



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -

UNIVERSITE CHADLI BEN DJEDID -El Tarf-

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

Faculté des sciences Economiques, Commerciales Et Sciences De Gestion



السنة الجامعية: 2024/2023

الرقم التسلسلي:

قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر

تحت عنوان:

دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في البنوك التجارية

- دراسة حالة بنك تجاري -

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

- تحت إشراف الدكتور:

➤ جلابة علي

من إعداد الطلبة:

➤ ميرة إلهام

➤ صبحي شيماء



ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في البنوك التجارية، وهذا على خلفية أنه أصبح ضرورة حتمية أملتتها التغيرات التكنولوجية الراهنة في جميع الميادين من جهة، ومن جهة أخرى على اعتبار أن جودة الخدمات من أهم عوامل نجاح البنوك التجارية، وللإجابة على إشكالية الدراسة وتحقيق أهدافها قمنا بدراسة ميدانية على مستوى وكالة القرض الشعبي الجزائري بالقالة - ولاية الطارف، أين تم الاعتماد على استمارة استبيان وزعت على عينة متكونة من 42 فرد من موظفي الوكالة محل الدراسة وبعض عملائها.

وقد توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي له دور كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث يقوم البنك بتقديم خدمات مصرفية للعميل التي تشكل مصدرا لتلبية حاجاته ورغباته في الوقت والمكان المناسب، وبأقل تكلفة وجهد، ويسعى إلى تطوير أساليب وطرق تعاملاته، لغرض توصيل ما ينتجه من جودة خدمات إلى العملاء بصورة تسمح بإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية بأحسن الوسائل وأقل التكاليف، وبالرغم من مزايا التحول الرقمي إلا أن هناك بعض العوائق التي تعيق عمل الموظفين في بعض الأحيان منها تعطل الأجهزة الالكترونية، الفيروسات، والقرصنة.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، البنوك التجارية، جودة الخدمات المصرفية، وكالة القرض الشعبي الجزائري بالقالة.

Abstract

This study aimed to identify the role of digital transformation in improving the quality of services in commercial banks, and this is against the background that it has become an inevitable necessity dictated by the current technological changes in all fields on the one hand, and on the other hand, considering that the quality of services is one of the most important factors for the success of commercial banks, and to answer On the problem of the study and achieving its objectives, we conducted a field study at the level of the Algerian Popular Loan Agency in El Kala - El Tarf Province, where we relied on a questionnaire that was distributed to a sample consisting of 42 individuals from the employees of the agency under study and some of its clients.

The study concluded that digital transformation has a major role in improving the quality of banking services, as the bank provides banking services to the customer that constitute a source for meeting his needs and desires at the appropriate time and place, with the least cost and effort, and seeks to develop the methods and methods of his transactions, for the purpose of delivering the products he produces. Quality services to customers in a way that allows their financial needs and desires to be satisfied with the best means and lowest costs. Despite the advantages of digital transformation, there are some obstacles that sometimes hinder the work of employees, including the failure of electronic devices, viruses, and piracy.

Keywords: digital transformation, commercial banks, quality of banking services, Algerian Popular Credit Agency -el Kala.

إهداء

الحمد لله حبا وشكرا وامتنان على البدء والختام " وآخر دعواهم الحمد لله رب العالمين "

من قال أنا لها " نالها " تلتها وأنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها نلتها،
وعانقت اليوم مجدا عظيما، ولا الطريق لم يكن الحلم قريبا، ولا الطريق سهلا لكن وصلت
فالحمد لله الذي يسر البدايات وبلغنا النهايات بفضله وكرمه
أهدى بكل حب بحث تخرجه إلى نفسي العظيمة التي تحملت كل العثرات وأكملت رغم الصعوبات
إلى النور الذي أنار دربي والسراج الذي لا ينطفئ نوره، والذي بذل جهد السنين من أجل أن أعتلى سلاّم النجاح،
إلى من أحمل اسمه بكل فخر وإلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم لطالما عاهدته بهذا النجاح
ها أنا أتممت وعدي أهديته إليك " **والدي العزيز** "

إلى من علمتني الأخلاق قبل الحروف إلى الجسر الصاعد بي إلى الجنة إلى اليد الخفية التي أزالته عن طريقي الأشواك
ومن تحملت كل لحظة ألم مررت بها وساندتني عند ضعفي " **والدي العزيزة** "
إلى خيرة أيامي وصفوتها، إلى من شددت عضدي بهم فكانوا لي ينابيع ارتوي منها،
إلى ضلعي الثابت " **إخواني وأخواتي** "

إلى من أجمل لهم أجمل لقب " **خالتي** " قطعة سكر عائلتنا " **أنس، حنين، تميم، زكرياء** ".
إلى من ساندتني بكل حب في مشواري " **خنساء** " إلى صديقة الرحلة والنجاح " **شيماء صحي** "
وأحب أن أختتم الإهداء إلى صاحب الفضل الكريم الذي لم يبخل علينا بالتوجيهات والنصائح
الدكتور " **جلالية** " على لكل من كان عوننا وسندا في هذا الطريق
أهديكم هذا الإنجاز وثمره تجاهي لطالما تمنيت فحققته

الطالبة: **ميرة إلهام**

إهداء

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على البدء والختام "وأخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين"
بعد مسيرة دراسية دامت سنوات حملت في طياتها الكثير من الصعوبات والمشقة والتعب..
ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار تعبي وأرفع قبعتي بكل فخر .
فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا،
لأنك وفقفتني على إتمام هذا العمل وتحقيق حلمي

أهدي هذا العمل إلى المرأة التي صنعت مني فتاة طموحة تعشق التحديات
قدوتني الأولى التي منها تعرفت على القوة والثقة بالنفس
لمن رضاها يخلق لي التوفيق " أمي " أطال الله في عمرك بالصحة والعافية
إلى ذلك الرجل العظيم الذي أخرج أجمل ما في داخلي شجعني دائما للوصول إلى طموحاتي
رجل علمني الحياة بأجمل شكل وبذل كل ما بوسعه ولم يبخل " أبي " أدامك الله ظلا لنا
إلى ملائكة رزقي الله بمن لأعرف من خلالهن طعم الحياة الجميلة، تلك الملائكة التي غيرن مفاهيم الحب
والصداقة والسند في حياتي أخواتي " سماح - أمينة " جعلني وإياكن من الباريات
إلى شريك الصبا ورفيق الخندق الذي يقاوم الحياة بالضحك ملاكي الحارس
الذي كان دوما موضع الاتكاء في عثرات حياتي أخي " محمد " أستودعك الله الذي لا تضيع ودائعه
إلى من تحلت بالإخاء وتميزت بالوفاء والعطاء رفيقتي فالمشوار " ميرة إلهام "
إلى جميع من أمدوني بالقوة والتوجيه وآمن بي ودعمني في الأوقات الصعبة لأصل
إلى ما أنا عليه الآن.. دمتم لي سندا لا عمر له

الحمد لله

الطالبة: صبحي شيماء

شكر وعرفان

الحمد لله الذي هدانا للإسلام برسالة سيدنا خاتم الأنبياء
ووضح لنا الحلال من الحرام، وارشادنا إلى ما فيه صلاحنا وسعادتنا في الدارين،
والصلاة والسلام على خير خلق الله محمد صلى الله عليه وسلم
واله صحبه أجمعين أما بعد:

نتقدم بالشكر لله سبحانه وتعالى على ما يسر لنا وسهل في إتمام هذه المذكورة
والذي لولاه لما كان يتم شيء، فله الحمد قبل الرضا وله الحمد عند الرضا.
كذلك نتقدم بالشكر الجزيل والتقدير الخاص والاحترام الفائق

إلى الأستاذ المشرف "جلالة علي"

كما نتقدم بالشكر الجزيل والتقدير الخالص والاحترام الفائق إلى كل
من ساعدنا من قريب أو بعيد حتى ولو بكلمة طيبة.
ثم لا ننسى دور الجامعة التي أتاحت لنا كل السبل التي سهلت علينا إتمام مذكرتنا،
ثم الشكر لجميع الأساتذة اللواتي لهن دور ملحوظ في وصولنا إلى هذه المرحلة
واللواتي تعبن على نجاحنا.

فشكرا كثيرا وتقديرا أكبر للجميع وبالله التوفيق هو الهادي إلى سواء السبيل
وصلى الله على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.
ما كان صواب فمن الله وما كان خطأ فمن أنفسنا.
وفي الأخير نتمنى التوفيق والسداد
في هذا العمل المتواضع.



قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الأشكال	رقم الشكل
(62)	مناطق السماح لجودة الخدمة	شكل رقم 1- 2
(63)	يوضح نموذج الفجوة	شكل رقم 2- 2
(66)	يوضح مزايا وعيوب نموذج الفجوة ونموذج الأداء الفعلي	شكل رقم 3- 2
(75)	الهيكل التنظيمي العام لبنك القرض الشعبي الجزائري	شكل رقم 1- 3
(78)	يوضح الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري وكالة رقم 206 بالقالة	شكل رقم 2- 3
(90)	توزيع المبحوثين وفق الجنس	شكل رقم 3- 3
(91)	توزيع العمري للمبحوثين	شكل رقم 4- 3
(92)	توزيع المبحوثين وفق المستوى التعليمي	شكل رقم 5- 3
(93)	توزيع المبحوثين وفق سنوات الأقدمية في العمل	شكل رقم 6- 3
(94)	توزيع أفراد العينة وفق تصنيف الرتبة في العمل	شكل رقم 7- 3
(95)	يوضح مدى اعتماد الموظفين على الوسائل التكنولوجية	شكل رقم 8- 3
(96)	يوضح الآلية التي يعتمد عليها بكثرة من قبل البنك	شكل رقم 9- 3
(97)	التقنية المعتمدة بكثرة من قبل البنك	شكل رقم 10- 3
(98)	وجود سهولة في استخدام وسائل التكنولوجية	شكل رقم 11- 3
(99)	توفر شبكة الأنترنت في جميع مكاتب البنك	شكل رقم 12- 3
(100)	يعمل البنك باستمرار على تطوير وتحديث الأجهزة والبرمجيات والرقابة عليها	شكل رقم 13- 3
(101)	توفر لدى البنك قاعدة بيانات رقمية شاملة ومتاحة لجميع الوحدات والأقسام	شكل رقم 14- 3
(101)	التقنية التي يعتمدها البنك للتواصل مع العملاء	شكل رقم 15- 3
(102)	سبب اختيار لعملاء للتعامل للبنك	شكل رقم 16- 3
(103)	سبب اعتماد العميل على البنك	شكل رقم 17- 3
(104)	مدى استجابة البنك لطلبات العملاء	شكل رقم 18- 3
(105)	الميزة التي تشعر العميل بالأمان خلال تعامله مع البنك	شكل رقم 19- 3
(106)	سبب تعامل العميل مع البنك	شكل رقم 20- 3
(107)	مساهمة التحول الرقمي في تقليل الوقت المستغرق في إجراء المعاملات المصرفية	شكل رقم 21- 3

(108)	سرعة استجابة تقديم الخدمة لاستفساراتك بعد التحول الرقمي	شكل رقم 3- 22
(108)	زيادة التحول الرقمي من قدرة البنك على التكيف مع احتياجات العملاء	شكل رقم 3- 23
(109)	مدى تحسين التحول الرقمي تجربة المستخدم في تطبيقات البنوك	شكل رقم 3- 24
(110)	السبب الذي أدى إلى تقديم التحول الرقمي خدمات بنكية أكثر شمولاً	شكل رقم 3- 25
(111)	مدى مساهمة التحول الرقمي في تقديم خدمات مصرفية أكثر ملاءمة للعملاء	شكل رقم 3- 26

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
(56)	أبعاد جودة الخدمات	جدول رقم 2-1
(72)	يوضح تطور رأس مال القرض الشعبي الجزائري	جدول رقم 3-1
(81)	يوضح الفرق بين البطاقة البنكية الكلاسيكية والذهبية.	جدول رقم 3-2
(90)	توزيع المبحوثين وفق الجنس	جدول رقم 3-3
(91)	توزيع العمري للمبحوثين	جدول رقم 3-4
(92)	توزيع المبحوثين وفق المستوى التعليمي	جدول رقم 3-5
(93)	توزيع المبحوثين وفق سنوات الأقدمية في العمل	جدول رقم 3-6
(94)	توزيع أفراد العينة وفق تصنيف الرتبة في العمل	جدول رقم 3-7
(95)	يوضح مدى اعتماد الموظفين على الوسائل التكنولوجية	جدول رقم 3-8
(96)	يوضح الآلية التي يعتمد عليها بكثرة من قبل البنك	جدول رقم 3-9
(97)	التقنية المعتمدة بكثرة من قبل البنك	جدول رقم 3-10
(98)	وجود سهولة في استخدام وسائل التكنولوجيا	جدول رقم 3-11
(99)	توفر شبكة الأنترنت في جميع مكاتب البنك	جدول رقم 3-12
(100)	يعمل البنك باستمرار على تطوير وتحديث الأجهزة والبرمجيات والرقابة عليها	جدول رقم 3-13
(100)	توفر لدى البنك قاعدة بيانات رقمية شاملة ومتاحة لجميع الوحدات والأقسام	جدول رقم 3-14
(101)	التقنية التي يعتمدها البنك للتواصل مع العملاء	جدول رقم 3-15
(102)	سبب اختيار لعملاء للتعامل للبنك	جدول رقم 3-16
(103)	سبب اعتماد العميل على البنك	جدول رقم 3-17
(104)	مدى استجابة البنك لطلبات العملاء	جدول رقم 3-18
(105)	الميزة التي تشعر العميل بالأمان خلال تعامله مع البنك	جدول رقم 3-19
(106)	سبب تعامل العميل مع البنك	جدول رقم 3-20
(107)	مساهمة التحول الرقمي في تقليل الوقت المستغرق في إجراء المعاملات المصرفية	جدول رقم 3-21
(107)	سرعة استجابة تقديم الخدمة لاستفساراتك بعد التحول الرقمي	جدول رقم 3-22

(108)	زيادة التحول الرقمي من قدرة البنك على التكيف مع احتياجات العملاء	جدول رقم 3- 23
(109)	مدى تحسين التحول الرقمي تجربة المستخدم في تطبيقات البنوك	جدول رقم 3- 24
(110)	السبب الذي أدى إلى تقديم التحول الرقمي خدمات بنكية أكثر شمولاً	جدول رقم 3- 25
(110)	مدى مساهمة التحول الرقمي في تقديم خدمات مصرفية أكثر ملاءمة للعملاء	جدول رقم 3- 26

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
(i)	-ملخص
(ii)	- Abstract
(iii)	-إهداء
(v)	-شكر وعرهان
(vi)	-قائمة الأشكال
(vii)	-قائمة الجداول
(x)	-فهرس المحتويات
(01)	-مقدمة
(10)	الفصل الأول: الإطار النظري للتحويل الرقمي في البنوك
(11)	تمهيد
(12)	المبحث الأول: ماهية التحويل الرقمي
(12)	المطلب الأول: مفهوم التحويل الرقمي وخصائصه
(16)	المطلب الثاني: أهداف التحويل الرقمي
(17)	المطلب الثالث: نماذج التحويل الرقمي
(20)	المبحث الثاني: أساسيات حول التحويل الرقمي
(20)	المطلب الأول: خطوات التحويل الرقمي
(22)	المطلب الثاني: التقنيات المستخدمة في التحويل الرقمي
(28)	المطلب الثالث: الدوافع الرئيسية للتحويل الرقمي
(30)	المبحث الثالث: التحويل الرقمي في البنوك
(31)	المطلب الأول: آليات تحديث البنوك نحو التحويل الرقمي
(32)	المطلب الثاني: مجالات التحويل الرقمي في البنوك
(36)	المطلب الثالث: مزايا ومخاطر التحويل الرقمي في البنوك
(39)	خلاصة الفصل الأول
(40)	الفصل الثاني: الأسس النظرية لجودة الخدمة في البنوك التجارية
(41)	تمهيد
(42)	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول البنوك التجارية
(42)	المطلب الأول: مراحل نشأة البنوك التجارية

(44)	المطلب الثاني: تعريف البنوك التجارية وأهميتها
(48)	المطلب الثالث: أنواع البنوك التجارية
(51)	المبحث الثاني: جودة الخدمة في البنوك التجارية
(51)	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة
(54)	المطلب الثاني: أهمية وأثر جودة الخدمة على البنوك التجارية
(55)	المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمات
(58)	المبحث الثالث: طرق قياس جودة الخدمة المصرفية
(58)	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة المصرفية
(59)	المطلب الثاني: أهمية ومزايا جودة الخدمة المصرفية
(61)	المطلب الثالث: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية
(68)	خلاصة الفصل الثاني
(69)	الفصل الثالث: دراسة حالة وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة
(70)	تمهيد
(71)	المبحث الأول: تقديم عام لوكالة القرض الشعبي الجزائري محل الدراسة
(71)	المطلب الأول: نشأة القرض الشعبي الجزائري
(72)	المطلب الثاني: وظائف القرض الشعبي الجزائري
(73)	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري
(76)	المبحث الثاني: عموميات حول وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة
(76)	المطلب الأول: نشأة وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة وهيكلها التنظيمي
(79)	المطلب الثاني: مهام ونشاط وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة
(80)	المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف القرض الشعبي الجزائري الوكالة 206
(83)	المبحث الثالث: منهجية وطرق الدراسة الميدانية
(84)	المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
(88)	المطلب الثاني: عينة الدراسة والاستمارة
(90)	المطلب الثالث: عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على محاور استمارة الاستبيان
(113)	خلاصة الفصل الثالث
(114)	-الخاتمة
(119)	-قائمة المراجع
(128)	-الملاحق

مقدمة

تشهد الساحة العالمية تغيرات وتحولات عميقة وسريعة أبرزها ظاهرة العولمة التي مست جميع المجالات، مدعمة بالتطور التكنولوجي الهائل في تقنيات ووسائل الاتصالات والمعلومات حيث أن منظمات الأعمال اليوم أصبحت أمام تحديات عديدة، فالتنافس انتقل من المستوى المحلي وأصبح دولي النطاق، وتكنولوجيا الإنتاج والعمل أصبحت على درجة عالية من التعقيد، ولم يعد من السهل الحصول عليها والعمل بها، وتعتبر البنوك في أي اقتصاد العمود الفقري والركيزة الأولى، ونجاحها أصبح ضرورة ملحة وتطورها شرطا ضروريا.

