



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلا  
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



قسم العلوم الاقتصادية

الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

الفرع: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

## مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بعنوان:

أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية  
دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري – وكالة ميلا-

المشرف	اعداد الطلبة	
بوبكر ياسين	بن مخلوف كريمة	1
	زويد شهرزاد	2

### لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ(ة)
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلا	
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلا	بوبكر ياسين
ممتحنا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلا	

السنة الجامعية 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

۱۴۳۸ هـ

## كلمة شكر

الحمد لله رب العالمين الذي يسر لنا هذا وأعاننا ووقفنا في هذا العمل نشكر الله ونحمده وصلاة وسلام على حبيب الخلق سيدنا محمد معلم الخلق أجمعين.  
" من لم يشكر الناس لم يشكر الله، ومن أهدى إليكم معروفا فكافنوه، فإن لم تستطيعوا فادعوا له "

واحتكاما إلى قول الرسول الكريم - صلى الله عليه وسلم - نتقدم بالامتنان والتقدير والعرفان:

للأستاذ المشرف " بوبكر ياسين " لقبوله الإشراف على هذا العمل حيث منحنا من وقته، وجهده، وصبره علينا ومساعدتنا بتقديمه النصائح والإرشادات السديدة وآراؤه القيمة التي سهلت علينا هذا العمل.

فقد تعلمنا منه التواضع وحسن المعاملة، وكرم اللقاء، قبل جوده بحسن التوجيه والتشجيع على إنجاز هذه المذكرة "جزاه الله خير الجزاء".

إليكم جميعا

كل الشكر والعرفان

شهرزاد ... كريمة ....

## الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين حبيبنا مصطفى طه  
الأمين الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات ويعونه تتم الأعمال الحمد لله الذي أرشدنا  
إلى طريق المعرفة ووفقنا لإتمامه.

أهدي عملي هذا إلى:

من ربتي وأنارت دربي وأعانتي في كل خطوات خطوتها بالصلوات والدعوات أشكرك  
على كل التعب الذي تعبته من أجلي إلى أعلى إنسان في هذا الوجود وجنتي .....  
أمي الغالية.

إلى سندي بعد الله أبي الذي رباني ودعمني بكل ما يملك لم يحرمني يوم من شيء  
دعمني بدعائه ورضاه رزقك الله بما تتمنى..... أبي الغالي.

حفظكم الله وراعكم لي بعينه التي لا تنام ورزقكم جناته والفرديوس

إلى أبي الثاني محمد أشكرك من كل قلبي لدعمك ووجودك حفظك الله.

إلى إخوتي وأخواتي أمني وأماني زينوا حياتي وتقاسموا معي الأفراح

محمد أمين - إلهام - كنزة - نريمان - أمير - وحيد ..... حفظكم الله ورزقكم من واسع  
كرمه.

إلى صديقاتي:

اولهم صديقتي في هذا العمل كريمة

وإكرام - أمني

وشكر خاص لرفيقتي سحر على النصائح وتوجيهاتها

إلى كل من تمنى لي التوفيق وساعدني ولو بالكلمة الطيبة

إلى كل من نسيه قلمنا وحفظناه في قلوبنا.

شهر رزاد...

## إهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد

عليه أفضل وأزكى التسليم وعلى آله وصحبه

ومن اتبع هداه إلى يوم الدين أما بعد:

اهدي ثمرة جهدي هذا إلى نبع العطاء والحنان إلى الذين زرعوا الأخلاق بداخلي وعلموني طرق الارتقاء

إلى من احمل اسمه بكل افتخار أبي الغالي أطال الله في عمره

إلى روح أغلي من في الوجود واحلي وأجمل اسم إلى روح أمي الطاهرة رحمها الله واسكنها فسيح جناته

إلى مصدر فخري واعتزازي إلى أبي الثاني عمي نبيل رحمه الله وطيب ثراه واسكنه فسيح جناته

إلى أمي الثانية "باية" أطال الله في عمرها

إلى كنز حياتي إخوتي وأخواتي

إلى جميع أفراد عائلتي كلا باسمه ومقامه، إلى من كانوا رمزا للوفاء والإخلاص صديقاتي

"شهرزاد" "سارة" "مريم" "نهاد" "رميساء"

إلى كل الزملاء والأصدقاء الذين حملتهم ذاكرتي ولم تحملهم المذكرات

إلى كل من تمنى لي التوفيق وساعدني ولو بالكلمة الطيبة

وفي الأخير لا يسعني إلا أن ادعوا الله عز وجل أن يرزقنا السداد، والرشاد، والعفاف

والغنى.

كريمة

# المخلص



الهدف من هذه الدراسة تحليل العلاقة ما بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية من خلال قياس الأثر ما بين التحول الرقمي مع أبعاد جودة الخدمات المصرفية المتمثلة في بعد الاعتمادية، بعد الاستجابة، بعد الأمان، بعد التعاطف وبعد جاهزية البنك، ومن أجل ذلك اعتمدنا على المنهج الوصفي والتحليلي من أجل فهم أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية. وقد اعتمدنا في الجانب التطبيقي على الاستبانة، حيث تم توزيع 60 استمارة على عينة مختارة من مجتمع الدراسة المتمثلة في عملاء بنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميله -، حيث تم استرجاع 58 استمارة صالحة لتحليل باستخدام برنامج SPSS وإلغاء استمارتين غير صالحتين لتحليل.

وفي الأخير توصلنا أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لمتغير التحول الرقمي على أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

**الكلمات المفتاحية:** التحول الرقمي، الخدمات المصرفية، جودة الخدمات المصرفية، بنك القرض الشعبي الجزائري.

### **Summary:**

The aim of this study is to analyze the relationship between digital transformation and the quality of banking services by measuring the impact between digital transformation and the dimensions of the quality of banking services represented in the reliability dimension, the response dimension, the safety dimension, the empathy dimension and the bank's readiness dimension, and for this we relied on the descriptive approach. And analytical in order to understand the impact of digital transformation on improving the quality of banking services. In the applied side, we relied on the questionnaire, where 60 questionnaires were distributed to selected sample of the study population represented by the clients of Bank – Agency Mila -, where 58 valid forms were retrieved for analysis using the spss program and two invalid forms were canceled for analysis.

Finally, we found that there is a statistically significant effect of the digital transformation variable on the dimensions of service quality banking

**Keywords:** digital transformation, banking services, quality of banking services, People's Loan Bank the Algerian.

# فهرس المحتويات



# فهرس المحتويات

لفهرس		
الصفحة	العنوان	الرقم
	كلمة شكر	01
	الإهداء	02
	الفهرس	03
	قائمة الجداول	04
	قائمة الأشكال	05
	قائمة الملاحق	06
	ملخص	07
أ-ح	المقدمة	08
	<b>الفصل الأول: الإطار النظري للتحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية</b>	09
02	تمهيد	10
03	المبحث الأول: التحول الرقمي في البنوك	11
03	المطلب الأول: ماهية التحول الرقمي	12
09	المطلب الثاني: أسباب ومراحل التحول الرقمي في البنوك	13
09	الفرع الأول: أسباب التحول الرقمي في البنوك	14
10	الفرع الثاني: مراحل التحول الرقمي في البنوك	15
11	المطلب الثالث: آليات وفوائد التحول الرقمي في البنوك	16
11	الفرع الأول: آليات التحول الرقمي في البنوك	17
12	الفرع الثاني: فوائد التحول الرقمي في البنوك	18
13	المطلب الرابع: تحديات ومعوقات التحول الرقمي في البنوك	19
13	الفرع الأول: تحديات التحول الرقمي في البنوك	20

14	الفرع الثاني: معيقات التحول الرقمي	21
14	المطلب الخامس: أبعاد التحول الرقمي	22
17	المبحث الثاني: مفاهيم حول جودة الخدمات المصرفية	23
17	المطلب الأول: ماهية الخدمة المصرفية	24
22	المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية	25
25	المطلب الثالث: أهمية وخصائص جودة الخدمات المصرفية	26
25	الفرع الأول: أهمية جودة الخدمات المصرفية	27
26	الفرع الثاني: خصائص جودة الخدمات المصرفية	28
27	المطلب الرابع: تقييم جودة الخدمات المصرفية	29
27	الفرع الأول: مستويات جودة الخدمات المصرفية	30
27	الفرع الثاني: طرق قياس جودة الخدمات المصرفية	31
30	الفرع الثالث: صعوبات قياس جودة الخدمة المصرفية	32
30	الفرع الرابع: أساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية	33
36	المطلب الخامس: مزايا وأبعاد جودة الخدمات المصرفية وأهم العوامل المؤثرة فيها	34
36	الفرع الأول: مزايا جودة الخدمة المصرفية	35
37	الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية	36
38	الفرع الثالث: العوامل المؤثرة في جودة العمل المصرفي	37
41	المبحث الثالث: أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية	38
41	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المالية الرقمية	39
41	المطلب الثاني: أمثلة للخدمات المصرفية الرقمية	40
41	المطلب الثالث: قنوات تقديم الخدمات الرقمية	41
43	المطلب الرابع: أثر التحول الرقمي والخدمات المصرفية	42
45	خلاصة الفصل الأول	43

	الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميله -	44
47	تمهيد	45
48	المبحث الأول: عموميات حول القرض الشعبي الجزائري -وكالة ميله -	46
48	المطلب الأول: مفاهيم عامة حول القرض الشعبي الجزائري	47
48	الفرع الأول: نشأة وتطور القرض الشعبي الجزائري:	48
59	الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري	49
52	الفرع الثالث: مهام وخصائص القرض الشعبي الجزائري	50
53	المطلب الثاني: مدخل عام حول بنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة ميله -	51
53	الفرع الأول: نشأة وكالة القرض الشعبي الجزائري "333" ميله:	52
54	الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميله -	53
56	الفرع الثالث: موارد واستخدامات بنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميله	54
60	المبحث الثاني: طريقة وإجراءات تحليل نتائج الدراسة	55
60	المطلب الأول: المنهجية وأدوات الدراسة	56
61	المطلب الثاني: أداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة	57
61	الفرع الأول: أداة الدراسة	58
63	الفرع الثاني: النتائج والمناقشة	59
70	المطلب الثالث: الصدق والثبات والاتساق الداخلي لمحاو الاستبيان	60
83	خلاصة الفصل الثاني	61
85	خاتمة	62
88	قائمة المراجع	63
93	الملاحق	64

## قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
62	مقياس ليكارت الخماسي	01
62	ميزان تقديري مقياس ليكارت الخماسي	02
63	توزيع عينة الدراسة حسب نوع الجنس	03
64	توزيع متغير الدراسة حسب متغير العمر	04
65	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	05
66	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة	06
67	توزيع عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	07
68	توزيع عينة الدراسة حسب متغير القناة الإلكترونية المتعامل بها مع البنك	08
69	نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة معامل ألفا كرو نباخ ومعامل الصدق	09
70	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة	10
71	تحليل فقرات المحور الأول التحول الرقمي	11
72	تحليل البعد الأول للمحور الثاني	12
73	تحليل البعد الثاني للمحور الثاني	13
74	تحليل فقرات البعد الثاني للمحور الثاني	14
75	تحليل فقرات البعد الرابع للمحور الثاني	15
76	تحليل البعد الخامس للمحور الثاني	16
76	تحليل جميع فقرات المحور الثاني	17
77	تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية	18

## فهرس المحتويات

78	تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الأولى (البعد الأول من المحور الأول مع المحور الثاني)	19
80	تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثانية (البعد الثاني من المحور الأول مع المحور الثاني)	20
80	تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة (البعد الثالث من المحور الأول مع المحور الثاني)	21
81	تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة (المحور الأول مع البعد الرابع من المحور الثاني)	22
82	تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة (المحور الأول مع البعد الخامس من المحور الثاني)	23

### قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
07	ركائز التحول الرقمي	01
11	مراحل التحول الرقمي في البنوك	02
15	تقنيات التحول الرقمي	03
24	يمثل مفهوم جودة الخدمة المصرفية	04
37	أبعاد جودة الخدمة المصرفية	05
41	قنوات تقديم الخدمات الرقمية	06
51	الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري	07
55	الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -	08
65	توزيع عينة الدراسة حسب نوع الجنس.	09
63	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب الفئة العمرية.	10
66	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	11

## فهرس المحتويات

67	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب متغير المهنة	12
68	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب مدة التعامل مع البنك	13
68	التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب القناة الإلكترونية المتعامل بها مع البنك	14

## قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
96	مخرجات spss	01
114	الإستبيان	02

# المقدمة



يشهد العالم الآن العديد من التطورات والتغيرات الحديثة على الصعيد الدولي ومن أهم هذه التغيرات الثورة التكنولوجية والتي تعد من أهم سمات العصر الحديث، حيث أثرت على مختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبنكية، والبنوك واحدة من هذه القطاعات التي أصبحت ملزمة بمواكبة هذه التطورات التكنولوجية الحديثة واستعمالها في عملياتها من اجل تحقيق أهدافها.

إن التحول الرقمي للعمليات البنكية ضرورة ملحة تستوجب على البنوك، ويرجع ذلك وبشكل أساسي إلى التطور المتسارع في استخدام أدوات ووسائل تكنولوجيا المعلومات في كافة نواحي الحياة حيث يعكس التحول من الخدمات التقليدية إلى الخدمات الحديثة القائمة على التقنيات الرقمية من اجل تلبية متطلبات عملائها بتقديم خدمات رقمية بطريقة سلسة وسهلة توفر الجهد والوقت والمال للمستخدمين وتحقق أهدافها والتقدم الرقمي بنظامها.

ليساهم التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات البنكية سواء للبنك أو للعميل والتي تعتبر بمثابة مصدر رئيسي وأداة فعالة في معرفة مستوى الخدمات المقدمة والمتوقعة من الزبائن وتحقيق مكانة مرموقة من بين المؤسسات المنافسة لها، وبالتالي فان البنوك التي لا تمتلك التكنولوجيا الكافية التي تمكنها من تطوير وتحسين جودة خدماتها ستواجه بلا شك نتائج سلبية تنعكس على بقائها واستمرارها في السوق المصرفي.

وفي هذا الإطار بادرت بعض المؤسسات المصرفية والمالية في الجزائر على غرار بنك القرض الشعبي الجزائري بتطوير شبكات الكترونية للدفع، مما أدى إلى تقديم خدمات مصرفية مميزة تساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة.

### ➤ إشكالية البحث:

إن من أهم المشاكل التي تواجه قطاع البنوك هو الاستفادة من التطورات التكنولوجية الحاصلة من أجل تحسين خدماتها المصرفية، ولأجل ذلك وفي وقت يعتبر فيه التحول الرقمي وجه من أوجه التقدم والتطور الإيجابي مما جعلنا نطرح الإشكالية الرئيسية:

ما هو أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية على مستوى القرض الشعبي الجزائري وكالة ميلة؟

## ➤ الأسئلة الفرعية:

وللإجابة على إشكالية الدراسة، نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد اعتمادية جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$
2. هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد استجابة جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$
3. هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد عناية جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$
4. هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد أمان جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$
5. هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد جاهزية جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$

## ➤ الفرضيات:

ومن أجل الإجابة على الإشكالية الرئيسة والأسئلة الفرعية المطروحة سندرج الفرضيات التالية:

### الفرضية الرئيسية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية على مستوى القرص الشعبي الجزائري وكالة ميلة عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$

## ➤ الفرضيات الفرعية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد اعتمادية جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد استجابة جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد عناية جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد أمان جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد جاهزية جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$

### ➤ أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية الموضوع في معرفة الدور الذي يلعبه التحول الرقمي كأسلوب حديث في النشاط البنوك، وما تقدمه من خدمات دفع حديثة ومتميزة والتي تسعى إلى تطوير خدماتها وتحسين الأداء الاقتصادي وتوفير الوقت الجهد بأقل تكلفة.

-المساهمة في تنمية ونشر الوعي الثقافي بضرورة التحول التكنولوجي الراهن.

-تتناول موضوعا حديثا نسبيا، كما أنها من الدراسات القليلة التي تتناول موضوع التحول الرقمي في البنوك.

-لم يعد التحول الرقمي خيارا كفيلا للمصارف وإنما أصبح ضرورة حتمية واختيار استراتيجي.

-لقت انتباه إدارات البنوك لأهمية جودة الخدمة في كسب رضا ولاء الزبون.

### ➤ أهداف الدراسة:

-التعرف على ماهية وطبيعة التحولات الرقمية في مجال العمليات المصرفية.

-التعرف على مدى وعي المؤسسات الاقتصادية بأهمية تبني التحول الرقمي وتقنياته في ظل نظم المعلومات التقليدية.

-التوصل إلى معرفة أهم الوسائل التي يتم التعامل بها في بنك القرض الشعبي.

-الوصول إلى مجموعة من النتائج التي يمكن من خلالها كتابة توصيات للاستفادة منها في تطوير القطاع البنكي.

### ➤ أسباب اختيار الموضوع:

- اعتبار موضوع البحث من المواضيع الحديثة نسبيا، والذي جذب العديد من الباحثين،

الأهمية التي يكتسبها الموضوع خاصة في ظل المستجدات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها القطاع المالي والمصرفي في الوقت الراهن.

- 
- 
- ثراء الموضوع وتشعبه مما يتيح إمكانية مواصلة البحث والتعمق فيه مستقبلا
  - توافق موضوع الدراسة مع تخصصنا اقتصاد نقدي وبنكي.
  - الرغبة في معرفة واقع تطبيق التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري.
  - يمكن أن تكون دراستنا نواة لدراسات مستقبلية حول التحول الرقمي وآخر تطوراتها.

## ➤ حدود الدراسة:

**الحدود الزمانية:** يمتد المجال الزمني لهذا البحث بشقيه النظري والتطبيقي خلال السداسي الثاني من السنة الدراسية 2022-2023.

**الحدود المكانية:** تم اجراء الدراسة التطبيقية ببنك القرض الشعبي وكالة ميلة.

## ➤ منهج الدراسة:

بالنظر الى طبيعة الموضوع محل الدراسة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الانسب لهذه الدراسة وذلك من خلال وصف متغيرات الدراسة المتمثلة في التحول الرقمي و جودة الخدمات المصرفية وصفا دقيقا ، كما سيتم الاعتماد على اسلوب دراسة الحالة المدعم بالاستبيان الذي يعد اداة من ادوات تجميع البيانات و المعلومات عن آراء العاملين بخصوص جودة خدمة بنك القرض الشعبي في ظل التحول الرقمي و ايضا تم استخدام اساليب الاحصاء الوصفي و الاستدلالي من اجل التحليل الاحصائي و اجراء الاختبارات بالاعتماد على برنامج SPSS باعتباره الانسب لمعالجة بيانات استمارات الاستبيان .

## ➤ صعوبات الدراسة:

- الترجمة من اللغات الأجنبية الى العربية نظرا لحدائثة الموضوع وقلة التراجم فيه؛
- شساعة الموضوع في مجال التحول الرقمي وبذلك وجدنا صعوبة في تلخيص ما هو مهم منه.
- عدم تلقينا المعلومات الكافية من طرف بنك القرض الشعبي وكالة ميلة لسريتها.

## ➤ الدراسات السابقة:

تعددت الكتابات التي تعالج موضوع التحول الرقمي في البنوك ودوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية، ومن أبرز الدراسات التي لها علاقة بموضوع هذه الدراسة ما يلي:

1/الصيرفة الالكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية: من إعداد الباحثة: هالة عبدلي: مقال منشور في مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية: العدد الأول، 2017.

هدف هذا المقال إلى دراسة مفهوم الصيرفة الالكترونية كآلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، أهم المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية، واقتراح نموذج لمميزات الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء في إطار تطبيق نظام الصيرفة الالكترونية. وتم التوصل إلى الصيرفة الالكترونية تساهم في تطوير وتنويع الخدمات المصرفية وذلك بتطوير الخدمات الموجودة وابتكار خدمات مصرفية جديدة مقنعة للعملاء، إضافة إلى جذب عملاء جدد للمصرف وذلك بتقديم خدمات مصرفية بطرق سهلة وبتكاليف منخفضة وفي زمن وجيز ودون الحاجة إلى الوقوف في الصفوف الطويلة في الفروع كما في الصيرفة التقليدية.

2/دور الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المقدمة في هيئة التقاعد الفلسطينية، من إعداد

الباحث: مصطفى مفيد مصطفى عبيد، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2021.

وقد هدفت الدراسة إلى: تحديد طبيعة العلاقة بين أبعاد الإدارة الالكترونية وجودة الخدمات في هيئة التقاعد الفلسطينية، كما هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى الإدارة الالكترونية في هيئة التقاعد الفلسطينية ومستوى جودة الخدمات في هيئة التقاعد الفلسطينية.

و قد توصل البحث للعديد من النتائج أهمها : وجود تقييم ايجابي مرتفع حول مستوى توافر الإدارة الالكترونية لدى العاملين بهيئة التقاعد الفلسطينية ، حيث بلغ الوزن النسبي الخاص بهذا المستوى (76.21)، و قد تمثلت في خمسة أبعاد هي : ( إدارة التخطيط الالكترونية ، إدارة المعرفة الالكترونية ، إدارة الوثائق الالكترونية ، إدارة الاجتماعات الالكترونية ، إدارة الخدمات الالكترونية )، إضافة إلى وجود مستوى مرتفع من جودة الخدمات المقدمة من قبل هيئة التقاعد الفلسطينية ، حيث بلغ الوزن النسبي الخاص بهذا المستوى (74.93)، و قد تمثلت أبعادها في ( الجوانب المادية الملموسة ، الاستجابة ، الاعتمادية ، التعاطف ، الأمان ).

وأخيرا تم تقديم بعض التوصيات منها: متابعة تطوير وتحديث البنية التحتية من اجهزة وبرامج وشبكات باستمرار، لضمان صلاحيتها لتطبيق الإدارة الالكترونية، وضرورة إيلاء الهيئة الاهتمام الكافي بسرعة وحسن تقديم الخدمات المختلفة للمستخدمين وأطراف العلاقة.

3/مدى مساهمة الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، من إعداد الدكتورة: بهلول خيرة، أطروحة دكتوراه، جامعة احمد بن يحيى الونشريسي، تيسمسيلت: 2022.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على معرفة مدى وعي المدراء والعاملين في المؤسسات المصرفية بأهمية التقدم التكنولوجي وبالأخص تطبيق الإدارة الالكترونية في إدارتهم، إضافة إلى محاولة إبراز أن الإدارة الالكترونية في المصارف ترفع من مستوى جودة خدماتها المصرفية وترفع من أداء وفعالية الجهاز المصرفي.

كما تمكن الباحث من التوصل إلى مجموعة من النتائج المتمثلة في: أن تطبيق الإدارة الالكترونية تعتبر أحدث الأساليب التي يمكن للمصارف الاستعانة بها في تقديم خدماتها بجودة وفعالية، توفير بنية تحتية في البنوك يساعد على التحول من الشكل التقليدي إلى الشكل الالكتروني، معتمدين في ذلك على التقنيات المعاصرة في تقديم خدماتها المصرفية، إضافة إلى انه كلما توفرت كوادر بشرية مؤهلة في المجال الالكتروني كلما ساعد البنوك على تسريع خدماتها بجودة عالية.

ومن خلال هذه النتائج أوصت الدراسة على العمل على تعزيز استخدام أحدث الوسائل التكنولوجية لممارسة العمل البنكي، وتطوير تقنيات المعلومات والبرمجيات وقواعد البيانات بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية بكفاءة عالية.

**4/ أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري، من إعداد الدكتور: أشرف عبد الرحمان محمد عبد الرحمان، مقال، جامعة القاهرة، مصر، 2022.**

هدفت هذه الدراسة إلى: التعرف على مفهوم التحول الرقمي وأهميته وخطواته وأبعاده ومفهوم جودة الخدمات المصرفية، كما هدفت أيضا إلى معرفة مدى تأثير تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية بالقطاع المصرفي والتعرف على الخدمات المصرفية الرقمية وأنواعها وأبعادها.

وتوصلت من نتائج التحليل الإحصائي للدراسة الميدانية وجود تأثير ذي دلالة إحصائية لتطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية في قطاع البنوك العامة وقطاع البنوك الخاصة وإن كان مرتفعا نسبيا في البنوك العامة وهو ما يفسر تبادل بنكي مصر والبنك الأهلي المصري الحصول على جائزة أفضل بنك في التحول الرقمي وابتكار الرقمي السنويتين المتقدمتين من اتحاد المصارف العربية في السنوات الأخيرة.

وجاءت أهم التوصيات في: رفع كفاءة العاملين رقميا والتدريب المستمر على التعامل الرقمي مع الخدمات الرقمية والعملاء إضافة إلى التوسع في حملات تثقيف المواطنين بأهمية التحول الرقمي في القطاع المصرفي، والتوسع في تقديم خدمات مصرفية رقمية تواكب التطور التكنولوجي السريع.

5/ أثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية -دراسة حالة عينة من البنوك التجارية -، من إعداد الدكتورة: ديدوش هاجرة، أطروحة دكتوراه، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2022.

وهدفت الدراسة إلى تقديم إطار مفاهيمي حول تكنولوجيا المعلومات والنظم الحديثة، وكذا عرض مفاهيم نظرية حول الخدمة المصرفية وجودة الخدمة المصرفية، والتعرف على مختلف قنوات الصيرفة الالكترونية المعتمدة في تقديم الخدمات المصرفية، كما هدفت الى الوقوف على واقع الصيرفة الالكترونية، وكذا الخدمات المصرفية الالكترونية المعتمدة بالبنوك الجزائرية العمومية والخاصة منها.

و قد توصلت الدراسة الى : انه وجب على البنوك حتى لا تخرج من المنافسة العالمية مسابرة التطورات الحاصلة في مجال المعاملات المالية الالكترونية بتبنيها الصيرفة الالكترونية و تقنيات الذكاء الاصطناعي التي جاءت بوسائل الكترونية مطورة كالبطاقات البنكية ، النقود الالكترونية ، و كذا الشيكات الالكترونية ، علاوة على ذلك أظهرت النتائج إلى أن جودة الخدمة المصرفية الجيدة تقود إلى تخفيض التكاليف سواء تكاليف الأخطاء أو تكاليف التشغيل ، أو حتى تكاليف الإعلان و الترويج ، إضافة إلى زيادة ربحية المصرف و الحصة السوقية له ، و تحسين أداء الأعمال المصرفية .وذلك يعزز سمعة المصرف و صورته أمام جمهور المتعاملين معه ، و بدوره وضع المصرف في مواجهة المنافسة .

وجاءت أهم التوصيات: في تشجيع المصارف الجزائرية في مواكبة في مواكبة الذكاء الاصطناعي، وتحول القطاعات المصرفية والمالية الجزائرية من مرحلة الاقتصاد التقليدي الى مرحلة الاقتصاد الرقمي تزامنا مع احتواء هذا التحول وتداعياته.

### ➤ هيكل الدراسة:

لمعالجة الاشكالية المطروحة والاسئلة الفرعية وثبات الفرضيات او نفيها، تم تقسيم الدراسة الى مقدمة وفصلين الاول نظري والثاني تطبيقي وخاتمة.

الفصل الاول: بعنوان الإطار النظري للتحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية يتناول هذا المبحث مفاهيم تخص التحول الرقمي، اهميته، خصائصه، مراحلها، ابعاده، كما تطرقنا في المبحث الثاني لمفهوم جودة الخدمة المصرفية وابعادها، اهميتها، خصائصها، مستوياتها، وكذا طرق قياسها، اما المبحث الثالث فاستعرضنا من خلاله أثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية وابعادها.

اما الفصل الثاني: كان على شكل دراسة ميدانية فينقسم الى مبحثين، المبحث الاول يتناول دراسة نظرية حول البنك ويضم تقديم عام للبنك ثم وكالة ميلة، اما المبحث الثاني فقد تم التطرق من خلاله الى منهجية

## المقدمة

دراسة الاستبيان واختيار المجتمع والعينة لاختبار أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل بنك القرص الشعبي الجزائري وكالة ميله، واخيرا حاولنا في المبحث الثالث اظهار عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات.

ننهي هذه الدراسة بخاتمة عامة كحوصلة لاهم النتائج المتوصل إليها، وتتضمن الاجابة على مختلف التساؤلات المطروحة، وتقديم المقترحات.

# الفصل الأول:

## الإطار النظري للتحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية



## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### تمهيد:

شهدت ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال تطورات مختلفة في شتى المجالات لا سيما في المجال المصرفي، و الذي عرف عبرها وسائل دفع جديدة و متطورة حققت سرعة كبيرة في العمل البنكي، ورافقها ظهور ما يسمى بالتحويل الرقمي، مما أدى إلي تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة و تطويرها من الخدمات التقليدية إلى خدمات رقمية حديثة و بشكل جيد، حيث أصبحت الخدمة المتميزة احد اسس التفاضل بين بنك و آخر عندما تشابهت عروض البنوك في جميع الخدمات المصرفية المقدمة، وبالتالي فان مستوى جودة أداء الخدمات أصبح من اسلحة التنافسية في ضمان استمرارية البنوك، خاصة إذ أدركت البنوك أهمية جودة الخدمة كهدف أساسي للوصول لرضا العملاء وولائهم للبنك.

وسنتناول في هذا الفصل ما يلي:

المبحث الأول: ماهية التحويل الرقمي في البنوك.

المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية.

المبحث الثالث: إثر التحويل الرقمي لتحسين جودة الخدمات المصرفية.

# الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

## المبحث الأول: التحويل الرقمي في البنوك

إن التطورات التكنولوجية التي ظهرت في الآونة الأخيرة وبالأخص الرقمنة سلطت الضوء على مصطلح التحويل الرقمي وزادت أهميته خاصة في السنوات الأخيرة في المجتمع والمؤسسات وذلك لدوره الكبير في التغييرات التنظيمية والمعاملات وقد أصبح من الضروريات من أجل خلق القيمة وتغيير أسلوب ونموذج العمل داخل أي مؤسسة.

### المطلب الأول: ماهية التحويل الرقمي

#### 1. مفهوم التحويل الرقمي:

في هذا الصدد سوف نشير إلى مختلف التعاريف التي قيلت عن التحويل الرقمي على النحو التالي:

"يرمز لتحويل الرقمي (Digital transformation) DX التحويل في الأعمال أو الحكومات أي، إجراء تغييرات جذرية تطال نموذج العمل و الإجراءات و العمليات ، قد يطال التحويل عملية تغيير المنتج أو طريقة تقديم الخدمة كليا .قد يكون استراتيجيا يتدخل في وظائف المؤسسة كلها من المبيعات إلى التوريد وتقنية المعلومات وكل سلسلة القيمة " <sup>1</sup>.

التحويل الرقمي هو التحويل في طريقة العمل بالمؤسسات، بحيث يقل العمل الرتيب ويزيد وقت التفكير بالتطوير، وهو تسريع طريقة العمل اليومية، بحيث يتم استغلال تطور التكنولوجيا الكبير الحاصل لخدمة الزبائن بشكل أسرع وأفضل. كما أنه يمثل زيادة الكفاءة في خط سير العمل بحيث تقل الأخطاء وتزيد الإنتاجية، إضافة الى انه زيادة عدد أعضاء الفريق من دون الحاجة إلى التوظيف <sup>2</sup>.

