجات والمعلومات المُقدّمة لها تأثير إيجابي على رضا العملاء، بينما تأثير الكفاءة المتمثل بتسجيل الدخول والاستخدام الأسرع للخدمات البنكية الإلكترونية كان سلبيًا على رضا العملاء.

كما أشارت دراسة حسيني ودانجولياني (Hoseini & Dangoliani, 2015) إلى أن هناك تأثير معنوي بين الخدمات البنكية الإلكترونية (الكفاءة، الأداء، الوصول إلى النظام، الخصوصية، الموثوقية وجاذبية الموقع) ورضا العملاء.

ومن جانب آخر، تطرقت دراسة أودينا وسودرارتون (Audina & Sudrarton, 2024) إلى إدارة المخاطر في الخدمات المصرفية الإلكترونية لتعزيز رضا العملاء، إذ أظهرت الدراسة أن التطورات التكنولوجية في البنوك أسهمت في تحسين تقديم الخدمات وتجربة العملاء، إلا أنها جاءت مصحوبة بمخاطر متزايدة في شكل هجمات سيبرانية، وعليه فقد شدّدت الدراسة على أهمية التعاون بين البنوك والجهات الحكومية لمواجهة التهديدات السيبرانية، وأكدت على ضرورة توفير إطار تنظيمي قوي وبنية تحتية للأمن لتعزيز الثقة بين العملاء والمؤسسات المالية.

وأشارت دراسة كور وآخرون (Kaur et al., 2021) إلى التحول الرقمي في البنوك وتحدياته، أهمها المخاطر المتعلقة برضا العملاء، حيث يجب أن تتوافق المنتجات والخدمات المُقدّمة مع توقعات العملاء للحفاظ على ولائهم ومنعهم من الانتقال إلى مزودين آخرين، كما أظهرت الدراسة أن أهم عوامل الخطر التي تؤثر على رضا العملاء في البنوك الرقمية هي "الاعتمادية" يليها "المظهر" و"الاستجابة".

أما باجو وآخرون (Bajwa et al., 2023) فقد بحثوا في تأثير الوعي بالهجمات السيبرانية على ثقة العملاء والتزامهم في القطاع المصرفي الباكستاني، إذ أوضحت الدراسة أن الهجمات السيبرانية تؤدي إلى تراجع ثقة العملاء في البنوك الإلكترونية، مما يؤثر سلبًا على التزامهم باستخدام هذه الخدمات، ومع ذلك، أكّدت الدراسة على أهمية التواصل الفعال والشفافية والاستجابة السريعة للحوادث في بناء سمعة موثوقة للبنوك وتعزيز ثقة العملاء.

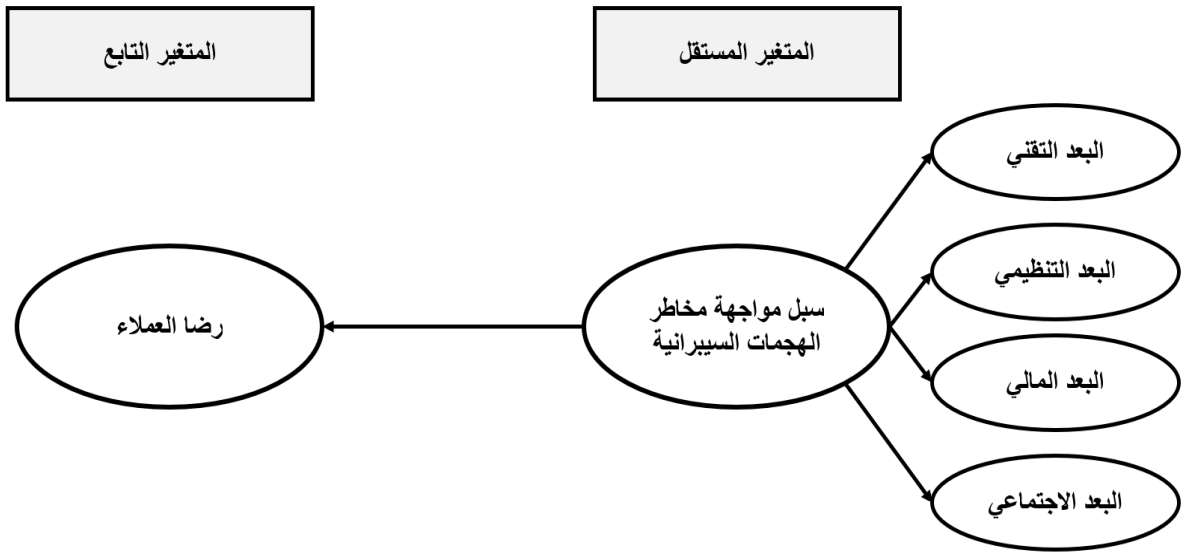
ويتضح من الأدبيات السابقة أن هناك توازناً يجب تحقيقه بين التحول الرقمي في القطاع المصرفي وتعزيز رضا العملاء من خلال توفير خدمات آمنة ومستقرة، وعلى رغم الفوائد التي تقدمها الخدمات المصرفية الإلكترونية، فإنّ التحديات المتعلقة بالأمان السيبراني وثقة العملاء لا تزال قائمة، مما يتطلب من البنوك الاستثمار المستمر في تحسين أنظمة الأمان وتعزيز الوعي بين العملاء لتقليل المخاطر المرتبطة بهذه الخدمات.