حيث شهدت البنوك التجارية في العقود الأخيرة تطورا هاما خاصة في مجال تقديم الخدمات ومنافسة حادة بين مقدميها، ووعي كبير لدى الباحثين والمهتمين بالنشاطات الخدمية وبأهمية جودة الخدمة المقدمة، وأثرها على تحقيق رضا العميل والتمايز في السوق والربحية، فسعت لتقديم أفضل الخدمات والتسهيلات لتنمية أرباحها، وإلى تطوير أساليب وطرق تعاملاتها لغرض توصيل ما ينتجه من خدمات إلى العملاء بصورة تسمح بإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية بأحسن الوسائل وأقل التكاليف، وذلك من خلال استخدامها التحول الرقمي.

إن ظهور التحول الرقمي دفع بالبنوك بالعمل باستمرار على تطوير وتحسين التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمات، حيث أن التكنولوجيا الصحيحة والعناصر البشرية المدربة تعمل على تحسين أبعاد جودة الخدمة المقدمة، من خلال سرعة إنجاز المعاملات، وتقليل الأخطاء من خلال تمكين الأعمال الروتينية للبنك، وزيادة قدرة موظفي الخدمات المصرفية على سرعة الاستجابة للعملاء، وحل المشاكل المختلفة التي تواجههم، كما أنها تساعد أيضا في حل مشكلة المكوث وانتظار العملاء لساعات طويلة في البنك لحين تقديم الخدمات لهم، كما أن التكنولوجيا الحديثة تشكل انطباع جيد لدى العملاء على الخدمات التي يقدمها البنك، مما يؤدي إلى تحسين جودة هذه الخدمات.

1) إشكالية الدراسة:

لمعالجة موضوع الدراسة تم طرح الإشكالية التالية:

ما هو دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة؟

2) التساؤلات الفرعية:

والذي تتفرع منه التساؤلات التالية:

☞ ما المقصود بالتحول الرقمي في البنوك؟ ما المقصود بجودة الخدمات المصرفية؟

☞ ما هي العلاقة التي تربط بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية؟

☞ ما مدى مساهمة التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة؟

(3) فرضيات الدراسة:

ومن خلال الإشكالية والأسئلة الفرعية تظهر لنا فرضيات الدراسة:

☞ يقصد بالتحول الرقمي في البنوك عملية تطوير تقني وتنظيمي وثقافي معقدة تقوم بها البنوك لتلبية احتياجات عملائها المتغيرة والتكيف مع متطلبات موظفيها عبر الاستفادة من القدرات الرقمية لبناء نماذج أعمال مصرفية وابتكار خدمات مصرفية جديدة، أما جودة الخدمات عبارة عن مقياس لمستوى الخدمة المقدمة للعملاء مقارنة مع توقعات العملاء.

☞ تربط بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية علاقة طردية، حيث أن كل منهما يؤثر على الآخر.

☞ ساهم التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث كلما توفرت الوسائل التكنولوجية الحديثة كلما كانت الخدمة المقدمة ذات جودة وكفاءة.

(4) أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة من خلال عدة اعتبارات :

☞ التعرف على التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية،

☞ أخذ صورة عامة عن التحول الرقمي وأهميته في رفع جودة الخدمات المصرفية،

☞ تنبثق أهمية الدراسة من أهمية الموضوع المتمثل في دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في البنوك التجارية، حيث يكمن انعكاسه سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على أداء المورد البشري من خلال توجيههم نحو التطوير في الأداء من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة والمتطورة، وبالتالي الاستمرارية في النجاح في تحقيق الأهداف المرجوة.

☞ تتمثل الأهمية النظرية لهذه الدراسة في إثراء المكتبة، وتزويدها بالمراجع التي تخدم الطلبة فيما بعد، إذ تم التركيز في هذه الدراسة على دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في البنوك التجارية،

☞ إمكانية استفادة بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة مكان التربص من النتائج التي سنتوصل إليها من خلال المعالجة الميدانية لهذا الموضوع المتواضع.

(5) أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بشكل عام إلى تبيان دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في البنوك التجارية، وهذا بعد الإحاطة بمختلف الجوانب النظرية لمتغيرات الدراسة، ومن ثم التعرف على واقع تطبيق كل من التحول الرقمي وجودة

الخدمات بينك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة، وتحديد طبيعة العلاقة بينهما، وفيما يلي عرض لأهم أهداف هذه الدراسة:

- ✍️ إثراء الجانب النظري لمتغيرات التحول الرقمي لجودة الخدمات المصرفية،
- ✍️ التعرف على مدى استخدام التكنولوجيا الرقمية في بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة،
- ✍️ تشخيص واقع التحول الرقمي لجودة الخدمات المصرفية على مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة،
- ✍️ محاولة تسليط الضوء على الدور الحيوي والمهم الذي تلعبه التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية،
- ✍️ التعرف على مدى مساهمة التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية بينك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة.

(6) أسباب اختيار موضوع الدراسة:

هناك جملة من الأسباب دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع تتمثل فيما يلي:

■ الأسباب الموضوعية:

تتمثل الأسباب الموضوعية لاختيار موضوع الدراسة فيما يلي:

- ✍️ الارتباط الوثيق لموضوع ومتغيرات الدراسة بالتخصص المدروس، حيث أن التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية من المواضيع المرتبطة بشكل كبير بمجال الإدارة والأعمال وتسيير الموارد البشرية، يعد التحول الرقمي من الأساليب المعاصرة في البنوك، حيث كثر استخدامها في الآونة الأخيرة من قبل العديد من البنوك التجارية، وذلك للأهمية الكبيرة التي يحظى بها مفهوم التحول الرقمي سواء في المجال الخدمي أو الصناعي، من خلال توضيح دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية نظريا وعلى مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة ميدانيا.

✍️ الأسباب الذاتية :

تتمثل أهم الأسباب الذاتية التي دفعتنا لاختيار موضوع الدراسة فيما يلي :

- الاهتمام بمجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيراتها على جودة الخدمات في البنوك التجارية،
- الرغبة الذاتية في دراسة موضوع التحول الرقمي وجودة الخدمات كمفهومين حديثين يندرجان في حقل البنوك التجارية،
- تسليط الضوء على واقع التوجه نحو التحول الرقمي في البنوك التجارية الجزائرية،
- الرغبة في تقديم نموذج للتحول الرقمي ومحاولة تطبيقه في البنوك التجارية الجزائرية، ومحاولة تعريفهم وتحسيسهم بضرورة التحول الرقمي في جميع المعاملات،
- الميل لاكتشاف البنوك التجارية الجزائرية من حيث التحول الرقمي ودوره في تحسين جودة الخدمات،

- إثراء المكتبة الجامعية بموضوع يتناول الدراسة الميدانية بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة.
- ☞ أسباب اختيار مؤسسة الدراسة:

- تم اختيار بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة للدراسة الميدانية وذلك لعدة أسباب من بينها:
- هو أن الوكالة رائدة في سوق الهاتف الثابت والهاتف المحمول والإنترنت والاتصالات الفضائية،
- حيث أن موضوع التحول الرقمي يتلاءم مع طبيعة نشاط البنك، كما أن البنك يعتبر مؤسسة عملاقة وتنشط في مجال حيوي،
- يمكن أخذ كل المعطيات التي تتناسب مع موضوع الدراسة،
- يعتبر بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة أحد البنوك التجارية التي تولى أهمية كبيرة للتحول الرقمي، وتستطيع قيادة قاطرة التحول الرقمي لكل المنظمات الحكومية والمؤسسات الاقتصادية في الجزائر،
- يعمل بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة على تقديم عدة خدمات مرقمنة بالكامل، ويسعى لأن يكون سباق في تحسين جودة خدماته وتطوير بنيته التحتية الرقمية.

(7) حدود الدراسة:

بغرض الإجابة على الإشكالية المقترحة، وبغية تحقيق أهداف البحث، تم وضع حدود للدراسة كما يلي:

☞ الحدود الموضوعية:

تقتصر هذه الدراسة على دراسة دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات، حيث تم إلقاء الضوء على مختلف الجوانب المتعلقة بالتحول الرقمي وجودة الخدمات، ومن ثم تحديد أثر هذه المتغيرات في تحسين جودة الخدمات المصرفية على مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة، وهذا بعد التأكد من واقع تطبيق متغيرات الدراسة بذات البنك، وذلك بناء على وجهة نظر موظفي والمتعاملين مع البنك محل الدراسة.

☞ الحدود المكانية:

تم القيام بهذه الدراسة على مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة.

☞ الحدود الزمنية:

تمت الدراسة الميدانية خلال الفترة الممتدة من شهر مارس 2024 إلى غاية شهر ماي 2024 على فترات متقطعة، أما فيما يتعلق بالفترة التي تم اعتمادها في جمع المعلومات والبيانات من البنك، وتوزيع استمارات الاستبيان والمقابلة فقد تمت خلال شهر ماي 2024.

(8) المنهج المتبع:

ولدراسة الموضوع واختبار الفرضيات تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الجانب النظري لتحديد التعاريف والمفاهيم والمتعلقة بالدراسة، والمنهج التحليلي وذلك بالقيام بدراسة تحليلية في بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة، وإسقاط الدراسة على أرض الواقع، وتحليل مختلف المؤشرات والمتغيرات المرتبطة بالموضوع.

(9) صعوبات الدراسة:

كانت هناك صعوبات معظمها في الجانب التطبيقي كان أهمها:

- ☞ قلة الأبحاث والدراسات النظرية التي تناولت موضوع التحول الرقمي ودوره في تحسين جودة الخدمات،
- ☞ صعوبة التعامل مع المتعاملين مع البنك خاصة أنهم ذو مستويات علمية وفتات عمرية مختلفة، الأمر الذي أوجب علينا بذل وقت وجهد إضافيين لإتمام جمع واسترجاع الاستثمار الموزعة،
- ☞ صعوبة الحصول على الوثائق وذلك لتعامل البنك بسرية.

(10) الدراسات السابقة:

يعتبر تقديم وتحليل الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة من أهم معايير بناء البحث السليم، حيث تساهم في دعم الفهم الجيد للموضوع المدروس، وإتاحة الاستمرارية في البحث، وهناك مجموعة من الدراسات التي تناولت متغيرات الدراسة، سواء لكل متغير لوحده أو المتغيرين معا وقد تنوعت هذه الدراسات، حيث سيتم التركيز في هذه الدراسات على جوانب محددة، وهي الهدف من الدراسة، المنهج والأدوات المستخدمة، متغيرات الدراسة والأبعاد لكل متغير، بالإضافة إلى أهم النتائج المتوصل إليها، ومن ثم التعقيب على هذه الدراسات لتحديد الفجوة البحثية بين دراستنا وبينها، وفيما يلي عرض لهذه الدراسات السابقة:

☞ دراسة نجلاء يس:

بعنوان **متطلبات التحول الرقمي لمؤسسات المعلومات العربية**، مجلة المكتبات والمعلومات عضو اتحاد الناشرين اللبيين، العدد 13، دار النخلة للنشر، طرابلس، ليبيا، 2015، وهي دراسة تتناول متطلبات التحول الرقمي لمؤسسات المعلومات العربية من خلال مناقشة طرق التحول الرقمي، بشقيه التحول الرقمي بواسطة المسح الضوئي والتحول الرقمي بواسطة إعادة الإدخال، فقد تناولت الدراسة الجانب النظري للتحول الرقمي وأساليبه وطرقه وكذا الأجهزة المستخدمة للتصوير الرقمي، وقد هدفت هذه الدراسة إلى تحقيق هدف معين هو التعريف بالتقنيات (الأجهزة والبرمجيات الراهنة المستخدمة في عملية التحول الرقمي، ورصد مختلف المحاولات لبرمجيات العرف الضوئي على الحروف بالنسبة للتعامل مع النص خاصة معالجة اللغة العربية باستخدام الحاسبات أمر في غاية الأهمية، كونه يساهم في نشر الثقافة العربية عالميا

بواسطة إتاحة التراث المحول رقميا في شكل سهل التداول يمكن البحث والتعديل فيه، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة يعد المسح الضوئي الطريقة الأساسية للتحويل الرقمي وهذه العملية تتطلب عددا من المكونات الرئيسية هي: المعدات، المحتوى، البرمجيات، وضبط الجودة والإجراءات والممارسات التي يتم وضعها لضمان الاتساق والسلامة والاعتمادية لعملية التحويل الرقمي.

➤ دراسة فاطمة الزهراء فرحات:

بعنوان دور التحويل الرقمي في تحسين أداء وظائف العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2020. ومن بين الأهداف المرجوة من الدراسة الكشف عن الدور الذي يؤديه التحويل الرقمي في تحسين أداء وظائف العلاقات العامة بمديرية الصحة والسكان بولاية أم البواقي، وكذا معرفة وظائف العلاقات العامة التي تمارس بمديرية الصحة والسكان لولاية أم البواقي، والسعي للتعرف على طبيعة الوسائل المستخدمة في ذلك، كما تهدف الدراسة إلى تشخيص المعوقات والصعوبات التي تحول دون استحداث وسائل رقمية جديدة واستغلالها بالفاعلية اللازمة التي تسمح بالتوجه نحو الرقمنة في أداء وظائف العلاقات العامة. ومن بين النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة نذكر ما يلي:

وقد توصلت الدراسة إلى أن مديرية الصحة والسكان تعتمد على أساليب ووسائل اتصالية متنوعة بين التقليدية والرقمية ولكن هذه الأخيرة قليلة الاستخدام مقارنة بسابقتها، كما أن الموظفين لا يملكون تصورا كاملا ودقيقا حول العلاقات العامة كوظيفة اتصالية وإدارية هامة، كما أنهم ليسوا من تخصص علمي قريب لمجال العلاقات العامة.

➤ دراسة إلهام عطاوي:

بعنوان جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء المصارف: دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، تخصص مالية، جامعة الجيلالي الياصب، سيدي بلعباس، الجزائر، 2015.

وقد تناولت هذه الدراسة جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء المصارف، من خلال تطبيق نموذج SERVPER لقياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة فعليا في المصارف الجزائرية والأردنية، وتحديد الأهمية النسبية للعوامل التي يستخدمها عملاء هذه المصارف في تقييمهم لجودة الخدمات المصرفية، والبحث في أثر جودة الخدمة المدركة من قبل العملاء على الأداء المصرفي، وتوصلت الباحثة في الأخير إلى أن جودة الخدمات المصرفية كانت منخفضة في المصارف الجزائرية إذ لم تتجاوز 3.30 من 05، وهذا عكس ما هو عليه الحال بالنسبة للمصارف الأردنية. وتختلف المعايير التي يستخدمها عملاء المصارف الجزائرية في أهميتها النسبية عند تقييمهم لجودة الخدمة المصرفية، فقد جاءت المعايير المتعلقة باللمسوسية في المرتبة الأولى، تلتها الأمان، والاعتمادية، والاستجابة، في حين حصل بعد التعاطف على المركز الأخير.

كما تبين أن هناك أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة المصرفية المقدمة فعلا على أداء المصارف الجزائرية والأردنية مقاسا بمعدل العائد على الموجودات (ROE)، وكذلك عند القياس باستخدام معدل العائد على حقوق الملكية (ROA).

➤ دراسة حسبية العربي:

بعنوان **جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2016.**

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على مدى تقييم الزبون الجزائري لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف المصارف الجزائرية، وقد اعتمدنا في دراستنا على أخذ عينة من ثلاثة مصارف تكون ممثلة لجميع المصارف العاملة في الجزائر، وهذه المصارف الثلاثة هي: البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري والبنك الخارجي الجزائري، وقد بلغ عدد الاستثمارات المعالجة 100 استمارة، شملت الزبائن الأفراد التابعين لثلاث وكالات متواجدة على مستوى الجزائر العاصمة اختيرت من بين العدد الكلي لوكالات هذه المصارف الثلاثة، وقد تم الاعتماد في قياس الجودة على مقياس نموذج الأداء الفعلي للخدمة والمعروف بـ "SERVPERF".

وتم التوصل من خلال الدراسة إلى أن تقييم الزبون الجزائري لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف المصارف الجزائرية يعتبر تقييما متوسطا وأن الخدمات المصرفية المقدمة من طرف المصارف الجزائرية لم ترقى بعد إلى مستوى تطلعات ورضا هذا الزبون.

➤ دراسة فرح بن سالم:

بعنوان **أثر كفاية رأس المال وفقا لمقررات بازل على ربحية البنوك التجارية - دراسة عينة من البنوك التجارية -، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، الجزائر، 2022/2021**

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل وقياس أثر معيار كفاية رأس المال وفقا لمقررات لجنة بازل في ربحية مجموعة من البنوك تنشط في دولة الجزائر ودول الشرق الأوسط خلال الفترة (2014-2020)، حيث تم قياس المتغير التابع المتعلق بالربحية باستخدام كل من معدل العائد على الأصول ومعدل العائد على حقوق الملكية، في حين تم التعبير عن المتغير المستقل بمعدل كفاية رأس المال المقرر من طرف لجنة بازل، ولتحقيق هدف هذه الدراسة تم استخدام أحد نماذج Panel data ألا وهو نموذج التأثيرات الثابتة في دراسة أثر كفاية رأس المال في معدل العائد على الأصول، ونموذج التأثيرات العشوائية في دراسة أثر كفاية رأس المال في معدل العائد على حقوق الملكية.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن معيار كفاية رأس المال له تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية على معدل العائد على الأصول ROA، حيث أن البنوك محل الدراسة تميزت باحتفاظها بمعدلات كفاية رأس المال عالية، الذي بدوره يؤدي إلى التخفيض من المخاطر وبالتالي انخفاض العائد.

11) هيكلية الدراسة:

لأجل الإلمام والإحاطة بمختلف الجوانب النظرية لموضوع الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية، وكذلك اختبار فرضيات الدراسة فقد تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول، في الجانب النظري مكون من فصلين وفصل تطبيقي كما يلي:

➤ **الفصل الأول:** بعنوان " الإطار النظري للتحويل الرقمي " ولدراسة هذا الفصل تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث:

- المبحث الأول: ماهية التحويل الرقمي،
- المبحث الثاني: أساسيات حول التحويل الرقمي،
- المبحث الثالث: التحويل الرقمي في البنوك.

➤ **الفصل الثاني:** بعنوان " الأسس النظرية لجودة الخدمة في البنوك التجارية "

من أجل الإلمام بهذا الفصل تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث:

- المبحث الأول: مفاهيم عامة حول البنوك التجارية،
- المبحث الثاني: جودة الخدمة في البنوك التجارية،
- المبحث الثالث: طرق قياس جودة الخدمة المصرفية.