وتعرف عملية التحويل الرقمي بشكل موجز بأنها تحويل أعمال المؤسسات إلى نماذج تعتمد على التكنولوجيات الرقمية في تقديم الخدمات وتصنيع المنتجات وتسيير قطاعات الموارد البشرية <sup>3</sup>.

كذلك تم تعريفه: التحويل الرقمي هو عملية إحداث ثورة في العمليات الإدارية والتجارية للاستفادة من التقنيات الرقمية، بهدف جعلها أكثر كفاءة، ويمكن الوصول إليها، بحيث تكون قابلة للتطوير <sup>4</sup>.

<sup>1</sup> جميلة سلايمي ويوسف بوشي، التحويل الرقمي بين الضرورة والمخاطر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، جامعة ابن خلدون، تيارت - الجزائر، سبتمبر 2019، ص947

<sup>2</sup> إلهام يحيوي، التسويق الرقمي: كيفية تطبيق التحويل الرقمي في مجال التسويق، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، جامعة حمة لخضر، الوادي - الجزائر، ديسمبر 2019، ص135

<sup>3</sup> داني مزره وآخرون، مداخلة مقدمة إلى الملتقى: "التحول الرقمي والتنمية المستدامة: نحو إستراتيجية التحويل للدولة الرقمية المستدامة في العالم العربي"، جامعة سليمان الدولية، تركيا، 03\_04 /02 /2023

<sup>4</sup> سهام سليم الجعافرة، الرقمنة وتحسين أداء جودة الخدمة في البلديات، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، المجلد 04، العدد 2، وزارة الإدارة المحلية، بلدية الكرك الكبرى، الأردن 2023، ص 749

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

كما يعرف أنه: " عملية انتقال الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات و الخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات وفرص تزيد من قيمة منتجاتها " <sup>1</sup>.

ويقصد بالتحويل الرقمي السعي إلى تحقيق استراتيجية المنظمات وتطوير نماذج الاعمال والتشغيل المبتكرة والمرنة من خلال الاستثمار في التقنيات وتطوير المواهب وإعادة تنظيم العمليات وإدارة التغيير لخلق قيمة وخبرات جديدة والموظفين واصحاب العلاقة، يبدأ أساسا من وجود استراتيجية تعمل على تحقيق الهدف الأساسي من التحويل الرقمي وهو خدمة الإنسانية وفي ذات الوقت مساعدة المنظمات على البقاء والاستمرار في ضوء العمل الأخلاقي <sup>2</sup>.

وعرف كذلك أنه: " تكامل التقنيات الرقمية والعمليات التجارية في الاقتصاد الرقمي، تأثير التحولات الرقمية ثلاثة جوانب تنظيمية، من الخارج مع تحسين تجربة العميل وتغيير دورة حياته بأكملها، من الداخل التأثير على أهداف العمل والقيادة الأساسية والهياكل الهرمية، وبشكل عام، عندما تتأثر جميع أقسام وفرص العمل يؤدي ذلك عادة إلى نماذج أعمال جديدة تمام " <sup>3</sup>.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن إعطاء تعريف إجرائي للتحويل الرقمي DT في البنك: هو استخدام التقنيات و التطبيقات الحديثة من أجل تغيير الأسلوب القديم (التقليدي) وتبني الرقمنة ومواكبة التطورات التكنولوجية في عمل البنوك، وذلك لتحسين من مستوى خدماتها و تلبية حاجات عملائها وكسبهم من خلال تسهيل التعامل بينهم، والتكيف مع متطلبات موظفيها و استفادتهم من القدرات الرقمية لإنشاء نماذج أعمال مصرفية و خلق خدمات جديدة، بهدف التحسين من الأداء المالي للبنوك و تقليل المخاطر و دعم الميزة التنافسية بين البنوك.

### 2. خصائص التحويل الرقمي:

تتمثل خصائص التحويل الرقمي في مايلي:

- الاعتماد على الأصول غير ملموسة بشكل كبير، والتي تشمل الملكية الفكرية والتنمية واستخدام البرمجيات والخوارزميات التي تحلل الكم الهائل من البيانات الناتجة عن الأعمال في الإنتاج أو العرض على منصات الأنترنت وكذلك المحتوى الإبداعي الذي يلعب دورا رئيسيا الإنتاج وتقديم الخدمات عبر الأنترنت؛

<sup>1</sup> نبيلة عبد الفتاح قشطي، حوكمة التحويل الرقمي، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون دستوري والنظم السياسية، مجلة الشرق الأوسط للعلوم الإنسانية والثقافية، المجلد1، العدد5، 2021، ص 417

<sup>2</sup> حسين مصباحي، التحويل الرقمي - الإطار المستقبلي لنظم وتكنولوجيا المعلومات، جامعة كفر الشيخ، مصر، 2021، ص 12

<sup>3</sup> ZyadinSayabek&SaltanatSuieubayeva.(2020).Digital Transformation in Business.SpringerNature.p 409 .

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

- مشاركة العملاء والمستخدمين في خلق قيمة للبيانات، حيث تستخدم الشركات المنصات الرقمية للتفاعل مع عملائها، من خلال تحليل سلوك العملاء وزيادة عائداتهم، مثل إعادة بيع البيانات ووضع إعلانات خاصة بالعملاء على المنصات مقابل رسوم، وخلق القيمة يحدث من خلال أنترنت الأشياء والعمولات والعملاء الافتراضية والاقتصاد التشاركي؛
- يمكن لشركات والبنوك استخدام الأنترنت ومنصاته، لإنشاء علاقات مع العملاء والوصول الى نطاق واسع وتقديم خدماتها عبر الحدود والمسافات دون وجود مادي، وكذلك دون الحاجة الى وجود منشأة في الدول الأخرى؛
- أن الشركات المهيمنة على الأعمال الرقمية غالبا ما تكون منصات، حيث تمكن البائعين والمشتريين من التفاعل، وفي هذه الحالة تكون الشركات نشطاء ويستفيدون من الأنترنت لتقليل من تكاليف المعاملات، ويمكن أيضا الربط بين المعلنين والمستهلكين وتزويد المستهلكين بخدمات مجانية؛
- إن التحويل من الإدارة التقليدية أو الورقية الى الإدارة الرقمية أو الالكترونية، كآلية حديثة لتسجيل وتخزين ونقل واسترجاع المعلومات، مما يساعد الإدارة في عملية إتخاذ القرار ويزيد من دقة وسرعة العملية؛
- هناك أهمية للحجم، فكلما زاد الحجم أو عدد الأشخاص المستخدمين كلما زادت القيمة أي تأثير شبكة الأنترنت، وإذا كان ذلك مهما بالنسبة للعديد من الشركات، فإنه أكثر أهمية في ظل الاقتصاد الرقمي، ويرجع ذلك لسببين: الأول، أنه غالب ما تكون للمنصات الرقمية تكاليف ثابتة كبيرة و تكاليف هامشية قليلة، و السبب الثاني يرجع الى فائدة كل جانب تتزايد بكون الحجم أو في زيادة عدد الأشخاص في الجانب الآخر<sup>1</sup>.

### 3. ركائز التحويل الرقمي:

لكي تكون استراتيجية التحويل الرقمي فعالة حقا، لا يكفي مجرد تبني التقنيات الجديدة لتحقيق أقصى قدر من التأثير، يجب أن يمس التحويل جميع جوانب البنك والركائز تقوم على التكامل بالتطبيقات والخدمات وتكامل البنى التحتية وقواعد البيانات، وتحسين أداء الموظف من خلال رفع جودة وكفاءة العمليات البنكية لتلبية حاجات المستفيدين، والتنبؤ بها وتقديمها عبر قنوات إلكترونية متعددة وتخفيف التكلفة

<sup>1</sup> أمل علي إبراهيم، دور التحويل الرقمي في دعم الإيرادات الضريبية (مع إشارة خاصة للاقتصاد الرقمي)، مجلة البحوث المالية، كلية التجارة، المجلد 22، العدد الأول، جامعة بورسعيد، مصر، يناير 2021، ص 270-271

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

الجهد عن المستفيد، والعمل على تعزيز الثقة من خلال رفع مستوى ثقة المستفيد بالبنك، وثقة المستفيد والموظف البنكي بالعمليات الإلكترونية، ومن أبرز مرتكزات التحول الرقمي الركائز التالية:

1. تجربة العميل: يعد إبتكار الأعمال الذي يحركه العملاء أحد الركائز الأساسية التي تقود التحول الرقمي، من الأفضل اعتماد تقنية جديدة فقط بعد إستكشافها بدقة، مع مراعات رحلة العميل وسلوكه وتوقعاته.

2. المجتمع المحلي: يحتاج الموظفون إلى الشعور بالدعم، وليس بالتهديد من خلال إعتقاد التكنولوجيا التحويلية ولا يمكن أن تنجح نماذج الأعمال الرقمية الجديدة إلا إذا إحتضنها الموظفون تماما، ويمكن تحقيق هذه الأهداف من خلال تنظيم التدريب وتوظيف المواهب المناسبة والاحتفاظ بالمواهب الحالية من خلال تزويدهم بفرص التطوير.

3. إحداث التغيير: تقود جهود التحول الرقمي إلى التغيير على كل مستوى من مستويات العمل، ولتجنب الحمل الزائد والارتباك بسبب التغييرات غير المتوقعة، فإن التخطيط هنا يبدو ضروريا، وتحتاج إلى توفير الأدوات والبيئة اللازمة للتحول الرقمي الناجح.

4. التعاون: يرتبط التحول الرقمي والابتكار ارتباطا وثيقا بالتعاون، فالابتكار هو توليد الأفكار التحويلية التي تحتاج إلى إنشاء مساحة التواصل المفتوح والتعاون والحرية الإبداعية التي تلهم الموظفين للتجربة، بمجرد اخبار الفكرة من الممكن متابعة التحول الرقمي لتنفيذها على نطاق واسع.

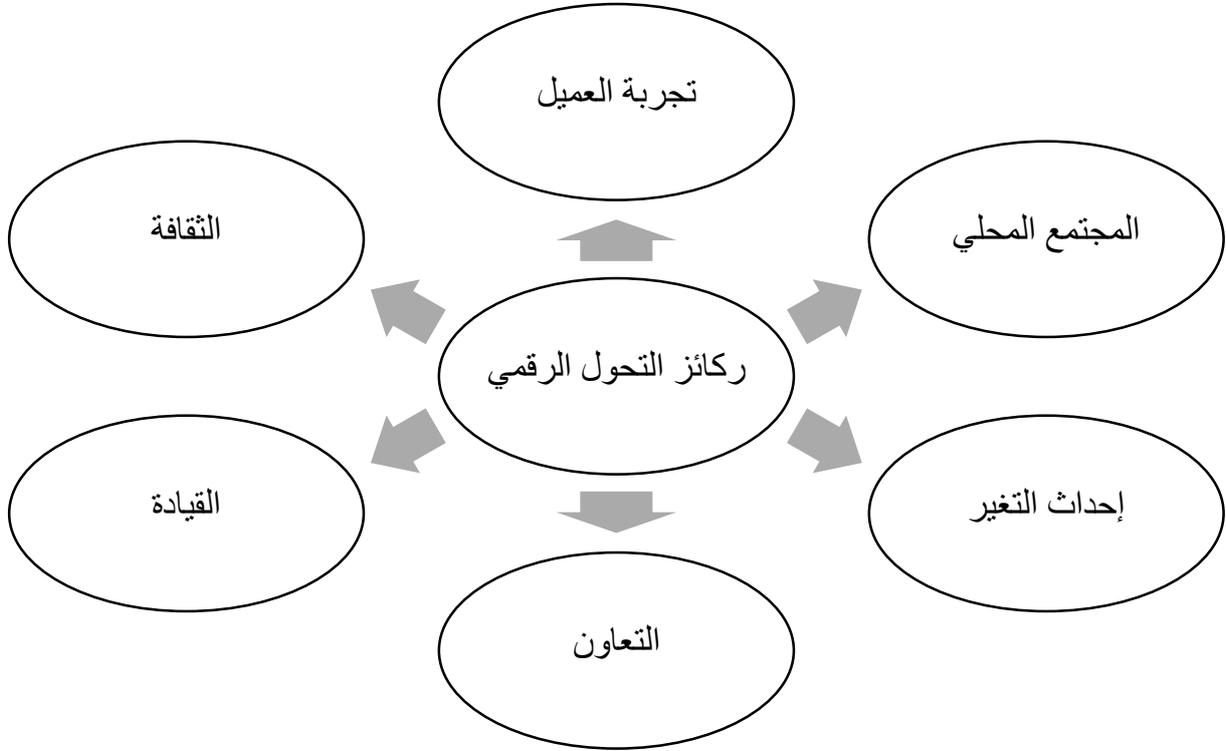
5. القيادة: يحتاج قادة الأعمال إلى أن يكونوا استباقين وأن ينظموا جميع التحولات الرقمية ، تحتاج إلى التفكير في المستقبل واستكشاف كل تقنية من زوايا متعددة ، و إلهام الآخرين لفعل الشيء نفسه<sup>1</sup>.

6. الثقافة: يؤدي تنفيذ الركائز الخمس السابقة من قبل قادة التحول الرقمي إلى ظهور ثقافة الإبتكار، مع الموظفين المتحمسين لتقديم أفضل تجربة ممكنة للعملاء، وتنمو مبادرات التحول الرقمي و تؤتي ثمارها بسرعة.

<sup>1</sup>سهام سليم الجعافرة، مرجع سبق ذكره، ص 795

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

الشكل (01): ركائز التحويل الرقمي



المصدر: من اعداد الطالبتين بالإعتماد على المعطيات السابقة

### 4. أهداف التحويل الرقمي:

لابد وأن يتم تحديد أهداف واضحة لتحويل الرقمي في كل مجال من المجالات حتى نستطيع الوصول إليها وتحقيقها بالصورة الصحيحة، ولا بد أن نعلم جيدا لكل مجال أهداف خاصة به وتختلف هذه الأهداف من مكان إلى آخر ولكن عملية التحويل الرقمي في العموم أيضا لها أهداف عامة وهي:

- تحسين الأداء في العمل المطلوب.
- تحسين جدوى الاستثمارات.
- تحقيق المنافع الكثيرة للفرد نفسه قبل استخدامه في تحقيق المنفعة لمجاليه أو تخصصه سواء كان طالب أو عامل.
- زيادة عملية الإنتاج وتحسين قيمة المنتجات.

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

- تطبيق الخدمات الجديدة والمبتكرة والبعد عن الطرق التقليدية.
- استخدام حلول مبتكرة وجديدة في حل المشكلات.
- تغيير طرق العمل تماما إلى طرق أفضل والقضاء على طرق التفكير التقليدية وطرق تنفيذ المهام التقليدية تماما.
- تقليل الأخطاء في العمل وهذا ما تساعد عليها الآلات الحديثة والأجهزة التكنولوجية.
- القدرة على التخطيط لمستقبل أفضل.
- استخدام الإبداع والتشجيع عليه.
- استخدام وتجريب وتطبيق التطورات التكنولوجية التي يصل إليها العالم كل يوم للاستفادة الكاملة منها.
- خلق جو جديد من الابداع و التميز و المنافسة للوصول لأفضل النتائج<sup>1</sup>.

### 5. أهمية التحويل الرقمي في البنوك:

يكسب التحويل الرقمي أهميته من خلال ما يقدمه من ممارسات وتغييرات ونتائج لها تأثيراتها على نماذج الأعمال الأساسية، وبشكل أكثر تحديدا يركز الباحث على تناول أهمية التحويل الرقمي كما يلي:

أشار Silvia zarkova إلى أن هناك أهمية كبيرة للتحويل الرقمي في البنوك حيث يساعد في رفع مستوى الشفافية وامن المعلومات المصرفية، استدامة الربحية، الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء المتغيرة مرونة ودقة الخدمات المالية، تمكين العملاء من فتح وإغلاق الحسابات من خلال المنصات المالية

وأكد christophbreidbach على أن التحويل الرقمي يوفر الجهود وتكاليف تقديم الخدمات، يرفع الكفاءة التشغيلية وينظمها، تبسيط إجراءات تقديم الخدمات المصرفية، تقديم خدمات إبداعية ومبتكرة، دعم القدرات التنافسية وخلق القيمة.

كما أشار (عبد الرحمان سليمان) إلى أن أهمية التحويل الرقمي في البنوك ترجع تنوع الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك على منصات الرقمية مثل خدمات تحويل الأموال بين الحسابات المختلفة ،

<sup>1</sup>الموشي زهية، نايلي إلهام، التحول الرقمي كمحفز للتنمية الاقتصادية في ظل الأزمات مع الإشارة لواقعه في الدول العربية، مداخلة مقدمة الى الملتقى الوطني حول كتاب أعمال الملتقى الافتراضي الوطني حول : التحويل الرقمي في الجزائر كآلية لدعم تنافسية الاقتصاد الوطني وكسب رهان التنمية في ظل الازمات والتحديات الراهنة ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي - الجزائر ، 23سبتمبر 2021 ، ص 26

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

الشراء من المواقع والدفع من خلال تطبيقات الهاتف المحمول، ابتكار منتجات مالية جديدة، وتمكين التحويل إلى البنوك الرقمية

و أشار s.s.galazova إلى أن التحويل الرقمي له أهمية كبيرة على مستوى البنوك حيث يساعد على تحسين طرق التفاعل بين البنوك و الجهات الرقابية المختلفة و العملاء المحتملين، تقديم القروض و الخدمات المصرفية الأخرى عبر الانترنت من خلال استخدام تقنيات ووسائل فائقة الذكاء، تحسين الخدمات المصرفية، نشر الثقافة المالية الرقمية

وفي نفس السياق أشار carmen cuesta إلى وجود أهمية كبيرة للتحويل الرقمي في البنوك و التي تتبع من القدرة على توليد و تقديم الخدمات المالية عبر القنوات الرقمية، استثمار التطورات التكنولوجية لاستجلاء ميول و طموحات العملاء و التنبؤ بحاجاتهم بسرعة، إمكانية تواصل العملاء مع البنوك عبر جميع القنوات التقليدية و الرقمية ، كافة الخدمات المالية و تقديمها بشكل سريع و مريح من خلال البنوك الرقمية<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: أسباب ومراحل التحويل الرقمي في البنوك

#### - الفرع الأول: أسباب التحويل الرقمي البنوك

- تتمثل أسباب التحويل الرقمي في القطاع المصرفي في:
  - اشتداد المنافسة في صناعة الخدمات المصرفية.
  - افتقاد العديد من المؤسسات المالية والمصرفية للكادر.
  - تسارع التطور التقني في مجال أنظمة الاتصالات والأجهزة والبرمجيات.
  - تزايد الاعتماد على التعاقد مع جهات خارجية بتقديم هذه الخدمات.
  - تزايد إمكانية حدوث احتيال مالي.
  - تراجع فعالية الخدمات المصرفية التقليدية.
  - ظهور قضايا انتهاك الخصوصية: نتيجة لمحاولات السرقة والاختلاس التي يمكن أن تحدث لسرقة دفتر شيكات أو بطاقة ائتمان أو غيرها من العمليات الأخرى.
  - انعدام الأمن: اكبر مشكل يواجه المجتمع فيما يخص وسائل الدفع التقليدية، هو مشكل الشيكات بدون رصيد حيث أصبحت مشكلة اجتماعية بسبب الانتشار الواسع لها، و من الجرائم أيضا التي ترتكب في

<sup>1</sup> هاشم أمين، اثر التحويل الرقمي على ايداع العاملين في ظل توسط طبيعة الهيكل في البنوك، أطروحة دكتوراه (منشورة)، جامعة بنها، مصر 2022، ص 15 - 17

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

حق الشيك ، إصدار أمر للمسحوب عليه بعدم صرف الشيك في غير الحالات المقررة قانونيا و تحرير شيك و التوقيع عليه بصورة تحول دون صرفه ، و غيرها من المشاكل الأخرى<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: مراحل التحويل الرقمي في البنوك

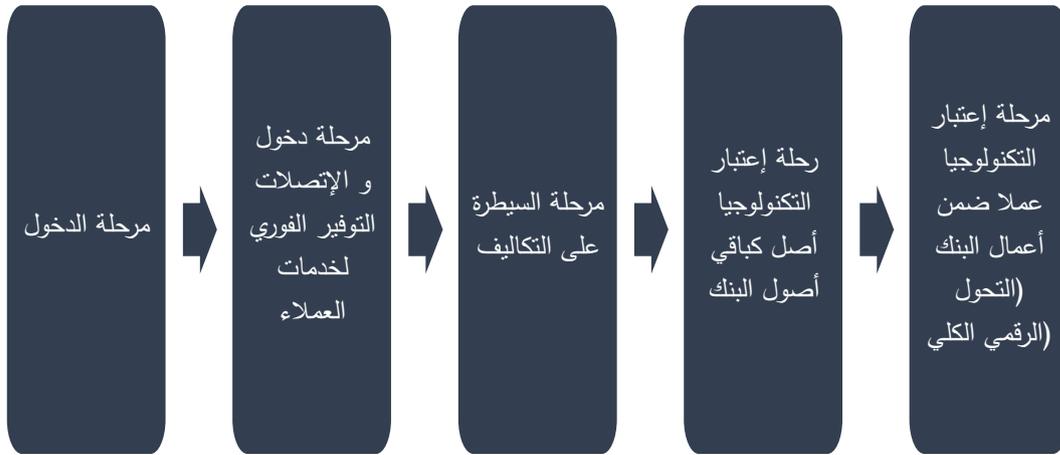
لقد مر التحويل الرقمي واستخدام التكنولوجيا من قبل البنوك بست مراحل تتمثل في:

- **مرحلة الدخول:** تمثل مرحلة الدخول المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال-البنوك بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية، حيث بدأ الأخصائيون في التكنولوجيا يدخلون إلى البنوك للعثور على الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال البنوك الخلفية مثل مشكلات التأخير في إعداد التقارير المالية والمحاسبية ولم يكن هناك تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا التنفيذية فكان المهم هو حل المشاكل المتعلقة بالعمل البنكي.
- **مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا:** تتمثل مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا المرحلة التي بدأ فيها انتشار الوعي التكنولوجي بالنسبة للعاملين بالبنك من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالإعمال.
- **مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء:** تميزت مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء بالتكاليف العالية، حيث بدأ اهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا.
- **مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف:** هي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا، وعمدت هذه الإدارات إلى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.
- **مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصل كباقي أصول البنك:** في هذه المرحلة تم الاعتراف بالتكنولوجيا كأصل من أصول المؤسسة وبالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا بدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا.
- **مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال البنك (التحول الرقمي الكلي):** تعتبر المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا، و التي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي، تحسين الضبط على الصعيد العملي و تسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> بلعياش ميادة، *اثر الصيرفة الالكترونية على السياسة النقدية، دراسة مقارنة*، الجزائر - فرنسا، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص اقتصاديات النقود و البنوك و الأسواق المالية ، جامعة بسكرة ، 2014-2015 ، ص 18-19  
<sup>2</sup> ناظم محمد نوري الشمري و عبد الفتاح زهير العبد الالنت، *الصيرفة الالكترونية ( الأدوات و التطبيقات و معيقات التوسع )* ، دار وائل للنشر ، عمان - الأردن ، 2008 ، ص 25-26

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

الشكل (02): مراحل التحويل الرقمي في البنوك



المصدر: من اعداد الطالبتين من المعطيات السابقة

### المطلب الثالث: أليات وفوائد التحويل الرقمي في البنوك

#### الفرع الأول: أليات التحويل الرقمي في البنوك

يتطلب نجاح التحويل الرقمي مجموعة من الأليات تشمل على تقنيات، والبيانات، والموارد البشرية، والعمليات ويمكن توضيحها على النحو التالي:

- **التقنيات:** يتطلب التحويل الرقمي استخدام منظومة من الأجهزة، وأنظمة التشغيل ووسائل التخزين والبرمجيات، التي تعمل ضمن بيئات تقنية ومراكز معلومات، تتيح استخدام الأصول بكفاءة. كما يتطلب ضمان مستوى خدمة مناسب لعاملين وكذلك الموردين، يتم تقديمها بواسطة فرق مهنية مسؤولة عن المنظومة التقنية والبيئة التحتية للشبكة سواء ملموسة أو سحابية.
- **البيانات:** ينبغي للبنوك أن تبذل مجهود لإدارة البيانات وتحليلها بانتظام وفعالية من أجل توفير معلومات وإجراءات نوعية موثوقة وكاملة، مع تطوير أدوات مناسبة للبحث عن البيانات للتنبؤ بالمستقبل، كما ينبغي متابعة تدفق البيانات واستمرارها، والاستفادة منها بما يتماشى مع أهداف البنك ورؤيته ورسالته.
- **الموارد البشرية:** يرتكز التحويل الرقمي على عنصر مهم هو الموارد البشرية لتطبيقه، لذا ينبغي توفير كوادر مؤهلة قادرة على استخدام البيانات وتحليلها، لأخذ قرارات فعالة، كذلك يتطلب بناء رؤية البنك والتخطيط لها وتنفيذ مخططاته ووجود كفاءة بشرية مؤهلة علميا، وذات خبرة عملية لتحقيق التغيير والتطور.

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

- **العمليات:** ينبغي للبنوك إرساء تقني فعال يسمح بتطوير العمليات، التي هي مجموعة من المهام التي تنتج خدمة وتقدمها للعملاء لضمان تطبيق أمثل للتحويل الرقمي وتتضمن هذه المهام الموازنة مع البيئة الداخلية والخارجية في إنجاز تلك العمليات مع وجود نظام داخلية قوي<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: فوائد التحويل الرقمي في البنوك

لتحويل الرقمي فوائد عديدة ومتنوعة على مستوى البنوك وعملائها وأيضاً للمؤسسات والشركات وهي كالتالي:

1. يوفر التكلفة والجهد بشكل كبير ويحسن الكفاءة التشغيلية للبنوك وينظمها.
2. يعمل على تحسين وتبسيط الإجراءات وتحسين من جودة الخدمات البنكية بما يمكن للعملاء والجمهور الوصول إليها واستخدامها بسهولة.
3. يخلق فرصاً للابتكار والإبداع في الخدمات البنكية وجعلها مغايرة عن طرق تقديم الخدمات التقليدية، وهذا ما يساهم في خلق الرضا والقبول عند الجمهور المتعامل مع هذه البنوك.
4. كما يساعد التحويل الرقمي البنوك على التوسع والإنتشار والوصول إلى شريحة أوسع من العملاء والجمهور.
5. كما يساعد على رفع من مستوى الشفافية وتطبيق الحوكمة بما يؤدي إلى التقليل من الأخطاء.
6. حل مشكلة نقص السيولة عبر توفير السيولة الكترونياً.
7. زيادة الإنتاجية للمنتجات الخدمية مما يحقق استمرارية الخدمات والاعمال المالية والبنكية.
8. السرعة والمرونة عبر تحديث طرق تقديم الخدمات المالية والبنكية من الطريقة التقليدية إلى الطريقة الرقمية مما يختصر الوقت والإجراءات الروتينية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> أسماء مبارك إبراهيم بكري، *دور تطبيق التحويل الرقمي في ترشيد تكاليف الخدمات المصرفية في البنوك التجارية المصرية*، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، جامعة 6 أكتوبر، كلية التجارة، المجلد الثالث عشر، العدد الثاني، مصر، مارس 2022 ص 481

<sup>2</sup> أسامة محمد الشوخي، *2023 عام التوجه نحو تعزيز التحويل الرقمي للخدمات المالية و المصرفية للمصارف اليمنية* (مقال منشور على الخط)، جمعية البنوك اليمنية - صنعاء، بتاريخ 2023/02/08 (<https://yemen-yba.com/13616/2023>)

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### المطلب الرابع: تحديات ومعوقات التحول الرقمي في البنوك

#### الفرع الأول: تحديات التحول الرقمي في البنوك

تواجه البنوك صعوبات وتحديات في محيطها الرقمي ومن بين هذه التحديات نذكر:

. يعد غياب الإحساس بضرورة والإلحاح لتحول تحديا رئيسيا، حيث تجد كل بنك أن هناك شخصا يرى الحاجة للتغيير، ومنهم من لا يرى ضرورة لتغيير.

. عدم فاعلية تقنية المعلومات المستخدمة في مواجهة التحول، وبحسب الدراسة يعود ذلك إلى عدم التكيف مع نظام العمل أو استخدام نظم قديمة التي تسبب بطء التغيير.

. نقص المهارات التقنية للأفراد العاملين بالبنك: يعد عامل أساسي لا بد من مراعاته أثناء صياغته وإعداد الاستراتيجية الرقمية.

. **الثقافة التنظيمية:** هي عبارة عن مزيج من المعتقدات والقيم وتعتبر كمشكل يعيق عملية التحول الرقمي مالم تكن قائمة على التغيير.

. **التنسيق:** إذا لم يتم الاتصال الجيد بين القمة الإستراتيجية والموظفين تفشل عملية التحول الرقمي لذا لا بد من تحديد الأدوات والمسؤوليات والأهداف بدقة.

. عدم كفاءة وخبرة الكوادر التنظيمية في التعامل مع أساسيات ومتطلبات التحول الرقمي.

. ضعف البنية التحتية المتعلقة بتجهيزات وتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وقدمها ومحدوديتها.

. القوانين و التشريعات، غالبا ما تشكل عائق يحيط بفعالية التحول الرقمي مما يجعلها بطيئة مما قد يعود بالخسائر على البنك<sup>1</sup>.

#### الفرع الثاني: معوقات التحول الرقمي

إن فشل مبادرات التحول الرقمي غالبا ما يلقي باللوم فيها على قادة تكنولوجيا المعلومات الذين يفترون إلى فهم أوسع للعوامل الرئيسية التي تؤثر على مثل هذه المهام الكبرى

نظرة القادة المسؤولين عن أقسام تكنولوجيا كوسيلة لتحقيق غاية أكبر، برز الفرق بين القائد الإستراتيجي الذي يمتلك نظرة واسعة، والخبير التكنولوجي المتخصص الذي لا يفقده في مجال الأعمال الشيء الكبير.

<sup>1</sup> صدوق غرسي واخرون، **واقع وأهمية التحول الرقمي والأتمتة**، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والإدارية، المجلد 03، العدد 02، المركز الجامعي أفلو، الجزائر، 2021، ص 104

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

1. عدم توافق المكافآت مع التحول الرقمي.
  2. عدم وضوح أنظمة القياس والمكافآت.
  3. عدم مشاركة الموظف وانخراطه في التحول الرقمي.
- كما يرى بعض الباحثين أن العوائق الرئيسية لتحول الرقمي هي:
- نقص الخبرة الرقمية والمعرفة بالتحول الرقمي.
  - مقاومة التغيير وضعف القيادة والثقافة غير المرنة.
  - عدم وضوح الرؤية والهدف.
  - الافتقار إلى التعاون والمواعمة<sup>1</sup>.