وتتوافق هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في اختيارها متغيري الدراسة، وتميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة من حيث تركيزها على السياق الجغرافي المحلي، حيث تُعد هذه الدراسة من أوائل الأبحاث التي تستهدف تحليل التحديات التي يواجهها القطاع المصرفي الفلسطيني في ظل التحول الرقمي، وذلك في بيئة تُعدُّ أقل تطورًا من حيث البنية التحتية التكنولوجية مقارنةً بدول مثل الهند أو سلوفاكيا أو باكستان (Kaur et al., 2021; Belás et al., 2016; Bajwa et al., 2023)، كما تتناول الدراسة خصوصية التهديدات السيبرانية في فلسطين وتأثيرها على رضا العملاء وثقتهم في ظل التحديات الأمنية والسياسية المعقدة، مما يعطي نظرة أكثر شمولية لمدى تأثير هذه المخاطر في بيئة تتسم بعدم الاستقرار.

2.4 نموذج الدراسة

يُبين النموذج تأثير سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني، وذلك بناءً على مراجعة أهداف الدراسة ومتغيراتها، يتبين أن هناك نوعين من المتغيرات في هذه الدراسة هما:

- المتغير المستقل: سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية.
- المتغير التابع: رضا العملاء عن الخدمات البنكية.



الشكل (1): نموذج الدراسة، من إعداد فريق البحث

2.5 فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر لمخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.

ويتفرع منه الفرضيات الآتية:

- H_01: لا يوجد أثر للبعد التقني على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.
- H_02: لا يوجد أثر للبعد التنظيمي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.
- H_03: لا يوجد أثر للبعد المالي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.
- H_04: لا يوجد أثر للبعد الاجتماعي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.

3. منهجية الدراسة

3.1 منهج الدراسة

اتبعت الدراسة المنهج الكمي؛ وذلك لملائمته أهداف الدراسة لاستقصاء آراء العينة حول تأثير سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.

3.2 مجتمع الدراسة وعينتها

تكوّن مجتمع الدراسة من مستخدمي الخدمات المصرفية الإلكترونية في القطاع المصرفي الفلسطيني خلال عام 2024؛ ونظرًا لصعوبة تحديد العدد الدقيق لمجتمع الدراسة بالكامل، تم اعتماد أسلوب العينة العشوائية البسيطة لاختيار المشاركين، حيث بلغ حجم العينة المختارة (346) مستخدمًا ومستخدمة، وفيما يلي عرض للمعلومات الديمغرافية المتعلقة بعينة الدراسة.