أما الفصل التطبيقي مكون من:

➤ **فصل واحد:** شمل الدراسة العملية بإسقاط الدراسة على أرض الواقع، وذلك من خلال القيام بدراسة تحليلية في

بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة القالة.

وللتعرف أكثر على بنك القرض الشعبي الجزائري تم تقسيم هذا الفصل إلى:

- المبحث الأول: تقديم عام لوكالة القرض الشعبي الجزائري محل الدراسة،
- المبحث الثاني: منهجية وطرق الدراسة الميدانية،
- المبحث الثالث: عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على محاور استمارة الاستبيان.

وختمت الدراسة بالخاتمة، وقائمة المراجع والملاحق.

الفصل الأول

الإطار النظري للتحويل الرقمي

في البنوك

تمهيد

إن التطور الواسع والمتسارع في مجال التكنولوجيا والمعلومات تنعكس آثاره على كافة مناحي الحياة، ويظهر ذلك بوضوح في القطاع المصرفي والمؤسسات المالية، ولطالما كانت الصناعة المصرفية حيوية لأي اقتصاد، بحيث أصبح ينظر إلى التحول الرقمي بالبنوك على أنه التحدي الدائم الذي تواجهه هذه الصناعة، مما يفرض عليها السعي لمواكبة التغيرات المتلاحقة في المجال، وبذل جهود مضاعفة لتلبية احتياجات العملاء بالكفاءة والفاعلية المطلوبة وتحقيق التحول الرقمي المنشود.

ولدراسة هذا الفصل تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث:

- المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي
- المبحث الثاني: أساسيات حول التحول الرقمي
- المبحث الثالث: التحول الرقمي في البنوك

المبحث الأول: ماهية التحويل الرقمي

يعتبر التحويل الرقمي أحد العوامل التي تحدد مستقبل أي مؤسسة، حيث تعمل هذه الأخيرة على تسخير التكنولوجيا لإحداث تغيير جذري في طرق العمل بالاعتماد على التقنيات الرقمية في تقديم الخدمات والتسيير، من خلال هذا المبحث سيتم التطرق إلى مفهوم التحويل الرقمي وخصائصه، وأهدافه وأهم نماذجه.

المطلب الأول: مفهوم التحويل الرقمي وخصائصه

أولاً: مفهوم التحويل الرقمي

إن مفهوم التحويل الرقمي مركب من شقين التحويل والرقمي:

■ تعريف التحويل الرقمي لغوياً:

✓ **التحويل:** هو تحول الشيء أي تنتقل من موضع إلى آخر أو من حال إلى آخر وتحويل الشيء أي انصرف إلى غيره.

✓ **الرقمي:** من الرقمنة وأصل الكلمة هي الرقم وهو العلامة، وفي علم الحساب هو الرمز المستعمل للتعبير عن أحد الأعداد البسيطة.¹

■ تعريف التحويل الرقمي اصطلاحاً:

التحويل الرقمي هو العملية التي يتم فيها تحويل المواد المكتوبة والمطبوعة (الكتب، المخطوطات، الجرائد)، وحتى المواد السمعية والمواد البصرية إلى شكل ملفات يمكن التعامل معها من خلال تكنولوجيا الحسابات عن طريق استخدام المساحات الضوئية أو أي معدات أو أجهزة أخرى.²

■ تعريف طلق عوض الله السواط:

التحويل الرقمي (digital transformation) هو " الاستثمار في الفكر وتغيير السلوك لإحداث تحول جذري في طريقة العمل، عن طريق الاستفادة من التطور التقني الكبير الحاصل لخدمة المستفيدين بشكل أوسع وأفضل.

¹ فاطمة الزهراء فرحات، دور التحويل الرقمي في تحسين أداء وظائف العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2019-2020، ص35.

² مسفرة بنت دخيل الله الخنعمي، مشاريع وتجارب التحويل الرقمي في مؤسسات المعلومات - دراسة الاستراتيجيات المتبعة -، قسم دراسات المعلومات، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، 2011، ص21.

فهو التحويل من العمل التقليدي البطيء إلى العمل الإلكتروني المتسارع مما يحقق كفاءة الأداء وتطويره¹.

■ تعريف خليل اللواح:

والتحول الرقمي يعني 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 إلى زيادة عدد أعضاء الفريق دون الحاجة إلى توظيف ويعني أيضا تسخير تكنولوجيا المعلومات والاتصال لإحداث تغيير جذري في طرق العمل بمعنى آخر الإحالة على نموذج للعمل يعتمد على التقنيات الرقمية في تقديم الخدمات والتسيير².

■ تعريف نجلاء أحمد يس:

التحول الرقمي هو " عملية تحويل المواد المطبوعة لمواد شكل رقمي التي يستطيع الحاسب التعامل معه، وذلك بتنظيمها بوحدات منفصلة من البيانات التي يطلق عليها Bytes وتخزينها على وسائط تخزين داخلية كالأقراص الصلبة، أو خارجية، أو إتاحتها عبر شبكة الانترنت"³.

■ تعريف ربيع زروالي:

تعريف التحويل الرقمي على أنه: "عملية تغيير جذرية وشاملة تقوم على أساس إنشاء موارد رقمية وإزالة الطابع المادي للأعمال وإدخال التقنيات الحديثة على مختلف الأنشطة الداخلية والخارجية للمنظمة وأتمتة نماذج الأعمال وذلك بهدف تحسين كفاءة العمليات الرئيسية والأداء التنظيمي للمنظمة"⁴.

■ تعريف آسر أحمد خميس:

يعرف التحويل الرقمي في القطاع المصرفي " كعملية تطوير تقني وتنظيمي وثقافي معقدة تقوم بها البنوك لتلبية احتياجات عملائها المتغيرة والتكيف مع متطلبات موظفيها عبر الاستفادة من القدرات الرقمية لبناء نماذج أعمال

¹ طلق عوض الله السواط، أثر التحويل الرقمي على كفاءة الأداء الأكاديمي - حالة دراسية لهيئة أعضاء التدريس بجامعة الملك عبد العزيز -، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 43، مركز البحث والتطوير موارد البشرية، رماح، الأردن، 2022، ص652.

² خليل اللواح، التحويل الرقمي في زمن الجائحة، مجلة البوغاز للدراسات القانونية والقضائية، المجلد 01، العدد 03، دار الافاق المغربية، الرباط، المغرب، 2020، ص227.

³ نجلاء أحمد يس، متطلبات التحويل الرقمي لمؤسسات المعلومات العربية، مجلة المكتبات والمعلومات، عضو اتحاد الناشرين الليبيين، العدد 13، دار النخلة للنشر، طرابلس، ليبيا، 2015، ص30.

⁴ ربيع زروالي، مهدي جابر، التحويل الرقمي كآلية لتفعيل عملية التغيير التنظيمي في البنوك التجارية - دراسة ميدانية لعينة من البنوك التجارية بعين البيضاء بأم البواقي -، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 06، العدد 01، جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق أهراس، الجزائر، 2022، ص363.

مصرفية وابتكار خدمات مصرفية جديدة وتحسن تجارب المستخدم ورقمنة العمليات التشغيلية بهدف تحسين الأداء المالي وتخفيض المخاطر المصرفية ودعم الميزة التنافسية، وبالتالي خلق القيمة للبنك".¹

ثانياً: خصائص التحويل الرقمي

إن التحولات الرقمية الجديدة تعد من أبرز وسائل التغلب على الانقسات الإنمائية بين مختلف دول العالم، كما تساهم في تحقيق رفاهية المجتمعات والأفراد من خلال ما توفره من خدمات متنوعة، وهو ما يوضح أهمية التحويل الرقمي ودوره في تسهيل عمليات تبادل المعلومات والبيانات دون التعرض لحواجز مكانية أو زمانية ويعود هذا للخصائص التي يتميز بها التحويل الرقمي ومن أهمها:

(1) التفاعلية:

حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي بل يكون هناك حوار بين الطرفين.

(2) اللاتزامنية:

وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت الذي يناسب الفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا.

(3) المشاركة والانتشار:

يسمح التحويل الرقمي لكل شخص يمتلك وسائل بسيطة أن يكون ناشراً لرسائله ويشاركها مع الآخرين.²

(4) المرونة:

تتسم الشبكة الرقمية بالمرونة حيث تخضع النظم الرقمية عادة للتحكم من جانب برامج Software بالحاسوب مما يسمح بقدر عال من جودة الاستخدام.

(5) الذكاء:

تتسم الشبكات الرقمية بقدر عال جداً من الذكاء، حيث يمكن أن يصمم النظام الرقمي لكي يراقب تغير أوضاع القنوات الاتصالية بصفة مستمرة ويصحح مسارها.³

¹ أسر أحمد خميس، أثر التحويل الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 02، العدد 02، الجزء 03، كلية التجارة، جامعة دمياط، مصر، 2021، ص1007.

² بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، دار وائل للنشر، ط01، الأردن، 2015، ص138.

³ حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، ط02، القاهرة، مصر، 1997، ص151.

(6) التنوع:

مع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددتها، بالإضافة إلى ارتفاع القدرة الإنتاج والتخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي أدى ذلك في تنوع عناصر العملية الاتصالية التي وفرت للمتلقين خيارات أكثر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال وتمثل ذلك في الآتي¹:

- التنوع في أشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة هي الحاسوب الشخصي، والاختيار بين هذه الأشكال في الزمان والمكان الذي يحدد بناء على حاجاته وظروفه الخاصة،
- التنوع في المحتوى الذي يختاره في المواقع المختلفة المنتشرة على شبكة الانترنت سواء في وظائف هذا المحتوى أو مجالاته.

(7) التكامل:

تمثل شبكة الانترنت مظلة اتصالية تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها، والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله في منظومة واحدة توفر للمتلقين الخيارات المتعددة، في إطار متكامل عن طريق توفير أساليب التعرض والإتاحة ووسائل التخزين بأسلوب متكامل خلال وقت التعرض على شبكة الانترنت ومواقعها المتعددة.²

(8) تجاوز وحدتي المكان والزمان:

فالتحول الرقمي يتيح إمكانية الاتصال عن بعد وبالتالي لا يفترض فيه وجود طرفي عملية الاتصال في مكان واحد كما هو في الاتصال المواجهي والذي كان شرطاً لتوفر عنصري المرونة والتفاعلية،

(9) الاستغراق في عملية الاتصال:

من الخصائص المميزة للتحويل الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظراً لتوفر البنية الأساسية للاتصال وانتشار الأجهزة الرقمية، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسوب وبرامجه على الاستغراق في هذا البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي، كما سواعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التحول بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية، ولذلك فإن فترة استخدام الحاسوب الآلي وبرامجه تفوق في كثير

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط03، القاهرة، مصر، 2004، ص110.

² المرجع نفسه، ص111.

من الأحيان الوقت المستغرق في القراءة أو الاستماع أو المشاهدة، خصوصاً بعد أن أصبحت الشبكة العالمية مصدراً مضافاً لعرض المواد الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام على مواقعها في هذه الشبكة.¹

المطلب الثاني: أهداف التحويل الرقمي

يرمي التحويل الرقمي إلى تحقيق العديد من الأهداف أهمها:²

(1) أهداف تقترن بتدعيم مستوى الأداء:

مثل إمكانية نقل المعلومات بالتفصيل وانسيابية بين الإدارات المختلفة، وإحالة دقة البيانات مما يقصد زيادة مستوى الثقة في صحة البيانات التبادلية وضالة الأخطاء المترتبة على الإدخال اليدوي.

(2) اختصار الإجراءات الإدارية:

مع توفر المعلومات بنسختها الرقمية، تنقص الأعمال الورقية كما تحتفي الحاجة لإيتاء نسخ من المستندات الورقية كانت متيسرة الكترونياً.

(3) الاستخدام الأمثل للطاقات البشرية:

إذا تم اختزان المعلومات بنسخة رقمية، مع تحريكها وإعادة استخدامها الكترونياً، وتوجه الطاقات البشرية للعمل في أشغال أكثر إنتاجية.

(4) زيادة الإنتاجية وخفض التكلفة في الأداء:

وذلك باستخدام التكنولوجيا على شبكات المعلومات، وإيجاد سبل أحسن لمشاركة المواطنين في العملية التنفيذية.

كما صنف النمر وآخرون أهداف التحويل الرقمي إلى الآتي:³

✓ أهداف مباشرة يمكن تفسيرها على أنها مكاسب مادية مثل: تحقيق سريع للأعمال وتقليص زمن التطبيق، والتخفيض من استخدام الأوراق في الأعمال الإدارية، واقتدار إتمام الأعمال عن بعد.

¹ المرجع نفسه، ص115.

² طلق عوض الله السواط، المرجع السابق، ص654.

³ عبد الحي ورمضان، أسس الخدمة الاجتماعية الطبية والتأهيل، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006، ص242.

✓ أهداف عامة غير مباشرة يصعب تأويلها على أنها مكاسب مادية محسوسة مثل: التقليل من الأخطاء المقترنة بالعامل الإنساني، والانسجام مع بقية دول العالم خاصة المتطورة وزيادة تدعيم القدرة التنافسية للمنظمات. ويكبر نطاق تطبيق التحويل الرقمي ليشمل العديد من القطاعات سواء التي تقتن بالأعمال والأنشطة الحكومية أم التي تتعلق بالمواطنين.

المطلب الثالث: نماذج التحويل الرقمي

توضح أدبيات الإدارة إلى اختلاف نماذج التحويل من المنظمة التقليدية إلى المنظمة الرقمية، وفيما يلي تبيين لأبرز النماذج المنقذة للتحويل الرقمي للمنظمات:¹

■ النموذج الفني:

ويتم عن طريق تحويل المنظمات التقليدية إلى منظمات رقمية باستخدام بحوث العمليات وعلوم الحاسب وعلم الإدارة دون التركيز على النواحي السلوكية للمنظمة، وينجم عن ذلك ارتفاع معدلات المقاومة ورفض التطبيقات الالكترونية في إصدار القرارات.

■ النموذج الفني الاجتماعي:

ويهتم بالتفاعل بين التقلبات الفنية (الحاسبات والبرامج) والتقلبات السلوكية والتنظيمية عند تنفيذ عمليات التحويل.

■ نموذج الشراكة في المعلومات:

ويرتكز في التحويل الرقمي إلى الاشتراك في احد شبكات المعلومات المحلية أو الدولية لمدة معينة لحين إكمال التحويل، أو الاعتماد على أحد شركات المعلومات في توفير الخدمة بالشراكة.

■ نموذج تحليل القوى التنافسية:

ويرتكز إلى تصميم نظم معلومات لمساعدة التحليل الرباعي، الذي يهدف إلى تعظيم نقاط القوة التنظيمية وتخفيض نقاط الضعف، وذلك للتحكم في الفرص البيئية ومقابلة الصعوبات العالمية والمحلية، ويرتكز هذا النموذج

¹ طلق عوض الله السواط، المرجع السابق، ص658.

إلى التخطيط الاستراتيجي للمنظمة وتصميم نظم معلومات تامة ومؤازرة لذلك.¹

■ نموذج إدارة الأصول الرقمية:

ويمكن على العديد من شركات المعلومات والاتصالات بدلا من شركة واحدة في إدارة الملفات الرقمية (التخزين - الدخول للمعلومات - التصفح - تبادل المعلومات واسترجاعها).

■ نموذج التحويل التدريجي:

يستند على الإمكانيات المالية للمؤسسات للتحويل من النموذج الورقي، ومن ثم يتم التمويل على مراحل في ظل المركز المالي وحجم أعمال المنظمة، ولا يعتمد على دراسات الجدوى التحليلية أو قياس الاحتياجات الرقمية.

■ النموذج السلوكي:

يهتم على المتغيرات السلوكية (الفردية والجماعية والتنظيمية والبيئية) عند تحويل المنظمة التقليدية إلى منظمة رقمية،² وبصورة أكبر من التغيرات الفنية وخاصة في تحسن البرمجيات، ومن ثم تتدنى أهمية الأمثلة والنماذج في إصدار القرارات رقميا.

■ نموذج التحويل الاستراتيجي:

ويفترض هذا النموذج أن المعلومات والاتصالات عبارة عن أصول رأسمالية للمنظمة، كما يتحدد مركز المنظمة في القطاع أو العمل الذي ينتمي إليه تبعا لقيمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تمتلكها المنظمة، والتي تعد احد ركائز المركز التنافسي لها.

■ نموذج التحويل الديناميكي:

ويرتكز هذا النموذج في التحويل على درجات التفاعل السريع بين المنظمة والمتغيرات البيئية، والعلاقة بينهم وكذلك على التقدم المتواصل في تكنولوجيا المعلومات، والتفاعل والتكامل والتنظيم بين متطلبان المنظمة وتأثيرات

¹ المرجع نفسه، ص658.

² سليم مفاتيح، أثر التحويل الرقمي على كفاءة وأداء القطاع البنكي - دراسة حالة عينة من البنوك بولاية المسيلة -، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص تسويق مصرفي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2021-2022، ص19.

البيئة والنمو في تكنولوجيا المعلومات هو مبدأ هذا النموذج.¹

■ نموذج التطوير التنظيمي:

ويعتمد هذا النموذج للتحويل إلى التعلم والتدريب التحويلي ومحو الأمية الحاسوبية بالمنظمة، ومن ثم يتم التطوير تبعاً لدرجات التعلم العضوي وليس بفرض حلول ميكانيكية جامدة.

■ نموذج الأمثلة:

ويرتكز هذا النموذج إلى البحث عن الحلول النموذجية لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن طريق عمليات المحاكاة وتصميم التجارب والامتحانات العملية المسبقة قبل التحويل مع محاولة ضغط التكاليف والبحث عن أفضل نتائج.

■ نموذج التكلفة والعائد:

ويبنى هذا النموذج على مقارنة تكاليف التحويل لمنظمة رقمية بالمكاسب الممكنة من اقتناء تكنولوجيا المعلومات.

■ نموذج التحويل المتكامل:

ويقوم هذا النموذج على أساس المنظومات والإدارة في التحويل المتكامل لكافة الإدارات والمستويات التنظيمية لتصميم المنظمة الرقمية، ومن ثم تهدف إدارة تكنولوجيا المعلومات إلى الربط بين التغيير في منظومة الأعمال والتطوير في منظومة الإدارة الإلكترونية، ويبدأ ذلك عن طريق اعتماد إطاراً متكاملاً للتحويل يعم الحاسبات والبرمجيات والشبكات وقاعدة البيانات ونظم المعلومات والانترنت.