### المطلب الخامس: أبعاد التحول الرقمي

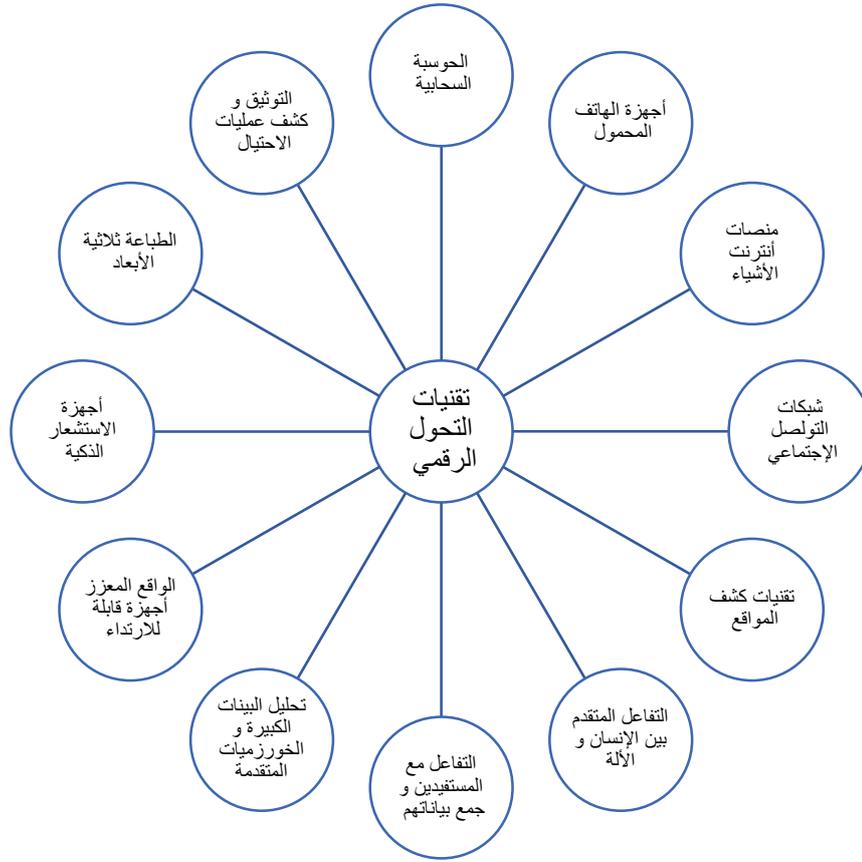
يمكن حصر الأبعاد الرئيسية للتحول الرقمي في النقاط التالية:

1. **التقنيات الرقمية:** يمثل التحول الرقمي تحولا ناجما عن تطور التكنولوجيات الجديدة، فلقد لوحظ في الأدبيات أن التقنيات الرئيسية المذكورة في سياق التحول الرقمي للمؤسسات هي تكنولوجيات الإنترنت التحليلية، ولقد تطورت هذه التقنيات التكميلية هذه السنوات الأخيرة بشكل خاص بفضل التقنيات السحابية ويمكن توضيح تقنيات التحول الرقمي من خلال الشكل التالي:

<sup>1</sup> لبنى سحر فاري، *دراسة تحليلية لمحددات نجاح التحول الرقمي في الشركات*، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، مخبر التنمية المحلية المستدامة، المجلد 08، العدد 15، جامعة المدية، الجزائر، 2021، ص39

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

الشكل (03): تقنيات التحول الرقمي



**المصدر:** (عبد الرحمن بن فهد المطرف، التحول الرقمي للتعليم الجامعي في ظل الأزمات بين الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة من وجهة نظر أعضاء التدريس، المجلة العلمية لكلية التربية، المجلد 36، العدد 07، 2020، الصفحة 164)

2. **تجربة المستخدم (العميل):** يضع التحول الرقمي المستخدمين في صميم استراتيجية المؤسسة، فالزبائن يطالبون أكثر فأكثر فيما يتعلق بجودة المنتجات والخدمات، و يتوقعون أن تكون المؤسسة قادرة على التكيف بسرعة وتخصيصها حسب احتياجاتهم المتغيرة، وينطبق الأمر بشكل خاص على الأجيال الرقمية الجديدة ، التي لديها معرفة عميقة بالتكنولوجيات الجديدة وقدرة هامة لمشاركة تجربتها مع الآخرين عبر وسائل الإعلام الاجتماعية ، ولمواجهة هذه التوقعات الجديدة يتعين على المؤسسات تكييف سلوكياتها للتعامل مع منتجاتها وخدماتها وفقا لاتجاهات الاستهلاك هذا هو سبب الذي يجعل التحول الرقمي يبدأ عموما بتحويل وظيفة التسوق ويمر هذا الأخير على وجه الخصوص من خلال اعتماد أدوات إدارة علاقات الزبائن (CRM) كأحدث جيل يدمج بعدا اجتماعيا قويا من خلال وحدات تحليل الشبكات الاجتماعية . كما جاء

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

رقمنة وظيفة الموارد البشرية أيضا مع تنفيذ أدوات إدارة علاقات الموظفين (ERM)، ويعتبر هذا النوع من الأدوات أن الموظف زبون داخلي و يهدف إلى ضمان مستوى علي من الخدمة<sup>1</sup>.

### المبحث الثاني: مفاهيم حول جودة الخدمات المصرفية

تعتبر الخدمات المصرفية أساس العمل في البنوك، وتتميز الخدمات المصرفية بخصائصها وتطورها، حيث تقدم البنوك المعاصرة مجموعة كبيرة من الخدمات المصرفية لأنها احد أهم المؤسسات التي تقدم منتجات غير ملموسة، إلا أنها عرفت كخيرها من المؤسسات بتقديم خدمات مصرفية متنوعة، ويقصد بالتنوع هنا هو قيام البنك باستخدام خدمات جديدة أو تطوير خدمات قائمة بما يتلاءم مع رغبات العملاء.

فالخدمات المصرفية تسعى إلى تحقيق أهداف البنك المختلفة، وذلك بتحقيق أقصى ربح ممكن وبأقل تكلفة، وهذا من اجل إرضاء زبائنها بالدرجة الأولى من خلال تقديم خدماتها المختلفة، ونتيجة لتعدد البنوك والمؤسسات المالية فقد اوجد هذا المناخ جوا تنافسيا بينها وحرص كل بنك على تقديم الخدمات المصرفية تكون ذات جودة وكفاءة عالية مقارنة بالبنك المنافس.

### المطلب الأول: ماهية الخدمة المصرفية

قبل التطرق إلى مفهوم الخدمة المصرفية يمكن التطرق الى مفهوم الخدمة باعتبار الخدمات المصرفية شكلا خاصا من أشكال الخدمة:

#### 1. تعريف الخدمة:

هناك العديد من التعاريف للخدمة وأهم هذه التعاريف ما يلي:

-الخدمة تعرف على أنها نشاط غير ملموس الذي يهدف أساسا إلى إشباع رغبات ومتطلبات العملاء بحيث يرتبط هذا النشاط ببيع سلعة أو خدمة.

وعرفت أيضا: الخدمات تعتبر نشاطات معرفة ولكن غير محسوسة وتمثل الهدف الرئيسي لتعامل ما غرضه تحقيق رضا الزبائن<sup>2</sup>.

كذلك تم تعريف الخدمة بأنها: منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع للعميل نتيجة تطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية على أشخاص أو أشياء معينة ومحددة الخدمة لا يمكن حيازتها أو استهلاكها ماديا.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> لموشي زهية، نايلي الهام، مرجع سبق ذكره، ص 13-14

<sup>2</sup> العربي حسبية، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المالية و المصرفية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015-2016، ص 2

<sup>3</sup> عمر علي بابكر الطاهر، نزار بن عبد الله، اثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، مجلة العربية للنشر العلمي، محافظة الدرب، المملكة العربية السعودية، العدد14، السنة 2019، ص 82

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

وتعرف أيضا: قيام المؤسسة بممارسة أنشطتها من خلال التفاعل بينها وبين المستفيد، من أجل تقديم منفعة غير ملموسة تفي باحتياجاته وتحقق رضاه<sup>1</sup>.

نستج من التعاريف السابقة بان الخدمة نشاط إنساني يتم من خلالها تقديم منافع لشخص آخر، بحيث يكون هذا النشاط غير ملموس ولا يتم امتلاكه أو حيازته.

### 2. تعريف الخدمات المصرفية:

مفهوم الخدمة المصرفية لا يبتعد أو يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بشكل عام حيث أنها تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد أو الآلات التي تقدم من خلالها.

وأن مفهوم الخدمة المصرفية يشمل بعدين أساسيين هما **البعد المنفعي** و**البعد الخصائصي**.

**البعد المنفعي:** يتمثل في مجموع المنافع التي يسعى العميل إلى تحقيقها من استخدامه للخدمة و**البعد المنفعي** للخدمة يختلف من عميل لآخر وذلك لاختلاف الاحتياجات والرغبات ولعدم سهولة وقياس المنفعة بشكل دقيق، وإنما تعتمد عملية التقييم على المستفيد وعلى مستوى الإشباع الذي يحصل عليه.

**البعد الخصائصي أو السماتي:** ويتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي تتصف بها الخدمة المقدمة<sup>2</sup>.

- عرفت الخدمة المصرفية على أنها مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير ملموسة والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها النفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة بين الطرفين<sup>3</sup>.

- و تعرف على أنها نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس، يقوم البنك بتقديمها لعميله بغية إشباع حاجاته و رغباته، و قد يكون إنتاجها مرتبطا بمنتج مادي و قد لا يكون، ولا يترتب عنها أي انتقال للملكية<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> مصطفى مفيد مصطفى عبيد، نور الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المقدمة في هيئة التقاعد الفلسطينية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة - فلسطين ، 2021-2022، ص 36

<sup>2</sup> مداح عرابي الحاج، مديوني جميلة، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية باستخدام نموذج Servqual- تجربة المصارف الإسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية، الملتقى الدولي: الاقتصاد الإسلامي، الواقع... ورهانات المستقبل، الأردن، عمان، الطبعة 01، غرداية - الجزائر، 23-24 فيفري 2011، ص 4

<sup>3</sup> بهلول خيرة، مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص إدارة و

تسيير المؤسسة ، جامعة احمد بن يحي المونشريسي ، تيسمبيلت - الجزائر 2021-2022 ، ص 81  
<sup>4</sup> بلعاش ميادة، اثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات النقود و البنوك و الأسواق المالية، جامعة بسكرة - الجزائر، 2014-2015، ص 10

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

و تعرف الخدمة المصرفية على أنها: إشباع حاجات العملاء عن طريق توصيل الخدمات المصرفية في الوقت و المكان و الحجم و التكلفة المناسبة، عن طريق قبول الودائع و إعطاء القروض و السلف و تحقيق الائتمان والاستثمار<sup>1</sup>.

ومن خلال التعاريف السابقة توصلنا إلى تعريف الخدمات المصرفية: على أنها تتمثل في مختلف الأنشطة والعمليات المقدمة من طرف البنك إلى العميل لتلبية رغباتهم ولجذب ولأنهم بصفة دائمة مع الاهتمام بجانب الربحية بالنسبة للبنك.

### 3. خصائص الخدمة المصرفية:

تتميز الخدمات المصرفية بمجموعة من الخصائص منها ما هو متعلق بطبيعتها كخدمة والتي تتمثل في الخصائص التالية (عدم الملموسية، عدم الانفصال، عدم التجانس، وفنائية الخدمة) ومنها ما هو متعلق بطبيعة النشاط المصرفي، والتي تجعل الخدمة المصرفية مختلفة ومتميزة عن باقي الخدمات ومن هذه الخدمات نجد ما يلي:

- **تعدد وتنوع الخدمات المصرفية:** فالخدمات التي تقدم من قبل المصارف كثيرة ومتنوعة باعتبار أن المصارف تكون مجبرة على تقديم مجموعة واسعة من الخدمات حتى تستطيع تلبية الاحتياجات التمويلية والائتمانية والخدمات المصرفية الأخرى.
- **الخدمة لا يمكن فصلها:** بحيث لا يمكن فصل الخدمة عن الجهة الموردة لها، كما أنها ملازمة للزبون الحاصل على تلك الخدمة؛
- **غير ملموسة:** تمتاز بأنها خدمة غير ملموسة، ولا يمكن رؤيتها، أو لمسها بحيث لا يتمكن الزبون من تقييم الخدمة قبل استهلاكها.
- **الفنائية:** أنها تستهلك وتندثر آنياً، وفي حال عدم استهلاك الخدمة فإنها تختفي معها فرصة تعظيم الربح، وكما تعتبر الكلف المرتبة عن تقديم الخدمة بالنسبة للمنظمة تكلفة اقتصادية، ولا يمكن استرجاعها.
- **غير متجانسة:** حيث يختلف أداء كل من مورد الخدمة أو الزبون في كل مرة تقدم فيها تلك الخدمة
- **صعوبة تقييم الخدمات المصرفية:** لان الخدمات المصرفية غير ملموسة يصعب لمس الخصائص المادية والمنفعية لها، ولعدم قدرة المصرف على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية، فان الزبون

<sup>1</sup> نوري المهدي الكوني، المدخل العلمي للإدارة الإلكترونية (تحديث خدمات المنظمات المصرفية)، دار الكتب الوطنية بنغازي، الطبعة 01، طرابلس، ليبيا، 2020، ص 158

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

لا يستطيع تقييم شرائه للخدمات المصرفية قبل الحصول عليها وهذا يؤثر على برامج الترويج و التوزيع للخدمة المصرفية.

- **الإنتشار الجغرافي:** وذلك من خلال انتشار فروع المصرف بشكل متناسب لتقديم الخدمات المصرفية إلى أكبر عدد ممكن من العملاء في مناطقهم، و ذلك من خلال تغطية احتياجاتكم سواء كانت على المستوى المحلي، الوطني، أو حتى على المستوى الدولي<sup>1</sup>.

### 4. أنواع الخدمات المصرفية:

إن لمن الصعب أن نقوم بحصر جميع الخدمات المصرفية التي أصبحت تقدمها المصارف نظرا لتعدد الخدمات المصرفية وتنوعها، والتي أصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة لاستعمال الوسائل التكنولوجية الحديثة في تقديمها، وعموما يمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية على النحو التالي:

(1) **قبول الودائع:** وتتمثل في مختلف الحسابات والودائع التي تترك لدى المصرف هي:

-الودائع الجارية : الحسابات الجارية أو حسابات تحت الطلب.

-الودائع الادخارية : و هي الودائع لأجل محدد ، ودائع التوفير، و شهادات الإيداع

(2) **تقديم التسهيلات الائتمانية:** وتتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل، بالإضافة إلى خطابات الضمان وفتح الاعتمادات المستندية.

(3) **الخدمات المصرفية التقليدية:** وهي كل الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية يوميا لعملائها مقابل حصولها على عمولات مثل:

صرف الشيكات المسحوبة على البنك بالعملة المحلية والأجنبية.

• تحصيل الشيكات لصالح عملاء البنك.

• إجراء جميع عمليات التحويلات وفقا لأوامر العملاء بالداخل و الخارج.

• إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع العملاء.

• فتح الحسابات بالعملة المحلية و الأجنبية.

(4) **الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية:** وتتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية، إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن، المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية، خدمات الهندسة

<sup>1</sup> ديدوش هاجرة، حريزي عبد الغني، *بور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية*، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 26، المجلد 17، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف - الجزائر، 2021، ص 104-105

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

المالية، خدمات أمناء الاستثمار لصالح الزبائن، تقديم الاستثمارات المالية، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء.

وتجدر الإشارة أن هذه الخدمات جد محدودة في البنوك الجزائرية نظرا لضعف التعامل بالأدوات المالية الاستثمارية وضعف السوق المالي أي البورصة.

(5) **الخدمات المصرفية الحديثة:** هذه الخدمات أصبحت مميزة لتطور نظام المصرفي في جميع دول العالم وخاصة الدول المتقدمة لأنها تهدف لإرضاء العملاء، وكذلك تسهم بشكل كبير في زيادة عوائد البنوك المالية وتشمل: وسائل الدفع الالكترونية كبطاقة الائتماني وآلات الصراف الآلي، و نظم التحويل الالكتروني في الأموال، و الخدمات المصرفية عن بعد، و الخدمات المصرفية عن طريق الانترنت، أو ما يسمى بالبنوك الالكترونية.

### 5. عناصر الخدمة المصرفية:

هناك عدد كبير من العوامل والمتغيرات التي تؤثر على الخدمة المصرفية والتي يعزم المصرف تقديمها أو إدخالها إلى السوق المصرفي، وترتبط هذه العوامل بالخدمة المصرفية ذاتها، وتظهر أهمية هذه العوامل بصفة خاصة في مرحلة التقديم للخدمة المصرفية، وأهم هذه العوامل ما يلي:

1- **درجة التعقد في الخدمة المقدمة:** حيث كلما زادت درجة التعقيد في الخدمة، كلما كان صعبا على الأفراد العاديين فهمها وتقبلهم لها، ودافعا لانصراف العملاء عنها، لذا يتطلب من المصارف القائدة تبسيط مكونات الخدمة المصرفية والعمل على تجزئة الخدمة وتقديمها على اعلى درجة من الكفاءة والفاعلية.

2- **درجة التحديث في الخدمة المصرفية:** حيث كلما زادت درجة الجودة، والابتكار كلما طالت الفترة لتقبل العميل للخدمة المصرفية.

3- **مدى توافق الخدمة المصرفية المقدمة مع قيم وعادات وتقاليد المجتمع:** فكلما ازداد هذا التوافق، كلما ازداد الدفع والحافز على تقبل العميل للخدمة وعلى التعامل معها وارتياحه لها.

4- **مدى إمكانية التعرف على مزايا و تكاليف الخدمة المصرفية قبل التعامل عليها مع المصرف:** حيث تتزايد احتمالات تقبل العملاء للخدمات المقدمة إذا زادت معلوماتهم عنها و معرفتهم بكافة تكاليفها و جوانبها و المزايا التي تمنحها هذه الخدمة نسبيا أو مطلقا، بالقياس بالنسبة للمنتجات البديلة أو المنافسة، و العمل المصرفي عمل ذو طابع خاص دائم التطور، و دائم التحسين و الارتقاء و دعائمه تعتمد على:

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

أ. السرعة الفائقة في أداء الخدمة، والتي لا تسمح بوجود أي تأخير.

ب. الدقة الكاملة التي لا تسمح بوجود أي خطأ.

ت. الفاعلية المشبعة التي لا تسمح بوجود أي نقص أو قلق أو توتر في الإشباع<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية

تعد جودة الخدمات المصرفية من الأساسيات التي تسبق إرضاء العملاء وولائهم، فإن جودة الخدمات المصرفية تعتبر شرطاً لإشباع رغبات وحاجات العملاء والاحتفاظ بهم، قبل أن نتعرض لي مفهوم جودة الخدمات المصرفية سوف نقوم بتعريف الجودة وتعريف جودة الخدمة.

#### 1. مفهوم الجودة:

يرجع مفهوم الجودة (Quality) إلى الكلمة اللاتينية ، و التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء و درجة الصلابة ، و قد كانت قديماً تعني الدقة و الإتقان.

وتعددت تعريفات الجودة نذكر منها:

عرفتها الجمعية الأمريكية لضبط الجودة (Asqc) بأنها: مجموعة من المزايا و خصائص المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات المستهلكين<sup>2</sup>.

- الجودة هي المطابقة لمواصفات ومعايير ومخططات تضعها المؤسسة فيكون المنتج ذو جودة إذا كان يمثل لهذه المجموعة من القواعد و المواصفات الفنية<sup>3</sup>.

- مدخل المجتمع، التكاليف التي يتحملها المجتمع لتقديم خدمة أو منتج معين للسوق عموماً، وتعبر الجودة عن مدى التزام منظمات الأعمال بتقديم منتجات تحقق رغبات وتطلعات الزبائن<sup>4</sup>.

- فيما عرفتها المؤسسة العالمية للتقييس (ISO) وفقاً لسلسلة المواصفات الأيزو 2000:9000 بأنها "الدرجة التي تشبع فيها الحاجات و التوقعات الظاهرية و الضمنية من خلال جملة الخصائص الرئيسية المحددة مسبقاً<sup>5</sup>.

<sup>1</sup> بهلول خيرة، مرجع سبق ذكره، ص 93

<sup>2</sup> عمار محمد زهير تيناوي، نور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات، رسالة ماجستير،

تخصص ادارة اعمال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018-2019، ص 51

<sup>3</sup> قطاف فيروز، تقييم جودة الخدمة المصرفية و دراسة أثرها على رضا العميل المصرفي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 21، جامعة محمد

خضير، بسكرة - الجزائر، 2011، ص 95

<sup>4</sup> بن زكورة العونية، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنك الإسلامي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية،

جامعة مصطفى اسطبولي، معسكر- الجزائر، المجلد 20، العدد 02، 2019، ص 300

<sup>5</sup> مشنان بركة، دور الثقافة التنظيمية في تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي، أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير،

تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة - الجزائر، 2016، ص 5

## الفصل الأول: التأصيل النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

من التعاريف السابقة، نستنتج أن الجودة هي مجموعة من الخصائص التي تميز المنتج والتي تؤهله لتلبية أو تجاوز توقعات العملاء.

### 2. مفهوم جودة الخدمة:

تعرف جودة الخدمة بأنها التميز في تقديم الخدمات المطلوبة بفاعلية بحيث تكون خالية من الأخطاء و العيوب و الشوائب، و تقدم بأقل تكلفة ممكنة و ترقى لمستوى توقعات الزبائن و تحقيق رضاهم التام حاضرا و مستقبلا، و ذلك من خلال التحسين و التطوير المستمر و الالتزام بمتطلبات و معايير الأداء، و أداء العمل بشكل صحيح من المرة الأولى<sup>1</sup>.

ويمكن تعريف جودة الخدمة من حيث مدركات العميل بمعنى مدى وجود مطابقة بين الخدمة و التوقعات أو حتى ظهور مستوى يفوق التوقعات من وجهة نظر العميل و ليس المنظمة<sup>2</sup>.

و قد تبنى البعض مفهوما عن جودة الخدمة مفادها أن مفهوم الجودة ينعكس من خلال إدراك المستفيد للجودة و درجة مطابقتها لتوقعاته، فإذا حصل المستفيد على الخدمة و كان ما قدم إليه أدنى مما كان يتوقعه فقد اهتمامه بالمؤسسة، و إذا كان ما قدم إليه منفق مع توقعاته أو تفوق عليها فانه يقبل على تكرير التعامل مع المؤسسة الخدمية<sup>3</sup>.

و يؤكد آخر أن جودة الخدمة هي: سلسلة من العلاقات بين العملاء و العاملين بالمنشأة، و يجب العمل على تحسين تلك العلاقة باختيار أفراد قادرين على تقديم خدمة أفضل<sup>4</sup>.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف جودة الخدمة على أنها تقديم خدمة تتناسب مع احتياجات وتوقعات العملاء أو تتجاوزها.

### 3. مفهوم جودة الخدمات المصرفية:

- جودة الخدمة المصرفية تعد مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، و بالتالي فان تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات

<sup>1</sup> خيري على أوسو، لؤي لطيف بطرس، تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن، الجامعة المستنصرية، العراق، 2006، ص 14

<sup>2</sup> وفاء صبحي التميمي، أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، جامعة العلوم التطبيقية، عمان - الأردن، المجلد 10، العدد 01، 2007، ص 103

<sup>3</sup> الهام عطوي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء المصارف الأردني، مذكرة ماجستير، تخصص العلوم المالية والمصرفية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، اربد - الأردن، 2011، ص 18

<sup>4</sup> لعراف فائزة، بوقرة رايح، تقييم جودة الخدمة البنكية المقدمة من منظور الزبائن، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة المسيلة - الجزائر، العدد 12، 2014، ص 22

## الفصل الأول: التأصيل النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

العملاء، فمفهوم جودة الخدمة المصرفية يكمن في مدى تطابق توقعات العملاء لأبعاد جودة الخدمة و مستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الخدمة المقدمة لهم<sup>1</sup>.

- تعد جودة الخدمة المصرفية سلاحا تنافسيا فاعلا أصبحت البنوك تستعمله كوسيلة لتميز خدماتها عن منافسيها لتحقيق الميزة التنافسية<sup>2</sup>.

- جودة الخدمة المصرفية هي إرضاء لمتطلبات الزبائن ودراسة قدرة البنك على تحديد المتطلبات والقدرة على النفاؤها، فإذا تبنى البنك عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب ان يسعى من خلالها التفوق على متطلبات الزبائن<sup>3</sup>.

- جودة الخدمة المصرفية هي التزام البنك بالموصفات القياسية التي تكون الخدمة المصرفية قد صممت على أساسها من جهة، وإدراك العملاء لجودة الخدمة التي يتلقونها من جهة أخرى، ويمكن النظر إلى جودة الخدمة المصرفية بأنه محصلة التفاعل بين العميل وبين الخدمة التي يقدمها البنك لجمهور العملاء<sup>4</sup>.

- في ظل التغيرات الحاصلة و زيادة التطورات أصبح تحسين جودة الخدمات المصرفية من الأهداف الرئيسية للبنوك، و تعرف جودة الخدمات المصرفية على أنها ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العملاء نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فالخدمة الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق و تتطابق مع توقعاتهم عموما تمثل جودة الخدمات المصرفية عاملا أساسيا لتطوير الهمل المصرفي من خلال إيجاد فرص في بيئة تنافسية تتميز بالتجديد، كما يسعى البنك لتحقيق رضا التام للعميل و كلما قدم البنك خدمات في المستوى بما يحقق رغبات العميل كلما زاد تعاملهم معه<sup>5</sup>.

- و عرفت أيضا على أنها التفوق على توقعات الزبون، أي أن البنك يتفوق في خدماته التي يؤديها فعليا على مستوى التوقعات التي يحملها الزبون اتجاه الخدمات، فجودة الخدمة المصرفية ترتبط و تعتمد

<sup>1</sup> شاهر محمد عبيد، اثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا و التزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية

للدراستات الاقتصادية و الإدارية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، العدد 04، 2021، ص138

<sup>2</sup> بريس عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف - الجزائر،

العدد 03، ص259

<sup>3</sup> هالة عبدلي، الصيرفة الالكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد01، 2017، خنشلة

- الجزائر، ص388

<sup>4</sup> مكي الحاج، وآخرون، اثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضا الزبون المصرفي، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10، العدد03 الجزائر

2019، ص65

<sup>5</sup> أمينة قاجة، طيبي رتيبة، تأثير إدارة معرفة العميل في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك العمومية، مجلة شعاع لدراسات الاقتصادية،

المجلد 06، العدد02، جامعة ورقلة - الجزائر، 2022، ص36

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

على احتياجات و توقعات العملاء، فإذا تم تقديم خدمة تتفق مع احتياجات و توقعات العملاء أو تتفوق عليها قيل أن الخدمة تتصف بالجودة<sup>1</sup>.

- جودة الخدمة المصرفية هي الفرق بين توقعات العملاء للخدمة المستهدفة وإدراكهم للأداء الفعلي لها و ذلك حسب ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل(04): يمثل مفهوم جودة الخدمة المصرفية



المصدر: (عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، الطبعة الاولى، مصر، 1999، ص: 337)

يوضح الشكل أعلاه انه إذا توافقت إدراكات العملاء للناتج مع توقعاتهم له ، فإنهم سيكونون راضيين عن هذه الخدمة ، أما إذا فاق الناتج التوقعات فان الخدمة تعتبر متميزة ، أما إذا حدث العكس فان الناتج لم يرق إلى مستوى التوقعات أو ناتج الخدمة فإنها تصبح رديئة<sup>2</sup>.

- ومن التعاريف السابقة يمكن الاستنتاج أن جودة الخدمة المصرفية هي قدرة البنك على إرضاء عملائه من خلال تقديم خدمات تلبى احتياجاته وتتوافق مع توقعاته.

<sup>1</sup> خلف فاطمة الزهراء، معين السيد أمين، فعالية وكفاءة نظام المعلومات البنكي في الرفع من جودة الخدمات المصرفية، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد 5، جامعة الجزائر 2021، ص80

<sup>2</sup> احمد طرطار، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كالية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة الملتقى الدولي حول ادارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة - الجزائر، 2010، ص 9

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### المطلب الثالث: أهمية وخصائص جودة الخدمات المصرفية

#### الفرع الأول: أهمية جودة الخدمات المصرفية

- لجودة الخدمة المصرفية أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات البنكية التي تهدف إلى تحقيق النجاح والاستقرار، ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الإنتاج، وتصنيف المنتجات بانتظار العملاء أما في مجال الخدمات المصرفية فإن العملاء والموظفون يتعاملون معا من اجل خلق القيمة و تقديمها على اعلي مستوى، فعلى البنوك الاهتمام بالموظفين و العملاء معا، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما مايلي:

1- نمو مجال الخدمة: لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فنصف المؤسسات الأمريكية مثلا يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات، إلى جانب ذلك فالمؤسسات الخدمائية مازالت في نمو متزايد ومستمر.

2- ازدياد المنافسة: إن تزايد عدد المؤسسات الخدمية سوف يؤدي الى وجود منافسة شديدة بينها لذلك فان الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.

3- فهم العملاء: إن العملاء يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع البنوك التي تركز على الخدمة، فلا يكفي تقديم خدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفر المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعملاء.

4- المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة: أصبحت المؤسسات الخدمية البنكية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها السوقية لذلك لا يجب على البنوك السعي من اجل اجتذاب عملاء جدد فقط ، و لكن يجب كذلك المحافظة على العملاء الحاليين ، و لتحقيق ذلك لا بد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة<sup>1</sup>.

#### الفرع الثاني: خصائص جودة الخدمات المصرفية

نظرا لطبيعة وتنوع النشاطات المصرفية وخضوعه المستمر للتغيرات مما تسبب في اختلاف خصائصه عن خصائص الخدمات بصفة عامة وتتمثل خصائص جودة الخدمات المصرفية في:

(1) لا يمكن صنع الخدمة مقدما وتخزينها.

<sup>1</sup> بن بوريش نشاط الدين، *اثر تكنولوجيا الاعلام و الاتصال على جودة الخدمات البنكية*، اطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك مالية و تأمينات، جامعة فرحات عباس، سطيف - الجزائر، 2017-2018، ص 105

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

(2) لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للمستهلك للحصول على موافقته عن جودتها قبل الشراء.

(3) لا بد من قيام موظف البنك بالتأكد من تقديم ما يطلبه العميل.

(4) الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت.

(5) الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى في حالة وجود الخدمات المصرفية غير قابلة للفحص قبل تقديمها للعملاء<sup>1</sup>.

### المطب الرابع: تقييم جودة الخدمات المصرفية

#### الفرع الأول: مستويات جودة الخدمات المصرفية

هناك عدة مستويات لجودة الخدمات المصرفية:

أ- الجودة المتوقعة من قبل عملاء المصرف وتتمثل في الجودة التي يرى العملاء ضرورة وجودها.

ب- الجودة المدركة من قبل إدارة المصرف والتي تختلف من مصرف لآخر حسب رؤية ورسالة وأهداف المصرف وقدراته المالية.

ج- جودة المواصفات والمقاييس وهي الجودة التي تصدر عن هيئات المواصفات والمقاييس المالية والمصرفية.