جدول 1: المعلومات الديمغرافية للعينة

المجالات	المتغير	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	221	63.9
	انثى	125	36.1
الفئة العمرية	اقل من 30 سنة	270	78.0
	من 30–39 سنة	31	9.0
	من 40–49 سنة	24	6.9
	أكثر من 50 سنة	21	6.1
سنوات الاستفادة من الخدمات البنكية	5 سنوات فاقل	262	75.7
	من 6–10 سنوات	32	9.2
	11 سنة فأكثر	52	15.0
المستوى العلمي	الثانوية العامة فاقل	118	34.1
	دبلوم	15	4.3
	بكالوريوس	186	53.8
	دراسات عليا	27	7.8
طبيعة العمل	القطاع العام	53	15.3
	القطاع الخاص	50	14.5
	أعمل لحسابي الخاص	23	6.6
	طالب	116	33.5
	ما زلت أبحث عن فرصة	104	30.1

3.3 أداة الدراسة:

اعتمدت الدراسة على أداة الاستبانة، والتي تكونت من قسمين:

- القسم الأول: تناول المعلومات الديمغرافية (الجنس، الفئة العمرية، سنوات الاستفادة من الخدمات البنكية، المستوى العلمي، طبيعة العمل).
- القسم الثاني: تكون من فقرات الاستبانة، والتي تمثلت بمتغيري الدراسة، المتغير المستقل "سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية" والتي تم قياسها من خلال أربع محاور بـ(21) فقرة، وهي: البعد التقني (6 فقرات)، البعد التنظيمي (5 فقرات)، البعد الاجتماعي (5 فقرات)، البعد المالي (5 فقرات)، وتم الاستعانة بمجموعة دراسات في إعداده (Altobishi et al., 2018; Abrol, 2014; Serrah et al., 2022; Ifinedo, 2011; Venkatesh et al., 2012) في حين تم قياس المتغير التابع رضا العملاء بـ(5) فقرات، وتم الاستعانة بدراسة لي وآخرون (Li et al., 2021) في إعداده.

3.3.1 صدق الأداة

عُرضت أداة الدراسة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين، والذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وتعديل وحذف ما يلزم من فقرات الاستبانة.

للتحقق من صدق بناء مقاييس الدراسة، طُبِّقت المقاييس على عينة من مجتمع الدراسة، واستخدم معامل ارتباط بيرسون لاستخراج قيم معاملات ارتباط الفقرة بالمجال الذي تنتمي إليه، وذلك بالاعتماد على المعيار المعتمد لقبول الفقرة. والجدول الآتي يوضح صدق الاتساق الداخلي للمقياس.

جدول 2: صدق الاتساق الداخلي للمقياس

#	المجال	عدد الفقرات	معامل الارتباط
	البعد التقني	6	.894**
	البعد التنظيمي	5	0.847 **
	البعد المالي	5	0.789**
	البعد الاجتماعي	5	0.814**

وفقًا لما ذكره هينكل وآخرون (Hinkle et al., 2003)، فإنّ قيمة معامل الارتباط التي تقل عن (0.3) تُعدُّ ضعيفة، والقيم التي تقع ضمن المدى (0.3 – أقل أو يساوي 0.7) تُعتبر متوسطة، والقيم التي تزيد عن (0.7) تُعدُّ قوية. وبحسب ما جاء بالجدول فإنّ قيم الأبعاد فوق 70%.

3.3.2 ثبات الأداة

للتأكد من ثبات أداة الدراسة، وبهدف التحقق من ثبات الاتساق الداخلي للمقياس ومجالاته، فقد استُخدمت معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) على بيانات التطبيق للعينة.

جدول 3: ثبات الأداة

المقياس	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
البعد التقني	6	0.875
البعد التنظيمي	5	0.865
البعد المالي	5	0.841
البعد الاجتماعي	5	0.874
سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية	21	0.912
رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية	5	0.874

تبيّن من خلال الجدول السابق أن معامل ثبات كرونباخ ألفا للدرجة الكلية لمخاطر الهجمات السيبرانية بلغ (0.912)، ورضا العملاء (0.874) والتي تُعدُّ هذه القيم لمعاملات الثبات مقبولة لأغراض الدراسة الحالية.

3.4 المعالجة الإحصائية

استخدمت الدراسة البرنامج الإحصائي (SPSS) لتحليل البيانات، حيث تم حساب معامل ارتباط بيرسون واستخدام معادلة ألفا كرونباخ لإيجاد معامل ثبات الاختبار. بالإضافة إلى ذلك، تم اعتماد معامل الارتباط لحساب الصدق الداخلي، واستخدام معادلة خط الانحدار لفحص تأثير سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني.