■ نموذج التحويل الاستشاري:

ويتم التحويل عن طريقه بواسطة استئجار الحاسبات وانجاز الأعمال لدى الغير، وترتكز فلسفة التحويل على أن خبرة الشركات المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتحليل النظم والبرامج أكبر بكثير من خبرة المستخدم لتلك التكنولوجيا.

¹ طلق عوض الله السواط، المرجع السابق، ص 659.

■ نموذج المشاركة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

ويعتمد هذا النموذج على أهمية الربط الشبكي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتوفير الفائدة من الانترنت لدعم القرارات والسياسات، ويقوم هذا النموذج على قياس المراكز التنافسية للشركات وإدخال التحسين المتواصل في منظومة الاتصالات والمعلومات وفق اتجاهات المنافسين وحاجات متخذي القرارات، ومن ثم يتم الاشتراك الكامل من خلال الشبكات في خدمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تقدمها شركات متخصصة من خلال عقود طويلة الأجل وبصفة مستمرة.

المبحث الثاني: أساسيات حول التحويل الرقمي

أصبح التحويل الرقمي من الضروريات بالنسبة لكافة المؤسسات المالية التي تسعى إلى التطور وتحسين خدماتها وتسهيل وصول المستفيدين، وذلك من خلال إتباع مجموعة من الخطوات باستعمال تقنيات تكنولوجيا متطورة لتحقيق العديد من الدوافع.

المطلب الأول: خطوات التحويل الرقمي

بما أن التحويل الرقمي يعرف بأنه عملية انتقال القطاعات الحكومية أو الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات وتوفير قنوات جديدة من العائدات التي تزيد من قيمة منتجاتها وفي هذا الصدد نجد شركة أمازون ويب سيرفيس الرائد في مجال الحوسبة السحابية بتقديم قائمة مرجعية لبناء خطوات تتيح حرية الابتكار وتطوير طريقة العمل للوصول إلى التحويل الرقمي الناجح التي تركز على:¹

(1) إنشاء رؤية:

الرؤية هي تصور مستقبلي لوضع الرقمنة داخل المنظمة وخارجها، بمعنى التعرف على الهدف الرئيسي والأساسي من أجل الوصول بالمنظمة من تقليدية إلى رقمية، وهذا يتطلب أن يتم بوضع أهدافا طويلة المدى.

إن تقنية التحويل الرقمي تتطلب رؤية واضحة لنقطة انطلاق نحو هذا التحويل، إذ يتعلق الأمر بإعادة التفكير في المنهج وكيف يمكن للتكنولوجيا الجديدة أن تساعد على تحقيقه، وفي هذا الصدد نجد الجزائر أطلقت مشروع الجزائر الالكترونية 2013 الذي أعلنت فيه الجزائر عن رؤيتها للتحويل الرقمي، تجسدت في البداية إلى تطوير

¹ أمينة حسيني، آفاق التحويل الرقمي في الجزائر - دراسات اقتصادية -، المجلد 16، العدد 02، جامعة عنابة، عنابة، الجزائر، 2022، ص 112-113.

الخدمات الحكومية من خلال عصنة مختلف القطاعات، ومؤخرا أصدرت مجموعة من القوانين التي تعزز من الناحية القانونية هذا التحويل كقانون التجارة الالكترونية والقانون المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعية في مجال المعالجة الآلية للمعطيات وإن كانت هذه القوانين جاءت كخطوة متأخرة مقارنة مع الدول المغربية (تونس والمغرب) التي كانت السبابة في هذا الصدد وكذا الدول العربية بصفة عامة.

وبالمقابل مثلا نجد المملكة السعودية وضعت الخطط الملائمة على المديين القصير والطويل لتطوير الاتصالات وتقنية المعلومات وتوسيع انتشارها وتسهيل الحصول عليها في جميع مناطق المملكة بشكل يلبي احتياجات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية والصحية، إضافة إلى تشجيع الاستثمار في هذه المجالات وتجلي ذلك بوضوح من خلال معلم رؤية المملكة 2030.

(2) هئية البنية التحتية:

وهي خطوة مهمة تتطلب الاعتماد على علماء البيانات والمتخصصين في الرقمنة وتحليل البيانات، بالإضافة إلى قيادة مهنية مؤهلة والبحث عن شريك موثوق لتنفيذ الإستراتيجية الرقمية للمنظمة بفعالية، ومساعدة فريق العمل على تطوير المهارات اللازمة للتغيرات المستقبلية، وكذلك بناء ثقافة ثقافة جديدة تتماشى مع العمليات المحولة.¹

(3) تحليل السوق:

ويقصد به ضرورة دراسة سوق عمل المنظمة وعمل تحليل دقيق له من حيث ما هي الأدوات التكنولوجية التي يعتمد عليها في بناء النظم الرقمية.

(4) تصميم تجربة المستخدم:

بمجرد إنشاء رؤية وتحليل السوق، فيجب العمل على تصميم التجربة الرقمية التي ترغب المنظمة توصيلها للعميل، الذي يقوم بمقارنة هذه التجربة مع تجاربه في المنظمات المنافسة.

¹ مصيلحي حسين، التحويل الرقمي - الإطار المستقبلي لنظم وتكنولوجيا المعلومات -، دار الكتب والوثائق القومية، مصر، 2020، ص 13 -

(5) تقييم الوضع الحالي:

التعرف على الوضع الحالي للمنظمة تمهيدا للتعرف على الفجوة الحالية بين الواقع وما ترغب أن تصل إليه المنظمة في المستقبل، ويتم ذلك عن طريق قيام المنظمة بالتعرف على البنية الأساسية الرقمية للمنظمة، وجودة البرامج والتطبيقات والأدوات الأخرى التي تستخدمها في تلبية الاحتياجات الحالية والمستقبلية.

(6) اعتماد ثقافة التغيير:

يقصد بها تحويل الهيكل التنظيمي من التسلسل الهرمي التقليدي إلى فرق أصغر تكون مخولة لاتخاذ القرارات حيث يمكن ترجمة التعاون بين موظفي التطوير والتكنولوجيا المعلومات والوحدات الإستراتيجية إلى خدمات محسنة ومن ثمة يعتبر التحويل في ثقافة المؤسسة وبيئة العمل في المرحلة الأولى من التحويل كخطوة إيجابية تساهم في تنفيذ ونجاح التحويل الرقمي.

(7) تغيير نموذج التكلفة:

يمكن للميزانيات المصغرة دفع عجلة الابتكار لأن الفرق ستتخذ خطوات خلاقة لابتكار عمليات جديدة تساعد على معالجة التحديات، ويمكن للخدمات السحابية أن تؤثر بشكل إيجابي في التكلفة.¹ بسبب قدرتها على تحديث البنى التحتية من دون استثمارات رأسمالية كبيرة، كما أن تفادي عمليات الشراء الطويلة والدفع المقدم يسمح بتنفيذ مزيد من المشاريع من خلال الوصول الفوري إلى موارد الحوسبة في أي وقت وأي مكان وعبر أي جهاز.

المطلب الثاني: التقنيات المستخدمة في التحويل الرقمي

تعددت وتنوعت التقنيات المستخدمة في التحويل الرقمي ومن أهمها:

أولاً: تقنيات تستخدم في الحصول على البيانات وتحليلها

(1) الذكاء الاصطناعي:

يتكون الذكاء الاصطناعي من كلمتين:

¹ جميلة سلايمي، يوسف بوشي، التحويل الرقمي بين الضرورة والمخاطر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، جامعة تيارت، الجزائر، 2019، ص951.

✓ " الذكاء " والتي تعني القدرة على الفهم والاستنتاج والتحليل والتركيب والتمييز، كما تم تعريفه حسب قاموس Webster على أنه القدر على فهم الظروف أو الحالات الجديدة والمتغيرة، أي هو القدرة على إدراك وفهم وتعلم الحالات أو الظروف الجديدة، بمعنى آخر أن مفاتيح الذكاء هي الإدراك، الفهم، والتعلم،

■ " الصناعي أو الاصطناعي " ومعناه الشيء الذي تم إنتاجه عن طريق نشاط بشري، غير طبيعي أي كل ما تم التدخل فيه من قبل الإنسان من تشكيل للأشياء يجعلها تتميز عن الأشياء الموجودة بصورة طبيعية.

ترتبط بالفعل يصنع أو يصطنع، وبالتالي تطلق الكلمة على كل الأشياء التي تنشأ نتيجة النشاط أو الفعل الذي يتم من خلال اصطناع وتشكيل الأشياء تمييزاً عن الأشياء الموجودة بالفعل والمولدة بصورة طبيعية من دون تدخل الإنسان.¹

عرف قاموس أوكسفورد الإنجليزي الذكاء الاصطناعي بأنه: "نظرية وتطوير أنظمة الكمبيوتر القادرة على أداء المهام التي تتطلب عادة الذكاء البشري".²

يرجع جذور الذكاء الاصطناعي إلى الأربعينيات مع انتشار الحاسبات وعلى الرغم من غياب تعريف شامل للذكاء الاصطناعي بأنه استجابة المكنائ أو الحاسبات بعد برمجتها من قبل الإنسان بصورة يعتقد البعض بأنها ذكية.³

وتبرز حقيقة أن تعريف الذكاء أكثر صعوبة من تعريف الاصطناعي، حيث يمكن تعريف الذكاء بأنه القوة المعرفية للأفراد على التعلم من خلال تجاربهم باستخدام عقولهم مع القدرة على تخزين المعلومات الهامة واستحضارهم، بما يحقق لهم تكيفا مع حياتهم اليومية، ويأتي علم الذكاء الاصطناعي ليوجد برامج وحوارزميات ذكية تعمل بنفس الشكل الذي يعمل به العقل البشري أي تمليك الآلة نفس خصائص الذكاء التي يمتلكها الإنسان، وعلى الرغم من اتساع مفهوم الذكاء الإنساني وعدم القدرة على تحديده تحديداً دقيقاً إلى أن هناك معايير يمكن الحكم من خلالها ومن تلك المعايير:

- القدرة على التعميم والتجريد،
- التعرف على أوجه الشبه بين المواقف المختلفة،

¹ أمينة عثمانية، تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه حديث لتعزيز تنافسية منظمات الأعمال – المفاهيم الأساسية للذكاء الاصطناعي =، الطبعة الأولى، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، جامعة عنابة، الجزائر، 2019، ص11.

² أمينة حسني، المرجع السابق، ص113.

³ شيخ هجيرة، دور الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقة الزبون الإلكتروني للقرض الشعبي الجزائري، المجلد 10، العدد 02، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، جوان 2018، ص82.

- التكيف مع المواقف المستجدة.¹

(2) البيانات الضخمة:

يقصد بتحليل البيانات الكبيرة والخوارزميات المتقدمة أي البيانات الكبيرة data-big ويطلق عليها كذلك في الأدبيات العربية "البيانات الضخمة" تمثل اليوم محور صناعة وإدارة المعلومات على مستوى العالم، وقد اكتسبت أهميتها بفضل التطورات الحديثة التي ارتبطت بخوارزميات algorithmes الحساب التي يعود فضل ابتكارها في القرن التاسع الميلادي إلى أبي جعفر محمد بن موسى الخوارزمي، وقد مثلت الخوارزميات نقلة نوعية وثورة تقنية اعتبارا من ثمانينيات القرن الماضي في تطوير الذكاء الاصطناعي وأساليب البحث عن المعلومات والوصول إليها، لكن اليوم تحديدا تلعب منصات الخوارزميات دورا كبيرا ومهما في تنقيب حزم البيانات الكبيرة واستخلاص المعلومات المفيدة منها عن طريق محاكاة العقل البشري في التعلم الذاتي، والاستنتاج المنطقي، واتخاذ القرارات.²

(3) أنترنت الأشياء وأنترنت الأشياء الصناعي:

أ. أنترنت الأشياء:

يقصد بأنترنت الأشياء قابلية تجميع البيانات من المعدات والآلات.

ويطلق عليها اختصارا ب IOT وهي عبارة بنية تحتية عالمية لمجتمع معلومات، تسمح بتقديم خدمات متقدمة، آمنة وموثوقة عن طريق الربط المادي والافتراضي على أساس المعلومات والاتصالات المتشابكة التقنيات.³

ب. أنترنت الأشياء الصناعي:

هو تقنية توفر إمكانية مراقبة العمليات أو أداء المعدات عن بعد، وبالتالي تمنح مهندس الصيانة فرص لإجراء التحليلات اللازمة لتحديد المشكلات والتحكم بها قبل حدوثها.

يعتبر أنترنت الأشياء الصناعي (IIOT) أحد الأدوات الأساسية لعمليات تجميع المعلومات وأتمتة العمليات الإنتاجية، والوصول إلى منشأة رقمية، جنبا إلى جنب مع التقنيات السحابية، والتحليلات، والذكاء الاصطناعي.

¹ سارة خرشي، أحمد المهدي الزواوي، التكنولوجيا الاتصالية في خدمة التعليم: تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعليم ذوي الاحتياجات الخاصة، المجلد 06، العدد 04، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، ديسمبر 2021، ص158.

² ملياني فتيحة، البيانات الضخمة - الفرص والتحديات -، مجلة أبحاث كمية ونوعية في العلوم الاقتصادية، المجلد 01، العدد 02، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2019، ص65.

³ عبد الرحيم وهيبية، تكنولوجيا التأمين كمستقبل لصناعة التأمين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 01، المركز الجامعي لتامنغست، تمنراست، الجزائر، 2018، ص469.

يعتمد مبدأ أنترنت الأشياء الصناعي على ربط الأجهزة المتصلة مع بعضها بالإنترنت في المصانع والوحدات الإنتاجية والمنشآت الصناعية، بهدف مشاركة البيانات محليا أو عن بعد، حيث يتم تجميع المعلومات بواسطة مستشعرات المعلومات لنقلها عن ت بوابة محلية إلى خوادم البيانات السحابية داخل مراكز البيانات، فيتم تحليلها وتقديم النتائج إلى واجهة المستخدم¹.

ج. التوأم الرقمي Digital Twin :

يعرف التوأم الرقمي Digital Twin على أنه نسخة افتراضية تستخدم لتمثيل الأشياء المادية، ووصف حالتها وسلوكها بشكل دقيق باستخدام البيانات التي ترسلها المستشعرات، كما يمكن أن يتنبأ التوأم الرقمي بالأحداث المستقبلية، أو الأعطال المحتملة لنظرته المادي قبل حدوثها بوقت طويل، ويمكنه أيضا اقتراح طرق لمنع تكرار تلك الأعطال.

يغطي مفهوم التوأم الرقمي ثلاث جوانب أساسية: التوأم الرقمي للمنتج، والتوأم الرقمي للوحدة الإنتاجية أو المصنع، والنمذجة الرقمية لعمليات الإنتاج. كما يعتمد الدور الوظيفي للتوائم الرقمية بشكل أساسي على الهدف من استخدامها. ففي المجال الصناعي يمكن أن يقوم التوأم الرقمي بطيف واسع من الوظائف بدءا من تطبيق إجراءات السلامة، ومرورا بعمليات التحليل، أو محاكاة المنتج أو تحسين عملية الإنتاج، وحتى صياغة وإعداد معادلات تحسين الربحية، أو العائد على الاستثمار².

ثانيا: تقنيات تستخدم في تخزين البيانات

1) تكنولوجيا بلوك تشين:

ارتبطت تقنية البلوك تشين بالعملات الرقمية، إذ في بداية الأمر اعتقد البعض أنه لا يمكن إنشاء بلوك بدون وجود عملة رقمية، وفي أواخر عام 2008 تم نشر ورقة بيضاء تقدم نظام نقدي الكتروني لا مركزي بين النظراء يدعى - بيتكوين - إلى قائمة بريدية تشفيرية بواسطة شخص أو مجموعة تستخدم الاسم المستعار ساتوشي ناكاموتو.

ترجع تسمية البلوك تشين بهذا الاسم إلى طبيعة عملها وطريقة تسجيل المعاملات وحفظها، فهي تقوم بتسجيل كل معاملة تتم داخل الشبكة في كتلة وتربط الكتل مع بعضها بعضا، لذلك أطلق عليها سلسلة الكتل أو البلوك تشين، وتكمن فكرتها في إمكانية تبادل القيمة بين طرفين بدون وجود نظام مركزي، والقيمة هنا يمكن

¹ دلال الحارثي، المرجع السابق، ص 21.

² دلال الحارثي، المرجع السابق، ص 32.

أن تكون مبالغ مالية أو ملكيات، بمعنى أي شيء له قيمة عادة ما يتم تبادله بين طرفين في ظل نظام مركزي يتأكد ويوثق، ويعتمد هذا التبادل على تقنيات تشفير وخوارزميات اتفاق، وكذا شبكة لامركزية التبادل بدون وجود نظام مركزي.¹

(2) الحوسبة السحابية:

تعرف الحوسبة السحابية بأنها خدمات تقدم للمستخدمين عبر الانترنت، كعمليات الحوسبة وتخزين البيانات والبرامج، من خلال خوادم موجودة في أماكن بعيدة. فبالإضافة إلى إمكانية الاستغناء عن الأماكن اللازمة لإنشاء مراكز بيانات التكنولوجيا المعلومات، والخادم المحلي، توفر هذه التقنية سهول في الوصول إلى معدات الحوسبة الافتراضية، وتخزين كميتها من البيانات التي تصبح جاهزة للاستخدام في صناعة القرار. كما عرفت الحوسبة السحابية على أنها: تكنولوجيا تقدم خدمات نقل المعالجة وقواعد البيانات ومساحة التخزين إلى ما يسمى بالسحابة، وتستخدمها البنوك للتشغيل والتطوير السريع للبرامج والخدمات التقنية وخفض التكلفة مع دعم استمرارية الأعمال.²

كما عرفت على أنها: تكنولوجيا تعتمد على نقل المعالجة ومساحة التخزين الخاصة بالحاسوب إلى ما يسمى بالسحابة، وهي جهاز خادم يتم الوصول إليه عن طريق الانترنت، وبهذا تتحول برامج تكنولوجيا المعلومات من منتجات إلى خدمات، حيث تساهم هذه التكنولوجيا في أبعاد مشاكل صيانة وتطوير برامج تقنية المعلومات عن الشركات المستخدمة لها، وبالتالي يتركز مجهود الجهات المستفيدة على استخدام هذه الخدمات فقط.³

ثالثاً: مجموعة تقنيات الاتصال والمبيعات

للتحول الرقمي أشكال ودرجات متعددة، وتختلف المؤسسات فيما بينها بطريقة ودرجة التحول حسب طبيعة نشاطها ونوع التقنية التي تحتاجها إلا أن بعض التقنيات التي صنفت الأكثر انتشاراً هي:

¹ صبيبة سعدي، صليحة فلاق، تكنولوجيا البلوك تشين كمدخل لدعم نشاط شركات التأمين وتعزيز الشمول المالي، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 01، جامعة حسينية بن بوعلي بالشلف، الجزائر، 2022، ص ص 231-232.