د- الجودة الفعلية وهي الجودة التي تؤدي بها الخدمة الفعلية للعملاء.

هـ- جودة الخدمات المصرفية المروجة للعملاء عبر وسائل الاعلان المختلفة<sup>2</sup>.

#### الفرع الثاني: طرق قياس جودة الخدمات المصرفية

إن أهم تعاريف جودة الخدمات المصرفية تركز على مدى مطابقة الجودة لتوقعات العملاء وبالتالي فاعلية طرق القياس تركز على قياس جودة الخدمات من منظور العملاء.

➤ **قياس جودة الخدمة من منظور الزبائن:** من الطرق الشائعة لقياس جودة الخدمات نجد:

<sup>1</sup> بهلول خيرة، مرجع سبق ذكره، ص 104

<sup>2</sup> احمد خيضر احمد، جودة الخدمات المصرفية و دورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة، مجلة اقتصاد المال و الأعمال، العدد 01، المجلد 03، بغداد - العراق، 2019، ص 434

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

• مقياس عدد الشكاوى: تمثل الشكاوى التي يتقدم بها الزبائن خلال فترة زمنية معينة، مقياسا هاما يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى أو ما يقدم لهم من خدمات لا يتناسب مع إدراكهم لها والمستوى الذي يريدون الحصول عليه، ويمكن هذا المقياس المؤسسات الخدمية من اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب حدوث مشاكل وتحسين مستوى جودة ما تقدمه من خدمات لعملائها.

• مقياس رضا: وهو أكثر المقاييس استخداما لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمات المقدمة وخاصة بعد حصولهم على هذه الخدمات عن طريق توجيه الأسئلة التي تكشف للمؤسسات الخدمية طبيعة شعور الزبائن نحو الخدمة المقدمة لهم وجوانب القوة والضعف بها، كما يمكن هذه المؤسسات من تبني إستراتيجية للجودة تتلاءم مع احتياجات الزبائن وتحقق لهم الرضا نحو ما يتقدم لهم من خدمات.

• مقياس الفجوة: تعني Servqual جودة الخدمة، وهي كلمة مكونة من العبارتين Service والخدمة و Qualité الجودة. يتم في هذا النموذج تحديد الفجوة بين توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها وذلك باستخدام الأبعاد الخمسة: الجانب الملموس من تقديم الخدمة والاعتمادية وكذا الاستجابة السريعة والأمان، واللباقة (التعاطف). كما يقوم نموذج الفجوة على معادلة أساسية تتضمن العنصرين السابقين كما يلي:

**جودة الخدمة = التوقعات - الإدراكات** فقد حدد نموذج Servqual خمسة فجوات يمكنها ان تسبب عدم النجاح في

تقديم الجودة المطلوبة وهي:

✓ الفجوة رقم (1): وهي الفجوة بين ما يرغبه العملاء وبين ما تعتقد الإدارة

✓ عن ما يرغبه هؤلاء العملاء.

✓ الفجوة رقم (2): تنتج بسبب عدم تطابق خصائص الخدمة مع إدراكات الإدارة لتوقعات العميل.

✓ الفجوة رقم (3): تظهر نتيجة الاختلاف بين المواصفات المحددة للجودة و

✓ بين مستوى الأداء الفعلي لها.

✓ الفجوة رقم (4): وهي الفجوة بين الخدمة المروجة والخدمة المقدمة فعلا.

✓ الفجوة رقم (5): تمثل الفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المؤداة.

• مقياس الأداء الفعلي Servperf Measure: تعني Servperf أداء الخدمة و هي

## الفصل الأول: التأصيل النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

كلمة مكونة من العبارتين Service والخدمة و Performance الأداء. ظهر خلال 1992 نتيجة للدراسات التي قام بها كل من (Taylor) et (Gronin) وتعرف الجودة في إطار هذا النموذج مفهوما اتجاهيا يرتبط بادراك العميل للأداء الفعلي للخدمة المقدمة ويعرف الاتجاه على انه: "تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة" إذ يركز هذا النموذج على الأداء الفعلي للخدمة، ويرفض فكرة الفجوة في تقييم جودة الخدمة، باعتبار انه يتم الحكم عليها من خلال اتجاهات الزبائن، ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية، **جودة الخدمة = الأداء الفعلي**. كما لا يختلف هذا الأسلوب عن سابقه (مقياس الفجوة) في المعايير المستخدمة لقياس جودة الخدمة (الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف).

• مقياس القيمة: يركز هذا المقياس على العلاقة بين المنفعة والسعر الذي يحدد القيمة، فكلما ازدادت مستويات المنفعة للخدمات المدركة، انخفض سعر الحصول عليها، و بالتالي تزداد القيمة المقدمة للعملاء ومن ثم يزداد إقبالهم على طلب الخدمات، والعكس صحيح. فتوفر هذا المقياس في المؤسسة الخدماتية يدفعها إلى تركيز جهودها لتقديم خدمة متميزة لعملائها بأقل تكلفة ممكنة.

➤ **قياس الجودة المهنية:** يرى الكثير من الباحثين أن تقييم جودة الخدمة من منظور الزبون يمثل جزءا من برنامج الجودة، وعلى ذلك مقاييس الجودة المهنية تتناول قدرة منظمات الخدمة على الوفاء بخدماتها المتنوعة من خلال الاستخدام الأمثل لمواردها المتاحة يمكننا التمييز بين أنواع المقاييس التالية: قياس الجودة بدلالة العملاء، قياس الجودة بدلالة العمليات، قياس الجودة بدلالة المخرجات.

➤ **قياس الجودة من المنظور الشامل:** يتم خلال هذا المدخل معالجة شاملة لقياس جودة الخدمة و تقويمها من وجهة نظر الزبون ، و من وجهة نظر مقدم الخدمة أو المؤسسة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>جباري فادية، **تأثير جودة الخدمات على رضا العميل**، رسالة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية ، جامعة أبو بكر بلقايد ، تلمسان - الجزائر ، 2011 ، ص 181-182

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### الفرع الثالث: صعوبات قياس جودة الخدمة المصرفية:

إن المؤسسات المصرفية تركز على تحسين جودة خدماتها من خلال الاعتماد على نماذج قياسها، وأساليب مناسبة لها، إلا إنها تواجه صعوبات تكمن في مايلي:

1. في الخدمات يلعب العنصر البشري دورا مهما في إنتاج الخدمة، ومن هنا تعتمد جودة الخدمة على أفراد موجّهين بالمهام أكثر من توجيههم باحتياجات العملاء، كما أن جودة الخدمة تعتمد على مشاركة المستفيد من عملية إنتاج الخدمة، وبالتالي فإننا نتحدث هنا عن عملية تفاعلية بين مقدم الخدمة والمستفيد، و هنا تحتاج المؤسسة إلى معلومات دقيقة عن احتياجات العملاء، و محاولة الوفاء بها، و مع تعدد العملاء يجب تنويع القياس ما يجعل توافر مقياس ثابت لجودة الخدمة أمرا صعبا.
2. هناك بعض الخدمات لا يكون الطلب عليها ثابتا وإنما يتغير من فترة لأخرى، ومن هنا يجب أن تتم عملية القياس في أوقات مختلفة.
3. تكون الكثير من نظم القياس متصدعة نظرا لعدم إلمام هؤلاء المصممين والمستخدمين للنظام بالمعرفة الكافية بما الذي يقاس، والغرض منه، وكيف تستخدم النتائج
4. المدراء لا يقيسون في اغلب الأحيان الجودة خلال سلسلة الخدمة، فبينما يمكن أن يختار بعضهم التركيز على قياسات الأداء الداخلي فقط، فيمكن أن يركز بعضهم الآخر على قياسات العميل الخارجية فقط، وبالطبع ما يلزم هو ائزان بين كل منهما.
5. قياس ادراكات العميل يمكن أن يزيد في حد ذاته من التوقعات، وفي الكثير من الحالات يكفي تحسين الجودة لإنتاج مرتفع بالتوقع من ناحية العميل.
6. صعوبة وضع معايير ثابتة لقياس جودة الخدمات، وتعميمها على كل المؤسسات المصرفية وهنا تظهر حاجة ماسة لقيام كل قطاع بتطوير مقاييس مناسبة لخصائص الخدمات التي
7. يقدمها على أن تضمن هذه المقاييس تحقيق نوع من التوازن بين أهداف مقدمي الخدمات و
8. طالبي الخدمة في آن واحد وبالتالي تحقيق أهداف المؤسسة ككل<sup>1</sup>.

### الفرع الرابع: أساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية:

تعددت آراء الباحثين والدارسين حول أساليب تحسين جودة الخدمات المصرفية حيث يتم

<sup>1</sup> ديدوش هاجرة، اثر استخدام نظم و تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية، أطروحة الدكتوراه علوم التسيير، تخصص لدارة مالية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف - الجزائر، 2021-2022، ص 96-97

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

إيجازها كالآتي:

### 1- مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي:

يعد التطور التكنولوجي من أهم العوامل في نمو القطاع المصرفي فهو يساعد البنوك على تقديم خدمات أسرع بأسعار اقل، الأمر الذي يدفع المصارف إلى توفير الخدمات الالكترونية الحديثة المتمثلة في خدمة الصراف الآلي، وخدمات الهاتف المنزلي، وخدمات عبر الانترنت... الخ وحفزها على امتلاك إمكانية التعرف على سلوك عملائها واحتياجاتهم لتوفير الخدمة المصرفية المطلوبة لهم.

وبناء على ذلك اهتمت الدول المتقدمة بتكاليف الاستخدام لأحدث تقنيات المعلومات و الاتصالات في مجال العمل البنكي من خلال قنوات الكترونية كأجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع الالكترونية ويترتب عن ذلك تغيرات ملحوظة في طبيعة تقديم الخدمة المصرفية و آلياته ومن أهمها:

- انخفاض تكلفة التشغيل وتقليل استخدام النقود.
- تزايد أهمية استخدام وسائل الدفع الالكترونية مثل بطاقات الائتمان والصكوك والنقود الالكترونية.
- تزايد حجم المعاملات الالكترونية عبر الحدود بين عملاء البنوك والشركات التجارية بواسطة التجارة الالكترونية.
- ظهور ما يعرف بالخدمات المنزلية المصرفية لتوفير الوقت و الجهد للعملاء و تحرير العملاء من قيد المكان و الزمان<sup>1</sup>.

### 2- الارتقاء بالعنصر البشري لتحسين جودة الخدمات المصرفية:

يعد العنصر البشري من أهم الركائز الأساسية للارتقاء بالأداء المصرفي، فبرغم من الجهود التي تبذلها البنوك في السنوات الأخيرة لتطوير الخدمة المصرفية بالاستفادة من أحدث ما توصل إليه العلم في

<sup>1</sup>سهى حسن محمود، تقويم فرص تطبيق التسويق الإلكتروني و تأثيره على تحسين جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير في ادارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، دمشق - سوريا، 2013، ص 79

## الفصل الأول: التأصيل النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

مجال التقنية والمعرفة المصرفية إلا أن هذه الجهود سوف تظل محدودة النتائج ما لم يواكبها تطوير لإمكانيات العاملين بالبنوك بما يضمن رفع مستوى تقديم الخدمة المصرفية وتحقيق أفضل استثمار للموارد البشرية في البنوك.

ومن هنا يمكن الإشارة إلى أن الارتقاء بمستوى أداء العنصر البشري يتطلب تبني عدد من الاستراتيجيات المتكاملة للوصول إلى نموذج مصرفي فعال نذكر مايلي:

- الاستفادة من أحدث الخبرات العالمية أو البنوك الكبرى لتدريب الكوادر المصرفية على استخدام الأدوات الحديثة مثل الانترنت.
- إنشاء صندوق مستقل يمول من فائض البنك، ويتم استخدامه من تمويل تكاليف استخدام الخبرات للعمل في الجهاز المصرفي.
- إرسال موظفي البنوك لدورات تدريبية بالداخل والخارج لإستعاب الأدوات والأساليب الحديثة المستخدمة في البنوك العالمية.
- ترسيخ مفاهيم الابتكار والإبداع لدى موظفي البنوك، ومواكبة التقنيات الحديثة لتطوير الخدمات المصرفية والمبادرة لكسب عملاء جدد، والتحرر من قيود الروتينية التي تعيق سير العمل.
- إلزام كافة العاملين في البنوك بتلقي برامج تدريبية على استخدام تقنية الاتصالات والحاسب الآلي باعتباره عنصرا رئيسيا لتحقيق التطوير في مهارات الموظفين.
- تشجيع العاملين المتميزين والمجددين على بدل مزيد من الجهد والإبداع باستخدام أسلوب الحوافز والمكافآت.
- ضرورة مشاركة العاملين في وضع أساليب تطوير الأداء الأمر الذي يلزم التزامهم وحسابهم عند التطبيق.
- تطوير اختصاصات القيادة الإدارية والإشرافية وتحديد مسؤولياتهم تجاه العاملين<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> سهي حسن محمود، مرجع سبق ذكره، ص 79-80

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### 3- تطبيق المفهوم الحديث للتسويق المصرفي:

يعد تبني مفهوم التسويق الحديث أمراً في غاية الأهمية في ظل التحولات العميقة التي تشهدها الساحة المصرفية، ويبدو جلياً أن التسويق المصرفي كعلم وفن لن يجد أبداً من الولوج في عصر جديد تحيط به حتمية التغيير والاختلاف كإحاطة السوار بالمعصم، إذ لا بد من التنكير أن التسويق الحديث يركز في الأساس على توجهات العملاء يتأثر بما يريدون وبما يدور في خواتمهم، ومن أهم وظائف التسويق الحديث التي ينبغي التركيز عليها نذكر:

- خلق أو صناعة العميل نحو العميل المرتقب.
- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يحقق رغبات العملاء ورضاهم.
- العمل على اكتشاف الفرص الاقتصادية ودراستها وتحديد المشروعات الجيدة.
- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بالشكل الذي يتلاءم وحاجات وقدرات العملاء المالية وذلك باستخدام الأساليب الحديثة سواء من حيث النوعية أو سبل تقديم الخدمة.
- متابعة ومراقبة السوق المصرفي والوقوف على انطباعات العملاء حول مزيج الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
- تدعيم وسائل الاتصال الشخصي وتكثيف وسائل الحوار المتبادل بين العملاء<sup>1</sup>.

### 4- مواكبة المصارف للمعايير الدولية:

على البنوك أن تواكب المعايير البنكية على الصعيد الدولي والإقليمي والمحلي وأن تراعي القواعد الواجب إتباعها و ذلك لضمان تحقيق السلامة البنكية و السعي لتتبع الخدمات المقدمة من قبلها و العمل على تحسين و نمو الخدمات المقدمة و من المجالات الواجب على البنوك أن تتبعها هي:

- أ- دعم القواعد الرأسمالية.
- ب- تطوير السياسات الائتمانية بالبنوك.
- ت- الاهتمام بإدارة المخاطر
- ث- وضع آلية للإنذار المبكر بالبنوك.

<sup>1</sup> معطي الله خير الدين، بوقوم محمد، *المعلوماتية و الجهاز البنكي - حتمية تطوير الخدمات المصرفية*، ملتقى وطني المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية - واقع و تحديات -، جامعة 8ماي 1945، قالمة الجزائر، 06/05 نوفمبر 2001، ص 202- 203

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

ج- تحديث نظم الإدارة والسياسات المصرفية<sup>1</sup>.

### 5- تفعيل دور الدولة والمصرف المركزي لتطوير أداء الجهاز المصرفي:

يعد تطوير الجهاز المصرفي أحد الأهداف الرئيسية التي توليها الدولة أهمية قصوى في وقتها الحالي و بالتالي فالدور الكبير تقوم به الدولة ومؤسساتها المختلفة بما فيها البنك المركزي في تفعيل هذا التطوير وذلك من خلال:

- تهيئة القطاع التشريعي لملاحقة المستجدات على الساحة المصرفية الدولية خاصة في ظل العولمة والتحرر الاقتصادي العالمي.
- الإسراع في إصدار القانون الموحد للبنوك الذي يستهدف ضمان أداء الجهاز البنكي وسلامته، و مجارة الاتجاهات العالمية وتطوير القطاع المالي لدعم الجهاز البنكي بما يؤهله لمواجهة المنافسة الخارجية.
- الإسراع في سن التشريعات الخاصة بنظم الدفع الالكتروني التي تنظم العلاقة بين أطراف العملية، هذا إلى جانب دراسة تأسيس هيئة للإشراف على توثيق التوقيع الالكتروني وفض أية نزاعات قد تنشأ بين البنوك وعملائها وإنشاء دوائر متخصصة للنظر في نزاعات بطاقات الائتمان.
- تطوير الدور الرقابي والإشرافي للبنك المركزي على البنوك ليتلاءم مع المخاطر المتعددة التي أصبحت تتعرض لها البنوك في ظل إقبالها المتزايد على تقديم الخدمات المصرفية المستحدثة بحيث تتم عملية التطوير في ضوء المبادئ الرقابية التي صدرت عن لجنة بازل عام 1997 و ما طرأ عليها من تعديلات.

وبناء على ذلك ينبغي العمل على تدعيم قواعد المحاسبة والمراجعة بالبنوك وضرورة قيام البنك المركزي بتوفير الكوادر الفنية اللازمة كما وكيفا لتحليل البيانات الواردة في البنوك من ناحية والوفاء باحتياجات التفتيش الميداني الدقيق والمستمر على جميع وحدات الجهاز البنكي من ناحية أخرى مهما

<sup>1</sup> أمانة مؤيد عبد الله، غصون تلفان مدلول، تحليل وقياس اثر جودة الخدمات المصرفية الخاصة على زيادة القدرة التنافسية، مجلة العلوم الإنسانية و الطبيعية، مجلة علمية محكمة، جامعة الفراهيدي، بغداد - العراق، 2021، ص 13

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

تعددت فروع ومؤسساته التابعة للإشراف والرقابة اللازمين لسلامة أدائه<sup>1</sup>.

### 6- الاهتمام ببرامج التسويق الداخلي:

إن مجرد الحصول على أفضل العاملين قد لا يمكن المنظمة من تحقيق الأداء المتميز ولكن يجب أن يتوافر لدى هؤلاء العاملين الرغبة والإتجاه الايجابي نحو تحسين جودة والتسويق الداخلي هو مفهوم حديث بمقتضاه يتم النظر إلى العاملين على أنهم عملاء داخليين وإلى وظائفهم على أنها منتجات داخلية وأن المنظمة يجب أن تبذل جهودا معينة لبيع تلك الوظائف للعاملين يجب النظر إليهم كسوق أول من وجهة نظر المنظمة والهدف النهائي للتسويق الداخلي يتمثل في تحفيز مقدم الخدمة وزيادة إدراكاته بأهمية العمل وتحقيق العناية بيه.

وبصفة عامة فانه إذا ما استطاعت المنظمة إن تحقق العناية للعملاء، فان الناتج النهائي سوف يتمثل في زيادة درجة التحفيز والرضا بين العاملين ومن ثم تحقيق مستوى مرتفع من جودة الخدمة وهو ما يؤدي في النهاية إلى مقابلة توقعات العملاء وتحقيق رضاهم وولائهم للمنظمة<sup>2</sup>.

### 7- الاستخدام المستمر للدراسات والأبحاث:

تحرص العديد من المؤسسات الخدمية على تطوير وتحسين مستوى جودة خدماتها، إلا أنها تفشل في تحقيق ذلك، لأنها لا تملك فهما واضحا عمل يتوقعه العميل منها، مما أدى إلى استخدام البحوث كوسيلة لتجميع المعلومات وتحقيق الفهم عن توقعات العملاء للخدمة وتقييماتهم للأداء الفعلي لها. وان التعرف على دور الخدمة وأبعادها والتعرف على توقعات العملاء وإدراكهم للخدمة ومشكلات التعامل فيها يمثل جوهر اي برنامج فعال لتحسين جودة الخدمة، وتساعد البحوث بصفة عامة في تحقيق الفوائد التالية للمنظمة الخدمة وهي:

- التعرف على معايير جودة الخدمة.
- مساعدة الإدارة في المفاضلة بين معايير الجودة.

<sup>1</sup> سهي حسن محمود، مرجع سبق ذكره، ص 82

<sup>2</sup> فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس - الجزائر، 2011-2012، ص 51-52

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

▪ قياس درجة رضا العملاء عن الخدمات المقدمة.

▪ معرفة أهمية أبعاد الخدمة.

▪ تقييم الأداء الفعلي للخدمة قياساً على المنافسين<sup>1</sup>.

### 8- تنمية ثقافة تنظيم دعم الجودة:

يتطلب تحقيق التميز في الخدمة أن تصبح الجودة شعاراً يؤمن به جميع العاملين بالبنك ويسعون إلى التطبيق العملي له.

### المطلب الخامس: مزايا وأبعاد جودة الخدمات المصرفية وأهم العوامل المؤثرة فيها

العديد من البنوك تحرص على تطوير وتحسين جودة خدماتها المصرفية بتطبيق مختلف أبعادها وتقديمها بالصورة المطلوبة من طرف العميل وبشكل مستمر والذي يعبر عن هدفها الرئيسي ويحقق لها مزايا كثيرة كزيادة الربح والنمو و القدرة على المنافسة، كما أن لجودة الخدمات المصرفية عوامل يجب على البنك تداركها في الوقت المناسب، و التي تؤثر على جودة الخدمة المقدمة للعميل.

### الفرع الأول: مزايا جودة الخدمة المصرفية

ترتكز المؤسسات الخدمية ومنها البنك على تطبيق جودة الخدمة المصرفية لما لها من مزايا وفوائد، يتمثل أهمها في:

- تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي مواجهة الضغوط التنافسية.
- الخدمة المصرفية المتميزة تتيح الفرصة لبيع خدمات مصرفية إضافية.
- تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية
- تمكن جودة الخدمة المصرفية من جعل العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء.
- تؤثر جودة الخدمة المصرفية بشكل مباشر على ربحية البنك ، و ذلك من خلال بناء صورة ذهنية مدركة و تحقيق رضا العميل<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> أيمن فتحي، فضل الخالدي، *قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين (من وجهة نظر العملاء)*، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة - فلسطين، 2006، ص 50

<sup>2</sup> أحمد طرطار، سارة حليمي، *مرجع سبق نكره*، ص 11

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية

لقد اختلفت الآراء حول ماهية أبعاد الخدمات المصرفية ولهذا نتطرق إلى أهم ما توصل إليه بعض الباحثين وهي عشر أبعاد:

- **الاعتمادية:** تعبر عن درجة ثقة الزبون بالبنك، وعن مدى قدرة البنك على الوفاء بالوعود المقدمة من قبله ويعد هذا البعد الأكثر أهمية للزبون كونه يعكس مستوى الخدمة عموماً، فالزبون يأمل من البنك بان يقدم له خدمات دقيقة من حيث الوقت والسرعة في انجازها تماماً مثلما وعد ومن أهم مظاهره:

➤ دقة الحسابات والملفات وعدم حدوث خطأ.

➤ تقديم الخدمة بشكل صحيح.

➤ تقديم الخدمة في المواعيد المعلن عنها.

- **الاستجابة:** يمكن تحديد هذا البعد من خلال قدرة ورغبة البنك في المبادرة إلى مساعدة الزبائن والرد الصريح على استفساراتهم وإظهار الحماس اتجاه الزبون، والسرعة في أداء الخدمة، ويمكن تقييمه من خلال الإجابة على التساؤل التالي مثلاً: ما هو مدى استعداد ورغبة البنك على تقديم المساعدة للزبون أو حل مشاكله المحددة.

- **القدرة والكفاءة في أداء الخدمة:** ويعكس هذا البعد كفاءة الأداء وكذلك المعارف الخاصة بالعاملين والتي تمكنهم من إتقان مهامهم وكذا الإلمام بظروف وطبيعة العمل، وامتلاك كافة المهارات الضرورية لتحقيق الأداء السليم للخدمة.

- **سهولة الوصول إلى الخدمة:** وهي تعني مدى توافق الخدمة من حيث الزمان والمكان اللذين يرغب فيهما الزبون، وبأن يحصل عليها دون انتظارها وهنا نركز على الوقت المستغرق من قبل الزبون في البنك من أجل الحصول على الخدمة وملائمة موقع البنك، وملائمة ساعات العمل وتوفير العدد الكافي من منافذ الخدمة المصرفية التي تكون قادرة على تلبية المطلب.

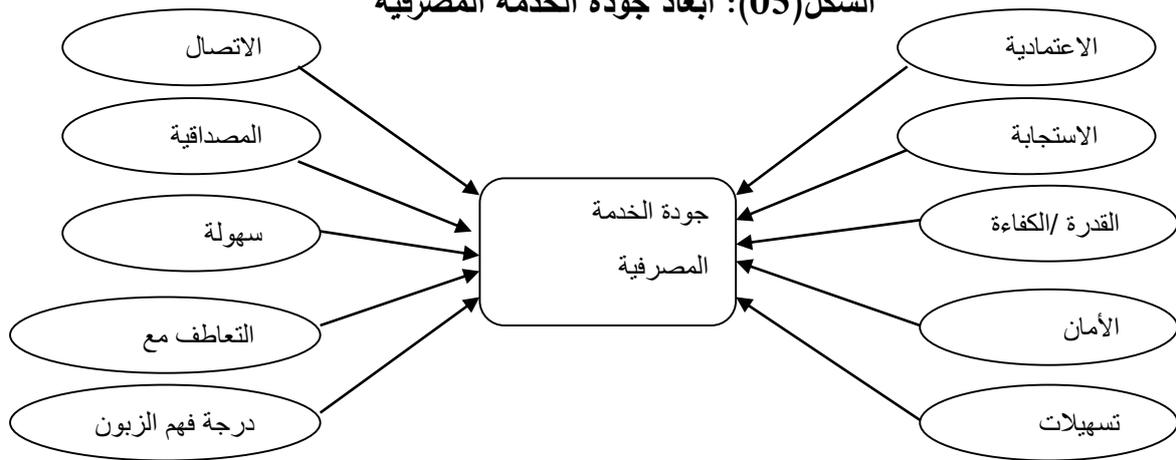
- **التعاطف مع الزبائن (اللباقة):** تبعا لهذا البعد فعلى مقدم الخدمة أن يتمتع بقدر من الاحترام والأدب والمحاذثة المعبرة فضلا عن الاحترام المتبادل، ومن ثم فإن هذا البعد يشير إلى المودة والاحترام بين مقدم الخدمة وزبون البنك والتي ينبغي إبرازها خلال التفاعل المتبادل.

- **الاتصال:** ويعبر هذا البعد عن قدرة البنك على تزويد الزبون بكل المعلومات الضرورية حول طبيعة الخدمة المقدمة من حيث الخطوات والإجراءات الضرورية بهدف الحصول على الخدمة وكذلك مخاطبته باللغة التي يفهمها.

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

- **المصداقية:** يتمثل هذا البعد في قدرة المصرف على تقديم الخدمة بعناية فائقة، وأن يلتزم بوعوده وأن يتعامل مع طلبات الزبون بسرية تامة كل هذه العوامل تؤثر بدرجة كبيرة على سمعة البنك والتي تعتبر من أساسيات العمل المصرفي، فمن خلال استخدام السمعة الجيدة للبنك يمكن تقوية الثقة بين الطرفين.
- **الأمان:** تعكس خلو المعاملات مع البنك من الشك أو المخاطرة، ويجب أن تتوفر في الخدمة المصرفية بدرجة اكبر من توقعات الزبون، ويمكن إبراز هذا البعد من خلال توفير أجهزة السلامة والأمن والإجراءات المرتبطة بها.
- **درجة فهم المصرف للزبون:** ويعكس الجهد المبذول للتعرف على احتياجات الزبون ومدى تعرف البنك على مشاعر الزبون والجهد المبذول لتحقيق ذلك.
- **التسهيلات المادية:** بمعنى توفير التسهيلات المادية اللازمة لأداء الخدمة، وبكافة النواحي الملموسة في الخدمة ذاتها والمتمثلة في الوسائل و المعدات المستخدمة في أداء الخدمة، المظهر المناسب للعاملين بالبنك، التصميم، التنظيم الداخلي للبنك و جاذبية المبنى<sup>1</sup>.

### الشكل (05): أبعاد جودة الخدمة المصرفية



المصدر: من إعداد الطالبتين من المعطيات السابقة

### الفرع الثالث: العوامل المؤثرة في جودة العمل المصرفي

إن أهم العوامل المؤثرة في جودة الخدمة المصرفية هي كالاتي:

- 1- **المنافسة:** تعد المنافسة من أهم السمات الظاهرة في القطاع المصرفي وذلك نتيجة لمرونة التعامل فيه والسرعة في التغيير والتنوع مع ضرورة الاستعداد التام للتعامل مع أية ظواهر قد تصدر عن البنوك الأخرى، وقد أكدت العديد من الدراسات إلى أن عامل المنافسة يعد من اقوي العوامل التي

<sup>1</sup> مسعودي راوية، **التسويق الالكتروني و أثره على جودة الخدمات المصرفية**، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2013-2014، ص 63-64

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

تدفع البنوك إلى الإسراع لإستخدام الأنترنت ووسائل الإتصالات الحديثة لتقديم الخدمات وجذب مزيد من الزبائن والمحافظة على الميزة التنافسية لها وتتطلب المنافسة الجادة بين مجهزي الخدمات المالية تحليلا استراتيجيا لكل من تخفيض التكاليف وتحسين الإيرادات من اجل تحقيق المستوى الأفضل لتقديم الخدمات.

2- **التغير في سلوك الزبائن:** إن أكثر ما يغير في سلوك الزبائن هو متطلبات اكتساب المعرفة في كيفية استخدام وطريقة التعامل مع الأجهزة الحديثة والبطاقات المصرفية عند إتمام إجراءات التعامل الأمر الذي يحتم نشر ثقافة التعامل الصحيحة في كيفية استخدام هذه التقنيات والتعامل مع آلياتها. وإذا تم تقسيم زبائن البنك حسب تفضيلهم لطريقة تقديم الخدمات المصرفية بشكل شخصي ويتضح أن هناك مجموعة تفضل الخدمة الآلية ومجموعة أخرى تفضل تقديم الخدمة الشخصية، كما أن لكل زبون في البنك له خصائص مميزة تميزه عن غيره من الزبائن: مثل درجة التعليم، والدخل، والشخصية وغيرها.

3- **التطور التكنولوجي:** ويعد التطور التكنولوجي ثورة في مجال الخدمات كما في المجالات الأخرى، كما إن استخدام التكنولوجيا يساهم بشكل فعال في توسيع الموارد وقدرة المصارف على المنافسة في بيئة تنسم بالديناميكية والتنوع.

4- **علاقات الزبون والجودة:** من المهام الرئيسية للتسويق تكمن في جذب الزبون مع المحافظة على استمرارية العلاقة معه والحرص على إرضائه كليا عن الخدمات المصرفية على اعتبار أن الزبون يضع الجودة في مقدمة أولوياته.