4. نتائج الدراسة

يتناول هذا القسم نتائج الدراسة التي تم التوصل إليها من خلال توزيع أداة الاستبانة على العينة، وعليه فقد تم الإجابة عن أسئلة الدراسة، والتي يتفرع منها الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسة: لا يوجد أثر لسبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية.

للتحقق من صحة الفرضية، تم استخدام اختبار الانحدار الخطي، وقد بلغ معامل التحديد المحسوب وفق هذا الاختبار (0.521)، في حين بلغ معامل التحديد المعدل (0.520)، وهذا يعني أن سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية قد فُسّرت ما نسبته (52.1%) من التباين في رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية وللتحقق من دلالة القيمة التنبؤية للنموذج، تم استخراج معادلة تباين الانحدار، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول 4: نتائج تحليل تباين الانحدار الخطي لأثر سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	معدل المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الانحدار	46.387	1	46.387	374.318	.000
البواقي	42.630	344	0.124		
المجموع	89.017	345			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" قد بلغت (374.318)، بدلالة إحصائية (0.000)، مما يعني إمكانية المتغيرات المستقلة (الهجمات السيبرانية) على التنبؤ رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني، كما تم استخراج انحدار كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول 5: نتائج معاملات الانحدار لأثر سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني

المتغيرات المستقلة	معامل الانحدار	الخطأ المعياري	قيمة بيتا	قيمة ت	مستوى الدلالة
ثابت الانحدار	0.728	0.163		4.455	0.000
سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية	0.808	0.042	0.722	19.347	0.000

أظهرت نتائج الانحدار الخطي أن أثر سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني قد بلغت قيمة ميل خط الانحدار (0.808) إنّه دال إحصائيًا، وهناك أثر إيجابي.

ويتفرع عن الفرضية الرئيسة الفرضيات الآتية:

1) لا يوجد أثر للبعد التقني على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

للتحقق من صحة الفرضية، تم استخدام اختبار الانحدار الخطي، وقد بلغ معامل التحديد المحسوب وفق هذا الاختبار 0.400)، في حين بلغ معامل التحديد المعدل (0.398)، وهذا يعني أن البعد التقني قد فسرت ما نسبته (40%) من التباين في رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية وللتحقق من دلالة القيمة التنبؤية للنموذج، تم استخراج معادلة تباين الانحدار، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول 6: نتائج تحليل تباين الانحدار الخطي لأثر البعد التقني على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	معدل المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الانحدار	35.567	1	35.567	228.903	.000b
البواقي	53.451	344	0.155		
المجموع	89.017	345			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" قد بلغت (228.903)، بدلالة إحصائية (0.000)، مما يعني إمكانية المتغير المستقل (البعد التقني) على التنبؤ رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية، تم استخراج انحدار كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول 7: نتائج معاملات الانحدار لأثر البعد التقني على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

المتغيرات المستقلة	معامل الانحدار	الخطأ المعياري	قيمة بيتا	قيمة ت	مستوى الدلالة
ثابت الانحدار	1.361	0.167		8.153	0.000
البعد التقني	0.642	0.042	0.632	15.130	0.000

أظهرت نتائج الانحدار الخطي أن أثر البعد التقني على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية قد بلغت قيمة ميل خط الانحدار (0.642) إنّه دال إحصائيًا وهناك أثر إيجابي.

2) لا يوجد أثر للبعد التنظيمي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

للتحقق من صحة الفرضية، تم استخدام اختبار الانحدار الخطي، وقد بلغ معامل التحديد المحسوب وفق هذا الاختبار (0.415)، في حين بلغ معامل التحديد المعدل (0.414)، وهذا يعني أن البعد التنظيمي قد فسرت ما نسبته (41.5%) من التباين في رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية وللتحقق من دلالة القيمة التنبؤية للنموذج، تم استخراج معادلة تباين الانحدار، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول 8: نتائج تحليل تباين الانحدار الخطي لأثر البعد التنظيمي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	معدل المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الانحدار	36.961	1	36.961	244.248	.000b
البواقي	52.056	344	0.151		
المجموع	89.017	345			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" قد بلغت (244.248)، بدلالة إحصائية (0.000)، مما يعني إمكانية المتغير المستقل (البعد التنظيمي) على التنبؤ رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية، تم استخراج انحدار كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول 9: نتائج معاملات الانحدار لأثر البعد التنظيمي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

المتغيرات المستقلة	معامل الانحدار	الخطأ المعياري	قيمة بيتا	قيمة ت	مستوى الدلالة
ثابت الانحدار	1.409	0.159		8.878	0.000
البعد التنظيمي	0.632	0.040	0.644	15.628	0.000

أظهرت نتائج الانحدار الخطي أن أثر البعد التنظيمي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية قد بلغت قيمة ميل خط الانحدار (0.632) إنّه دال إحصائيًا وهناك أثر إيجابي.