² خولة مرسي، هاجر موساوي، تطبيق التحول الرقمي كآلية لتحسين أداء البنوك - دراسة حالة بنك متعدد الجنسيات -، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 06، العدد 01، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر، 2023، ص 526.

³ المنتدى العربي للمدن الذكية، تقرير التكنولوجيا والابتكار 2021 - مؤشر جاهزية الدول لتبني التكنولوجيا الرائدة -، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، ص 27.

(1) تطبيقات الهواتف الذكية:

وهي أكثر التقنيات حضورا واستعمالا في الوقت الحالي، حيث تستطيع المؤسسات إنشاء تطبيقاتها الخاص لإدارة أنشطتها وتسهيل خدماتها لكل من الأعضاء والمستفيدين¹. ويعرف على أنه أداة اتصال لاسلكية تعمل خلال شبكة من أبراج البث موزعة لتغطي مساحة معينة، ثم تترايط عبر خطوط ثابتة أو أقمار صناعية.

(2) وسائل التواصل الاجتماعي:

الخاصية الرئيسية لوسائل التواصل الاجتماعي هي أنها اجتماعية، وهي تقوم على أساس التفاعل بين المستخدمين الذين يستطيعون التواصل مع بعضهم حول أمور نشرها، وتشكيل مجموعات أو تنقية محتوى معين. وفعليا تتضمن الخدمات مثل خدمة فيسبوك صفحات مشتركة إضافة إلى الملفات الشخصية للمستخدم، ويجتمع مستخدمو الصفحات المشتركة مع بعضهم من خلال اهتمامهم بالمواضيع التي تناو لها هذه الصفحات. والخاصية الأخرى المشتركة بين وسائل التواصل الاجتماعي يمكن إيجادها في تكنولوجيا الإعلام. تحتاج جميع وسائل التواصل الاجتماعي إلى مؤسسة تكنولوجية لتقوم بوظيفتها، وتقوم هذه المؤسسة بنشر الرسائل والصور وأفلام الفيديو ومحتويات أخرى من المستخدمين، وعمليا فإن هذه المؤسسة التكنولوجية هي الإنترنت، ولكن الشبكة العنكبوتية وحدها لا تكفي، إذ إنها مثل خدمات الإنترنت الأخرى، تحتاج وسائل التواصل الاجتماعي إلى جهاز يمكن من خلاله الوصول إلى الخدمة، وتحتاج إلى وجود الخدمات نفسها بطبيعة الحال.²

(3) الأنترنت:

يرجع أصل كلمة إنترنت (Internet) أو ما يسمى (بالنت) إلى شبكة أربانت (ARPANET) التي أنشئت سنة 1968م من طرف وكالة مشروعات البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريك (ARPA)، وهذا سنة 1966م توصيل مراكز البحث وتداول المعلومات المرتبطة بوزارة الدفاع الأمريكية. وفي سنة 1979م راودت بعض طلبة جامعة (دوك) بـ (دورهام) فكرة تتمثل في ربط أجهزة الحاسوب بهدف تبادل معلومات علمية من الموقع العسكري إلى الجامعة³.

¹ فاطمة الزهراء فرحات، المرجع السابق، ص67.

² نور الهدى عبادة، شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 26، جامعة الجزائر، الجزائر، ص29.

³ نور الدين لعجاج، المعلومات الآلي للسنة الأولى من التعليم الثانوي، الطبعة الأولى، الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية، الجزائر، 2005، ص97.

ويمكن إعطاء تعريف للإنترنت على أنها عبارة عن شبكة مكونة من آلاف الشبكات المتصلة ببعضها البعض حول العالم¹، أي أنها عبارة عن تجمع عالمي لشبكات الحاسوب والتي من خلالها يمكن للمستخدمين تبادل البيانات والمعلومات²، ولهذا فهي تسمى شبكة الشبكات.

(4) الإنترنت:

استعمل مصطلح الإنترنت لأول مرة سنة 1994م³، وهو يعبر عن شبكة حاسوب داخلية خاصة بالمنظمة، تستخدم فيها تكنولوجيا الإنترنت ولكن ضمن حلقة محدودة، أي أنها محجوزة لأعضاء من المنظمة نفسها، ويهدف بناء مثل هذه الشبكات إلى تأمين الوصول إلى مختلف مصادر المعلومات الخاصة بها بسهولة وفاعلية وأرخص التكاليف وهذا لمختلف أعضاء الجماعة.

(5) الإكسترنات:

تعد الإكسترنات ناتجا لتزاوج كل من الإنترنت والإنترنت، فهي شبكة إنترنت تم توسيعها لتمتد إلى جمهور خارجي محدود ومختار (زبائن، موردين، موزعين، عملاء... الخ) والذي له علاقة بطبيعة نشاطها، حيث تسمح له بالمرور عبر الحواجز الأمنية الإلكترونية التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المنظمة. وتمتاز المعلومات في الإكسترنات بالأمان وهذا يمنع الإخلال بالأمن من المستخدمين غير المرخص لهم بالدخول للشبكة، ويتصل المستخدمون المرخص لهم بشفافية بشبكات منظمات أخرى من خلال الإكسترنات.⁴

المطلب الثالث: الدوافع الرئيسية للتحويل الرقمي

من أهم الدوافع الرئيسية للتحويل الرقمي في المؤسسات ما يلي:

¹ محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2006، ص216.

² زيد منير عبوي، إدارة التغيير والتطوير، دار كنوز للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2007، ص189.

³ لمين علوطي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة، مجلة علوم إنسانية، السنة السادسة، العدد 38، 2008، د ص.

⁴ طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص90.

(1) زيادة الإنتاجية:

ويقصد بها تنمية إنتاجية الموارد البشرية والمادية والطبيعية كما وكيفا، من أمثلتها:¹

- زيادة إنتاجية عمال المصانع،
- زيادة إنتاجية عمال المكاتب،
- زيادة إنتاجية نظم التعليم.

لقد أثبتت تكنولوجيا المعلومات قدرة فائقة على تقليل كلفة الإنتاج والخدمات من خلال تقليل العمالة، وتوفير المواد الخام، والمواد الوسيطة، وتقليل استغلال الطاقة.

والتحويلات الرقمية هي وسيلة فعالة لتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة فهي حلقة الوصول التي تربط بين مطالب السوق وأنشطة التصميم والإنتاج والتوزيع في نظام متكامل. من جانب آخر فقد ساعدت نظم المعلومات على زيادة رقابة الإدارة على أداء العمالة وضبط جودة الإنتاج.

أما فيما يخص زيادة إنتاجية عمالة المكاتب فيتضح ذلك من خلال ظهور أتمنة المكاتب حيث تعتبر من التقنيات التي دخلت مجالات العمل المختلفة وبسرعة، وهي باختصار العملية التي تتم بها مكنتة العمل في المكاتب أو المنظمات بشكل عام وجعله تلقائيا أو أوتوماتيكيا لغرض التقليل من العمل اليدوي والسرعة في الأداء ودقة النتائج المطلوب الحصول عليها، وذلك بهدف زيادة فاعلية التواصل بين موظفي المكاتب وبين مراكز الإدارة والفروع وكذلك سرعة إنتاج الوثائق وتبادلها وتسهيل وضوابط عمليات حفظ السجلات واستخراج الكشوف وعمل التقارير².

(2) تحسين الخدمات:

تؤدي التحويلات الرقمية دورا حاسما في تحسين الخدمات القائمة واستحداث خدمات جديدة لم تكن متوفرة من قبل في مختلف المجالات من أهمها: خدمات المصارف والمواصلات والاتصالات والصحة من خلال ما توفر في مجال زيادة الرفاهية لطالب الخدمة أو الزبون أو العميل... الخ وتسهيل عمل مقدمها.³

¹ محمد قارطي، دور الإدارة الالكترونية في تطوير الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص حقوق، جامعة مستغانم، الجزائر، 2017/2016، ص21.

² فاطمة الزهراء فرحات، المرجع السابق، ص69.

³ مختار حماد، تأثير الإدارة الإلكترونية على إدارة المرفق العام وتطبيقها في الدول العربية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلوم الدولية، الجزائر، 2007، ص70.

3) السيطرة على التعقيد:

عن التطورات السريعة والمتلاحقة التي تشهدها المجتمعات اليوم جعلت من التعقيد واحدة من أهم الصفات التي تميزه من أجل التخلص من هذا التعقيد تم اللجوء لتلك المعلومات والاتصالات الجديدة نتيجة لتنوع حاجات الأفراد وتشابك العلاقات الاجتماعية والإنسانية. ويساهم التحويل الرقمي في توفير الوسائل والتقنيات التي تساعد بفعالية في تحليل الأوضاع المتناقضة في المجتمع وتذليل الصعوبات داخل المؤسسات وخارجها.¹

4) دراسة ما ليس متاحاً:

أدى تغير مظاهر الحياة المعاصرة إلى تعدد الظروف والمواقف التي تستوجب الدراسة سواء كانت هذه الظروف سابقة أو حالية فقد يلعب التحويل الرقمي دوراً مهماً في استحضار أزمته الماضي وتتبع شريط الأحداث بالسرعة المرغوبة لمتابعة تطور هذه الظواهر، فالتحويل الرقمي يلبي حاجات المجتمعات المعاصرة في المساهمة في تخطي خطر الكوارث التي يمكن أن تحدث في المستقبل.

5) المرونة:

تعد المرونة هي الوجه الآخر للمجتمعات الحديثة كصفة بديلة عن التعقيد وعاملاً مساعداً للتخلص من الآثار السلبية التي تحدثها التغيرات السريعة المفاجئة، بالإضافة إلى أن المرونة عامل يضمن تكيف الأفراد والمؤسسات مع المتغيرات والمتطلبات والرغبات المتجددة وتكون المرونة مجسدة في العديد من المجالات من بينها: عمليات الإنتاج، وعمليات تقديم الخدمات، بالإضافة إلى اتخاذ القرارات وطرق استغلال واستخدام المعلومات.²

المبحث الثالث: التحويل الرقمي في البنوك

أصبحت الضرورة ملحة أكثر من ما مضى لتحويل المؤسسات المالية رقمياً ويعود ذلك وبشكل أساسي إلى التطور المتسارع في استخدام وسائل وأدوات تكنولوجيا المعلومات في كافة نواحي الحياة سواء كانت متعلقة بالمعاملات مع القطاع الحكومي أو القطاع الخاص أو كانت تخص الأفراد لذلك هناك ضغط واضح من كافة شرائح المجتمع على المؤسسات المالية لتحسين خدماتها على كافة القنوات.

¹ مختار حماد، المرجع السابق، ص 70.

² المرجع نفسه، ص 71-72.

المطلب الأول: آليات تحديث البنوك نحو التحويل الرقمي

وصولا لتطوير وتحديث البنوك نحو التحويل الرقمي وتقليل المخاطرة وتحسين جودة حياتها وتعزيز قدراتها لاتخاذ قرارات فورية ذات جودة عالية مبنية علي معلومات محاسبية متوافرة دقيقة ومتطابقة كسمات لها في عالم اليوم يتم كالتالي:¹

- (1)** تطوير بيئة أعمال متعاونة أكثر والتخلص من الاختناقات المتواجدة من خلال تبسيط هياكل المنشآت ودعم تدفق المعلومات بين الوحدات والإدارات المختلفة بها والتطبيقات الحالية،
- (2)** إضافة أبعاد التحويل الرقمي والذكاء الاصطناعي لآلية النظم وأي تطبيقات جديدة،
- (3)** استخدام أدوات وتكنولوجيات التحليلات الرقمية المتعددة وتزامنيا معا في جمع ومعالجة وتخزين وتحميل وتوزيع المعرفة والبصائر الرقمية المستنبطة، ففي هذه البيئة التكنولوجية الخصبة يحدث تكامل وظيفة البيانات المحاسبية وبين الأدوات والمؤشرات والحلول المعينة المستنتجة من توافر البيانات المفتوحة والتوافق مع المعايير والتشغيل البيئي لها،
- (4)** المشاركة مع المتعاملين مع البنوك في تحليلات البيانات عبر البنك، إذ أن نجاح الذكاء الرقمي يجب أن يحاذي ويقارب أقرب حاجات المتعاملين مع البنك وألا يصبح وظيفة منفصلة في حد ذاتها، مع تطوير وتحسين جودة الخدمات المالية للعميل أو المستخدم ووظيفة الدعم،
- (5)** التأكيد علي حوكمة المعلومات كطريقة لتأكيد توافق البيانات ودقتها وسلامتها،
- (6)** دعم سرعة ثقافة اتخاذ القرار الكفؤ خلال البنك بواسطة تشجيع كل الوظائف لاستخدام بيانات دقيقة من كل الأعمال القائمة بواسطة تطويع الأدوات والعمليات الملائمة لذلك،
- (7)** الوصول لحلول القضايا الأخلاقية والقانونية والتشريعية التنظيمية من خلال استعراض مداها،
- (8)** نشر أبعاد التحويل الرقمي وذكاء الأعمال في جميع البنوك القائمة سواء علي المستوي المركزي والمحلي، لأن لذلك التوجه فوائد جوهرية دائمة لكل من البنوك العامة والخاصة على حد سواء في التخطيط المحسن والتعميم علي وجو خاص،²

¹ أسامة محمد التابعي دانون، تأثير التحويل الرقمي على الأداء المالي للبنوك المصرية - دراسة حالة بنك مصر -، المجلة العلمية للدراسات المحاسبية، العدد 02، مصر، 2022، ص558.

² المرجع نفسه، ص556.

9 إنشاء قياسات تعمل علي اجتذاب الرقمية الملائمة والصحيحة من خلال مؤشرات أداء رئيسية تعمل علي اجتذاب نماذج أعمال رقمية تسهم في تحسين الجودة المتبغاة للمنافسة في حقبة العولمة. وبذلك يمكن قياس ومراقبة فئات المستخدمين المختلفة وتقديم مستوي قياسات كاملة تعمل علي إمداد مستخدمي الأعمال بأدوات اختبار وآلية ملائمة الاستهداف وإضفاء الطابع الشخصي عليها،

10 تأكيد إعداد نظم التعميم والتدريب لتطوير المهارات التكنولوجية والاحتفاظ بقوي العمل الأحسن الماهرة، مما يستوجب تعريف استباقي للوظائف الأكثر احتمالاً للآلية وعقد برامج إعادة التدريب التي توفر لفئات القوي العاملة المعتمدة سبل معيشتهم الخاصة في مخاطرة من خلال مخططات التدريب اللازمة للتغلب علي فجوة المهارات الرقمية الحالية وإعادة مهارة العاملين نحو التحويل الرقمي الحادث في العمليات المرتبطة بالأجهزة الرقمية ذكية الطابع ويكون لها تأثيراً عميقاً علي الوظائف والأجور،

11 خلق توافق أخلاقي وقانوني بين المواطنين والمجتمع الدولي المحيط، ولتحقيق ذلك يحتاج لتشريع يقدم إطار عمل متعامل مع الشكوك القانونية حول التحويل الرقمي ودكاء الأعمال في النظم والتطبيقات المستخدمة لها.

المطلب الثاني: مجالات التحويل الرقمي في البنوك

تتمثل المجالات الرئيسية للتحويل الرقمي في القطاع المصرفي (تجربة العملاء - العمليات الداخلية - نماذج الأعمال - تجربة الموظف) أكثر عمومية وشمولية للبنك والعملاء، ولكل مجال مجموعة من العناصر التي تمثل اللبنات الأساسية للتحويل الرقمي كما يلي¹:

المجال الأول: تحول تجربة العملاء رقمياً

تقوم البنوك بتحويل تجربة العملاء رقمياً من خلال ثلاثة عناصر أساسية هي:

1) تصميم تجربة العملاء رقمياً:

أصبحت تجربة العملاء ساحة المنافسة للعديد من البنوك وشركات التكنولوجيا المالية، وعلى الرغم من سهولة التعرف على تجارب العملاء المقنعة، إلا أنه من الصعب تصميمها وتقديمها. ذلك لأن هذا العمل يتطلب مقاييس للإبداع العاطفي والبراعة التكنولوجية، حيث يتطلب الأول أدوات مثل رسم خرائط تدفق رحلة العميل، وفهم شخصيات واحتياجات العملاء، بالإضافة إلى ممارسات مثل التفكير التصميمي، وتوفر هذه الأدوات والممارسات فهما وثيقاً للسلوكيات البشرية والقدرة على إبراز رؤى العملاء من خلال الملاحظة الدقيقة والتجريب المستمر المدعوم بالقدرة على إعادة هندسة تجارب العملاء رقمياً¹، من خلال دمج تقنيات وعمليات المكتب الأمامي مع

¹ آسر أحمد خميس، المرجع السابق، ص 1006-1007.

البنية التحتية التشغيلية للمكتب الخلفي لتقديم تجربة خدمة مميزة للعميل. إن دمج بيانات العملاء عبر الخدمات المصرفية وفهم سلوك العملاء من الأمور المهمة في تصميم تجربة العملاء، ونظراً لأن الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي يتيح تفاعلات شخصية للغاية في الوقت الفعلي، ويجعل من الممكن تقديم خدمات عملاء استباقي ومركزة بدقة، ويعتمد التصميم الجيد لتجربة العملاء في البداية على مسح شامل لنمط العملاء ثم يتم تحسينه وتخصيصه من خلال تحليلات البيانات الضخمة، لذلك بدأت البنوك في الاستفادة من التقنيات الرقمية لاكتساب فهم متعمق لمناطق جغرافية وقطاعات معينة من سوق الخدمات المصرفية، حيث يعتمد بعض البنوك على وسائل التواصل الاجتماعي لفهم ما يحقق رضا العملاء، وما الذي يؤدي إلى عدم رضا العملاء. بالإضافة إلى ذلك تقوم البنوك بالترويج لعلاماتها التجارية بشكل أكثر فعالية من خلال الوسائط الرقمية، كما تقوم أيضاً ببناء مجتمعات جديدة عبر الإنترنت لتقديم المشورة وبناء الولاء للعملاء في الخدمات المصرفية.