5- **تعميق الولاء:** تحرص البنوك دائما على تعميق العلاقة بينها وبين الزبائن لخلق نوع من الولاء للبنك، وعلى اعتبار الانترنت يعمل على زيادة فرص اتصال الزبون بالبنك للحصول على اكبر قدر ممكن من الخدمات ذلك يؤدي إلى توطيد العلاقة بينهما و خلق نوع من الولاء المتجدد<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> سناء رشيد محيسن، اثر التسويق الالكتروني في جودة الخدمة المصرفية: دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في متصرف الرافدين الحكومي (الإدارة العامة)، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، المجلد 16، العدد58، جامعة النهرين، العراق، 2018، ص 117-118

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### المبحث الثالث: أثر التحويل الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية

#### المطلب الأول: مفهوم الخدمات المالية الرقمية

تعرف الخدمة المالية الرقمية بأنها تلك الخدمات المالية التي تشمل خدمات معلوماتية عبر شبكة الأنترنت، حيث تعد الخدمات المالية الرقمية أكبر من كونها مجرد خدمات تكنولوجيا المعلومات أو خدمات الويب وذلك بسبب:

- تضمنها لخدمات معتمدة على تكنولوجيا المعلومات المتاحة عبر الشبكات الالكترونية بالاعتماد على مزود الخدمة وبيئة الخدمة.
- تعبر عن إجراء العمليات المصرفية بطرق رقمية، سواء عمليات السحب أو الائتمان أو التحويل أو التعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال البنوك، وفي ظل هذا الشكل من الخدمات فإن العميل لا يكون مضطرا للذهاب الى البنك، بل يمكنه القيام ببعض العمليات مع بنكه وهو بمنزله أو مكتبه وهذا ما يعني تجاوز بعدي الزمان والمكان.

#### المطلب الثاني: أمثلة للخدمات المصرفية الرقمية

- تطبيقات الدفع الإلكتروني.
- خدمات الدفع الإلكتروني.
- التأمين عبر الأنترنت.
- التمويل الجماعي.
- العملات الافتراضية الإلكترونية.
- الـ block chain أو سلسلة الكتل (نموذج نقل الأصول المالية)<sup>1</sup>.

#### المطلب الثالث: قنوات تقديم الخدمات الرقمية

حيث يتم تقديم الخدمات المالية رقميا من خلال هذه القنوات بشكل كامل، بداية من طلب الخدمة من الزبون مروراً بإجراءات إنائها بشكل إلكتروني كامل ومن هذه الخدمات:

<sup>1</sup> اشرف عبد الرحمن محمد عبد الرحمان، أثر تطبيق التحويل الرقمي على جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري، المجلد 13، العدد 02 - أبريل 2022، ص575

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### 1- خدمة الصراف الآلي:

وهو جهاز أوتوماتيكي أو الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل لخدمة العملاء بدون تدخل أي عنصر بشري، ويقوم بالعمل من خلال برامج يتم إعدادها لتلبية الحاجات المصرفية للعملاء على مدار الساعة من خلال استخدام بطاقة الصراف الآلي ومن هذه الخدمات:

- سحب النقود.

- الاستعلام عن الرصيد.

- سداد الفواتير.

- الإيداع<sup>1</sup>.

### 2- خدمة الصيرفة عبر الهاتف:

و تسمى كذلك بمركز خدمة العملاء و هي طريقة متطورة لأداء الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، تعتمد هذه الخدمة على و جود شبكة تقوم بربط كل فروع البنك الواحد مع ضمان قدرة الموظف المختص بتقديم الخدمة على الوصول لبيانات العملاء بصورة مباشرة من أي فرع من فروع البنك، و تتم الخدمة عندما يقوم الزبون بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرفه، و يقوم الموظف الذي يتواصل مع العميل من الوصول إلى بيانات العميل و يتأكد من هويته من خلال أسئلة محددة مثل سؤال عن آخر معاملة قام بها و إتمام الخدمة<sup>2</sup>.

### 3- خدمة صيرفة الإنترنت:

يعرف العمل المصرفي عبر الإنترنت بأنه العمل المصرفي الذي يكون فيه الإنترنت وسيلة الاتصال بين البنك و الزبون، و بمساعدة نظم أخرى يصبح زبون المصرف قادرا على الاستفادة من الخدمات و الحصول على المنتجات المصرفية التي يقدمها البنك من خلال استخدام جهاز كمبيوتر شخصي يتصل من خلال الإنترنت بكمبيوتر مضيف server بالبنك عليه تطبيقات معدة خصيصا لتفعيل الخدمة و مزودة بقاعدة بيانات العملاء و تعاملاتهم وحركة حساباتهم وأرصدهم بالكامل و يتم ذلك عن بعد و بدون الحاجة للاتصال المباشر بموظفي البنك<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> ادیب قاسم شندري، الصيرفة الإلكترونية أنماطها و خيارات القبول و الرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، كلية الإدارة و الاقتصاد، جامعة واسط - بغداد، العدد السابع و العشرون 2011، ص 07

<sup>2</sup> ديدوش هاجر، حريزي عبد الغني، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف -، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف - الجزائر، المجلد 17/ العدد 26، 2021، ص

107

<sup>3</sup> العياطي جهيدة، محمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية بين و سائل الدفع الحديثة و التقليدية - تحليل إحصائي حديث لواقع و آفاق الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، جامعة أبو بكر بالقائد تلمسان - الجزائر، ص 04

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### 4- خدمة الصيرفة عبر الموبيل:

مع الانتشار الكبير لاستخدام أجهزة الهواتف الذكية smart phones أعلنت العديد من البنوك تقديم خدمة مايسمى الموبيل البنكي و التي تتيح من خلال الموبيل القيام بعمليات الصيرفة المختلفة من خلال تطوير طرق مختلفة للسماح للمستهلكين بالدفع بسهولة باستخدام الموبيل<sup>1</sup>.

#### الشكل (06): قنوات تقديم الخدمات الرقمية



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات المطلب

#### المطلب الرابع: أثر التحويل الرقمي والخدمات المصرفية

ينحصر تأثير التحويل الرقمي على الخدمات المصرفية في البعدين التاليين:

✓ خدمة العملاء الرقمية؛

✓ تحول العمليات المصرفية رقمياً.

<sup>1</sup> حريزي عبد الغاني، دبدوش هاجر، مرجع سبق ذكره، ص 107

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### البعد الاول: خدمة العملاء الرقمية

من الخدمات الرقمية المنتشرة في القطاع المصرفي وجود موقع الكتروني تفاعلي ووجود تطبيقات رقمية للهواتف المحمولة وقد تشمل هذه الخدمات معظم ما يعتقد العملاء على انه "خدمات رقمية" ولكنها لا تعني على الاطلاق التحويل الرقمي في الخدمات البنكية وان كانت تتيح للبنك اتخاذ خطوة كبيرة نحو التحويل الرقمي من خلال تحويل التعامل مع العميل من التعامل التقليدي من خلال ذهابه للبنك و مروره بعدة خطوات من اجل حصوله على الخدمة المصرفية الى الحصول على الخدمة رقميا و يتم ذلك من خلال:

#### 1- التصميم الرقمي لخدمة العملاء:

و تتطلب عمل تصور لخطوات تجربة العميل ، و فهم شخصيات و احتياجات العملاء ، باستخدام مداخل مثل التفكير التصميمي ،مع القدرة على اعادة هندسة تجارب العملاء رقميا ،حيث يتم دمج بيانات العملاء عبر الخدمات البنكية و فهم سلوك العملاء مما يسهل امكانية تقديم خدمات استباقية للعملاء و تعتمد بعض البنوك على وسائل التواصل الاجتماعي لفهم ما يحقق رضا العملاء ،و ما الذي يؤدي الى عدم رضا العملاء كما ،تقوم البنوك بالترويج لعلاماتها التجارية بشكل اكثر فعالية بواسطة الوسائط الرقمية ،و تقوم ايضا ببناء مجتمعات جديدة عبر الانترنت لتقديم المشورة و بناء الولاء للعملاء في الخدمات البنكية

#### 2- التحويل الرقمي لخدمة العميل:

يقصد بالتحويل الرقمي لخدمة العميل اتخاذ خطوات لعمل نظام اساس واحد شامل كل خطوات معاملة العميل عبر الانترنت بحيث يتم التعامل مع العميل بواسطة نفس الادوات ، و ربما نفس الاشخاص ، و بنفس المعلومات طوال العملية حيث ينتقل العملاء بسهولة من التسويق الى المبيعات من خلال تطبيق عبر الانترنت فمثلا تتيح رحلة العميل الرقمية للعميل بالنقر فوق احد الاعلانات ، و الاشتراك في حساب عبر الانترنت ، و تلقي التعليمات و المعلومات بواسطة التطبيق الخاص به ، و دفع الفواتير او ارسال الاموال عبر الانترنت مما يوفر للبنك مصروفات التشغيل و يحسن من رضا العملاء .

#### 3- تطوير خدمة العملاء بواسطة نقاط الاتصال الرقمي:

حيث يقوم البنك بربط تطبيقات الهواتف الذكية بملف تعريف العميل، مما يوفر التكامل عبر الرسائل القصيرة والتطبيقات ووسائل الاتصال الاجتماعية، مما يؤدي لتطوير خدمة العملاء بشكل كبير بواسطة التكنولوجيا الرقمية.

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### البعد الثاني: تحويل العمليات المصرفية رقمياً

على الرغم من ان تحويل تجربة العملاء هي المجال الاكثر وضوحاً في التحويل الرقمي، فإن البنوك أدركت أيضاً فوائد التحويل الرقمي في التميز التشغيلي بواسطة ميكنة العمليات الأساسية، والعمليات المتصلة والديناميكية، واتخاذ القرار القائم على البيانات كما يلي:

#### 1- العمليات المتصلة رقمياً:

من خلال أنظمة الاتصال المعتمدة على الخيوط الرقمية حيث يتم استخدام البيانات الضخمة من قبل البنوك بشكل أساس للكشف عن الاحتيال والتنبؤ والتحليلات، حيث يمكن للبيانات الضخمة، جنباً إلى جنب مع التعلم الآلي، حماية البنك عن طريق اكتشاف عمليات الاحتيال وتخصيص العروض لكل عميل وزيادة أمان المعاملات.

#### 2- اتخاذ القرار القائم على البيانات الفورية:

حيث تتيح الاجهزة المتصلة التوفر الفوري للبيانات بحيث يستطيع المديرون التنفيذيون دمج صنع القرار التشغيلي والاستراتيجي بطرق جديدة وقوية وتعمل المزيد من البنوك على توسيع نماذج اعمالها القائمة على الخدمات المستندة الى البيانات الفورية، والجمع بين اجهزة الاستشعار وشبكات الاتصال والتطبيقات والتحليلات لخلق قيمة للعملاء ومصادر جديدة للإيرادات لا أنفسهم.

#### 3- نماذج الاعمال المعدلة رقمياً (التطورات الرقمية):

لا يتطلب تحويل نموذج الاعمال البنكية دائماً التخلص من نماذج الاعمال التقليدية حيث تقوم البنوك بتطوير نماذج اعمالها الحالية رقمياً دون احداث تغييرات كبيرة في العمل، حيث تستخدم التكنولوجيا الرقمية لتحويل الاعمال البنكية الجديدة، مثل المحافظ الالكترونية والانترنت البنكي والمحمول البنكي والبطاقات البنكية ووسائل المدفوعات لا تلامسية.

#### 4- انشاء نماذج اعمال رقمية جديدة:

تقدم البنوك ايضاً خدمات مصرفية رقمية كاملة من خلال منصات شاملة للخدمات البنكية، وتحتوي المنصة البنكية الرقمية على ثلاثة عناصر مترابطة تعمل معا لدعم البنك

- النظام الأساس، وهو أساس قوي لأنظمة التشغيل والمعاملات التي تدعم العمليات الرئيسية للبنك؛ منصة جذابة كواجهة تعمل على تشغيل مواقع الويب والتطبيقات والعمليات الأخرى التي تتصل بالعملاء

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحويل الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

وشركات النظام البيئي وتعمل مع النظام الأساسي لإجراء المعاملات الرئيسية مثل المدفوعات؛ منصة البيانات التي توفر القدرة على إجراء تحليلات مكثفة، دون تعطيل أنظمة تشغيل البنك<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> إشراف عبد الرحمن محمد عبد الرحمان، مرجع سبقي نُكره، ص 580-582

## الفصل الأول: التأسيس النظري للتحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية

### خلاصة الفصل الأول:

بعد تعرضنا للتحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية توصلنا إلى أن التحول الرقمي هو الأسلوب الذي يتم من خلاله دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات الأعمال التجارية مما يؤدي إلى تغيير جذري في طريقة تسييرها، أما فيما يخص المتغير الثاني وهو جودة الخدمات المصرفية فهي الفرق بين توقعات العملاء للخدمة المستهدفة وإدراكهم للأداء الفعلي لها.

وقد شهد التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية تطورا كبيرا من العمل التقليدي إلى العمل الإلكتروني القائمة بهدف جذب عملاء جدد حيث أتاحت لهم التعبير عن احتياجاتهم اليومية ما سمح للبنوك التجاوب معها واستحداث خدمات مالية وبنكية جديدة.

الفصل الثاني : دراسة  
حالة القرض الشعبي  
الجزائري - وكالة ميلّة-



## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

### تمهيد:

بعد الدراسة التي قمنا بها في الجانب النظري المتعلقة بالتحول الرقمي و تحسين جودة الخدمات المصرفية ، سنتطرق في هذا الفصل إلى الدراسة التطبيقية للموضوع ، بهدف إسقاط ما تم تناوله على القرض الشعبي الجزائري بصفة عامة و وكالة ميلة بصفة خاصة كما تم تسليط الضوء على الخدمات الرقمية التي تقدمها الوكالة بعدها تقديم الإطار المنهجي للدراسة الميدانية و الذي يندرج ضمنه تصميم قائمة الأسئلة (الاستبيان) و طريقة المعاينة و جمع البيانات ، و أخيرا التحليل الوصفي للاستبيان و التوصل إلى اختبار فرضيات الدراسة لتوصل إلى نتائج يمكن تعميمها، و عليه تم تقسيم الفصل الى مبحثين على النحو التالي :

المبحث الأول: تقديم عام لبنك القرض الشعبي الجزائري -CPA-.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة وعرض النتائج وتحليلها واختبار الفرضيات.

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلا -

### المبحث الأول: عموميات حول القرض الشعبي الجزائري -وكالة ميلا -

الماما ببعض ما يتعلق بالبنوك في جانب الخدمات المصرفية المقدمة من طرفها رأينا ان نقوم بدراسة تطبيقية لبنك القرض الشعبي الجزائري تحديدا لوكالة ميلا للتعرف اكثر عن الخدمات على مستواها، لكن قبل ذلك سنقوم بتقديم الاطار العام للبنك، فيما بعد نخصص دراستنا على وكالة القرض الشعبي الجزائري بميلا CPA

### المطلب الأول: مفاهيم عامة حول القرض الشعبي الجزائري

في هذا المطلب سيتم التطرق إلى تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري، وذلك من خلال عرض نشأة البنك وتطوره التاريخي، ومن ثم التعرض لهيكله التنظيمي وأهم المديرية المشكلة له، إضافة إلى مجمل المهام التي يقوم بها البنك، وأهم الخصائص التي تميزه.

### الفرع الأول: نشأة وتطور القرض الشعبي الجزائري:

هو مؤسسة عمومية اقتصادية، أي شركة ذات أسهم، أنشأ بموجب المرسوم رقم: 366/66 الصادر بتاريخ 29 ديسمبر 1996، وهو ثاني بنك تجاري تم تأسيسه في الجزائر بعد الاستقلال، وقد تأسس على أنقاض القرض الشعبي للجزائر، وهران، عنابة وقسنطينة، والصندوق المركزي الجزائري للقرض الشعبي، ثم اندمجت فيه ثلاث بنوك أجنبية وهي:

✓ البنك الجزائري المصري بتاريخ 1 جانفي 1968؛

✓ الشركة المرشلية للبنوك SMC بتاريخ 30 جوان 1968؛

✓ الشركة الفرنسية للاقراض والبنوك CFCB سنة 1971؛

✓ البنك المختلط ميسر (BMAM)MISR.

في 1985/04/30 انبثق عن CPA بنك التنمية المحلية، BDL تم التنازل لفائدته عن 40 وكالة تحويل و 550 موظف و 8900 حسابا من حسابات عملائه، كما عرف التحولات التالية:

➤ أصبح القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عامة اقتصادية " مؤسسة ذات أسهم " يحكمها القانون التجاري منذ 1989/02/22، حيث قدر رأسماله الاجتماعي بـ 80 مليون دينار مقسمة إلى 800 سهم بقسمة اسمية 1 مليون دينار؛

➤ تعود ملكية القرض الشعبي الجزائري إلى الدولة لكنها لا تقوم بتسييره وإدارته؛

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

➤ يتكون مجلس الإدارة من أعضاء مفوضين من قبل المساهمين؛

➤ يتخذ مجلس الإدارة كل القرارات المتعلقة بالسياسة التجارية والمالية للبنك، إما الأنشطة المتعلقة بالتسيير تشرف عليها الإدارة العامة DG على رأسها الرئيس المدير العام PDG.

يعتبر القرض الشعبي الجزائري من أهم البنوك التجارية بسبب تنوع الخدمات التي يقدمها، فهو بنك ودائع حيث يقوم بتقديم كل أشكال القروض لمختلف القطاعات، يخضع للتشريع البنكي والتجاري والكائن مقره بشارع العقيد عميروش الجزائر العاصمة، حيث كان تطور رأس مال البنك منذ تأسيسه كما يلي:

- سنة 1966: 15 مليون دينار جزائري.

- سنة 1983: 800 مليون دينار جزائري.

- سنة 1992: 5.6 مليار دينار جزائري.

- سنة 1994: 9.31 مليار دينار جزائري.

- سنة 1996: 13.6 مليار دينار جزائري.

- سنة 2000: 21.6 مليار دينار جزائري.

- سنة 2004: 25.3 مليار دينار جزائري.

- سنة 2006: 29.3 مليار دينار جزائري.

- سنة 2019: 48 مليار دينار جزائري<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري

كأي بنك تجاري للقرض الشعبي الجزائري هيكل تنظيمي يحدد العلاقات بين الأطراف المكونة له، كما يوضحه الشكل رقم (8):

- المديرية العامة:

يتأهها الرئيس المدير العام يعتبر بمثابة العضو المركزي والقيادي، حيث يقوم بعمليات الربط والمراقبة والتسيير بصفة عامة وهو الذي يصدر القرارات والأوامر، كما يعمل على تطبيق إستراتيجية البنك وتنفيذ المخططات ومراقبتها، وإلى جانب الرئيس المدير العام تضم المديرية العامة هيئة استشارية ومفتشية عامة إضافة إلى الديوان وخلية المراجعة، كما تضم خمس مديريات مساعدة تعمل إلى جانب المديرية العامة.

<sup>1</sup> وثائق مقدمة من طرف بنك القرض الشعبي الجزائري، وكالة ميلة -

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

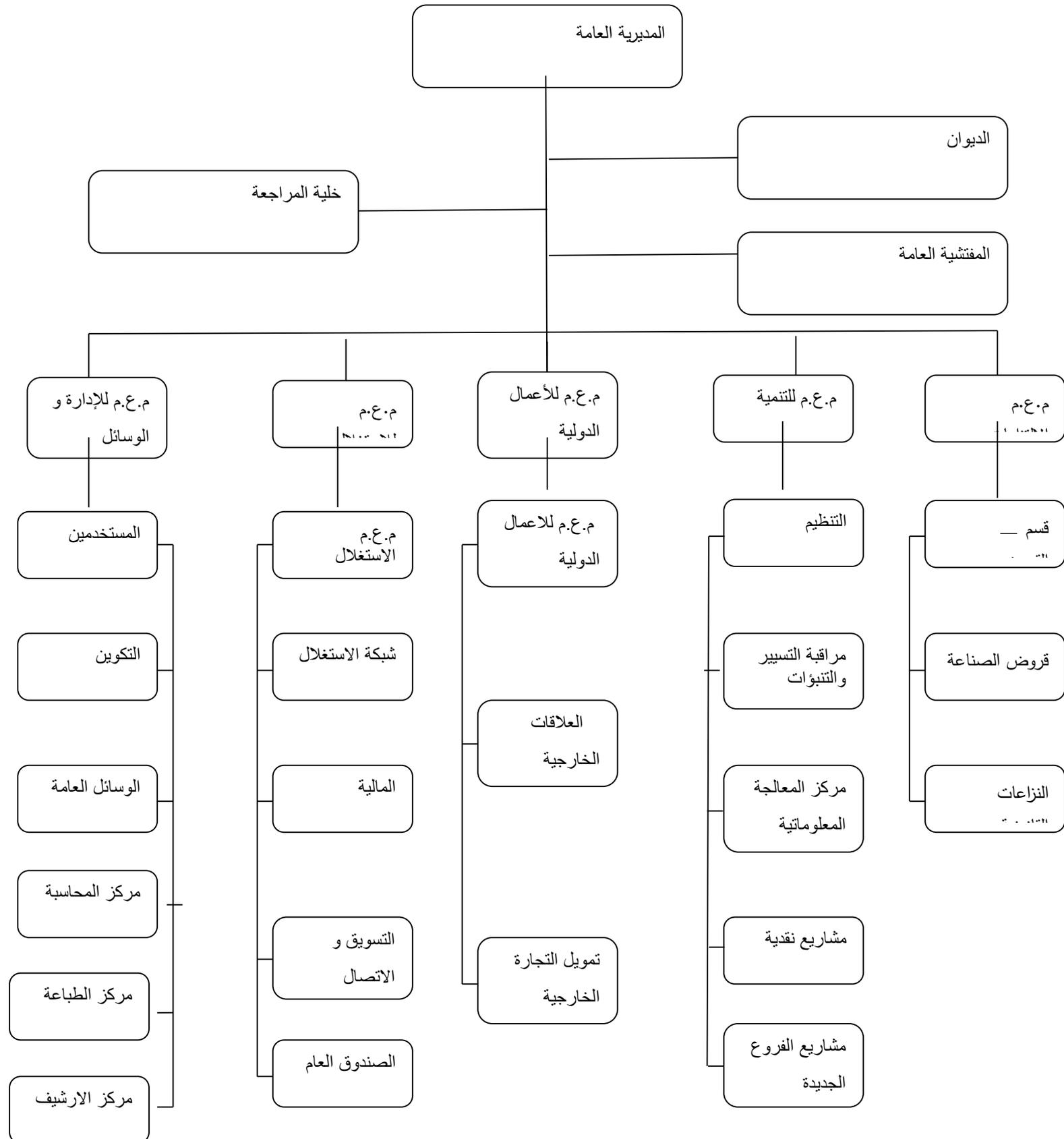
- المديرية العامة المساعدة للالتزامات: وهي مديرية متخصصة في أعمال القروض وما يتبعها من نزاعات قانونية، كما تقوم بالتمويل القانوني للمؤسسات الوطنية، لتقوم بتحضير ودراسة السياسة العامة للإقراض، وتحديد الواجهة العامة للقروض ومتابعتها.
- المديرية العامة المساعدة للتنمية: تسهر على تحسين وتنمية هيكل البنك وتطوير نمط التشغيل وتنظيمه وتكون كعنصر أساسي في إعداد مخططات نمو البنك ودراساتها، كما تقوم أيضا بدراسة ميزانية البنك ومراقبتها، وهي المديرية المكلفة بمراكز الإعلام الآلي وتنمية نظام المعلومات بشكل عام وتسييره، ومن مهامها أيضا دراسة مشاريع الفروع الجديدة.
- المديرية العامة المساعدة للأعمال الدولية: ومهمتها تتمثل في التمويل الخارجي وتسيير عملية المصرف، وتسعى لتنمية العلاقات مع المنظمات المالية الدولية، كما تشارك في ترقية الصادرات الوطنية، وتفاوض من أجل الضمانات البنكية الدولية، وضمان التحويلات للمراسلين الأجانب وتقوم أيضا بتمويل الجارة الخارجية.
- المديرية العامة المساعدة للاستغلال: وهدفها الأساسي هو تطوير النشاط التجاري للبنك وتنشيط الربط ومراقبة تسيير شبكة الاستغلال، وتقوم بدراسة السوق وتطوير المنتجات وتحسين نوعية الخدمات، وتشارك أيضا في تحديد الأهداف التجارية للبنك وفي إعداد ميزانية الاستغلال.
- المديرية العامة المساعدة للإدارة و الوسائل: من مهام هذه المديرية تحضير سياسة الموارد البشرية، و تكوين المستخدمين كما أنها مكلفة بالوسائل و التجهيزات التقنية، و تضع مخططا لصيانتها و تطويرها ، كما تختص هذه المديرية بإجراءات المحاسبة البنكية، و هي المكلفة بعمليات الطباعة و حفظ الأرشيف<sup>1</sup>.

والشكل التالي يوضح الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي

<sup>1</sup> وثائق مقدمة من طرف بنك القرض الشعبي الجزائري، - وكالة ميلة -

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

الشكل رقم (07): الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري



## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على وثائق داخلية لبنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة ميلة -

### الفرع الثالث: مهام وخصائص القرض الشعبي الجزائري

#### أولاً: مهام القرض الشعبي الجزائري:

يتولى القرض الشعبي الجزائري عدة مهام نذكر منها:

- القيام بجميع العمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك التجارية.

- إقراض الحرفيين، الفنادق، القطاعات السياحية، الصيد، التعاونيات (غير الزراعية) في ميدان الإنتاج والتوزيع والمتاجرة، وعموما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أيا كان نوعها، وكذلك إقراض المهن الحرة وقطاع المياه والري.

- تقديم قروض متوسطة وطويلة الأجل خاصة لتمويل السكن، البناء والتشييد

- تمويل القطاع السياحي والأشغال العمومية، البناء، الري، والصيد البحري.

وبالإضافة إلى الوظائف المذكورة فقد تطور دور القرض الشعبي الجزائري في تمويل القطاع الخاص وكذا العام، وأصبح له حرية التعامل مع كافة النشاطات الاقتصادية مالية كانت أو تجارية، وقد وضع أهدافا لمسايرة هذا التطور منها:

- تحقيق لا مركزية القرار لإعطاء نوع من المرونة لكسب الوقت والزبائن.

- تحسين وجعل التسيير أكثر فعالية من أجل ضمان التحويلات اللازمة.

- التوسع ونشر الشبكة واقتراجه من الزبائن.

- تحسين وتطوير شبكة المعلومات وكذا الوسائل التقنية الحديثة.

- التسيير الديناميكي لخزينة البنك.

- تقوية الرقابة على مستوى مختلف مراكز المسؤولية<sup>1</sup>.

#### ثانياً: خصائص القرض الشعبي الجزائري:

يمكن إجمال خصائص القرض الشعبي الجزائري في النقاط التالية:

- هو عبارة عن تجمع لمختلف البنوك الشعبية التي كانت تنشط أثناء الاستعمار.

<sup>1</sup> وثائق مقدمة من طرف بنك القرض الشعبي الجزائري، -وكالة ميلة -

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

- يتميز بتنوع نشاطه من حيث تحسين نوعية خدماته.

- استعماله المكثف للإعلام الآلي، واستعمال مختلف أشكال التعاقد في إبرام الصفقات.

- هو مؤسسة عمومية تهتم بتقديم جميع أشكال القروض.

- ثاني بنك معتمد في الجزائر بعد موافقة مجلس النقد والقرض.

- التمويل المصرفي ويعني تقديم القروض للمؤسسات الصناعية والتجارية وغيرها بهدف تغطية احتياجاتها المالية<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: مدخل عام حول بنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة ميلة -

في هذا المطلب سيتم التعرف على بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة ميلة وذلك من خلال التطرق إلى نشأته والهيكل التنظيمي له والتعرف إلى أهم مصالحه، إضافة إلى موارد واستخدامات البنك، وأهم القروض الخاصة به.

#### الفرع الأول: نشأة وكالة القرض الشعبي الجزائري "333" ميلة:

تأسست وكالة ميلة سنة 1984، وهي وكالة من الرتبة الثانية تابعة لمجموعة استغلال قسنطينة رقم "834" حيث كان في البداية مقرها كائن بحي 300 مسكن، ولكن نظرا لتوسع نشاطاتها وازدياد عدد زبائنها أدى ذلك بالوكالة إلى تغيير مكان عملها والانتقال إلى مقر جديد سنة 1994 بحي لخضر بن قرية، حتى يومنا هذا.

وقامت الوكالة بفتح فرع لها على مستوى دائرة شلغوم العيد في " أكتوبر 2006 " وذلك لضمان التغطية الشاملة من جهة، وتلبية متطلبات وحاجات الزبائن من جهة أخرى.

يشرف على وكالة ميلة مدير كمسؤول أول، مهنته السهر على السير الحسن للوكالة في جميع مجالات الاستغلال، و اتخاذ القرارات المتعلقة بتسيير الوكالة و يساعده مساعد يسمى " نائب المدير " ، كما تتحصر مهام هذا الأخير في استقبال الزبائن و جلبهم و العمل على تسهيل و تلبية رغباتهم ، كما انه ينوب عن المدير في تسيير الوكالة في حالة غيابه ، بالإضافة إلى عدد من المسؤولين العاملين بالبنك كل حسب رتبته ووظيفته<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> العيسى علي، دور التسويق المصرفي في تفعيل الميزة التنافسية لدى البنوك التجارية، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص علوم تجارية، فرع إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة - الجزائر، 2013/2012، ص 192.

<sup>2</sup> وثائق مقدمة من طرف بنك القرض الشعبي الجزائري، -وكالة ميلة -

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

### الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة ميلة -

باعتبار البنك مؤسسة كغيره من المؤسسات المالية، فإليه هيكل تنظيمي يتمثل في مجموعة من المصالح كل مصلحة لها دور خاص بها.

- **مصلحة الصندوق:** تعتبر من المصالح التي تهتم بجميع العمليات مع الزبائن، سواء كانت عمليات سحب أو إيداع ويشترط على العميل أن يكون لديه حساب جاري بنكي، لذا كان خاص بالتجارة أو حساب الصكوك بالنسبة للغير التجار، كما تقوم بمعادلة العمليات بالعملة الصعبة.

- **مصلحة التجارة الخارجية:** تقوم هذه المصلحة بعمليات الاستيراد والتصدير والتي تكون بالعملة الأجنبية، كما تقوم بدراسة الملفات الخاصة بالتجارة الخارجية مع تحديد أهميتها لتتكفل بالتحويلات من البنوك التجارية، البنوك الوطنية.