3) لا يوجد أثر للبعد المالي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

للتحقق من صحة الفرضية، تم استخدام اختبار الانحدار الخطي، وقد بلغ معامل التحديد المحسوب وفق هذا الاختبار (0.326)، في حين بلغ معامل التحديد المعدل (0.324)، وهذا يعني أن البعد المالي قد فسرت ما نسبته (32.6%) من التباين في رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية، وللتحقق من دلالة القيمة التنبؤية للنموذج، تم استخراج معادلة تباين الانحدار، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول 10: نتائج تحليل تباين الانحدار الخطي لأثر البعد المالي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	معدل المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الانحدار	29.012	1	29.012	166.319	.000b
البواقي	60.006	344	0.174		
المجموع	89.017	345			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" قد بلغت (166.319)، بدلالة إحصائية (0.000)، مما يعني إمكانية المتغير المستقل (البعد المالي) على التنبؤ رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية، وتم استخراج انحدار كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول 11: نتائج معاملات الانحدار لأثر البعد المالي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

المتغيرات المستقلة	معامل الانحدار	الخطأ المعياري	قيمة بيتا	قيمة ت	مستوى الدلالة
ثابت الانحدار	1.861	0.157		11.840	0.000
البعد المالي	0.527	0.041	0.571	12.896	0.000

أظهرت نتائج الانحدار الخطي أن أثر البعد المالي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية قد بلغت قيمة ميل خط الانحدار (0.527) إنّه دال إحصائيًا، وهناك أثر إيجابي.

4) لا يوجد أثر للبعد الاجتماعي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

للتحقق من صحة الفرضية، تم استخدام اختبار الانحدار الخطي، وقد بلغ معامل التحديد المحسوب وفق هذا الاختبار (0.467)، في حين بلغ معامل التحديد المعدل (0.466)، وهذا يعني أن البعد الاجتماعي قد فسرت ما نسبته (46.7%) من التباين في رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية، وللتحقق من دلالة القيمة التنبؤية للنموذج، تم استخراج معادلة تباين الانحدار، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول 12: نتائج تحليل تباين الانحدار الخطي لأثر البعد الاجتماعي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	معدل المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الانحدار	41.595	1	41.595	301.722	.000b
البواقي	47.423	344	0.138		
المجموع	89.017	345			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" قد بلغت (301.722)، بدلالة إحصائية (0.000)، مما يعني إمكانية المتغير المستقل (البعد الاجتماعي) على التنبؤ رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية، وتم استخراج انحدار كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول 13: نتائج معاملات الانحدار لأثر البعد الاجتماعي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية

المتغيرات المستقلة	معامل الانحدار	الخطأ المعياري	قيمة بيتا	قيمة ت	مستوى الدلالة
ثابت الانحدار	1.167	0.157		7.440	0.000
البعد الاجتماعي	0.684	0.039	0.684	17.370	0.000

أظهرت نتائج الانحدار الخطي أن أثر البعد الاجتماعي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية قد بلغت قيمة ميل خط الانحدار (0.684) إنّه دال إحصائيًا، وهناك أثر إيجابي.