(2) رقمنة رحلة العميل:

يتيح التحويل الرقمي في الخدمات المصرفية إنشاء رحلة عميل رقمية أكثر تماسكاً وشخصية، ويقصد بإنشاء رحلة عميل رقمية اتخاذ خطوات لدمج كل شيء في نظام أساسي واحد عبر الإنترنت بحيث يتم التعامل مع العميل من خلال نفس الأدوات، وأحياناً بواسطة نفس الأشخاص، وبنفس المعلومات طوال العملية، يتمثل أهم جانب في رقمنة رحلة العميل في انتقال العملاء بسلاسة من التسويق إلى المبيعات كجزء من تطبيق عبر الإنترنت من خلال الفوترة داخل التطبيق، وصولاً إلى دعم العملاء مباشرةً في التطبيق. يعني تحقيق ذلك رسم خريطة لرحلة العميل وبناء أدوات وتطبيقات حوله مع التركيز على نقاط حرجة محددة.¹

(3) نقاط الاتصال الرقمي بالعملاء:

تقدم العديد من البنوك الآن تطبيقات لتعزيز نقاط اتصال العملاء. فمثلاً يقوم البنك بربط تطبيقات الهواتف الذكية بملف تعريف العميل، مما يتيح التكامل عبر الرسائل القصيرة والتطبيقات ووسائل الوسائط الاجتماعية، حيث يمكن تحسين خدمة العملاء بشكل كبير من خلال التقنيات الرقمية، وتتطلب الخدمات متعددة القنوات تصور وتنفيذ التغيير عبر تجربة العملاء والعمليات التشغيلية الداخلية، وتعتبر الاتصالات الشخصية مع العملاء ضرورة في تصميم تجارب عملاء مقنعة، ولهذا السبب تستخدم بعض البنوك الاتصالات الرقمية لطلب وتمكين مشاركة العملاء عبر سلاسل القيمة الخاصة بهم، كما تستخدم البنوك العروض التقديمية المستندة إلى الأجهزة المحولة بدلاً من الشرائح الورقية لتقديم عروض الخدمات المصرفية، كما تقدم بعض البنوك لعملائها عملية متكاملة

¹ أسر أحمد خميس، المرجع السابق، ص 1008.

تجمع بين الخدمات العقارية والمصرفية والخدمات الخارجية لتسهيل الحياة على العملاء، وتبسيط عملياتهم من خلال مكون إضافي رقمي.

المجال الثاني: تحويل العمليات رقمياً

على الرغم من أن تحويل تجربة العملاء هي المجال الأكثر وضوحاً في التحويل الرقمي، فإن البنوك أدركت أيضاً فوائد التحويل الرقمي في التميز التشغيلي من خلال:

(1) أتمتة العمليات الأساسية:

حتى مع استمرار بعض البنوك في تنفيذ مناهج الأتمتة التقليدية مثل تخطيط موارد المؤسسة وأنظمة إدارة علاقات العملاء، فإن البنوك الأخرى تتخطى هذه الأساليب لإعادة اختراع العمليات رقمياً. بما يمكن الموظفين من التركيز على مهام أكثر إستراتيجية، فعلى سبيل المثال بدأت بعض البنوك في جعل وظيفة وظيفة الحسابات العامة، ووظيفة إدارة الموارد البشرية مركزية، مما يسمح باقتصاديات الحجم من خلال الخدمة الذاتية مع تحرير موظفي إدارة الموارد البشرية من التركيز على عد أيام الإجازة مثلاً إلى التركيز على الابتكار والإبداع، كما تساعد أتمتة العمليات الداخلية على إنشاء تدفقات من البيانات يمكن أن تكون مفيدة في جهود التنقيب عن البيانات اللاحقة. ويمكن أتمتة المزيد من الوظائف داخل البنوك وتحسينها باستخدام الروبوتات والذكاء الاصطناعي أحد الاستخدامات الأكثر شيوعاً للأتمتة والذكاء الاصطناعي هو خدمة العملاء، حيث تستخدم البنوك البيانات والتحليلات والأنظمة الآلية للرد على الاستفسارات الأساسية من العملاء وهذا لا يوفر المال فحسب، بل يحسن توحيد الحلول، مما يسمح باستخدام البشر في مهام أكثر أهمية.

(2) العمليات المتصلة رقمياً:

بفضل التوافر المتزايد لأجهزة الاستشعار عن بعد الرخيصة والبنية التحتية السحابية والتعلم الآلي، أصبحت مفاهيم مثل الخيوط الرقمية والتوائم الرقمية واقعة توفر الخيوط الرقمية التي تربط ماكينات الصراف الآلي والنماذج والعمليات المصرفية مصدرًا واحدًا للحقيقة لإدارة العمليات وتحسينها بدءاً من تحديد المتطلبات وحتى الصيانة.¹

(3) اتخاذ القرار القائم على البيانات الفورية:

في السنوات الأخيرة تحول أساس صنع واتخاذ القرارات التشغيلية بشكل متزايد من التقارير الدورية إلى البيانات في الوقت الفعلي، حيث تتيح الأجهزة المتصلة وحوارزميات التعلم الآلي الجديدة والتجارب الأكثر ذكاءً والبيانات

¹ آسر أحمد خميس، المرجع السابق، ص 1008-1009.

الوفيرة اتخاذ قرارات أكثر استنارة أيضا يستفيد المديرون التنفيذيون من ذلك من خلال دمج صنع القرار التشغيلي والاستراتيجي بطرق جديدة وقوية، وتعمل المزيد من البنوك على توسيع نماذج أعمالها القائمة على الخدمات المستندة إلى البيانات الفورية، والجمع بين أجهزة الاستشعار وشبكات الاتصال والتطبيقات والتحليلات لخلق قيمة للعملاء ومصادر جديدة للإيرادات لأنفسهم، وهذا يتطلب قدرات تحليلية متقدمة، وتصميم خدمة شامل، وتكامل محكم مع أجهزة العملاء والعمليات التجارية.

المجال الثالث: تحويل نماذج الأعمال رقميا

تتبع بعض البنوك التقنيات الرقمية لتحويل نماذج الأعمال التقليدية، بينما يركز تحول العمليات على مجالات محدودة من العمل المصرفي إلى:¹

(1) نماذج الأعمال المعدلة رقميا (التحسينات الرقمية):

لا يتطلب تحويل نموذج الأعمال المصرفية دائما تعطيل الصناعة الحالية، بل تجد البنوك طرقا لتحسين نماذج أعمالها الحالية قويا دون الحاجة إلى تغييرات كبيرة في العمل، من خلال العروض الرقمية واستخدام المحتوى الرقمي لمشاركة المحتوى عبر الوحدات التنظيمية، لذلك تظل بعض البنوك وفية لأعمالها التقليدية ولكن تستخدم التقنيات الرقمية لتحويل الأعمال المصرفية النامية الجديدة، مثل المحافظ الإلكترونية والإنترنت البنكي والمحمول البنكي والبطاقات المصرفية ووسائل المدفوعات اللاتلامسية.

(2) إنشاء نماذج أعمال رقمية جديدة:

تقدم البنوك أيضا خدمات مصرفية رقمية بالكامل من خلال إنشاء منصات البنوك الرقمية، حيث مكنت الحوسبة السحابية وطرق وأدوات التطوير الرشيق ومكتبات الأكواد الخارجية المطورين من إنشاء منصات متكاملة للخدمات المصرفية، بل في بعض الأحيان منصات متعددة الجوانب، وتحتوي المنصة المصرفية الرقمية على ثلاثة عناصر مترابطة ولكنها متميزة تعمل معا لدعم البنك. العنصر الأول هو النظام الأساسي، وهو أساس قوي لأنظمة التشغيل والمعاملات (أنظمة المكتب الخلفي، وأنظمة التسجيل، وما إلى ذلك) التي تدعم العمليات الرئيسية للبنك، العنصر الثاني هو منصة رشيق تواجه الخارج وتعمل على تشغيل مواقع الويب والتطبيقات والعمليات الأخرى التي تتصل بالعملاء وشركاء النظام البيئي، فهذه المنصة هي أكثر من مجرد واجهة أمامية، بل تحتاج إلى العمل مع النظام الأساسي لإجراء المعاملات الرئيسية مثل المدفوعات والعمل كمنصة جذابة ورشيقة لإجراء تجارب مواجهة للعملاء وتقديم تجارب مخصصة. العنصر الثالث هو منصة البيانات التي توفر القدرة على

¹ آسر أحمد خميس، المرجع السابق، ص 1009-1010.

إجراء تحليلات مكثفة، وكذلك بناء واختبار الخوارزميات، دون تعطيل أنظمة تشغيل البنك. لقد شهدت السنوات الأخيرة زيادة هائلة في الخوارزميات التي تستخدم بيانات غير منظمة لتحسين تجربة العملاء أو العمليات الداخلية، مما يجعل منصات البيانات مكوناً رئيسياً للابتكار الرقمي، جنباً إلى جنب مع عناصر التقنيات الرقمية.

3) العولمة الرقمية للخدمات المصرفية:

تحويل البنوك بشكل متزايد إلى العمليات المصرفية العالمية، حيث تتيح التكنولوجيا الرقمية المقترنة بالمعلومات المتكاملة للبنوك اكتساب أوجه تآزر عالمية مع الحفاظ على الاستجابة المحلية. وتستفيد هذه البنوك من الخدمات المالية المشتركة وحتى القدرات الأساسية العالمية مثل تكنولوجيا البلوك تشين وتحويلات الأموال، وهذه الخدمات المشتركة العالمية تعزز الكفاءة وتقلل من المخاطر وتعزز المرونة المصرفية وتكافح عمليات غسل الأموال، تقوم البنوك في جميع الدول بتجربة التحويل الرقمي والاستفادة منه سواء كان ذلك في طريقة عمل الموارد وتعاونهم، أو طريقة تنفيذ العمليات المصرفية داخل وعبر الحدود التنظيمية، أو بالطريقة التي يفهم بها البنك عملائه ويقدم لهم الخدمات المصرفية.

المطلب الثالث: مزايا ومخاطر التحويل الرقمي في البنوك

أولاً: مزايا التحويل الرقمي في البنوك

أصبح التحويل الرقمي (DT) من الضروريات بالنسبة لكافة البنوك التي تسعى إلى التطوير وتحسين خدماتها وتسهيل وصولها للمستفيدين، و(DT) لا يعني فقط تطبيق التكنولوجيا داخل البنك بل هو برنامج شامل كامل يمس المؤسسة ويمس طريقة وأسلوب عملها داخلياً بشكل رئيسي وخارجياً وأيضاً من خلال تقديم الخدمات للجمهور المستهدف لجعل الخدمات تتم بشكل أسهل وأسرع، كما أنه يساهم في ربط القطاعات الحكومية أو الخاصة ببعضها بحيث يمكن إنجاز الأعمال المشتركة بمرونة وانسجام عال¹.

وقد أصبحت الضرورة ملحة أكثر من ما مضى لتحويل البنوك رقمياً، ويعود ذلك وبشكل أساسي إلى التطور المتسارع في استخدام وسائل وأدوات تكنولوجيا المعلومات في كافة نواحي الحياة سواء كانت متعلقة بالمعاملات مع القطاع الحكومي أو القطاع الخاص أو كانت تخص الأفراد. لذلك هناك ضغط واضح من كافة شرائح المجتمع عمى المؤسسات والهيئات والشركات لتحسين خدماتها وإتاحتها على كافة القنوات الرقمية، حيث تتجه البنوك إلى (DT) والاستفادة من الذكاء الصناعي وسلسلة Block chan والتطبيقات الذكية في تسهيل وتسريع العمليات البنكية، خاصة أن العملاء يفضلون الخدمات الرقمية، بهدف الارتقاء بمستوى الخدمات

¹ سليم مفاتيح، المرجع السابق، ص25.

الرقمية، ورفع نسبة الإقبال عليها، حيث الهدف من التحويل الرقمي في البنوك، هو خفض نطاق معاملات البنوك خلال تعديل المنتجات واستراتيجيات التواصل الخدمة العملاء، وبالتالي لم يعد بإمكان البنوك الاكتفاء بالخدمات التقليدية بل عليها أن تواصل التطوير لمواكبة متطلبات العملاء.

ووجد أن (DT) قام لتطوير القطاع البنكي وتعزيز فعاليته بتوافر مجموعة من الخدمات الرقمية للعملاء مينا خدمة تتبع المدفوعات من البداية وحتى إتمامها سواء كانت محمية أم الدولية، وتشجيع استبدال العمليات النقدية المباشرة بطرق الدفع الإلكتروني، ويمكن تفعيل ذلك بتقليل رسوم الخدمة في حالة تنفيذها إلكترونياً ومن الملاحظ أن التكنولوجيا المتقدمة والذكاء الصناعي حلت اليوم محل وظائف موجودة بالقطاع البنكي، وترتب على ذلك أن بعض العمليات أصبحت تتم خارج الفروع، لذا على البنوك رفع الإنفاق على (DT) لتمكين من المنافسة حيث تشارك البنوك في مشاريع التحويل الرقمي الضخمة بهدف التحديث والحفاظ على قدرتها التنافسية وخلق القيمة.

حيث ترجع أهمية التحويل الرقمي في البنوك إلى تنوع الخدمات التي تقدمها المنصات الرقمية مثل خدمات فتح الحساب واستقطاب العملاء الجدد كذلك إتمام عمليات الدفع والشراء وتحويل الأموال والمعاملات عبر الإنترنت والهواتف المتحركة، ولتسهيل عمل هذه المنصات سعت البنوك لإيجاد تطبيقات جديدة للتواصل مع العملاء بشكل مباشر، والهدف من سعي البنوك عامة من تطوير خدماتها الإلكترونية والرقمية هو مواكبة التطورات الهائلة والسريعة في عالم التكنولوجيا وثورة الاتصالات الكبيرة التي يشهدها الاقتصاد، والتي من المتوقع اختفاء البنوك التقليدية والتحول إلى البنوك الرقمية، ورسم إستراتيجية مبنية على فهم مستقبل الثورة الرقمية، إلى جانب تطوير مجموعة من أدوات التحميل، المتصلة بمصادر البيانات القائمة والحديثة ثم ربطها مع العمليات المتصلة بمركز اتخاذ القرار حتى تتمكن من وضع تصور واضح لمستقبل صناعتنا البنكية الاستثمار الكافية، ويكون لديها مساحة من الأفق لتحقيق المنافسة في مجال الخدمات البنكية تم الابتكار المنتجات مالية جديدة، ثم مواكبة للنمو المتسارع للتكنولوجيا الرقمية، تتسابق فيه البنوك حول العالم لتوفير الخدمات الإلكترونية والرقمية كافة لعملائها¹.

¹ سليم مفاتيح، المرجع السابق، ص26.

ثانياً: مخاطر التحويل الرقمي في البنوك

يواجه التحويل الرقمي في البنوك مجموعة من التحديات يمكن عرضها فيما يلي¹:

- (1) ارتفاع تكلفة التحويل الرقمي حيث يتطلب بنية تحتية تكنولوجية ذات تكلفة مرتفعة نسبياً،
- (2) نقص الكفاءات البشرية المدربة داخل المنظمات المصرفية باعتبار العنصر البشري أحد أهم العناصر الأساسية لإنجاح أي نظام جديد،
- (3) عدم توفر البنية التحتية الكافية القادرة على التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأيضاً عدم توفر موظف التكنولوجيا ذوي المهارات الكافية، كما يوجد قصور في عملية الاتصال بالإنترنت في العديد من المناطق المعزولة،
- (4) التخوف من مخاطر أمن المعلومات والذي يحتاج إلى خبرة عالية في مجال أمن المعلومات لحماية بيانات العملاء وأرصدتهم من الاختراق والسرقة وذلك من جراء استخدام التكنولوجيا الرقمية،
- (5) عدم انتشار ثقافة استخدام التكنولوجيا في تنفيذ العمليات بين شريحة ليس بالقليلة من العملاء كبار السن والذين يجهلون التعامل مع التكنولوجيا وبالتالي يعد ذلك تحدياً لإنجاح تنفيذ برنامج التحويل الرقمي التقادم الفكري لبعض المديرين وعدم رغبتهم في التوجه نحو التحويل الرقمي نظراً لبيروقراطيتهم المفرطة وإتباعهم أنظمة داخلية متشددة بالإضافة إلى عدم رغبتهم في التعلم والاتجاه نحو التنفيذ.

¹ سناء راهب، حليمة شابي، أثر التحويل الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية الجزائرية – دراسة حالة البنوك التجارية لولاية الطارف =، مجلة الاقتصاد الصناعي (خزارتك)، المجلد 13، العدد 01، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2023، ص 694.

خلاصة الفصل الأول

تعيش المجتمعات حاليا تطورات رهيبية ومتسارعة أدت بها إلى التطور والرفع في مستوى ووتيرة المعيشة لدى شعوبها وترقيتها علي حد سواء، حيث ساهمت التكنولوجيا في ظهور بيئة جديدة أكثر تطوراً وسرعة، كما ساهمت في خلق ضغوطات أمام جل القطاعات والمؤسسات من أجل إلزامية ومواكبة التغيير، كما أن التزامات قد غيرت وحاولت توجيه أنماط المعيشة لدى الشعوب.

إن تقنية التحويل الرقمي أصبحت في الوقت الراهن من الاستراتيجيات الأولية التي تسعى إليها البنوك، نظراً لما تقدمه هذه التكنولوجيا الذكية من فوائد كتغيير ثقافة الابتكار من خلال أساليب جديدة لممارسة العمليات المصرفية ومختلف المعاملات مع القطاع الحكومي، وكذا تقنية تقديم الخدمات للجماهير لأن التحويل الرقمي ليس ممكنة العمليات التقليدية فقط إنما تغيير في نماذج الأعمال بفكر إبداعي وقدرات تقنية، ومن ثمة إن عملية التحويل الرقمي أصبحت ضرورة ملحة يفرضها التطور المتسارع في استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات لتحسين كفاءة البنوك.

الفصل الثاني

الأسس النظرية لجودة الخدمة

في البنوك التجارية

تمهيد

يعتبر القطاع المصرفي من أهم القطاعات في الاقتصاد، ويعرف بدرجة منافسة شديدة وتغيرات كبيرة، كما أنه من أكثر القطاعات التي تسعى إلى تحسين جودة خدماتها المصرفية، ذلك أن معيار الجودة في تقديم الخدمات يعد ثمن الدخول إلى الأسواق المعاصرة ونجاحها، لذلك يتطلب منها المزيد من مستوى التميز في تقديم خدماتها.

وبهذا أصبح من الضروري الاهتمام بجودة الخدمة المصرفية ومعرفة النواحي الأساسية للخدمات التي يبحث عنها العملاء، ويفضلون تواجدها في المصارف وذلك لضمان تحقيق رضا العملاء وولاءهم وزيادة الربحية وتعزيز المركز التنافسي، وضمان البقاء والاستمرار في الأسواق المحلية، كما تساهم الجودة في منح الفرصة للبنك لدخول الأسواق العالمية واحتلال مراكز قوية مراكز قوية مقارنة بمنافسيها.