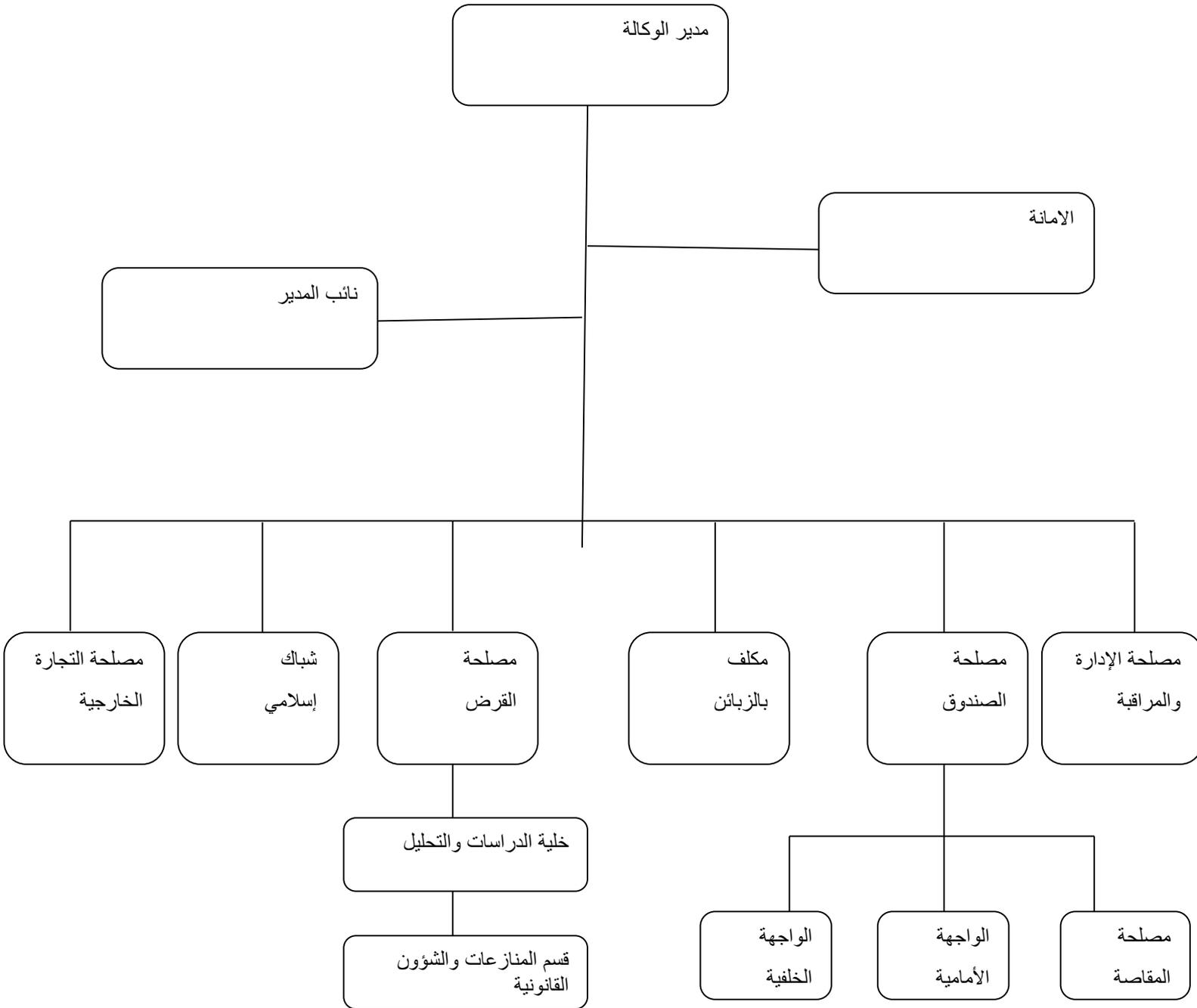
- **مصلحة الإدارة والمراقبة:** تقوم هذه المصلحة بمراقبة جميع العمليات التي تقوم بها المصالح الأخرى للبنك مراقبة داخلية.

- **مصلحة القروض:** تعتبر من أهم المصالح في الوكالة لان لها مردودية مالية عالية من جراء منحها للقروض مقارنة مع باقي المصالح<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> وثائق مقدمة من طرف بنك القرض الشعبي الجزائري، - وكالة ميلة -

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلا -

الشكل رقم (08): الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلا



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على وثائق داخلية لبنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلا -

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

الفرع الثالث: موارد واستخدامات بنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة ميلة -

تقوم وكالة ميلة كغيرها من الوكالات بالعديد من الاستخدامات، كما لها مقابل ذلك موارد مختلفة

أولاً: موارد بنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة ميلة -

تتمثل موارد الوكالة في مختلف الحسابات وأنواعها:

**1/ الحسابات الجارية:** هي عبارة حسابات بحيث لا يستطيع سحب إلا ما هو موجود وقد يكون رصيده مدينا ويخصم المعاملات التجارية والمالية، حيث لا تفرض على العميل أية فوائد.

**2/ حسابات الشيكات الخاصة:** تعد من وسائل الدفع الأكثر انتشارا، وهي عبارة عن أمر مكتوب من عميل لديه حساب جاري خاص بالبنك الساحب، " يطلب فيه من البنك المسحوب عليه " تسديد المبلغ المدون للعميل " المستفيد " .

**3/ حسابات لأجل:** هذا النوع من الحسابات لا يجوز السحب منه إلا بعد طول ميعاد الاستحقاق وتقع عليه فوائد حسب مدة الإيداع، ولا تقل مدة استحقاقها عن شهر واحد، يعطي العميل سند يثبت حقه و يدون في هذا السند اسم صاحب الوديعة، و مبلغها.

**4/ أذونات الخزينة:** هي عبارة عن سند قصير الأجل يصدر عن الخزينة العامة، حيث تتعهد فيها تسديد قيمتها بعد فترة قصيرة لا تتجاوز تسعين يوما، يحتفظ البنك بجزء كبير من احتياطاته الإلجارية و الاختيارية في شكل أذونات الخزينة الخاصة إذا كانت قوانين وتعليمات البنك المركزي تسمح بذلك.

**5/ حسابات مختصة في السكن:** يمنح للعميل قروض من البنك بهدف بناء أو توسيع مسكن بشروط ميسرة مقارنة بغيره من الزبائن.

**6/ حسابات الادخار:** تتمثل في دفاتر التوفير<sup>1</sup>.

ثانيا: استخدامات بنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة ميلة -

تتمثل استخدامات وكالة ميلة فيما يلي:

**1/ قروض قصيرة الأجل:** هي المبلغ الذي يقدمه البنك للعميل بشرط أن يتلقى فائدة سنوية أو نصف سنوية متفق عليها في عقد القرض " عقد الاتفاق "، بالإضافة إلى إعادة المبلغ الأصلي للقرض في نهاية المدة

<sup>1</sup> وثائق مقدمة من طرف بنك القرض الشعبي الجزائري، -وكالة ميلة -

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

التي لا تتعدى السنتين، وهي وديعة جارية تتلاءم من حيث طبيعتها ومدتها مع العمليات التي يقوم بها طالبوا هذه القروض وذلك من اجل مواجهة أزمة نقص السيولة.

2/تسبيقات مضمونة قصيرة الأجل: تمنح التمويل المواد الأساسية وتكون مقابل ضمان وتتضمن أموالا ضخمة.

3/قروض الاستثمار قصيرة الأجل: هي قروض موجهة لتمويل الاستثمارات التي لا تقل مدتها عن السنتين وتزيد مدتها عن سبع سنوات، تدفع لتلبية احتياجات المؤسسة والأفراد لرؤوس الأموال.

4/قروض عقارية: تقديم قرض لاقتناء قطعة ارض أو مسكن لزبون من طرف البنك.

5/قروض استهلاكية: تقديم قروض لشراء سيارة على سبيل المثال من طرف البنك مقابل فائدة.

6/قروض بالتوقيع: يلتزم البنك بتقديم مبلغ من النقود إلى الجهة التي يتعامل معها عميله بدلا منه حيث يتعهد البنك بضمان عميله وبهذا البنك يكون قدم خدمة لعميله بأنه جنبه تجميد أمواله كضمان لأعماله المقدمة للمتعاملين معه في حالة عدم المطابقة للمواصفات أو التقصير.

7/تسبيقات على البضائع: هي القروض التي يكون ضمانها بضاعة.

8/تسليف لقاء الرهن: هو ذلك القرض الذي يمكن أن يحصل عليه العميل مقابل رهنه للأوراق التجارية التي بحوزته.

9/تسهيلات الصندوق: هي التسهيلات التي تمنحها البنوك لعملائها بغية إعطاء مرونة اكبر في نشاطهم أو العجز في خزينة المؤسسة.

10/التوطين: هو عبارة عن ورقة تجارية تحدد اسم البنك ورقم حسابه الجاري، ويتم تسديد قيمتها.

11/السحب على المكشوف: هو مبلغ يسمح للبنك لعميله بسحبه مما يزيد على رصيد حسابه الجاري " رصيد مدين " على أن يفرض البنك على العميل فائدة تتناسب والفترة التي خلالها سحب مبالغ مالية تفوق رصيد الدائن، ويوقف البنك حساب الفائدة بمجرد رجوع الحساب إلى حالته الطبيعية من مدين إلى دائن.

12/الخصم: يقوم البنك التجاري بخصم الأوراق التجارية، ويحصل مقابل ذلك على عمولة تسمى سعر الخصم.

13/قبول الودائع: يستقبل القرض الشعبي الجزائري الودائع من المودعين سواء كانوا افراد او مؤسسات بالعملة الوطنية كانت او العملة الاجنبية.

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

14/مختلف عمليات التجارة الخارجية: حيث يمول القرض الشعبي الجزائري عمليات التجارة الخارجية من خلال توفيره لوسائل الدفع المختلفة: منها الاعتماد المستندي والتحويل الحر أو المباشر<sup>1</sup>.

الفرع الرابع: الخدمات المصرفية الرقمية المقدمة من طرف وكالة ميلة

### 1/الموقع الإلكتروني التجاري:

بفضل سهولته، وسرعته وأمانه، أصبح الدفع الإلكتروني حاليا أكثر وسائل الدفع طلبا حيث على الراغبين في الانضمام إلى عائلة الدفع الإلكتروني، يكفيهم إيداع ملفاتهم عبر الموقع الإلكتروني الخاص بذلك وهذا على الرابط التالي: <https://cibweb.dz/fr>

شروط الانضمام:

- أن تكون في السجل التجاري أو سجل المهن والحرف التقليدية.
- أن تكون مسجلا في الملف الوطني للممومين على الشبكة الإلكترونية لدى المركز الوطني للسجل التجاري (رمز التجارة الإلكترونية)<sup>2</sup>.

### 2/ Mobil CPA:

بفضل تطبيق «Mobil CPA» يمكنكم الاطلاع على حساباتكم وتسييرها من هاتفكم الذي عبر الانترنت بكل أمان على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع أينما كنتم وللاستفادة من هذه الخدمة ما عليكم إلا الاشتراك في الخدمات البنكية الإلكترونية "e-banking" لدى وكالتكم التي يتواجد بها حسابكم والانخراط من خلال توقيع العقد الخاص بها، ويتم اكتتاب الاشتراك لمدة سنة واحدة ويصبح ساري المفعول عند الانخراط، غير انه إذا رغب المشترك في فسخ اشتراكه قبل انتهاء صلاحيته، فيجب عليه إخطار البنك كتابيا.

تتيح لكم خدمة "mobil cpa" عبر الانترنت من هاتفكم المحمول (الهاتف الذكي أو اللوحة الإلكترونية):

- الاطلاع على رصيد حسابكم (دينار، عملة صعبة، مدخرات).
- إجراء عمليات تحويل مبالغ محلية (اقل من 1 مليون دولار) عن بعد وبكل أمان لصالح مستفيد واحد أو أكثر دون التوجه إلى وكالة توطينه (المواطنين حساباتهم في القرض الشعبي الجزائري وكذلك المواطنين حساباتهم لدى البنوك الأخرى).

<sup>1</sup> وثائق مقدمة من طرف بنك القرض الشعبي الجزائري، -وكالة ميلة -  
<sup>2</sup> الموقع الإلكتروني للقرض الشعبي الجزائري، (2023/05/14، 10:30)  
<https://www.cpa-bank.dz>

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

-تحميل كشف التعريف البنكي (RIB) الخاص بكم و إمكانية إرساله عن طريق رسالة قصيرة أو البريد الإلكتروني .

-التواصل مع وكالتك عن طريق البريد الإلكتروني أو الهاتف بكل أمان.

-تحديد موقع جميع الوكالات الأخرى وتحديد المسار الدقيق للوصول إليها عند الحاجة.

-مراقبة منحنى تطور رصيدك.

-تحويل العملات.

-تشخيص حساباتكم<sup>1</sup>.

### 3/الدفع الإلكتروني:

Cp@-e هي خدمة دفع الكتروني مرتبطة ببطاقة الدفع CPA CIB ، تتيح لكم القيام عن بعد ، عبر الانترنت و بأمان تام، بعملية شراء السلع و الخدمات من مواقع التجار الإلكترونيين الجزائريين ، التي تقبل الدفع عبر الانترنت عن طريق بطاقات الدفع البنكية CIB، هذه الخدمة متاحة 24 ساعة على 24 وطيلة ايام الاسبوع.

إذا لم تكن زبونا لدى القرض الشعبي الجزائري؟ يمكنك الانخراط في الخدمات الإلكترونية وذلك بتقرب من احدى الوكالات التابعة للبنك وقم بفتح الحساب.

إذا كنت زبونا لدي القرض الشعبي الجزائري؟

1. اقترب من وكالة البنك الماسكة لحسابك.

2. قم بتقديم طلب للحصول على بطاقة الدفع البنكية: cib classic او gold او كوربورايت corporate او كوربورايت بلس corporate+.

3. قم بتوقيع عقد الانخراط على مستوى الوكالة المتواجد بها حسابك.

4. ستتلقى ظرفا مختوما يحتوي على: اسم المستخدم و كلمة السر اللتان تسمحان لك بالتسجيل على موقعنا الإلكتروني <https://www.cpa-bank.dz> فضاء البطاقات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> الموقع الإلكتروني للقرض الشعبي الجزائري، (14/05/2023، 10:30)

<https://www.cpa-bank.dz>

<sup>2</sup> الموقع الإلكتروني لبنك القرض الشعبي الجزائري، (14/05/2023، 10:30)

<https://www.cpa-bank.dz>

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

### 4/ تبادل المعطيات المعلوماتية EDI عن بعد:

تعتبر خدمات أوامر الدفع عن طريق تبادل معطيات المعلوماتية EDI عن بعد كعملية تبادل البيانات الالكترونية عن بعد بين المؤسسة والبنك عبر موقع البنك الالكتروني e-banking وتضمن لك خدمة تبادل المعطيات المعلوماتية EDI عن بعد:

- تامين معقول: التامين المعقول في معالجة معاملتك، والتي تتم دون الحاجة الى التنقل إلى وكالة البنك التي يوجد فيها حسابك.
- السرعة: ستوفر لك التبادلات الالكترونية ربح الوقت وتضمن لك السرعة في تنفيذ العمليات.
- الكفاءة: تبادل المعطيات المعلوماتية EDI عن بعد يقلل بصفة فعالة من الأخطاء الناجمة عن إدخال البيانات على مستوى الوكالة، عمليا دفع أسهل وأسرع.
- الموثوقية: يتم تعزيز موثوقية الرسائل من خلال العديد من الضوابط، سلامة الوسائل وإمكانية تتبعها والتحقق من هوية الشركاء.
- السرية: سرية المعلومات المتبادلة.
- سهولة الولوج للخدمات البنكية الالكترونية على مدار 24 ساعة / 24 ساعة طوال أيام الأسبوع من أي جهاز كومبيوتر متصل بالإنترنت<sup>1</sup>.

### المبحث الثاني: طريقة وإجراءات تحليل نتائج الدراسة

#### المطلب الأول: المنهجية وأدوات الدراسة:

##### 1) منهج الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وكذلك الاستدلال بالمنهج الاستقرائي والذي يعرف بأنه طريقة في البحث تتناول الأحداث وظواهر موجودة متاحة للدراسة والقياس كما هي دون تدخل في مجرياتها ويستطيع الطالب أن يتفاعل معها فيصفها ويحللها بهدف دراسة موضوع محدد في البحث، بغرض التعرف على التحول الرقمي في البنوك ودوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة ..

وذلك بالاعتماد على نوعين أساسيين من البيانات:

<sup>1</sup> الموقع الالكتروني للبنك القرض الشعبي الجزائري ، [www.cpa-:/bank.dz](http://www.cpa-:/bank.dz) ، (10:30، 2023/05/14)

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرص الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

### البيانات الأولية:

تم إعداد استبيان الدراسة وتوزيعه على عينة الدراسة لغرض تجميع المعلومات اللازمة حول موضوع البحث ومن ثم تفرغها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وتم استخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

### البيانات الثانوية:

تتم من خلال مراجعة الكتب والدوريات واستخدام الانترنت والأبحاث والدراسات السابقة التي تساهم في إثراء هذه الدراسة.

### المطلب الثاني: أداة الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة:

سيتم التطرق إلى الدراسة المستعملة الإحصائية المستخدمة من خلال هذا الجزء.

#### الفرع الأول: أداة الدراسة

تمثلت أداة الدراسة في الاستبيان وفيما يلي سنتعرف عليه ومراحل تصميمه.

#### أ. تعريف الاستبيان:

استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة حول أحد المواضيع التي يقوم الباحث بدراستها يتم تعبئتها من قبل مستجيب.

#### ب. تصميم الاستبيان:

- ✓ أهمية توفير المعرفة بيكيفية صياغة الأسئلة ووضوحها وترتيبها وارتباطها بفرضيات الدراسة.
- ✓ أهمية تجنب تكرار الكلمات لدى صياغة الأسئلة تجنب الأسئلة الغير موضوعية لصعوبة تحليلها.

#### ج. مراحل تصميم الاستبيان:

تم إعداد الاستبيان عل النحو التالي:

- إعداد استبيان أولي من أجل استخدامه في جميع البيانات المعلومات.
- عرض الاستبيان على المشرف من أجل اختبار مدى ملائمة لجميع البيانات.
- تعديل الاستبيان بشكل أولي حسب ما يراه المشرف.

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

○ توزيع الاستبيان على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة ولقد تم تقسيم الاستبيان الى قسمين كمايلي:

**الجزء الأول:** يتكون من البيانات الشخصية لعينة الدراسة.

**الجزء الثاني:** يتناول التحول الرقمي في البنوك ودوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتم تقسيمه إلى محورين كما يلي:

**المحور الأول:** يناقش التحول الرقمي في البنوك ويتكون من 8 عبارات.

**المحور الثاني:** يناقش أبعاد جودة الخدمات المصرفية ويتكون من 25 عبارة تقيس متغير الدراسة التابع وفق ليكارت الخماسي.

كما تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لقياس متغيرات الدراسة بإعطاء أوزان القيم استجابات المتغيرات الترتيبية كمايلي:

### الجدول رقم (01): مقياس ليكارت الخماسي

الإستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الوزن	1	2	3	4	5

**المصدر:** (بلعايب رمزي، بولشفار داود، تحليل إتجاهات المستهلكين نحو استخدام الخدمات المصرفية الرقمية، مذكرة ماستر، علوم تجارية " تسويق خدمات"، سنة 2021-2022، ص74)

ويتم حساب المتوسط ثم الاتجاه حسب قيمة، وذلك من خلال حساب المدى عن طريق الفرق بين أكبر وأصغر وزن أي (5-1=4)، ومن ثم يقسم المدى على عدد أوزان المقياس والبالغ عددها 5 وبالتالي على طول كل وزن والمقدر 0.8، يتم إضافة هذا الأخير في كل وزن للمقياس، فنحصل على الحدود الدنيا والعليا لكل وزن، كما هو موضح في الجدول التالي:

### الجدول رقم (02): ميزان تقديري مقياس ليكارت الخماسي

الإستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المتوسط	[1-1.8]	[2.6-1.8]	[3.39-2.6]	[4.19-3.40]	[5-4.20]
المستوى	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	قوي	قوي جدا

**المصدر:** (بلعايب رمزي، بولشفار داود، تحليل إتجاهات المستهلكين نحو استخدام الخدمات المصرفية الرقمية، مذكرة ماستر، علوم تجارية " تسويق خدمات"، سنة 2021-2022، ص75)

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

الفرع الثاني: النتائج والمناقشة

عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها ومناقشتها:

### 1. عرض نتائج الدراسة الميدانية:

هذا سوف نقوم بعرض الخصائص الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة التي تم وضعها وذلك لما لها من علاقة مع محاور الدراسة، وبالتالي سنقدمها في خمس نقاط كما جاءت به استمارة الاستبيان.

خصائص العينة حسب نوع الجنس:

وتم تلخيص متغير نوع الجنس والمكون من ذكر وأنثى ونسبتهما في الجدول:

الجدول رقم (03): توزيع عينة الدراسة حسب نوع الجنس

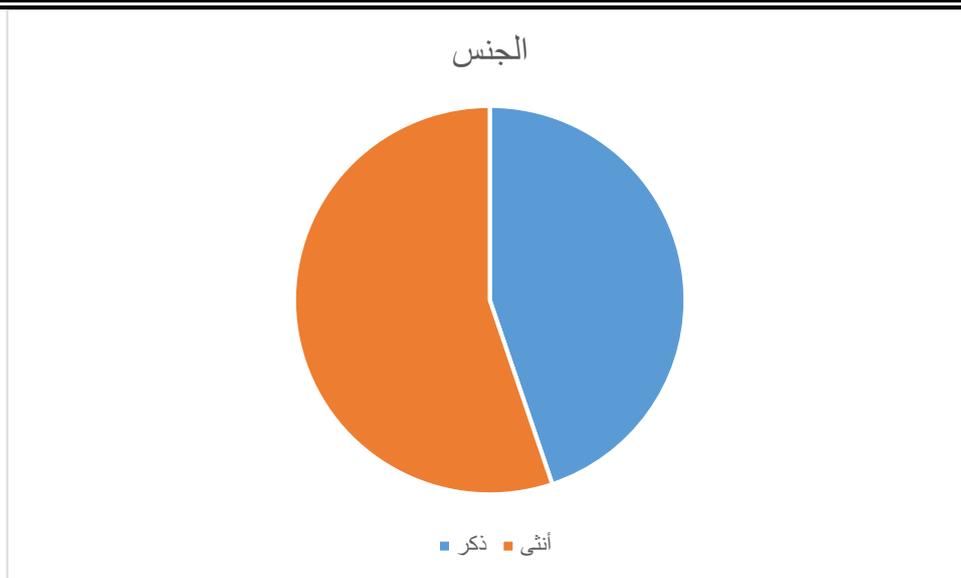
الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	26	44.8
أنثى	32	55.2
المجموع	58	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

ولتلخيص ما جاء الجدول في الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (09): توزيع عينة الدراسة حسب نوع الجنس

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلا -



نلاحظ من خلال الجدول والشكل الموضح أن هناك تجانس في العينة فيما يخص متغير الجنس، حيث بلغت نسبة الإناث 55.2% بما يعادل التكرار 32 وتليه نسبة الذكور 44.8% ما يعادل تكرار 26 مشاهدة.

### - خصائص العينة حسب الفئة العمرية:

الجدول رقم (04): توزيع متغير الدراسة حسب متغير العمر

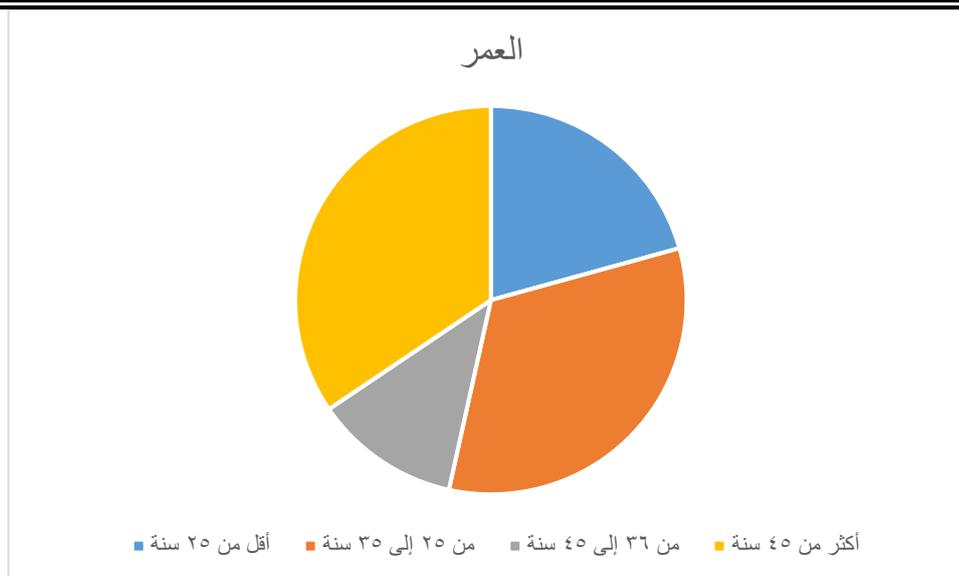
النسبة المئوية	التكرار	
20.7	12	أقل من 25 سنة
32.8	19	من 25 إلى 35 سنة
12.1	7	من 36 إلى 45 سنة
34.5	20	أكثر من 45 سنة
%100	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

ويمكن تلخيص ما جاء به الجدول في الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (10): التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب الفئة العمرية.

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -



من خلال الجدول رقم (02) والشكل رقم (02) يتضح لنا أن الفئة العمرية أكثر من 45 سنة هي الفئة الأكبر بنسبة 34.5% حسب عينة الدراسة ثم تليها فئة من 25 إلى 35 سنة بنسبة 32.8% وتليها فئة أقل من 25 سنة بنسبة 20.7% وفي الأخير فئة من 35 إلى 45 سنة بنسبة 12.1% ذات التكرار 7 حسب عينة الدراسة.

- خصائص العينة حسب المستوى التعليمي:

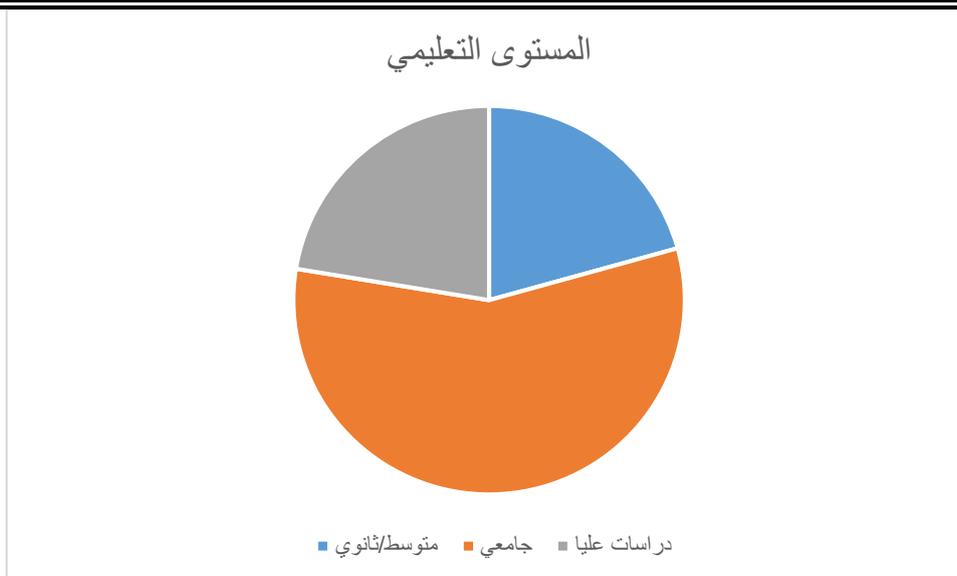
الجدول رقم (05): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	
20.7	12	متوسط/ثانوي
56.9	33	جامعي
22.4	13	دراسات عليا
%100	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (11): التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -



من خلال الجدول رقم (03) والشكل البياني رقم (03) يتضح لنا أن المستوى الجامعي هو الأكبر بنسبة 56.9% حسب عينة الدراسة ثم يليه مستوى الدراسات العليا بنسبة 22.4% وفي الأخير يأتي مستوى متوسط و ثانوي بنسبة 20.7% ذو تكرار 12 حسب عينة الدراسة.

- خصائص العينة حسب المهنة:

الجدول رقم (06): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة

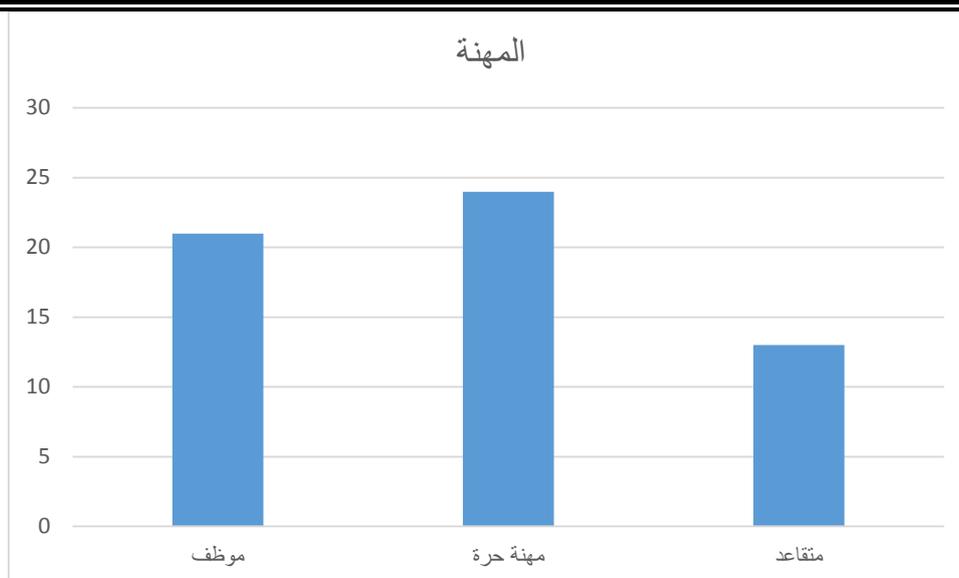
النسبة المئوية	التكرار	
36.2	21	موظف
41.4	24	مهنة حرة
22.4	13	متقاعد
%100	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

ولتلخيص ما جاء به الجدول في الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (12): التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب متغير المهنة

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -



يتضح لنا من الجدول رقم (04) والشكل رقم (04) أن النسبة الأكبر للمهن الحرة لعينة أفراد الدراسة وهي 41.4% ذات تكرار 24 ثم تليها نسبة مهنة الموظف بنسبة 36.2% وفي الأخير المتقاعدين بنسبة 22.4% بتكرار يعادل 13.