لا يوجد أثر لسبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني

للتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام اختبار الانحدار الخطي المتعدد، وقد بلغ معامل التحديد المحسوب وفق هذا الاختبار (0.534)، في حين بلغ معامل التحديد المعدل (0.528)، وهذا يعني أن مخاطر الهجمات السيبرانية قد فسّرت ما نسبته (53.4%) من التباين في رضا العملاء وللتحقق من دلالة القيمة التنبؤية للنموذج، تم استخراج معادلة تباين الانحدار، والجدول الآتي يوضح ذلك:

جدول 14: نتائج تحليل تباين الانحدار الخطي لأثر مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	معدل المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
الانحدار	47.514	4	11.878	97.596	.000
البواقي	41.504	341	0.122		
المجموع	89.017	345			

يتضح من الجدول السابق أن قيمة "ف" قد بلغت (97.596)، بدلالة إحصائية (0.000)، مما يعني إمكانية المتغيرات المستقلة (للهجمات السيبرانية) على التنبؤ رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية، تم استخراج انحدار كما هو موضح في الجدول (15).

جدول 15: نتائج معاملات الانحدار المتعدد لأثر مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني.

المتغيرات المستقلة	معامل الانحدار	الخطأ المعياري	قيمة بيتا	قيمة ت	مستوى الدلالة
ثابت الانحدار	0.689	0.163		4.227	0.000
البعد التقني	0.001	0.105	0.001	0.011	0.991
المالي	−0.068	0.088	−0.074	−0.778	0.437
الاجتماعي	0.189	0.100	0.189	1.879	0.061
الهجمات السيبرانية	0.692	0.251	0.618	2.756	0.006

أظهرت نتائج الانحدار الخطي أن أثر سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية: دراسة تطبيقية على القطاع المصرفي الفلسطيني قد بلغت قيمة ميل خط الانحدار (0.692) إنّه دال إحصائيًا، وهناك أثر إيجابي.

5. مناقشة النتائج

من خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، فقد بلغت قيمة ميل خط الانحدار لمخاطر الهجمات السيبرانية (0.808) وهو دال إحصائيًا، مما يشير إلى تأثير إيجابي قوي على رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية، ويظهر هذا الأثر أن العملاء يولون أهمية كبيرة لجوانب الأمان السيبراني، حيث يعتبرونه شرطًا أساسيًا لاستمرار تعاملهم مع الخدمات البنكية الرقمية، وهذه النتيجة تتماشى مع دراسة بيلاس وآخرون (Belás et al., 2016) التي أكدت على أن ثقة العملاء في الأمان الإلكتروني تلعب دورًا محوريًا في رضاهم، خاصة مع ارتفاع نسبة

العملاء الذين تعرضوا لمحاولات اختراق، وبناءً على هذه النتيجة، يبدو أن الاستثمار في تطوير أنظمة الأمان والشفافية مع العملاء قد يسهم في تعزيز الرضا والثقة.

وفيما يخص أثر البعد التقني على رضا العملاء، فقد بلغت قيمة ميل خط الانحدار (0.642)، مما يعكس وجود علاقة إيجابية دالة إحصائيًا، وهذا يشير إلى أن العملاء يُقدّرون جودة الأنظمة التقنية وسهولة استخدامها، حيث تسهم هذه العوامل في تحسين تجربتهم وزيادة رضاهم عن الخدمات، وبهذا تعزز هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة الحليق والمهيرات (AlHaliq & AlMuhirat, 2016) التي أكدت أهمية تحسين أمن المعلومات كعامل مؤثر في تحقيق رضا العملاء، وعلى الرغم من التطورات التقنية، تشير هذه النتائج إلى ضرورة التركيز على الابتكار التقني المستمر لضمان تحقيق توقعات العملاء.

أما بالنسبة لتأثير البعد التنظيمي، فقد بلغت قيمة ميل خط الانحدار (0.632)، مما يدل على وجود أثر إيجابي ودال إحصائيًا على رضا العملاء، ويعكس هذا الأثر أهمية التنظيم الداخلي في تقديم خدمات متكاملة وسلسة للعملاء، مما يعزز من رضاهم، إذ تتفق هذه النتيجة مع دراسة أودينا وسودرارتون (Audina & Sudrarton, 2024) التي أكدت على توفير إطار تنظيمي قوي وبنية تحتية للأمن لتعزيز الثقة بين العملاء، وهذا يشير إلى أن الجهود التنظيمية لتعزيز الاستجابة والموثوقية في الخدمات البنكية الإلكترونية تسهم في تحسين العلاقة بين العملاء والبنك.