من أجل الإلمام بهذا الفصل تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث :

- المبحث الأول: مفاهيم عامة حول البنوك التجارية
- المبحث الثاني: جودة الخدمة في البنوك التجارية
- المبحث الثالث: طرق قياس جودة الخدمة المصرفية

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول البنوك التجارية

احتلت البنوك التجارية منذ فترة طويلة مكانة بالغة، وذلك نظرا لأهميتها الكبيرة في النشاط الاقتصادي، حيث أصبحت البنوك الداعم الأساسي على الصعيدين التنموي والاستثماري، من خلال هذا المبحث سيتم التطرق إلى مراحل نشأة البنوك التجارية، تعريفها وأهميتها، وأهم أنواعها.

المطلب الأول: مراحل نشأة البنوك التجارية

تعود نشأة البنوك التجارية إلى الفترة الأخيرة من القرون الوسطى، نتيجة لقيام التجار والمرابين والصياغ في أوروبا بقبول أموال المودعين مقابل إصدار إيصالات وشهادات إيداع بمبلغ الوديعة، حيث لاحظ الصيارفة أن تلك الإيصالات تلقى قبولا عاما في التداول للوفاء ببعض الالتزامات، وأن جزءا كبيرا من هذه الودائع لا يسحب، حيث تبقى باقي الودائع مجمدة لدى الصراف مما أوحى له بالقيام بإقراضها، ومن هنا أخذ البنك بهذا الشكل يدفع فوائد لأصحاب الودائع لتشجيع المودعين، ولم يعد الغرض من عملية الإيداع ينحصر على حفظ الوديعة فحسب، بل التطلع إلى الحصول على فائدة، وبهذا الشكل تطور نشاط البنك في مجال تلقي الودائع مقابل فائدة، وتقدم القروض بناء على هذه الودائع مقابل فائدة أيضا¹.

أولا: المراحل الأولى لنشأة البنوك التجارية

حيث تشير بعض الوثائق التاريخية والأثرية إلى أن عهد ظهور البنوك يرجع إلى ما قبل التاريخ، وتمتد جذوره إلى العهد البابلي، الذي ظهرت فيه مجموعة من المؤسسات المصرفية التي تولت تنظيم عمليات السحب وإيداع، كما تشير تلك الوثائق إلى أن أقدم بنك في التاريخ هو البنك الذي أنشأه (إيجيبي) الذي كان مقره في مدينة (سيبار) على شاطئ نهر الفرات، أما الإغريق فقد عرفوا قبل الميلاد بأربعة قرون بدايات العمليات التي تزاو لها البنوك المعاصرة، كتبادل العملات وحفظ الودائع ومنح القروض².

غير أن التنظيم المصرفي لم يظهر إلى حيز الوجود، إلا في أواخر العصور الوسطى، عندما أحيا ازدهار التجارة في المدن الإيطالية نظم المصارف، وبالأخص مدن البندقية وجنوا وبرشلونة، حيث ترجع نشأة البنوك في

¹ فرح بن سالم، أثر كفاية رأس المال وفقا لمقررات بازل على ربحية البنوك التجارية - دراسة عينة من البنوك التجارية -، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، الجزائر، 2022/2021، ص03.

² شاكرا القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 4، الجزائر، 2008، ص25.

مراحلها الأولى إلى نشاط الصيرافة والصياغة والمرابين (القائمين على قبول الودائع)، فهذه المصارف باختلاف طبيعتها ونوعية الوظائف التي تؤديها لا تعدو أن تكون مؤسسة تتعامل في القرض والائتمان.

حيث قام التجار بإيداع أموالهم أو ما يملكون من المعادن النفيسة لدى أولئك الصاغة والصيرافة والتجار مقابل عمولة تدفع لهم نظير حفظها وحراستها، فيما كان يتحصل المودعون على شهادات (إيصالات) مثبتة فيها قيمة ودائعهم، وتتضمن تعهدا من المودع لديه برد الأمانة (الوديعة) عند طلبها من طرف المودع في الحال.

وفي مرحلة أكثر تقدما سمح لبعض العملاء بسحب مبالغ تتجاوز في قيمتها ودائعهم، وهو ما يعرف الآن بالسحب على المكشوف، وقد أدى إلى إفلاس عدد من المؤسسات، فدفع عدد من المفكرين إلى المطالبة بإنشاء أول بنكي حكومي في البندقية باسم بنك (بيازا بالتوا)، وذلك في الربع الأخير من القرن السادس عشر.

حيث تأسس أول بنك في مدينة البندقية الإيطالية سنة 1587 ، ثم أعقبه في عام 1609 إنشاء بنك أمستردام، وكان غرضه الأساسي حفظ الودائع وتحويلها عند الطلب من حساب مودع إلى حساب مودع آخر، غير أنه لم يحافظ على ثقة الأفراد، حيث توقف عن الدفع وأغلقت أبوابه عام 1814.¹

ثانياً: المراحل الحديثة لتطور البنوك التجارية

ومنذ القرن الثامن عشر أخذ عدد البنوك يزداد تدريجياً، وكانت أغلبيتها مؤسسات يمتلكها أفراد وعائلات، وكانت القوانين تقضي بحماية المودعين، بحيث يمكن الرجوع إلى الأموال الخاصة لأصحاب هذه البنوك في حالة إفلاسها. واستمر عمل البنوك في ظل مبدأ التخصص لفترة طويلة، حتى أن الفروق الأساسية بينها أصبحت في تخصص كل منها في إدارة أنواع معينة من الأصول المالية، تكون أكثر تلاؤماً مع أنواع محددة من الموارد، ثم ظهرت تقسيمات البنوك المتخصصة، والتي تسمى باسم القطاع الذي تتخصص في تمويله كالبنوك الزراعية والصناعية والعقارية.

ومع مطلع القرن التاسع عشر ميلادي بدأت حركة تركيز البنوك بواسطة الاندماج أو الشراكة، وقد صاحبه ذلك ازدياد تدخل البنوك في تنظيم أعمال البنوك، واقتصر إصدار الأوراق النقدية على البنوك المركزية، والتي تأخر

¹ فراح بن سالم، المرجع السابق، ص03.

ظهورها نسبيا في حدود القرن الثامن عشر ميلادي والتاسع عشر ميلادي، وتضمن نشاطها إصدار النقود وتولي الأعمال المصرفية الحكومية إلى جانب دورها الرقابي.¹

وفي القرن العشرين استقرت وظيفتها كبنك البنوك (أي المقرض الأخير لها)، هكذا نشأت البنوك بفعل الحاجة لتسهيل المعاملات على أساس الآجل والثقة، وهكذا واكبت نشوء الرأسمالية، وساهمت كثيرا في تطورها من رأسمالية تجارية إلى رأسمالية صناعية إلى رأسمالية احتكارية، بل واستمرت أيضا في عهد الاشتراكية، ولكن هذه المرة بقصد خدمة وفائدة المجتمع بأسره.

المطلب الثاني: تعريف البنوك التجارية وأهميتها

تعددت مفاهيم البنوك منها الكلاسيكية والحديثة، وأيضا تختلف حسب أنظمة وقوانين لكل بلد، ومن هنا سيتم إعطاء مفهوم للبنك من خلال عدة تعاريف، لكن من الصعب إيجاد تعريف دقيق يحدد لنا مفهومه بصفة عامة ومنها.

أولاً: تعريف البنوك التجارية

(1) معنى كلمة بنك "اقتصاديا"

بنك Banque أصلها هو الكلمة الإيطالية Banco، وتعني مصطبة Banc، وكان يقصد بها في البدء المصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة، وبعد ذلك أصبح يقصد بها المنضدة التي يتم فوقها عد وتبادل العملات، ثم أصبحت تعني المكان الذي توجد فيه تلك المنضدة وتتم فيه المتاجرة بالنقود.

أما من وجهة نظر كلاسيكية فهو "مؤسسة تعمل كوسيط مالي بين مجموعتين رئيسيتين من العملاء، المجموعة الأولى لديها فائض من الأموال، وتحتاج إلى الحفاظ عليه وتنميته، والمجموعة الثانية هي مجموعة من العمل تحتاج إلى الأموال لأغراض أهمها: الاستثمار أو التشغيل أو كلاهما".²

أما من وجهة نظر الحديثة فينظر إلى البنك على أنه مجموعة من الوسطاء الماليين الذين يقومون بقبول الودائع، تدفع عند الطلب أو الآجال المحددة، وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته، بما يحقق أهداف خطة

¹ شاكر القزويني، المرجع السابق، ص 26-27.

² محمد عبد الفتاح الصبري، إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، الأردن، 2006، ص 13.

التنمية وسياسة الدولة، ودعم الاقتصاد القومي.¹

(2) قانونيا:

التعريف الذي نأخذ به هو التعريف الذي أورده المشروع الجزائري المتعلق بقانون النقد والقرض الذي تنص على أن: "البنك هو شخصية اعتبارية تمتلئها بصفة دائمة كل وظائف البنوك من استقبال (الودائع، منح القروض وتوفير وسائل الدفع وسيرها).²

ويمكن تعريف البنك على أنه المنشأة تنصب عملياتها الرئيسية على تجميع النقود الخاتمة عن حاجة الجمهور أو منشآت الأعمال أو الدولة لعرض إقراضها للآخرين وفق أسس معينة واستثمارها في أمور اقتصادية مالية محددة.³

(3) التعريف الإجرائي:

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف البنك على أنه:

"مؤسسة مالية نقدية رسمية وظيفتها جمع الودائع ومنح القروض وتسهيل وسائل الدفع حيث يعمل كوسيط مالي وأن البنك ينتفع من خلال المقابل المادي والمعنوي الذي يحصل عليه من عملائه".

وأعطيت عدة تعريفات للبنوك التجارية من طرف مختلف الكتاب والاقتصاديين ولكن معظمها تتشارك في نفس الخصائص التي تتميز بها هذه البنوك، ومن بين هذه التعريفات نجد:⁴

البنوك التجارية هي تلك المؤسسات التي تتخصص في تلقي الودائع، ومنح القروض بجانب تقديم مجموعة أخرى من الخدمات المكتملة مثل شراء أو بيع أوراق تجارية وتحصيل كبنواتها، وتحصيل الأوراق التجارية، وخصم الكمبيالات وقبولها، وشراء وبيع العملة الأجنبية، وفتح اعتمادات مستندية، وإصدار خطابات الضمان، وتأجير الخزائن الحديدية.. الخ.

¹ محمد مصطفى نعمات، إدارة البنوك، الابتكار للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، الأردن، 2017، ص 47.

² المادة 144 من القانون 10/90 الصادر بتاريخ 1990/04/14 المتعلق بقانون النقد والقرض.

³ شاكور القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 5، الجزائر، 2011، ص 24-25.

⁴ خديجة قوادرية وآخرون، دور البنوك التجارية في تمويل التنمية الاقتصادية، مجلة التحولات الاقتصادية، المجلد 02، العدد 01، تيبازة، الجزائر، 2022، ص 05.

كما تم تعريفها أيضا على أنها " المؤسسات التي تمارس عمليات الائتمان (الإقراض والاقتراض)، إذ يحصل البنك التجاري على أموال العملاء ويفتح لهم حسابات لديه ويتعهد بتسديد مبالغها عند الطلب أو لأجل كما يقدم القروض لطالبي التمويل".

في حين يرى البعض البنوك التجارية على أنها المؤسسات التي تقوم بمبادلة النقود الحاضرة بالودائع المصرفية ومبادلة النقود المصرفية والودائع الحاضرة، كما أن البنك التجاري يقوم بمبادلة الودائع بالكمبيالات والسندات الحكومية والتعهدات المضمونة من المؤسسات التجارية".

من خلال كل هذه التعريفات نستخلص بأن البنوك التجارية تتميز ببعض الخصائص أهمها:¹

- القدرة على منح الائتمان عن طريق إضافة نقودا مصرفية إلى كمية النقود،
- يعتمد الجزء الأكبر في مواردها على الودائع،
- تقوم بتقديم خدمات أخرى خرج تلقي الودائع ونح القروض كبيع أو شراء الأوراق التجارية.

ومنه نستنتج بأن البنوك التجارية هي نوع من أنواع المؤسسات المالية التي يتركز نشاطها على قبول الودائع ومنح الائتمان، والبنك التجاري بهذا المفهوم يعتبر وسيطا بين أولئك الذين لديهم أموال فائضة وبين أولئك الذين يحتاجون لتلك الأموال.

البنوك التجارية هي البنوك التي تقوم بقبول الودائع من الأفراد حيث أنها تدفع عند الطلب أو لأجل محددة، وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمة ما يحقق خطة التنمية ودعم الاقتصاد القومي، وتباشر عمليات تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات وما يستلزمه من عمليات مصرفية وتجارية والمالية وفقا للأوضاع التي يقرها البنك المركزي.²

¹ نفس المرجع، ص05.

² عبد القادر كمو، تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 29، تخصص تسويق العمليات المصرفية والمالية، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2018، ص ص29-30.

البنوك التجارية هي مؤسسات أعمال يتركز نشاطها الأساسي في قبول الودائع وإعادة استخدامها في شكل قروض مختلفة الآجال. وبهذا فالبنوك التجارية تحتل المرتبة الثانية في الهيكل المصرفي بعد البنك المركزي، الذي يمارس الرقابة باستخدام أدوات ووسائل يؤثر بها على قدرتها في خلق نقود الودائع.¹

وتعرف البنوك التجارية على أنها مؤسسة مالية وسيطية، وظيفتها الأساسية قبول الودائع الجارية والتوفير لكل من الأفراد، المشروعات والإدارات العامة، ومن ثم إعادة استخدامها لحسابها الخاص في منح الائتمان والخصم، وبقية العمليات المالية للوحدات الاقتصادية غير المصرفية.²

البنك التجاري هو عبارة عن مؤسسة مالية تقوم باستقبال الودائع بمختلف أشكالها، ومن ثم تعيد استثمارها من خلال منحها في شكل قروض في شتى المجالات، بغية تحقيق العديد من الأهداف من بينها هدف الربحية بشكل أولي.³

ثانياً: أهمية البنوك التجارية

تظهر أهمية البنوك التجارية في العصر الحديث بأدائها، أرصدة ضخمة من الودائع الصغرى على مستوى الوفورات المحققة من الحجم الكبير وذلك لما يلي:

- (1) بدون هذه الوساطة يبتغي على صاحب المال أن يجد المستثمر المطلوب والعكس بالشروط والمدة الملائمة للآتين،
- (2) بدون المصارف تكون المخاطرة أكبر للاقتصار المشاركة على مشروع واحد،
- (3) نظراً لتنوع استثمارات المصارف فإنها توزع المخاطر مما يجعل في أماكن الدخول في مشاريع ذات مخاطرة عالية،
- (4) يمكن للمصارف نظراً لكبر حجم الأرصدة أن تدخل في مشاريع طويلة الأجل،
- (5) إن وساطة البنوك تزيد من سيولة الاقتصاد بتفلسم أصول قريبة من النقود تذر عائد من يقلل الطلب على النقود،

¹ حياة نجار، إدارة المخاطر المصرفية وفق اتفاقيات بازل (دراسة واقع البنوك التجارية العمومية الجزائرية)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2013/2014، ص17.

² محمد عبد الفتاح الصيرفي، المرجع السابق، ص29.

³ فرح بن سالم، المرجع السابق، ص04.

(6) بتقديم أصول مالية متنوعة المخاطر، مختلفة، وعائد مختلف، وشروط مختلفة للمستثمرين، فإنها تستوجب جميع الرغبات وتستجيب لها،

(7) تشجيع الأسواق الأولية التي تستثمر وتصدر الأصول المالية التي يحجم عنها الأفراد من المخاطرة.¹

المطلب الثالث: أنواع البنوك التجارية

تقوم البنوك التجارية بقبول الودائع وتوظيف النقود بأنواعها لمدة قصيرة لا تزيد في الغالب عن السنة ومن أهم أعمالها: خصم الأوراق التجارية، والتسليف بضمان أوراق مالية أو بضائع وفتح الاعتماد.

تنقسم البنوك التجارية إلى أنواع متعددة طبقاً للزاوية التي يتم من خلالها النظر إلى البنوك وذلك على النحو التالي²:

أولاً: من حيث نشاطها ومدى تغطيتها للمناطق الجغرافية

(1) البنوك التجارية العامة :

يقصد بها تلك البنوك التي يقع مركزها الرئيس في العاصمة أو إحدى المدن الكبرى، وتباشر نشاطها من خلال فروع أو مكاتب على مستوى الدولة أو خارجها، تقوم هذه البنوك بكافة الأعمال التقليدية للبنوك التجارية، وتمنح الائتمان قصير ومتوسط الأجل، وكذلك تباشر كافة مجالات الصرف الأجنبي وتمويل التجارة الخارجية.

(2) البنوك التجارية المحلية:

يقصد بها تلك البنوك التي يقتصر نشاطها على منطقة جغرافية محدودة نسبية مثل محافظة معينة أو مدينة أو ولاية أو إقليم محدد.

ويقع المركز الرئيسي للبنك والفروع في هذه المنطقة المحددة، وتتميز هذه البنوك بصغر حجمها، وكذلك فهي ترتبط بالبيئة المحيطة بها وينعكس ذلك على مجموعة الخدمات المصرفية التي تقدمها.

¹ محمد عبد الفتاح الصبري، المرجع السابق، ص 19.

² نفس المرجع، ص ص 31-32.

ثانياً: من حيث حجم النشاط

وتنقسم بدورها إلى¹:

(1) بنوك الجملة:

حيث يقصد بها تلك البنوك التي تتعامل مع كبار العملاء والمنشآت الكبرى.

(2) بنوك التجزئة:

هي عكس بنوك الجملة حيث تتعامل مع صغار العملاء، والمنشآت الصغرى لكنها تسعى لجذب أكبر عدد ممكن منهم، وتتميز هذه البنوك بما تتميز به متاجر التجزئة، فهي منتشرة جغرافياً، تتعامل بأصغر الوحدات المالية قيمة من خلال خلق المنافع الزمنية والمكانية، ومنفعة التملك، والتعامل للأفراد، وبذلك فإن التجزئة تسعى إلى توزيع خدمات البنك من خلال المستهلك النهائي.

ثالثاً: من حيث عدد الفروع

(1) البنوك ذات الفروع:

تتخذ في الغالب شكلاً لشركات المساهمة شكلاً قانونياً، لها فروع متعددة حيث تغطي أغلب أنحاء العالم لاسيما الأماكن الهامة.