- خصائص العينة حسب مدة التعامل مع البنك:

الجدول رقم (07): توزيع عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك

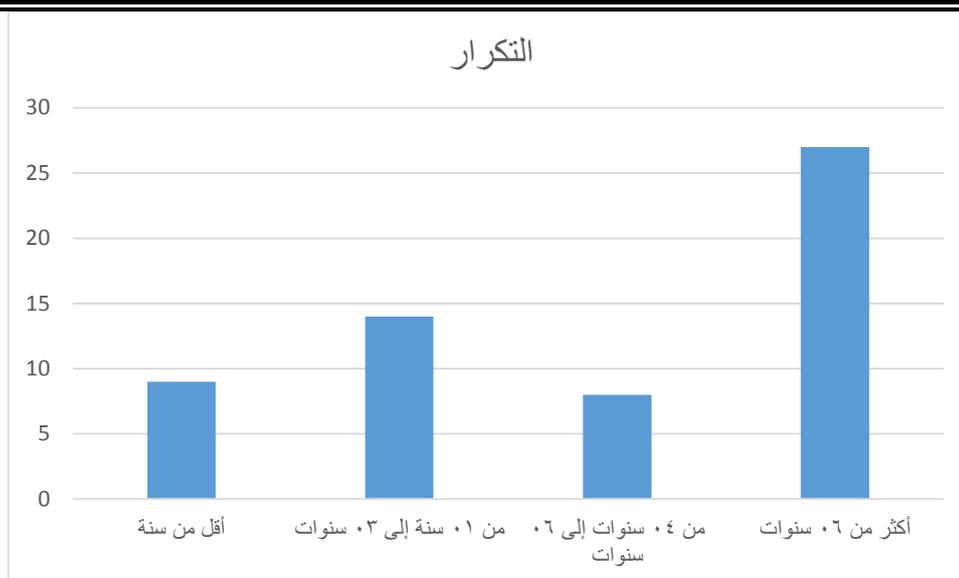
النسبة	التكرار	
15.5	9	أقل من سنة
24.1	14	من 01 سنة إلى 03 سنوات
13.8	8	من 04 سنوات إلى 06 سنوات
46.6	27	أكثر من 06 سنوات
%100	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

وقد لخصنا ما جاء في الجدول أعلاه في الشكل البياني التالي:

الشكل رقم (13): التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب مدة التعامل مع البنك

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -



نلاحظ من الجدول رقم (05) والشكل البياني رقم (05) أن أكبر نسبة لمدة التعامل مع البنك لعينة أفراد الدراسة هي نسبة أكثر من 6 سنوات 46.6% بتكرار 27 ثم تليها مدة من سنة إلى 3 سنوات ثم تليها مدة أقل من سنة بنسبة 15.5% وأخيرا نسبة من 4 سنوات إلى 6 سنوات بنسبة 13.8% ذات تكرار 8.

- خصائص العينة حسب القناة الإلكترونية المتعامل بها مع البنك:

الجدول (08): توزيع عينة الدراسة حسب متغير القناة الإلكترونية المتعامل بها مع البنك

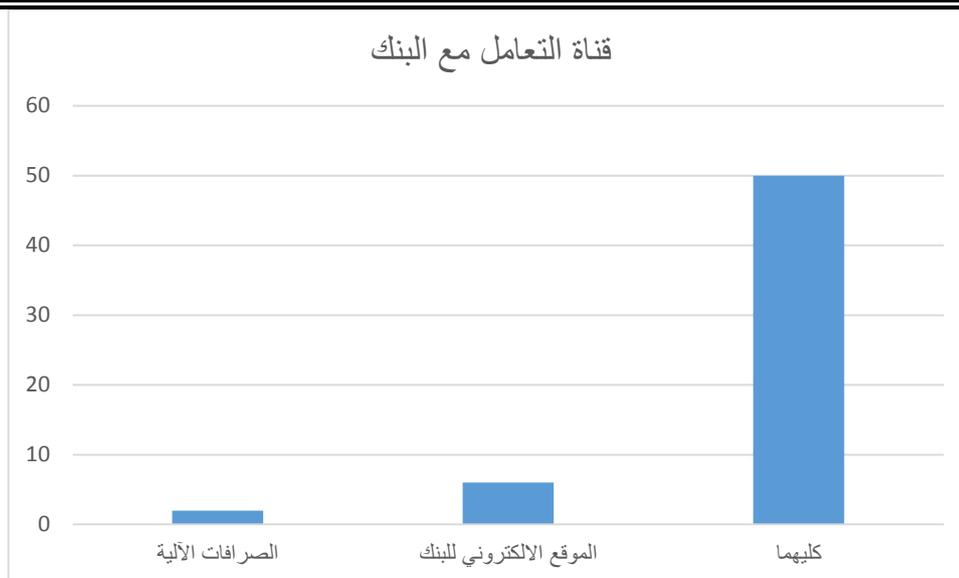
النسبة المئوية	التكرار	
3.4	2	الصرافات الآلية
10.3	6	الموقع الإلكتروني للبنك
86.2	50	كليهما
%100	58	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

ويمكن تلخيص ما جاء في الجدول في الكل البياني التالي:

الشكل رقم (14): التمثيل البياني لعينة الدراسة حسب القناة الإلكترونية المتعامل بها مع البنك

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلا -



من خلال الجدول رقم (06) والشك البياني رقم (06) يتضح أن فئة كلاهما هي الأكبر بنسبة 86.2% وذات تكرار 50 حسب عينة الدراسة ثم تليها فئة الموقع الإلكتروني للبنك بنسبة 10.3% وفي الأخير فئة الصراف الآلي بنسبة 3.4% وذات تكرار 2 حسب عينة الدراسة.

### المطلب الثالث: الصدق والثبات والاتساق الداخلي لمحاور الاستبيان:

من خلال هذا المبحث سنقوم بالتطرق للنتائج المتحصل عليها وتحليلها سواء لخصائص العينة أو للمتوسطات الحسابية التي من خلالها سنحاول الوصول إلى الهدف المبتغى من هذه الدراسة وقبل كل هذا سنتعرف على مدى صحة وثبات الاستبيان من خلال معامل ألفا كرونباخ.

#### 1) صدق وثبات الاستبيان:

##### أولاً: الصدق الظاهر بتحكيم واختبار الاستبيان

وتمثلت هذه العملية في الاستعانة بآراء وتوجيهات بعض الأساتذة من داخل الكلية وكان هذا من أجل مدى صحة البيانات الموجودة في الاستبيان ومدى عموميتها وشمولها وتوافقها مع الإشكالية الرئيسية للموضوع.

##### ثانياً: الصدق البياني

من أجل حساب وتقييم أداة القياس في هذه الدراسة والمتمثلة في الاستبيان، فإنه تم استخدام معامل ألفا كرونباخ والذي نقوم باستخدامه للتعرف على مدى ثبات الاستبيان وفقراته حيث يأخذ هذا المعامل قيم بين (0 - 1) فكلما كانت قيمة المعامل أقرب من الواحد كان هناك ثبات للفقرات، ومن ثم حساب معامل صدق، ومنه النتائج كما يلي:

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

الجدول رقم (09): نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة معامل ألفا كرو نباخ ومعامل الصدق

عبارات الاستبيان	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق
المحور الأول	08	0.931	0.964
المحور الثاني	البعد الأول	05	0.909
	البعد الثاني	05	0.924
	البعد الثالث	05	0.915
	البعد الرابع	05	0.915
	البعد الخامس	05	0.918
المجموع	33	0.931	0.964

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال نتائج الجدول رقم (07) المتحصل عليه لحسابات معاملات الصدق و الثبات لكل محور قمنا بحساب الصدق من خلال الجذر التربيعي لمعامل الثبات ألفا كرو نباخ، ولقد تراوحت جميع معاملات ألفا كرونباخ المحاور بين (0.918) و (0.909) وهي تقترب من الواحد الصحيح كما بلغت قيمة المعامل بالنسبة لجميع المحاور (0.931) وهو ما يعني بأن الاستبيان يتميز بثبات وذلك لتجاوزه قيمة 0.5، لقد تراوحت معاملات صدق المحاور بين (0.958) و (0.953) و هي تقترب من الواحد الصحيح ، كما بلغت قيمت معامل الصدق بالنسبة لجميع المحاور (0.964) مما يدل أن محتوى الاستبيان يتميز بالصدق لتجاوزه قيمة 0.5.

نستخلص مما سبق بأن النتائج المتوصل إليها سواء لمعامل الثبات أو معامل الصدق كلها كانت قريبة من الواحد الصحيح مما يعني أن الاستبيان تميز بثبات والصدق إذ نجده يعبر عن العينة في تمثيلها لمجتمع الدراسة.

ثالثا: نتائج وتحليل الفرضيات:

1) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول:

جدول رقم (10): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

عدد مفردات العينة	اختبار كولمغروف سميرونوف	مستوى المعنوية (sig)
-------------------	--------------------------	----------------------

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلا -

58	0.175	0.21
----	-------	------

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

يتضح لنا من الجدول رقم (08) أن محاور الاستبيان تتبع توزيعها طبيعيا من خلال درجة  $\text{sig} = 0.21$  وهي أكبر من 0,05، وبما أن حجم العينة 58 مفردة اعتمدنا على اختبار كولمغروف سميرونوف وهو الأنسب إحصائيا.

### (2) تحليل فقرات المحور الأول: التحول الرقمي

#### الجدول رقم (11): تحليل فقرات المحور الأول التحول الرقمي

رقم العبارة	غير بشدة	موافق	غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاتجاه
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1	7	12,1	1	1,7	6	10,3	21	36,2	23	39,7	موافق
2	4	6,9	4	6,9	7	12,1	35	60,3	8	13,8	موافق
3	5	8,6	2	3,4	13	22,4	29	50,0	9	15,5	موافق
4	1	1,7	4	6,9	7	12,1	32	55,2	14	24,1	موافق
5	4	6,9	4	6,9	7	12,1	27	46,6	16	27,6	موافق
6	*4	6,9	2	3,4	8	13,8	30	51,7	14	24,1	موافق
7	4	6,9	5	8,6	2	3,4	35	60,3	12	20,7	موافق
8	1	1,7	5	8,6	5	8,6	35	60,3	12	20,7	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss.

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

نلاحظ من خلال تحليل عبارات مدى سهولة استخدام التحول الرقمي في البنك، كانت إيجابية لعينة الدراسة حيث إحتلت الفقرة الرابعة المرتبة الاولى لدى البنك مصدر للقيمة الذي يضيف طابع التميز والقيمة للمنتج كالأداء والعلامة التجارية وأمان وسهولة الاستخدام ... الخ و بعد ذكر محتوى الفقرة الأقوى نذكر بعدها سبب موافقة العينة على هذه الفقرة كان نقول: وهذا ما يوحي لنا ان البنك له سياسة خاصة ينتهجها تصب في خلق القيمة والتميز ما يساهم بشكل مباشر في تحسين الخدمة المصرفية، كالتحسين المستمر لسرية وامان المستخدمين وجعل استخدام تطبيقات ومنصات البنك الالكترونية اكثر سهولة بشكل مستمر، ولقد قدر متوسط حساب هذه الفقرة 3.93 وانحراف معياري 1.869 ، وهناك عبارات أخرى أيضا قوية في المجال (3.60-3.90).

كما يتضح من الجدول أن النتائج تشير إلى موافقة لكل المستجيبين على ماتضمنته الفقرات الخاصة بتحول الرقمي في البنك.

### (2) تحليل فقرات للمحور الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية

#### أ. تحليل فقرات البعد الأول:

#### الجدول (12): تحليل البعد الأول للمحور الثاني

رقم العبارة	غير موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		موافق بشدة		الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1	7	12.1	0	0	4	6.9	38	65.5	9	15.5	موافق
2	4	6.9	4	6.9	9	15.5	34	58.5	7	12.1	موافق
3	1	1.7	4	6.9	13	22.4	30	51.7	10	17.2	موافق
4	2	3.4	6	10.3	13	22.4	31	53.4	6	10.3	موافق
5	2	3.4	2	3.4	6	10.3	33	56.9	15	25.9	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من خلال تحليل عبارات بعد اعتمادية جودة الخدمات المصرفية كانت نتائج إيجابية لعينة الدراسة حيث إحتلت الفقرة الخامسة المرتبة الأولى يمكن الإعتماد على موظفي البنك في حل المشاكل، وهذا ما

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

يدل على ان البنك يعطي موظفيه كامل الثقة من ناحية تواصلهم من الزبائن و حل مشاكلهم في العمل و مشاكلهم مع الزبائن كذلك، وهذا ما يساهم بشكل مباشر في ربح الوقت و تقليص مدة حل المشكلة و تجنب الإجراءات الإدارية التي تعتمد على الهرم الإداري وزيادة المرونة في التعامل، ولقد قدر المتوسط الحسابي لهذه الفقرة بـ 3.98 وانحراف معياري بـ 1.908 وتليها عبارات أيضا قوية في المجال (3.75-3.76).

كما يتضح من الجدول نفسه أن النتائج تشير إلى موافقة تامة لكل المستجيبين على ماتضمنته الفقرات الخاصة بإعتمادية جودة الخدمات المصرفية.

### ب. تحليل فقرات البعد الثاني:

#### الجدول (13): تحليل البعد الثاني للمحور الثاني

رقم العبارة	غير موافق بشدة	موافق	غير موافق		محايد		موافق		المتوسط الحسابي	الاتحاف المعياري	الاتجاه
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار			
1	4	6,9	6	10,3	5	8,6	30	51,7	13	22,4	موافق
2	4	6,9	5	8,6	10	17,2	24	41,4	15	25,9	موافق
3	0	0	7	12,1	9	15,5	34	58,6	8	13,8	موافق
4	2	3,4	4	6,9	11	19,0	28	48,3	13	22,4	موافق
5	5	8,6	7	12,1	6	10,3	29	50,0	11	19,0	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال تحليل عبارات إستجابة جودة الخدمات المصرفية كانت نتائج إيجابية لعينة الدراسة حيث إحتلت الفقرة الرابعة المرتبة الأولى: يحدد البنك مواعيد إنجاز الخدمات بدقة، فالدقة في المواعيد تزيد البنك احترام وتقديرا، وتعطيه هيبة من خلالها تزيد من احترام الزبائن له، وبالتالي يحس هذا الأخير انه يتلقى خدمة أكثر جودة، ولقد قدر المتوسط الحسابي لهذه الفقرة بـ 3.79 وانحراف معياري 1.987 وتليها عبارات أيضا قوية في المجال (3.59- 3.74).

كما يتضح من الجدول أن النتائج تشير إلى موافق لكل المستجيبين على ماتضمنته الفقرات الخاصة بإستجابة جودة الخدمات المصرفية.

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

### ج. تحليل فقرات البعد الثالث:

الجدول رقم (14): تحليل فقرات البعد الثاني للمحور الثاني

رقم العبارة	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاتجاه
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
1	12.1	7	6.9	4	10.3	6	51.7	30	19.0	11	موافق
2	5.2	3	8.6	5	17.2	10	46.6	27	22.4	13	موافق
3	3.4	2	5.2	3	10.3	6	62.1	36	19.0	11	موافق
4	1.7	1	6.9	4	15.5	9	60.3	35	15.5	9	موافق
5	0	0	5.2	3	5.2	3	60.3	35	29.3	17	موافق

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال تحليل عبارات عناية جودة الخدمات المصرفية كانت نتائج إيجابية لعينة الدراسة، حيث إحتلت الفقرة الخامسة المرتبة الأولى يتميز العاملون بمعرفة حاجات الزبائن، فهذه النقطة جد مهمة، لأن الزبائن يختلفون في ما ينهم من حيث المهنة و الوظيفة و المستوى، فليس كل زبون قادر على التعبير عن رغبته بدقة، فمهارة الموظف الذي يعمل في البنك بما يرغبه الزبون تزيد من احترام هذا الأخير للموظف و للبنك بصفة عامة، وبالتالي يستطيع الزبون من خلال هذه الفقرة بان يحس بحسن وجودة الخدمة المصرفية المقدمة له، ولقد قدر المتوسط الحسابي لهذه الفقرة بـ 4.14 وانحراف معياري 1.736 وتليها عبارات أيضا قوية في المجال (3.88-3.59).

كما يتضح من الجدول نفسه أن النتائج تشير إلى موافق لكل المستجيبين على ماتضمنته الفقرات الخاصة بعناية جودة الخدمات المصرفية.

### د. تحليل فقرات البعد الرابع:

الجدول رقم (15): تحليل فقرات البعد الرابع للمحور الثاني

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

الإجابة	إلتحاف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		رقم العبارة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
موافق	1.199	3.60	0	0	3.4	2	5.2	3	3.4	2	13.8	8	1
موافق	1.076	3.71	3.4	2	8.6	5	5.2	3	12.1	7	1.7	1	2
موافق	1.005	3.79	15.5	9	10.3	6	15.5	9	19.0	11	10.3	6	3
موافق	1.031	3.91	53.4	31	48.3	28	53.4	31	41.4	24	58.6	34	4
موافق	1.759	4.05	27.6	16	29.3	17	20.7	12	24.1	14	15.5	9	5

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال تحليل عبارات أمان جودة الخدمات المصرفية كانت نتائج إيجابية لعينة الدراسة، فالأمان أساس التعامل بين كل رفين مهما كانت صفتها، و خاصة لما يتعلق الأمر بالبنك الذي يعرض خدمات ذات صلة بالمنتجات الخاصة للزبائن، فضمن الأمان يزيد من رغبة الزبون في التعامل بحرية مع البنك و احساسه بالأمان يزيد من احساسه بجودة الخدمة المقدمة من خلال البنك، ولقد احتلت الفقرة الخامسة المرتبة الأولى تتوفر أجهزة الحماية في البنك بشكل كافي متوسط حسابها 4.05 وانحراف معياري 1.759 وتليها عبارات أيضا قوية في المجال (3.60-3.91).

كما يتضح من الجدول أن النتائج تشير إلى موافق لكل المستجيبين على ما تضمنته الفقرات الخاصة بأمان جودة الخدمات المصرفية.

و. تحليل فقرات البعد الخامس:

الجدول رقم (16): تحليل البعد الخامس للمحور الثاني

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		رقم العبارة
			النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
موافق	1.083	3.86	15,5	9	58,6	34	10,3	6	1,7	1	13,8	8	1
موافق	1.933	3.84	24,1	14	41,4	24	19,0	11	12,1	7	3,4	2	2
موافق	1.038	3.90	20,7	12	53,4	31	15,5	9	5,2	3	5,2	3	3
موافق	1.772	4.03	29,3	17	48,3	28	10,3	6	8,6	5	3,4	2	4
موافق	1.756	4.09	27,6	16	53,4	31	15,5	9	3,4	2	0	0	5

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال تحليل عبارات جاهزي جودة الخدمات المصرفية كانت نتائج إيجابية لعينة الدراسة حيث احتلت الفقرة الخامسة المرتبة الأولى هل موقع البنك يزيد من إقبال الزبائن، وهذا ما يوحي بسهولة استخدام هذا الموقع، من ناحية الاستعمال ومن ناحية التسجيل ومن ناحية التصديق كذلك، وكذلك شمولية الخدمات والمعلومات المعروضة على هذا الموقع، بمتوسط حسابي قدر بـ 4,09 وانحراف معياري 1.756 تليها عبارات أيضا قوية في المجال (3.84-4.03).

كما يتضح من الجدول أن النتائج تشير إلى موافق لكل المستجيبين على ماتضمنته الفقرات الخاصة بجاهزية جودة الخدمات المصرفية.

تحليل فقرات المحور الثاني:

الجدول رقم (17): تحليل جميع فقرات المحور الثاني

الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	موافق	غير موافق بشدة	رقم العبارة
---------	-------------------	-----------------	------------	-------	-------	-----------	-------	----------------	-------------

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

			النسبة	التكرار									
موافق	0.841	4.1	32.5	13	52.5	21	7.5	3	7.5	3	0	0	1
موافق	1.510	3.23	27.5	11	27.5	11	0	0	30	12	15	6	2
موافق بشدة	0.781	4.43	55	22	37.5	15	2.5	1	5	2	0	0	3
موافق	0.921	4.15	37.5	15	50	20	5	2	5	2	2.5	1	4
موافق بشدة	0.670	4.25	35	14	57.5	23	5	2	2.5	1	0	0	5
موافق	0.751	4.00	22.5	9	60	24	12.5	5	5	2	0	0	6
موافق بشدة	0.992	4.30	52.5	21	37.5	15	0	0	7.5	3	2.5	1	7
موافق	1.051	4.15	45	18	40	16	2.5	1	10	4	2.5	1	8
موافق	1.122	3.85	35	14	35	14	10	4	20	8	0	0	9
موافق	0.966	3.80	17.5	7	62.5	25	5	2	12.5	5	2.5	1	10

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال تحليل عبارات إلى أي مدى أبعاد جودة الخدمات المصرفية جيدة كانت نتائج إيجابية لعينة الدراسة حيث إحتلت الفقرة الثالثة المرتبة الأولى بمتوسط حسابه 4,43 وانحراف معياري 0.781 تليها عبارات أيضا قوية في المجال (3.23-4.30).

كما يتضح من الجدول أن النتائج تشير إلى موافق لكل المستجيبين على ماتضمنته الفقرات الخاصة بأبعاد جودة الخدمات المصرفية.

الإنحدار الخطي البسيط لإختبار الفرضية الرئيسية

الجدول رقم (18): تحليل الانحدار الخطي البسيط لإختبار الفرضية الرئيسية

معامل الارتباط = 0.845
معامل التحديد = $0.715^2$

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

			=140.393F		0.000Sig=
معنوية t	قيمة t	معاملات موحدة	معاملات غير موحدة		
		beta	seb	B	
0.000	4.954	0.845	5.749	28.480	المستقل
0.000	11.849		1.185	2.190	التابع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال تحليل نتائج اختبار تحليل الانحدار أن قيمة معامل التحديد بلغت  $R^2=0.7152$  وهو ما يشير إلى أن نسبة تأثير المتغير المستقل إيجابية (التحول الرقمي) في المتغير التابع (جودة الخدمات المصرفية) قدرة ب : 71.5%

و باقي النسبة المقدرة ب 28.5% من التأثير في المتغير التابع ترجع لعوامل أخرى، حيث بلغ معامل الارتباط 0.845 مما دل على وجود علاقة موجبة بين المتغيرين، في حين بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل 28.480 بمستوى دلالة  $sig=0.000$  مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين، و أما الحد التابع فقدرت قيمته ب 2.190 بمستوى دلالة  $sig=0.000$  مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التحول الرقمي وتحسين جودة الخدمات المصرفية.

جدول رقم (19): تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط لإختبار الفرضية الفرعية الأولى (البعد الأول من المحور الأول مع المحور الثاني)

معامل الارتباط $r=0.813$				
معامل التحديد $R=0.6612$				
Sig=0.000				
F=109.436				
معنوية t	قيمة t	معاملات موحدة	معاملات غير موحدة	

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

0.001	3.419	beta	seb	B	
		0.813	1.366	4.671	المستقل
0.000	10.461		1.044	1.460	التابع

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال جدول تحليل الانحدار أن قيمة معامل التحديد  $R^2$  بلغت 661.0 و هو ما يشير إلى أن نسبة تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع قدرت بـ : 66.1%

و باقي النسبة المقدرة بـ 33.9% من التأثير في المتغير التابع ترجع لعوامل أخرى، حيث بلغ معامل الارتباط 0.813 مما دل على وجود علاقة موجبة بين المتغيرين ، في حين بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل 4.671 بمستوى دلالة  $\text{sig}= 0.001$  مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين، و أما الحد التابع فقدرت قيمته بـ 1.460 بمستوى دلالة  $\text{sig}=0.000$  مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي على بعد اعتمادية جودة الخدمات المصرفية.

الجدول رقم (20): تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط لإختبار الفرضية الفرعية الثانية (البعد الثاني من المحور الأول مع المحور الثاني)

معامل الارتباط = 0.688	
معامل التحديد = $0.473^2$	
F=50.352	Sig=0.000

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

معنوية t	قيمة t	معاملات موحدة			
		beta	seb	B	
0.017	2.460	0.688	1.973	4.854	المستقل
0.000	7.096		1.063	1.450	التابع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال جدول تحليل الانحدار أن قيمة معامل التحديد  $R^2$  بلغت 0.473 و هو ما يشير إلى أن نسبة تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع قدرت بـ : 47.3%

و باقي النسبة المقدرة بـ 52.7% من التأثير في المتغير التابع ترجع لعوامل أخرى، حيث بلغ معامل الارتباط 0.688 مما دل على وجود علاقة موجبة بين المتغيرين ، في حين بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل 4.854 بمستوى دلالة  $\text{sig}= 0.017$  مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين، و أما الحد التابع فقدرت قيمته بـ 1.450 بمستوى دلالة  $\text{sig}=0.000$  مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحول الرقمي على إستجابة جودة الخدمات المصرفية.

الجدول رقم (21): تحليل نتائج الانحدار الخطي البسيط لإختبار الفرضية الفرعية الثالثة (البعد الثالث من المحور الأول مع المحور الثاني)

معامل الارتباط = 0.738					
معامل التحديد = $0.545^2$					
			F=67.132	Sig=0.000	
معنوية t	قيمة t	معاملات موحدة			
		beta	seb	B	
0.000	4.723	0.738	1.502	7.095	المستقل
0.000	8.193		1.048	1.396	التابع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال جدول تحليل الانحدار أن قيمة معامل التحديد  $R^2$  بلغت 0.545 وهو ما يشير إلى أن نسبة تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع قدرت بـ : 54.5%

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

و باقي النسبة المقدرة بـ 45.5% من التأثير في المتغير التابع ترجع لعوامل أخرى، حيث بلغ معامل الارتباط 0.738 مما دل على وجود علاقة موجبة بين المتغيرين، في حين بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل 7.095 بمستوى دلالة sig=0.000 مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين، و أما الحد التابع فقدرت قيمته بـ 1.396 بمستوى دلالة sig=0.000 مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحول الرقمي على بعد تعاطف جودة الخدمات المصرفية.

الجدول رقم (22): تحليل نتائج الإنحدار الخطي البسيط لإختبار الفرضية الفرعية الرابعة (المحور الأول مع البعد الرابع من المحور الثاني)

معامل الارتباط = 0.726					
معامل التحديد = $0.527^2$					
			F=62.393	Sig=0.000	
معنوية t	قيمة t	معاملات موحدة	معاملات غير موحدة		
		beta	seb	B	
0.001	3.567	0.726	1.688	6.021	المستقل
0.000	7.899		1.054	1.429	التابع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال جدول تحليل الإنحدار أن قيمة معامل التحديد  $R^2$  بلغت و ما يشير إلى أن نسبة تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع قدرت بـ: 52.7%

و باقي النسبة المقدرة بـ 47.3% من التأثير في المتغير التابع ترجع لعوامل أخرى، حيث بلغ معامل الارتباط 0.726 مما دل على وجود علاقة موجبة بين المتغيرين، في حين بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل 6.021 بمستوى دلالة sig= 0.001 مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين، و أما الحد التابع فقدرت قيمته بـ 1.429 بمستوى دلالة sig=0.000 مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحول الرقمي على بعد أمان جودة الخدمات المصرفية.

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلة -

الجدول رقم (23): تحليل نتائج الإنحدار الخطي البسيط لإختبار الفرضية الفرعية الخامسة (المحور الأول مع البعد الخامس من المحور الثاني)

معامل الارتباط = 0.797					
معامل التحديد = $0.527^2$					
			F=97.472	Sig=0.000	
معنوية t	قيمة t	معاملات موحدة	معاملات غير موحدة		
		beta	seb	B	
0.000	4.062	0.797	1.437	5.839	المستقل
0.000	9.873		1.046	1.456	التابع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال جدول تحليل الإنحدار أن قيمة معامل التحديد  $R^2$  بلغت 0.527 و هو ما يشير إلى أن نسبة تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع قدرت بـ : 52.7%

و باقي النسبة المقدرة بـ 47.3% من التأثير في المتغير التابع ترجع لعوامل أخرى، حيث بلغ معامل الارتباط 0.797 مما دل على وجود علاقة موجبة بين المتغيرين ، في حين بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل 5.539 بمستوى دلالة sig= 0.000 مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين، و أما الحد التابع فقدرت قيمته بـ 1.456 بمستوى دلالة sig=0.000 مما يدل كذلك على العلاقة الإيجابية بين المتغيرين.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحول الرقمي على بعد جاهزية البنك جودة الخدمات المصرفية.

### خلاصة الفصل الثاني:

توصلنا من خلال دراستنا التطبيقية إلى أن النتائج المتوصل إليها والتي جاءت كلها معنوية إحصائية، اتضح لنا تأثير التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة ميلة ساهم في كسب رضا وولاء العملاء وبالتالي تحقيق أهداف بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة ميلة، وهذا ما أكدناه من خلال التحليل الإحصائي الذي كان ذو دلالة إحصائية حيث تبين لنا أن عملاء البنك

## الفصل الثاني: دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميلا -

---

---

يقيمون مستوى خدمات التحول الرقمي المقدمة لهم على أنها جيدة من حيث كل أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

# الخاتمة



من خلال دراستنا لهذا الموضوع ومحاولتها معالجة إشكالية البحث اتضح لنا ان نجاح المؤسسات البنكية في تطوير وتحسين الجودة في خدماتها يعد مرتكزا أساسيا تسعى لبلوغه، وتعتمد في هذا إلى معرفة تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمة المقدمة لهم، وكيف يمكن أن تستحوذ على القدر الأكبر من اهتمام الزبائن وبالتالي ترك الانطباع الجيد في أذهانهم.

استطاع التحول الرقمي من خلال ما يقدمه من خدمات متطورة في وقت وجيز إلى تخفيض التكلفة من خلال الخدمة البنكية بمختلف أنواعها، مما زاد من أهمية استعمال هذه التكنولوجيا البنكية، كل هذا أدى إلى تحسين جودة الخدمات وتقديمها بأسلوب راقي ومميز.

وبناء على ما سبق، استهدفت الدراسة البحث في اثر التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال قسميها النظري و التطبيقي، حيث تم اختيار بنك القرض الشعبي الجزائري - وكالة ميله -، و هذا لتجسيد الواقع النظري ميدانيا، و أثارت الدراسة جملة من التساؤلات و قدمت فرضيات تتعلق بطبيعة العلاقة بين المتغيرين، و توصلت إلى عدة نتائج تساهم في حل إشكالية الدراسة و الاجابة عن تساؤلاتها و فرضياتها و تقديم اقتراحات لمسييري الوكالة.

### 1- نتائج الدراسة:

بعد دراستنا النظرية، يمكننا الخروج ببعض النتائج التالية:

✓ خدمة العملاء الرقمية.

✓ تحول العمليات المصرفية رقميا.

ويمكننا تلخيص ذلك في مايلي:

1- يؤثر التحول الرقمي منجودة خدمة العملاء الرقمية من خلال:

أ. يؤثر التحول الرقمي على جودة التصميم الرقمي لخدمة العملاء.

ب. يؤثر التحول الرقمي لخدمة العميل من خلال اتخاذ خطوات لعمل نظام أساس واحد شامل.

ج. يؤثر التحول الرقمي على تطوير خدمة العملاء بواسطة نقاط الإتصال الرقمي.

2- يؤثر التحول الرقمي على تحويل العمليات المصرفية رقميا من خلال:

أ. يؤثر التحول الرقمي على العمليات المتصلة رقميا.

ب. يؤثر التحول الرقمي على إتخاذ القرار القائم على البيانات الفورية.

ج. يؤثر التحول الرقمي على نماذج الأعمال المعدلة رقمياً (التطورات الرقمية).

د. يؤثر التحول الرقمي على إنشاء نماذج أعمال رقمية جديدة.

ومن خلال الدراسة الميدانية ببنك القرض الشعبي الجزائري -وكالة ميلة- تم الخروج بمجموعة من النتائج نوجزها في النقاط التالية:

- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد اعتمادية جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد استجابة جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد عناية جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد امان جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على بعد جاهزية جودة الخدمات المصرفية عند مستوى دلالة  $\alpha \leq 0.05$ .