وفيما يتعلق بالبعد المالي، قد بلغت قيمة ميل خط الانحدار (0.527)، وهو دال إحصائيًا وله أثر إيجابي، إذ تشير هذه النتيجة إلى أن الجوانب المالية، مثل الرسوم وأسعار الخدمات، تلعب دورًا في تشكيل رضا العملاء، وعلى الرغم من أن الأثر ليس قويًا مقارنة بالأبعاد الأخرى، إلا أنه يعكس أهمية الشفافية المالية في تعزيز ولاء العملاء.

وبلغت قيمة ميل خط الانحدار للبعد الاجتماعي (0.684)، مما يدل على أثر إيجابي ودال إحصائيًا، إذ تشير هذه النتيجة إلى أن العلاقات الاجتماعية والتواصل الفعال مع العملاء يلعب دورًا في تحسين رضاهم، إذ تدعم هذه النتيجة ما توصلت إليه دراسة كور وآخرون (Kaur et al., 2021) التي أكدّت أهمية استجابة البنك لتوقعات العملاء ومخاوفهم، مما يعزز الشعور بالثقة والانتماء، إذ يظهر هذا الأثر أن التفاعل الاجتماعي مع العملاء ليس فقط أداة لتعزيز الرضا، ولكنه أيضًا وسيلة لبناء ولاء طويل الأمد.

وأخيرًا، يظهر أثر سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية مرة أخرى من خلال ميل خط الانحدار الذي بلغ (0.692)، مما يعكس وجود علاقة إيجابية ودالة إحصائيًا بين سبل مواجهة مخاطر الهجمات السيبرانية ورضا العملاء، إذ يعكس هذا الارتباط أهمية مواجهة المخاطر السيبرانية بفاعلية لضمان استمرارية استخدام العملاء للخدمات الرقمية، إذ تتفق هذه النتيجة مع دراسة أودينا وسودرارتون (Audina & Sudrarton, 2024)

التي أكدت أن التطورات التكنولوجية في البنوك يجب أن ترافقها تدابير قوية للأمن السيبراني للحفاظ على رضا العملاء وثقتهم.

6. خاتمة

تشير نتائج الدراسة إلى أن رضا العملاء عن الخدمات البنكية الإلكترونية يتأثر بعدة عوامل، أبرزها الأمان السيبراني، والجوانب التقنية، والتنظيمية، والاجتماعية، والمالية، إذ تُظهر هذه العوامل أهمية تبني البنوك استراتيجيات شاملة لتحسين خدماتها، خاصة في ظل التحديات المتزايدة التي يواجهها العملاء في البيئة الرقمية، كما تؤكد الدراسة أن تعزيز ثقة العملاء من خلال التركيز على الأمان السيبراني، والابتكار التقني، والاستجابة التنظيمية يسهم بشكل كبير في تحسين تجربة العملاء وزيادة ولائهم، كما تُبرز هذه النتائج الحاجة إلى استثمارات مستدامة في تطوير الخدمات الرقمية لمواكبة التغيرات السريعة في قطاع البنوك.

7. توصيات

من خلال ما توصلت إليه الدراسة، يوصي فريق البحث بما يلي:

- تعزيز أنظمة الأمان السيبراني من خلال اعتماد أحدث التقنيات والتحديث المستمر للبنية التحتية الأمنية.
- تطوير السياسات التنظيمية لتعزيز الموثوقية وضمان استمرارية تقديم الخدمات بجودة عالية.
- تعزيز التفاعل الاجتماعي مع العملاء عبر تحسين قنوات الاتصال وتقديم الدعم الشخصي والاستجابة الفورية لاحتياجاتهم.
- توفير حملات توعوية للعملاء حول الأمان السيبراني وأفضل الممارسات للتعامل مع التهديدات الإلكترونية.
- الاستثمار في التدريب المستمر للموظفين لضمان تقديم خدمات متميزة ومواكبة للتغيرات التقنية والتنظيمية.

المراجع:

Abrol, S. (2014). Impact of internet banking on customer satisfaction and business performance. *Journal of Business & Management*, *2*(3), 90-97.

Abualsauod, E. H., & Othman, A. M. (2020). A study of the effects of online banking quality gaps on customers' perception in Saudi Arabia. *Journal of King Saud University-Engineering Sciences*, *32*(8), 536-542.

AlHaliq, H. A., & AlMuhirat, A. A. (2016). Customer satisfaction with electronic banking services in the Saudi banking sector. *Asian Social Science*, *12*(5), 139-146.

Alkhdour, T., AlWadi, B. M., & Alrawad, M. (2024). Assessment of Cybersecurity Risks and threats on Banking and Financial Services. Journal of Internet Services and Information Security, 14(3):167-190.

Al-Shaer, A. B., & Al-Shaer, B. Y. (2021). The Relationship of Electronic Banking Tools to Consumer Satisfaction Concerning Cyber Security Threats and Risks of the Modern Epidemic Crisis. *Dirasat: Shari'a and Law Sciences*, *48*(4), 215-222.

Altobishi, T., Erboz, G., & Podruzsik, S. J. I. J. O. M. S. (2018). E-Banking effects on customer satisfaction: The survey on clients in Jordan Banking Sector. *International Journal of Marketing Studies*, *10*(2), 151-161.

Audina, M., & Sudrarton, T. Risk Management in E-Banking to Enhance Customer Satisfaction. *International Research Journal of Economics and Management Studies IRJEMS*, *3*(3).

Bajwa, I. A., Ahmad, S., Mahmud, M., & Bajwa, F. A. (2023). The impact of cyberattacks awareness on customers' trust and commitment: an empirical evidence from the Pakistani banking sector. *Information & Computer Security*, *31*(5), 635-654.

Bekelech, A. (2024). *The Effect of Electronic Banking Service Quality on Customer Satisfaction: The Case of Dashen Bank In Debre Berhan Town* (Doctoral dissertation).

Belás, J., Korauš, M., Kombo, F., & Korauš, A. (2016). Electronic banking security and customer satisfaction in commercial banks. *Journal of security and sustainability issues*.

Hinkle, D. E., Wiersma, W., & Jurs, S. G. (2003). *Applied statistics for the behavioral sciences* (Vol. 663). Boston: Houghton Mifflin.

Hoseini, A., & Dangoliani, S. K. (2015). Investigating the effect of electronic banking services quality on the customer satisfaction. *Journal of International Economics and Business*, *1*(1), 37-42.

Ifinedo, P. (2011). Internet/e-business technologies acceptance in Canada's SMEs: an exploratory investigation. *Internet research*, *21*(3), 255-281.

Islam, H., Madavarapu, J. B., Sarker, N. K., & Rahman, M. A. (2022). The effects of cyber threats and technical problems on customer's attitude towards E-banking services. *Oblik i finansi*, *96*, 58-67.

Kaur, B., Kiran, S., Grima, S., & Rupeika-Apoga, R. (2021). Digital banking in Northern India: The risks on customer satisfaction. *Risks*, *9*(11), 209.

Li, F., Lu, H., Hou, M., Cui, K., & Darbandi, M. (2021). Customer satisfaction with bank services: The role of cloud services, security, e-learning and service quality. *Technology in Society*, *64*, 101487.

Oyewole, A. T., Okoye, C. C., Ofodile, O. C., & Ugochukwu, C. E. (2024). Cybersecurity risks in online banking: A detailed review and preventive strategies applicatio. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, *21*(3), 625-643.

Salem, M. Z., Baidoun, S., & Walsh, G. (2019). Factors affecting Palestinian customers' use of online banking services. *International Journal of Bank Marketing*, *37*(2), 426-451.

Salihu, A. R. M. E. N. D., & Metin, H. A. S. A. N. (2017). The impact of services, assurance and efficiency in customer satisfaction on electronic banking services offered by banking sector. *Journal of Internet Banking and Commerce*, *22*(3), 1-12.

Serrah, E. A., & Maideen, M. B. H. (2022). E-Banking Services and Customer Satisfaction: Focus on A Private Bank in Malaysia. *Sciences*, *12*(10), 1489-1499.

Shaddady, A. (2022). Does E-Banking Enhance Client Satisfaction in Saudi Banks?. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *9*(10), 251-264.

Staal, F. J. (2015). *Cybercrime and the impact on banks' frontline service employees: a qualitative study towards the impact of cybercrime on the experiences, concerns and actions taken by Frontline Service Employees within the banking sector* (Master's thesis, University of Twente).

Venkatesh, V., Thong, J. Y., & Xu, X. (2012). Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. *MIS quarterly*, 157-178.