### 3- التوصيات:

- إن اعتماد التحول الرقمي سوف يساهم في تطوير وتحديث جودة الخدمة البنكية؛
- رفع كفاءة العاملين رقمياً والتدريب المستمر على التعامل الرقمي مع الخدمات الرقمية والعملاء؛
- التوسع في حملات تثقيف المواطنين بأهمية التحول الرقمي والخدمات المتاحة وكيفية استخدامها؛
- العمل على تفعيل شبكة الانترنت كعامل مهم من عوامل نجاح البنوك والمؤسسات المالية في العصر الحديث؛
- التوسع في الخدمات الرقمية الأكثر استخداماً من العملاء مثل ماكينات الصراف الآلي؛
- تسويق الخدمات الرقمية للعملاء التقليديين الغير متعاملين رقمياً وعمل ورشات تسويقية لهم من خلال المصارف؛

- العمل على دعم عملية التحول الرقمي في البنوك كأولوية من أولوياتها، وضرورة توفير الإمكانيات لضمان نجاحها؛
- الوقوف على مقترحات الزبائن والاهتمام بحل مشاكلهم ومعرفة الخدمات البنكية الالكترونية التي يرغبون فيها والأخذ بها؛
- يتطلب التحول الرقمي توافر مهارات عالية لا تقتصر فقط على المهارات الإدارية بل يلزم الجمع بين المهارات الإدارية والتكنولوجية والتي تساعد الإدارة العليا للبنوك على سرعة الاستجابة لعلاج المشكلات الطارئة؛
- ضرورة احتواء المناهج المحاسبية والإدارية في كليات العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالجامعات الجزائرية على دراسة التحول الرقمي من جميع نواحيه.

### 3/آفاق الدراسة:

من خلال النتائج المتوصل إليها اتضح لدينا العديد من الدراسات المستقبلية والتي ستكون استمرارا لبحثنا الحالي وعلى سبيل الذكر:

- ✓ واقع تطبيق التحول الرقمي في البنوك الجزائرية (آفاق وتحديات)؛
- ✓ دور تطبيق التحول الرقمي في البنوك الجزائرية في كسب رضا الزبائن؛
- ✓ أثر استخدام التحول الرقمي على تنافسية البنوك والمؤسسات المالية.

# قائمة المراجع والمصادر



## قائمة المصادر والمراجع

### ➤ كتب:

- العياطي جهيدة، محمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية بين وسائل الدفع الحديثة و التقليدية - تحليل إحصائي حديث لواقع و آفاق الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، جامعة أبو بكر بالقايد تلمسان - الجزائر.
- ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير العبد اللت، الصرافة الإلكترونية (الأدوات و التطبيقات و معيقات التوسع)، دار وائل للنشر، عمان - الأردن، 2008.
- نوري المهدي الكوني، المدخل العلمي للإدارة الإلكترونية (تحديث خدمات المنظمات المصرفية)، دار الكتب الوطنية بنغازي، الطبعة 01، طرابلس، ليبيا، 2020.

### ➤ رسائل وأطروحات:

- أيمن فتحي، فضل الخالدي، قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين (من وجهة نظر العملاء) ، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال ، كلية التجارة ، الجامعة الإسلامية ، غزة - فلسطين ، 2006.
- بلعاش ميادة، أثر الصرافة الإلكترونية على السياسة النقدية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات النقود و البنوك و الأسواق المالية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2014-2015.
- بلعاش ميادة، أثر الصرافة الإلكترونية على السياسة النقدية، دراسة مقارنة، الجزائر - فرنسا، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات النقود و البنوك و الأسواق المالية، جامعة بسكرة، 2014-2015.
- بن بوريش نشاط الدين، أثر تكنولوجيا الاعلام و الاتصال على جودة الخدمات البنكية، اطروحة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك مالية و تأمينات، جامعة فرحات عباس، سطيف - الجزائر، 2017-2018.
- بهلول خيرة، مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص إدارة و تسيير المؤسسة ، جامعة احمد بن يحي المونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر 2021-2022.

## قائمة المراجع

- جباري فادية، تأثير جودة الخدمات على رضا العميل، رسالة ماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان . الجزائر، 2011.
- حسين مصيلحي، التحول الرقمي . الإطار المستقبلي لنظم وتكنولوجيا المعلومات، جامعة كفر الشيخ، مصر، 2021.
- خيرى على أوسو، لؤي لطيف بطرس، تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن، الجامعة المستنصرية، العراق، 2006.
- ديدوش هاجرة، أثر استخدام نظم و تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية ، أطروحة الدكتوراه علوم التسيير ، تخصص لدارة مالية ، جامعة حسيبة بن بوعلوي ، الشلف . الجزائر ، 2021-2022.
- سهى حسن محمود، تقويم فرص تطبيق التسويق الالكتروني وتأثيره على تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير في ادارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، دمشق . سوريا، 2013.
- عبيد، دور الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المقدمة في هيئة التقاعد الفلسطينية، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة - فلسطين ، 2021-2022.
- عمار محمد زهير تيناوي، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018-2019.
- فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس . الجزائر، 2011-2012.
- مسعودي راوية، التسويق الالكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة العمليات التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013-2014.

## قائمة المراجع

- مشنان بركة، بور الثقافة التنظيمية في تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي، أطروحة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة - الجزائر، 2016.
- مصطفى مفيد مصطفى - العربي حسيبة، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المالية والمصرفية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2015-2016.
- نبيلة عبد الفتاح قشطي، حوكمة التحول الرقمي، أطروحة دكتوراه، تخصص قانون دستوري والنظم السياسية، مجلة الشرق الأوسط للعلوم الإنسانية والثقافية، المجلد 1، العدد 5، 2021.
- هاشم أمين، اثر التحول الرقمي على إبداع العاملين في ظل توسط طبيعة الهيكل في البنوك، أطروحة دكتوراه (منشورة) ،جامعة بنها ، مصر ، 2022.
- الهام عطاوي ،جودة الخدمات المصرفية و أثرها على أداء المصارف الأردنية ، مذكرة ماجستير ، تخصص العلوم المالية و المصرفية ، كلية الاقتصاد و العلوم الإدارية ، جامعة اليرموك ، اربد .الأردن ، 2011.

### ➤ ملتقيات ومؤتمرات:

- احمد طرطار ، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كالية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة الملتقى الدولي حول ادارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة - الجزائر، 2010.
- شرف عبد الرحمن محمد عبد الرحمان، أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري، المجلد 13 ، العدد 02 أبريل 2022.
- داني مزهر وآخرون، مداخلة مقدمة إلى الملتقى: التحول الرقمي والتنمية المستدامة: نحو إستراتيجية التحول للدولة الرقمية المستدامة في العالم العربي ، جامعة سليمان الدولية، تركيا، 2023 /02 /04\_03
- لموشي زهية، نايلي إهام، التحول الرقمي كمحفز للتنمية الاقتصادية في ظل الأزمات مع الإشارة لواقعه في الدول العربية، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني حول كتاب أعمال الملتقى الافتراضي الوطني حول: التحول الرقمي في الجزائر كآلية لدعم تنافسية الاقتصاد الوطني وكسب رهان التنمية

## قائمة المراجع

في ظل الأزمات والتحديات الراهنة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي . الجزائر، 23 سبتمبر 2021.

- مداح عرايبي الحاج، مديوني جميلة، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية باستخدام نموذج Servqual - تجربة المصارف الإسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية، الملتقى الدولي للاقتصاد الإسلامي، الواقع ... ورهانات المستقبل، الأردن، عمان، الطبعة 01، غرداية، الجزائر، 23-24 فيفري 2011.

- معطي الله خير الدين، بوقوم محمد، المعلوماتية والجهاز البنكي - حتمية تطوير الخدمات المصرفية، ملتقى وطني المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات-، جامعة 8 ماي 1945، قالمة الجزائر، 06/05 نوفمبر 2001.

### ➤ مقالات:

- احمد خيضر احمد، جودة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة، مجلة اقتصاد المال والأعمال، العدد 01، المجلد 03، بغداد . العراق، 2019.

- اديب قاسم شندري، الصرافة الإلكترونية أنماطها وخيارات القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة واسط . بغداد، العدد السابع والعشرون 2011.

- أسامة محمد الشوخي، 2023 عام التوجه نحو تعزيز التحول الرقمي للخدمات المالية والمصرفية للمصارف اليمنية (مقال منشور على الخط)، جمعية البنوك اليمنية - صنعاء، بتاريخ 2023/02/08.

- أسماء مبارك إبراهيم بكري، دور تطبيق التحول الرقمي في ترشيد تكاليف الخدمات المصرفية في البنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، جامعة 6 أكتوبر، كلية التجارة، المجلد الثالث عشر، العدد الثاني، مصر، مارس 2022.

- إلهام يحيوي، التسويق الرقمي: كيفية تطبيق التحول الرقمي في مجال التسويق، مجلة التنمية الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، جامعة حمة لخضر، الوادي . الجزائر، ديسمبر 2019.

- أمل علي إبراهيم، دور التحول الرقمي في دعم الإيرادات الضريبية (مع إشارة خاصة للاقتصاد الرسمي)، مجلة البحوث المالية، كلية التجارة، المجلد 22، العدد الأول، جامعة بورسعيد، مصر، يناير 2021.
- أمينة قاجة، طيبي رتيبة، تأثير لدارة معرفة العميل في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك العمومية، مجلة شعاع لدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، جامعة ورقلة . الجزائر، 2022.
- أمينة مؤيد عبد الله، غصون تلفان مدلول، تحليل وقياس اثر جودة الخدمات المصرفية الخاصة على زيادة القدرة التنافسية ، مجلة العلوم الإنسانية و الطبيعية ، مجلة علمية محكمة ، جامعة الفراهيدي ، بغداد . العراق ، 2021.
- بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف . الجزائر، العدد 03.
- بن زكورة العونية، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنك الإسلامي، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة مصطفى اسطبولي، معسكر- الجزائر، المجلد 20، العدد 02، 2019.
- جميلة سلامي ويوسف بوشي، التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، جامعة ابن خلدون، تيارت . الجزائر، سبتمبر 2019.
- خلف فاطمة الزهراء، معين السيد أمين، فعالية وكفاءة نظام المعلومات البنكي في الرفع من جودة الخدمات المصرفية، مجلة دراسات وأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد 5، جامعة الجزائر 2021.
- ديدوش هاجر، حريزي عبد الغني، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف -، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف . الجزائر، المجلد 17/ العدد 26، 2021.
- ديدوش هاجرة، حريزي عبد الغني، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 26، المجلد 17، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف . الجزائر، 2021.

## قائمة المراجع

- سناء رشيد محيسن، اثر التسويق الالكتروني في جودة الخدمة المصرفية: دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين في متصرف الرافدين الحكومي (الإدارة العامة)، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، المجلد 16، العدد58، جامعة النهدين، العراق، 2018.
- سهام سليم الجعافرة، الرقمنة وتحسين أداء جودة الخدمة في البلديات، مجلة العلوم الإنسانية والطبيعية، المجلد04، العدد2، وزارة الإدارة المحلية، بلدية الكرك الكبرى، الأردن 2023.
- شاهر محمد عبيد، اثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا و التزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية و الإدارية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، العدد 04، 2021.
- صدوق غرسي وآخرون، واقع وأهمية التحول الرقمي و الأتمة، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية و الإدارية، المجلد 03، العدد02، المركز الجامعي أفلو، الجزائر، 2021.
- عمر علي بابكر الطاهر، نزار بن عبد الله، اثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، مجلة العربية للنشر العلمي، محافظة الدرب، المملكة العربية السعودية، العدد14، السنة 2019.
- قطاف فيروز، تقييم جودة الخدمة المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل المصرفي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 21، جامعة محمد خيضر، بسكرة. الجزائر، 2011.
- لبنى سحر فاري، دراسة تحليلية لمحددات نجاح التحول الرقمي في الشركات،المجلة الجزائرية للاقتصاد و المالية ة مخبر التنمية المحلية المستدامة، المجلد 08، العدد15، جامعة المدينة، الجزائر، 2021.
- لعرف فائزة، بوقرة رابح، تقييم جودة الخدمة البنكية المقدمة من منظور الزبائن، مجلة العلوم الاقتصادية ولتسيير العلوم التجارية، جامعة المسيلة. الجزائر، العدد 12، 2014.
- مكي الحاج، وآخرون، اثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضا الزبون المصرفي، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10، العدد03 الجزائر، 2019.
- هالة عبدلي، الصيرفة الالكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، مجلة الأصل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد01، 2017، خنشلة. الجزائر.
- وفاء صبحي التميمي، اثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، جامعة العلوم التطبيقية، عمان. الأردن، المجلد 10، العدد 01، 2007.

### ➤ مراجع باللغة الأجنبية:

- Zyadin Sayabek & Saltanat Suiubayeva.(2020).*Digital Transformation in Business.Springer Nature.*

### مواقع:

➤ <https://yemen-yba.com/13616/2023>  
<https://www.cpa-bank.dz>

# الملاحق



## قائمة الملاحق

الملاحق

ملحق رقم (01): مخرجات spss

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أنثى	32	55,2	55,2	55,2
	ذكر	26	44,8	44,8	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	25 من أقل	12	20,7	20,7	20,7
	سنة 45 من أكثر	20	34,5	34,5	55,2
	سنة 35 إلى سنة 25 من	19	32,8	32,8	87,9
	سنة 45 إلى سنة 36 من	7	12,1	12,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

التعليمي المستوى

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	جامعي	33	56,9	56,9	56,9
	عليا دراسات	13	22,4	22,4	79,3
	ثانوي/متوسط	12	20,7	20,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

## قائمة الملاحق

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	متقاعد	13	22,4	22,4	22,4
	حرة مهنة	24	41,4	41,4	63,8
	موظف	21	36,2	36,2	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

### البنك مع التعامل مدة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة من أقل	9	15,5	15,5	15,5
	سنوات ستة من أكثر	27	46,6	46,6	62,1
	8 سنوات 06 إلى سنوات 04 من	8	13,8	13,8	75,9
	سنوات ثلاثة إلى سنة من	14	24,1	24,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

### ماهي القناة الإلكترونية المتعامل بها مع البنك للحصول على الخدمة المصرفية الإلكترونية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الآلية الصرافات	2	3,4	3,4	3,4
	للبنك الإلكتروني الموقع	6	10,3	10,3	13,8
	كلاهما	50	86,2	86,2	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

## قائمة الملاحق

### Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'élément	de Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
الأول_المحور	95,1379	280,753	,845	,931
الأول_البعد	106,9138	366,396	,901	,909
الثاني_البعد	107,0172	366,684	,748	,924
الثالث_البعد	106,4310	378,285	,857	,915
الرابع_البعد	106,5000	369,132	,832	,915
الخامس_البعد	105,8448	375,467	,813	,918

### Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,931	6

Manquant	0	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne المتوسط الحسابي	3,90	3,67	3,60	3,93	3,81	3,83	3,79	3,90

## قائمة الملاحق

Ecart type الانحراف المعياري	1,294	1,033	1,075	,896	1,131	1,062	1,088	,892
------------------------------	-------	-------	-------	------	-------	-------	-------	------

يطبق البنك شتى أنواع تقنيات التحول الرقمي من الحوسبة السحابية والتفاعل المتقدم بين الانسان والآلة وغيرهما...الخ.

	Fréquence التكرارات	Pourcentage النسبة المئوية	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق بشدة	7	12,1	12,1	12,1
غير موافق	1	1,7	1,7	13,8
محايد	6	10,3	10,3	24,1
موافق	21	36,2	36,2	60,3
موافق بشدة	23	39,7	39,7	100,0
Total	58	100,0	100,0	

يهتم البنك بمفهوم الأجيال الرقمية الجديدة ويكيف بشكل مستمر سلوكياتها للتعامل مع منتجاتها وخدماتها وفقا لاتجاهات العملاء.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق بشدة	4	6,9	6,9	6,9
غير موافق	4	6,9	6,9	13,8
محايد	7	12,1	12,1	25,9
موافق	35	60,3	60,3	86,2
موافق بشدة	8	13,8	13,8	100,0
Total	58	100,0	100,0	

يملك البنك قنوات توزيع الخدمات كموقع يستطيع من خلاله العميل أن يحصل على ما يحتاج دون التنقل

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

## قائمة الملاحق

Valide	بشدة موافق غير	5	8,6	8,6	8,6
	موافق غير	2	3,4	3,4	12,1
	محايد	13	22,4	22,4	34,5
	موافق	29	50,0	50,0	84,5
	بشدة موافق	9	15,5	15,5	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

لدى البنك مصدر للقيمة الذي يضيف طابع التميز والقيمة للمنتج كالأداء والعلامة التجارية وأمان وسهولة الاستخدام ... الخ.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	1,7	1,7	1,7
	غير موافق	4	6,9	6,9	8,6
	محايد	7	12,1	12,1	20,7
	موافق	32	55,2	55,2	75,9
	موافق بشدة	14	24,1	24,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

للبنك منظومة من الأجهزة وأنظمة التشغيل ووسائل التخزين والبرمجيات التي تتيح استخدام الأصول بكفاءة وضمن مستوى خدمة مناسب للعملاء.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	4	6,9	6,9	6,9
	غير موافق	4	6,9	6,9	13,8

## قائمة الملاحق

محايد	7	12,1	12,1	25,9
موافق	27	46,6	46,6	72,4
موافق بشدة	16	27,6	27,6	100,0
Total	58	100,0	100,0	

البنك لديه موارد بشرية وكوادر مؤهلة قادرة على استخدام البيانات وتحليلها لإتخاذ قرارات فعالة.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	4 غير موافق بشدة	6,9	6,9	6,9
	2 غير موافق	3,4	3,4	10,3
	8 محايد	13,8	13,8	24,1
	30 موافق	51,7	51,7	75,9
	14 موافق بشدة	24,1	24,1	100,0
	Total 58	100,0	100,0	

يتبنى البنك استراتيجية رقمية تسمح له بالقيام بعدة مهام تنظيمية وأهداف بعيدة المدى، وكل ما يتعلق بعملية التحول الرقمي للأنشطة الإدارية

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	4 غير موافق بشدة	6,9	6,9	6,9
	5 غير موافق	8,6	8,6	15,5
	2 محايد	3,4	3,4	19,0
	35 موافق	60,3	60,3	79,3
	12 موافق بشدة	20,7	20,7	100,0
	Total 58	100,0	100,0	

## قائمة الملاحق

يقدم البنك منتجات متنوعة فيما يخص التحول الرقمي كالسداد عن طريق الهاتف النقال والتطبيقات المصرفية والخدمات المصرفية عبر الانترنت... الخ.

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	1,7	1,7
	غير موافق	5	8,6	10,3
	محايد	5	8,6	19,0
	موافق	35	60,3	79,3
	موافق بشدة	12	20,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0

### Statistiques

	تتوفر أجهزة يهتم عمال البنك تشعر بالأمان بوجود نظام حراسة الحماية في البنك بصفة فردية عند التعامل مع وأمن فعال في يمكنكم الوثوق في بشكل كافي بالزبون العاملين في البنك العاملين في البنك					
N	Valide	58	58	58	58	58
	Manquant	0	0	0	0	0
	Moyenne	3,60	3,71	3,79	3,91	4,05
	Ecart type	1,199	1,076	1,005	1,031	,759

يمكنكم الوثوق في العاملين في البنك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	8	13,8	13,8
	غير موافق	1	1,7	15,5
	محايد	6	10,3	25,9
	موافق	34	58,6	84,5

## قائمة الملاحق

موافق بشدة	9	15,5	15,5	100,0
Total	58	100,0	100,0	

يوجد نظام حراسة وأمن فعال في البنك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	3,4	3,4
	غير موافق	7	12,1	15,5
	محايد	11	19,0	34,5
	موافق	24	41,4	75,9
	موافق بشدة	14	24,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0

تشعر بالأمان عند التعامل مع العاملين في البنك

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	3	5,2	5,2
	غير موافق	3	5,2	10,3
	محايد	9	15,5	25,9
	موافق	31	53,4	79,3
	موافق بشدة	12	20,7	100,0
	Total	58	100,0	100,0

يهتم عمال البنك بصفة فردية بالزبون

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

## قائمة الملاحق

Valide	غير موافق بشدة	2	3,4	3,4	3,4
	غير موافق	5	8,6	8,6	12,1
	محايد	6	10,3	10,3	22,4
	موافق	28	48,3	48,3	70,7
	موافق بشدة	17	29,3	29,3	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

تتوفر أجهزة الحماية في البنك بشكل كافي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	2	3,4	3,4	3,4
	محايد	9	15,5	15,5	19,0
	موافق	31	53,4	53,4	72,4
	موافق بشدة	16	27,6	27,6	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

### Statistiques

		يتلاءم المظهر يتوفر البنك على العام للبنك مع تجهيزات و التي معدات ذات تقنيات متطورة	يتلاءم المظهر العام للبنك مع تجهيزات و التي معدات ذات تقنيات متطورة يقدمها	تصميم البنك الخدمات الداخلي متكامل	يتمتع الموظفون بالمظهر الحسن يجذب العملاء	هل موقع البنك يزد من إقبال الزبائن للتعامل مع
N	Valide	58	58	58	58	58

## قائمة الملاحق

Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne	3,86	3,84	3,90	4,03	4,09
Ecart type	1,083	,933	1,038	,772	,756

يتوفر البنك على تجهيزات ومعدات ذات تقنيات متطورة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	4	6,9	6,9	6,9
	غير موافق	4	6,9	6,9	13,8
	محايد	2	3,4	3,4	17,2
	موافق	34	58,6	58,6	75,9
	موافق بشدة	14	24,1	24,1	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

يتلاءم المظهر العام للبنك مع الخدمات التي يقدمها

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	3,4	3,4	3,4
	غير موافق	3	5,2	5,2	8,6

## قائمة الملاحق

محايد	9	15,5	15,5	24,1
موافق	32	55,2	55,2	79,3
موافق بشدة	12	20,7	20,7	100,0
Total	58	100,0	100,0	

تصميم البنك الداخلي متكامل

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide غير موافق بشدة	4	6,9	6,9	6,9
غير موافق	1	1,7	1,7	8,6
محايد	7	12,1	12,1	20,7
موافق	31	53,4	53,4	74,1
موافق بشدة	15	25,9	25,9	100,0
Total	58	100,0	100,0	

يتمتع الموظفون بالمظهر الحسن الذي يجذب العملاء

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

## قائمة الملاحق

Valide	غير موافق بشدة	1	1,7	1,7	1,7
	غير موافق	2	3,4	3,4	5,2
	محايد	4	6,9	6,9	12,1
	موافق	38	65,5	65,5	77,6
	موافق بشدة	13	22,4	22,4	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

هل موقع البنك يزيد من إقبال الزبائن للتعامل معه

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	4	6,9	6,9	6,9
	محايد	2	3,4	3,4	10,3
	موافق	37	63,8	63,8	74,1
	موافق بشدة	15	25,9	25,9	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

هل موقع البنك يزيد من إقبال الزبائن للتعامل معه

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	4	6,9	6,9	6,9
	محايد	2	3,4	3,4	10,3
	موافق	37	63,8	63,8	74,1
	موافق بشدة	15	25,9	25,9	100,0
	Total	58	100,0	100,0	

## قائمة الملاحق

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,845 <sup>a</sup>	,715	,710	9,02684

a. Prédicteurs : (Constante), الأول\_المحور

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	11439,800	1	11439,800	140,393	,000 <sup>b</sup>
	de Student	4563,097	56	81,484		
	Total	16002,897	57			

a. Variable dépendante : المحور\_02

b. Prédicteurs : (Constante), الأول\_المحور

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	T	
1	(Constante)	28,480	5,749		4,954	,000
	المحور_الأول	2,190	,185	,845	11,849	,000

a. Variable dépendante : المحور\_02

## قائمة الملاحق

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,813 <sup>a</sup>	,661	,655	2,14490

a. Prédicteurs : (Constante), الأول\_المحور

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	503,470	1	503,470	109,436	,000 <sup>b</sup>
de Student	257,634	56	4,601		
Total	761,103	57			

a. Variable dépendante : البعد\_1

b. Prédicteurs : (Constante), الأول\_المحور

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
	B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1 (Constante)	4,671	1,366		3,419	,001
الأول_المحور	,460	,044	,813	10,461	,000

a. Variable dépendante : البعد\_1

## Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,688 <sup>a</sup>	,473	,464	3,09742

a. Prédicteurs : (Constante), الأول\_المحور

## ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	483,081	1	483,081	50,352	,000 <sup>b</sup>
	de Student	537,264	56	9,594		
	Total	1020,345	57			

a. Variable dépendante : 2\_البعد

b. Prédicteurs : (Constante), الأول\_المحور

## Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	4,854	1,973		2,460	,017
	الأول_المحور	,450	,063	,688	7,096	,000

a. Variable dépendante : 2\_البعد

Modèle R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,738 <sup>a</sup>	,545	,537
			2,35845

a. Prédicteurs : (Constante), الأول\_المحور

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	373,409	1	373,409	67,132	,000 <sup>p</sup>
	de Student	311,488	56	5,562		
	Total	684,897	57			

a. Variable dépendante : 3\_البعد

b. Prédicteurs : (Constante), الأول\_المحور

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		
		B	Erreur standard	Bêta	t	Sig.
1	(Constante)	7,095	1,502		4,723	,000
	الأول_المحور	,396	,048	,738	8,193	,000

a. Variable dépendante : 3\_البعد

## قائمة الملاحق

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,726 <sup>a</sup>	,527	,519	2,65049

a. Prédicteurs : (Constante), الأول\_المحور

ANOVA<sup>a</sup>

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	438,318	1	438,318	62,393	,000 <sup>b</sup>
	de Student	393,406	56	7,025		
	Total	831,724	57			

a. Variable dépendante : 4\_البعد

b. Prédicteurs : (Constante), الأول\_المحور

Coefficients<sup>a</sup>

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	t	
1	(Constante)	6,021	1,688		3,567	,001
	الأول_المحور	,429	,054	,726	7,899	,000

a. Variable dépendante : 4\_البعد

## الملحق رقم (02): الإستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف - ميلة -  
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
استمارة استبيان

تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي

السنة الثانية ماستر

السيد / السيدة:

تحية طيبة و بعد :

يرجى منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة التالية بتمعن بوضع الإشارة (x) التي تتفق مع رأيكم كمساعدة منكم لإنجاح هذه الدراسة المعنونة : التحول الرقمي في البنوك و دوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، كما نعلمكم بأن هذه البيانات سوف تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستعامل بسرية تامة ، شاكرين لكم سلفا حسن تعاونكم .

تحت إشراف الأستاذ :

د/ بوبكر ياسين

إعداد الطالبتين:

✓ زويد شهرزاد

✓ بن مخلوف كريمة

## قائمة الملاحق

أولاً: المعلومات الشخصية:

- (1) الجنس : ذكر  أنثى
- (2) العمر : أقل من 25  25-35  أكثر من 45 سنة
- (3) المستوى التعليمي : متوسط / ثانوي  جامعي  دراسات عليا
- (4) المهنة : موظف  مهنة حرة  متقاعد
- (5) مدة التعامل مع البنك : أقل من سنة  من سنة إلى 3 سنوات  أكثر من 6 سنوات
- (6) ماهي القناة الإلكترونية المتعامل بها مع البنك للحصول على الخدمة المصرفية الإلكترونية:  
الصرافات الآلية  الموقع الإلكتروني للبنك  كلاهما

الرجاء، التأكيد بعلامة (x) في الخانة التي تتلائم مع ما تراه صحيحاً في نظرك

الرقم	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	أوافق	موافق بشدة
<b>المحور الأول : التحول الرقمي</b>					
1					يطبق البنك شتى أنواع تقنيات التحول الرقمي من الحوسبة السحابية والتفاعل المتقدم بين الانسان والآلة وغيرها...الخ.
2					يهتم البنك بمفهوم الأجيال الرقمية الجديدة و يكيف بشكل مستمر سلوكياتها للتعامل مع منتجاتها وخدماتها وفقا لاتجاهات العملاء.
3					يمتلك البنك قنوات توزيع الخدمات كموقع يستطيع من خلاله العميل أن يحصل على ما يحتاج دون التنقل.
4					لدى البنك مصدر للقيمة الذي يضيف طابع التميز والقيمة للمنتج كالأداء والعلامة التجارية وأمان وسهولة الاستخدام... الخ.
5					للبنك منظومة من الأجهزة وأنظمة التشغيل ووسائل التخزين والبرمجيات التي تتيح استخدام الأصول بكفاءة وضمن مستوى خدمة مناسب للعملاء .
6					البنك لديه موارد بشرية وكوادر مؤهلة قادرة على استخدام البيانات وتحليلها لإتخاذ قرارات فعالة.

## قائمة الملاحق

					7	يتبنى البنك استراتيجية رقمية تسمح له بالقيام بعدة مهام تنظيمية وأهداف بعيدة المدى، وكل ما يتعلق بعملية التحول الرقمي للأنشطة الإدارية
					8	يقدم البنك منتجات متنوعة فيما يخص التحول الرقمي كالسداد عن طريق الهاتف النقال والتطبيقات المصرفية والخدمات المصرفية عبر الانترنت...الخ.

### المحور الثاني : أبعاد جودة لخدمات المصرفية

#### أولا : بعد الإعتمادية ( إنجاز الخدمة المطلوبة )

					1	يؤدي عمال البنك الخدمة بشكل صحيح
					2	يحفظ البنك بسجلات دقيقة وواضحة
					3	يلتزم البنك بأداء الأعمال في الوقت المحدد
					4	يعمل البنك بدوام مناسب لكل الزبائن
					5	يمكن الاعتماد على موظفي البنك في حل المشاكل

#### ثانيا: بعد الإستجابة ( تقديم الخدمة المطلوبة )

					1	الإستعداد الدائم لمساعدة الزبون وتلبية طلباته
					2	يمكن الإتصال بالبنك خارج أوقات العمل و في كل وقت
					3	يستجيب الموظفون لأي إستفسارات
					4	يحدد البنك مواعيد إنجاز الخدمات بدقة
					5	لا يكون موظفو البنك مشغولين لدرجة تمنعهم من تلبية طلبات الزبائن

#### ثالثا : بعد التعاطف ( العناية و الاهتمام الشخصي )

					1	يضع البنك مصلحة زبائنه في مقدمة إهتماماته
					2	يتمتع عمال البنك بحسن السلوك و التهذيب
					3	يسعى عمال البنك إلى بناء علاقات جيدة مع الزبون
					4	يوفر عمال البنك لزبائن العناية و الاهتمام الشخصي الكامل
					5	يتميز العاملون بمعرفة حاجات الزبائن

#### رابعا: بعد الأمان (ضمان و كسب الثقة )

					1	يمكنكم الوثوق في العاملين في البنك
					2	يوجد نظام حراسة وأمن فعال في البنك
					3	تشعر بالأمان عند التعامل مع العاملين في البنك
					4	يهتم عمال البنك بصفة فردية بالزبون
					5	تتوفر أجهزة الحماية في البنك بشكل كافي

## قائمة الملاحق

خامسا : بعد جاهزية البنك (التسهيلات المادية)						
					يتوفر البنك على تجهيزات و معدات ذات تقنيات متطورة	1
					يتلاءم المظهر العام للبنك مع الخدمات التي يقدمها	2
					تصميم البنك الداخلي متكامل	3
					يتمتع الموظفون بالمظهر الحسن الذي يجذب العملاء	4
					هل موقع البنك يزيد من إقبال الزبائن للتعامل معه	5