وهي بنوك تكون في الغالب على شكل شركات مساهمة من الناحية القانونية لها فروع متعددة تغطي أغلب أنحاء الدولة، تتبع اللامركزية في تسيير أمورها، حيث يترك للفروع مسؤولية تدبير وتسيير شؤونه إلا فيما يخص الأمور المهمة التي تنص عليها لائحة البنك، وبطبيعة الأمر فإن المركز الرئيسي يضع السياسة العامة التي تتبعها الفروع².

ويتصف هذا النوع من البنوك بأنه³:

- يخضع للقوانين العامة للدولة وليس لقوانين الولاية التي يقام لها الفرع،

¹ فرح بن سالم، المرجع السابق، ص 08.

² محمد عبد الفتاح الصبري، المرجع السابق، ص 32.

³ عبد القادر كموم، المرجع السابق، ص 34.

■ تقوم سياسة الإقراض في هذه البنوك على أساس التمييز بين أجل القروض فهي تمنح قروض قصيرة الأجل تتراوح مدة استحقاقها من 06 أشهر إلى سنة كاملة ويشترط أن تستخدم هذه القروض في تمويل رأس المال العامل وذلك لضمان السرعة في استمرار القروض.

(2) بنوك السلاسل:

نشأت هذه البنوك مع نمو حجم البنوك التجارية وكبر حجم أعمالها، لتعمل من خلال سلسلة متكاملة من الفروع منفصلة عن بعضها إدارياً، يشرف عليها مركز رئيسي واحد يتولى سلطة رسم السياسة العامة لوحدة السلسلة كافة، ويعمل المركز الرئيسي على التنسيق بين أعمال هذه الوحدات ونشاطاتها، ولا يوجد هذا النوع من البنوك التجارية إلا في الولايات المتحدة.

(3) بنوك المجموعات:

هي أشبه ما تكون بالشركات القابضة التي تقوم بامتلاك عدة بنوك، وتشرف على سياستها وتقوم بتوجيهها ولها طابع احتكاري، وقد انتشرت في الولايات المتحدة ودول غرب أوروبا.

(4) البنوك الفردية:

تقوم هذه البنوك على ما يتمتع أصحابها من ثقة، وبطبيعة الحال فإنها منشأة فردية تكون محدودة رأس المال ولذلك فهي سوف تتعامل في المجالات قصيرة الأجل ثم توظيف الأموال في الأوراق المالية والأوراق التجارية المخصصة، وغير ذلك من الأصول عالية السيولة والتي يمكن تحويلها إلى نقود بسرعة وبدون خسائر¹. هي منشآت صغيرة يملكها أفراد أو شركات أشخاص إذ يقتصر عملها في الغالب على منطقة صغيرة وتتميز على باقي أنواع البنوك بأنها²:

- يقتصر توظيف مواردها على أصول بالغة السيولة كالأوراق المالية والأوراق التجارية المخصصة،
- وتعد هذه البنوك في نشاطها على ما يتمتع به أصحابها أو مديروها من خبرات مصرفية وعلى ما يحوزونه من ثقة المتعاملين، ولا يوجد هذا النوع من البنوك إلا في الدول الرأسمالية.

¹ فرح بن سالم، المرجع السابق، ص 09.

² عبد القادر كموم، المرجع السابق، ص 35.

5) البنوك المحلية:

وهي عبارة عن بنوك تنشأ لتباشر نشاطها في منطقة جغرافية محددة قد تكون مقاطعة أو ولاية أو مدينة محددة.

المبحث الثاني: جودة الخدمة في البنوك التجارية

بسبب الدور الكبير الذي كانت تلعبه الخدمات في تسهيل حياة الأفراد وعمل المنظمات، أصبحت دراسة الخدمة وتحديد مفهومها وطبيعتها لها توجه كبير، مما شجع العديد من المختصين في مجال التسويق وخصوصا في تسويق الخدمات والعاملين في المنظمات الخدمية على الاهتمام بشكل خاص بتحديد مفهوم الخدمة ومستوياتها.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة

أولاً: مفهوم الجودة

تطورت مفاهيم الجودة النوعية Quality على مدى العصور، ابتداء من مفهوم جودة المنتج النهائي ووصولاً إلى مفهوم نظام إدارة الجودة الشاملة TotalQuality Management، فبعد أن كان التركيز في المراحل الأولى على جودة المنتج النهائي وذلك من خلال المواصفات التي تحدد المتطلبات الدنيا والخصائص المطلوب توافرها في المخرجات النهائية المختلفة بهدف الحصول على منتج أو خدمة تتوافق مع المواصفات الموضوعية، حتى انتقل التركيز إلى جودة العملية من خلال ضبط ومراقبة هذه العملية (أي كانت إنتاجية أو خدمية) للحصول على نسبة عيوب معينة ومحدودة. وان أي اختلاف أو فرق ما بين الناتج وبين ما هو مطلوب يؤدي إلى دراسة العملية (أو النظام) وإجراء التعديلات اللازمة لتصحيح مسارهما.¹

وقد كان هذا من أحد الأسباب التي أدت إلى نشوء أنظمة مختلفة للجودة ليس (TQM) في البلدان الصناعية، وبالأخص تطبيقات نظام الجودة الشاملة فقط على المخرجات والعمليات الإنتاجية، وإنما قد شملت أيضاً خلال السنوات القليلة الماضية على العديد من الجامعات الأمريكية والبريطانية الرائدة التي كانت ولا تزال تهدف إلى مناقشة كافة المشاكل الخاصة بجودة النظام التعليمي ونوعية الخريج لهذا النظام، بعد أن كانت مقتصره على العمليات الإنتاجية فقط.

¹ شروق حدوش، محمد شهيدى، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا العميل - دراسة حالة الصندوق الوطني لتوفير والاحتياط -، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 03، جامعة تلمسان، الجزائر، 2016، ص187.

ثانياً: تعريف الخدمة

تطور مفهوم الخدمة عبر الزمن بسبب اختلاف وجهات النظر بين الباحثين، وفيما يلي عرض أهم هذه المفاهيم:

يرجع كلمة خدمة أو service إلى اللغة اللاتينية servicium التي تعني العبودية، أي كثرة خدمة للأسياد(الملوك)، أما في النشاط الاقتصادي فان السيد هو المستهلك أو الزبون¹.

يمكن تعريف الخدمات بصورة عامة بأنها عبارة عن عبارة تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر، وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس².

كما عرف GRONOOS الخدمة على أنها نشاط أو سلسلة من الأنشطة ذات طبيعة غير ملموسة في العادة ولكن ليس ضروريا أن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلك وموظفي الخدمة أو الموارد المادية أو السلع أو الأنظمة والتي يتم تقديمها كحلول لمشاكل العميل أو تلبية احتياجاته³.

عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة"⁴.

بينما عرفها آخرون Frédéric Duport 2000 الخدمة تعرف عادة على أنها أداء أو تقديم ذو طابع غير ملموس من طرف المؤسسة نحو العميل⁵.

¹ العربي تيقاوي، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية من منظور العملاء - دراسة ميدانية تحليلية =، مجلة الحقيقة، العدد 36، جامعة أدرار، أدرار، الجزائر، 2015، ص362.

² عبد القادر بريس، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات إفريقيا، المجلد 02، العدد 03، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2005، ص253.

³ إلهام عطاوي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء البنوك: دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، تخصص مالية، جامعة الجيلالي اليابس، سيدي بلعباس، الجزائر، 2015، ص17.

⁴ حسيبة العربي، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2016/2015، ص02.

⁵ نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2010 - 2011، ص ص 8-9.

من التعاريف السابقة نستخلص إلى أن الخدمات في مجملها تمثل مجموعة من النشاطات والمنافع تقدمها المؤسسات الخدمية، ويرتبط تقديمها بسلع مادية، أو هي أداء يخضع للتبادل غير ملموس، والذي لا يسمح بأي تحويل للملكية، ويمكن أن تكون الخدمة مرتبطة بمنتج مادي، كما يمكن أن لا يكون كذلك، الخدمة عملية تحقق الأرباح، إما عن طريق إحداث تغيير في المستهلك نفسه أو تغيير في ممتلكاته المادية، أو تغيير في أصوله غير الملموسة.

ثالثاً: جودة الخدمة

تعرف على أنها عبارة عن مقياس لمستوى الخدمة المقدمة للعملاء مقارنة مع توقعات العملاء، فالجودة المدركة للخدمة من جانب العميل عبارة عن الفرق بين توقعات العميل لأبعاد جودة الخدمة وبين الخدمة الفعلية التي تعكس مدى توافر هذه الأبعاد بالفعل، وحتى تتصف الخدمة المقدمة بالجودة فيجب أن تتفق مع احتياجات وتوقعات العملاء أو تتفوق عليها¹.

إن مفهوم جودة الخدمة يعتمد على وجهة نظر العميل لذا فهو يختلف من عميل لآخر، وتعتمد جودة الخدمة على تقييم العمل الذي يحكم عليها عن طريق مقارنة ما حصل عليه فعلاً مع ما توقعه من تلك الخدمة.² جودة الخدمة نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى آخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا يترتب عليها أية ملكية فتقدم الخدمة قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي أو لا يكون.³

عرف Armand Freigenbaum ارماند فريجنوم جودة الخدمة على أنها: تكامل مجهودات كافة الأنشطة والأقسام والتي من خلالها يتم إنتاج خدمة تتطابق وتوقعات العملاء.⁴

من خلال ما سبق يمكن تعريف جودة الخدمة على أنها تركز على وجهة نظر العميل، وهو ما يجعلها مقياساً نسبياً يختلف من عميل إلى آخر، وتقييم العميل الذي يحكم عليها عن طريق مقارنة ما حصل عليه فعلاً مع ما توقعه من تلك الخدمة.

¹ أشرف عبد الرحمن محمد عبد الرحمن، أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية - دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري -، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد 13، العدد 02، جامعة القاهرة، مصر، 2022، ص 874.

² عمر علي بابكر الطاهر، نزار بنعبدالله، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء - دراسة ميدانية المصارف التجارية بمحافظة الدرب المملكة العربية السعودية -، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 14، المملكة العربية السعودية، 2019، ص 82.

³ جابر حمدان العجمي، دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية في البنوك التجارية الكويتية، مذكرة ماجستير، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 33.

⁴ شعبان فراح، جودة الخدمات البنكية بين تحقيق فعالية الأداء وتعزيز القدرات التنافسية - دراسة حالة البنك الوطني وكالة سيدي بلعباس -، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد 05، العدد 01، سيدي بلعباس، الجزائر، 2018، ص 146.

المطلب الثاني: أهمية وأثر جودة الخدمة على البنوك التجارية

أولاً: أهمية جودة الخدمة على البنوك

تعتبر الجودة بمثابة الشريان الحيوي الذي يمد المصارف بالنمو والبقاء والاستمرار، وذلك من خلال المزيد من العملاء المحتملين والمزيد من الربحية، فضلاً عن دور الجودة في تحقيق المزايا التنافسية للمصارف، إذ أن الخدمة المتميزة غدت السلاح التنافسي الإستراتيجي الرئيسي، والجزء الأهم هو أن الجودة تعد الإستراتيجية التسويقية المثلى لصناعة الخدمات المصرفية، لذا يجب على المصارف أن تكون قادرة على مواجهة المصارف المنافسة وأن تبني سياسات فعالة ذات وسائل وأساليب جديدة تستطيع من خلالها التغلب على التحديات التي تفرضها التطورات الحديثة في صناعة الخدمات المصرفية.

ولقد أشارت خبرات المصارف الناجمة عن تبني إستراتيجيات الجودة أن هذا الأمر يؤدي إلى تحقيق مجموعة من المزايا أبرزها¹:

- 1) تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المصارف، وبالتالي القدرة على مواجهة الضغوط التنافسية،
- 2) تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية،
- 3) إن الخدمة المصرفية المتميزة تتيح الفرصة أمام المصارف لتقاضي أسعار وعمولات أعلى،
- 4) إن الخدمة المصرفية المتميزة تتيح الفرصة لبيع خدمات ومنتجات مصرفية إضافية،
- 5) إن الخدمة المصرفية المتميزة تجعل العملاء بمثابة مندوبي بيع للمصرف في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء والمعارف الشخصية.

كما أن تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة يحقق رغبات جميع الأطراف المرتبطة بالمصرف كالإدارة والمساهمين والموظفين والعملاء، فالإدارة تسعى إلى تحقيق النمو وزيادة الأرباح وتخفيض التكاليف، والمساهمون يسعون إلى زيادة العائد على الأسهم، أما الموظفون فيسعون إلى الحصول على أجور ومكافآت أعلى، والعملاء يسعون للحصول على خدمات أفضل وأحسن، والكفيل بتحقيق كل هذه الرغبات هي الخدمة المتميزة ذات الجودة العالية.

¹ أبوبكر خوالد، المرجع السابق، ص 257.

ثانياً: مهارات جودة الخدمة

يرتكز البرنامج الناجح لجودة الخدمة على ببيان يخرق جميع أقسام المؤسسة وأبرز مكونات هذا البرنامج ما يلي¹:

- (1) جهاز تنظيمي لصنع السياسات،
- (2) مجموعة من "المديرين المؤقتين" تم سحبهم من هيئة العاملين الإداريين والمشرفين، والذين يعملون كوكلاء،
- (3) مجموعة من فرق العمل من أجل الجودة التي تقوم بحل المشكلات،
- (4) معايير مرتبطة بالتقدير والمكافأة.

وعليه فنحصر المهارات الموجودة داخل برنامج جودة الخدمة والتي تهتم بقدرة العملاء الداخليين على تقديم خدمة ذات جودة عالية، وأهم هذه المهارات ما يلي:

- الأداء السليم من المرة الأولى: بمعنى تقديم جودة للخدمات من الطلب الأول للعميل عليها،
- الاستماع إلى العملاء: الاهتمام بما يقوله العملاء وبما يريده من أراء،
- التعامل البناء مع الشكاوي: يتفهم أسبابها وكذا إيجاد الحلول الملائمة،
- سلوك مناسب وحازم عند الوقوع تحت الضغط،
- وسائل اتصال شفوية وكتابية واضحة: قصد تسهيل التواصل،
- دعم مفيد للزملاء: بمعنى تقديم مختلف المعلومات لكل الأقسام التي تحتاجها في الوقت المناسب لتسهيل تقديم جودة الخدمة.

المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمات

لقد تعرضت معظم الكتابات التي تناولت موضوع جودة الخدمة إلى الأبعاد التي يبني على أساسها العملاء توقعاتهم، وبالتالي حكمهم على جودة الخدمات المقدمة إليهم، إلا أنها لم تتفق فيما بينها حول ماهية تلك الأبعاد أو العناصر الأساسية التي يتكون منها كل بعد.

يرى كل من Parasuraman, Zeithaml and Berry أن المعايير التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمة المصرفية تلك التي يحددها المستفيد من الخدمة، فتقييم الزبائن لجودة الخدمة يتحدد من خلال عشر أبعاد تتفاوت درجة أهميتها حسب الزبائن، وهي: الاعتمادية، الملموسية، الثقة، الاتصال، فهم ومعرفة حاجات الزبون،

¹ عائشة بوسطة، أثر التسويق بالعلاقات في تحقيق جودة خدمة العملاء، مذكرة ماجستير، تخصص التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2010/2011، ص98.

الأمان والتعاطف، وفي هذا السياق فقد قام الباحثون بتحديد خمسة أبعاد أساسية من بين العشرة المذكورة كمقياس لجودة الخدمات¹.

وعموما فإن أشهر نموذج لأبعاد جودة الخدمات بما فيها الخدمات المصرفية هو النموذج الذي اقترحه كل من Purasuraman et al, 1985 والذي يتشكل من عشرة أبعاد أساسية يمكن توضيحها في الجدول أدناه²:

الجدول رقم (2-1): أبعاد جودة الخدمات

المفهوم	البعد
المعتمدية (كون الشيء جدير بالثقة والاعتماد)، إمكانية التصديق، أمانة واستقامة المزود.	المصدقية Credibility
الخلو من الخطر (مخاطرة أو شك).	الأمن Security
إمكانية الوصول إليه وسهولة الاتصال.	سهولة الوصول للشيء Access
الاستماع إلى العملاء، والمحافظة على إخبارهم باللغة التي يستطيعون فهمها.	الاتصالات Communications
وضع الجهود لمعرفة العملاء والتعرف الدقيق على احتياجاتهم.	فهم ومعرفة العملاء the custmor Understanding
إظهار التسهيلات المادية، المعدات، الأشخاص، وسائل الاتصالات،..... وغيرها.	الملموسية Tangibility
القدرة على إنجاز الوعود للخدمة باعتمادية وعلى نحو دقيق وصحيح.	الاعتمادية Reliability
استجابة الإدارة لمساعدة العملاء وتزويدهم فورا بالخدمة.	الاستجابة Responsiveness
امتلاك المهارات والمعرفة المطلوبة.	الكفاءة Competence
لطف (كياسة)، الاحترام، مراعاة المشاعر، والصدقة، والودية لموظفي الاتصال المباشر.	لدمائة، المجاملة Courtesy

المصدر: أبوبكر خوالد، قياس مدى توافر جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية - دراسة حالة البنك الجزائري BNA بعنابة -، مجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، المجلد 03، العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2017، ص256.

¹ إسماعيل مراد، عبد العزيز عبدوس، قياس مستوى جودة الخدمات الهاتفية النقالة بالنموذج ServPerf دراسة حالة مؤسسة موبيليس، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 03، العدد 01، المركز الجامعي لعين تموشنت، الجزائر، 2017، ص04.

² أبوبكر خوالد، قياس مدى توافر جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية - دراسة حالة البنك الجزائري BNA بعنابة -، مجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، المجلد 03، العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2017، ص256.

إن هذه المعايير العشرة التي يعتمد عليها الزبون لتقييم جودة الخدمة ليست بالضرورة أن تكون مستقلة عن بعضها البعض، بل إن بعض المعايير متداخلة مع بعضها البعض، وقد تكون أحيانا مكملة لبعضها البعض. وقد قامت الدراسات المتلاحقة بتلخيص هذه الأبعاد العشرة في خمس فقط، أطلق عليها نموذج جودة الخدمة.¹

وقد قام نفس الباحثين Purasuraman and Zeithaml and Berry بدراسة جديدة سنة 1988، حيث قاموا بدمج مختلف الأبعاد العشرة لجودة الخدمة السابقة الذكر ضمن خمسة أبعاد أساسية تتمثل في:

(1) الاعتمادية:

القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة باعتمادية ودقة وثبات (أي ثقة يعتمد عليها بأداء صحيح)، وتعني قدرة المصرف على تقديم خدمة بشكل موثوق ودقيق حسب الموعد وتقديم المصارف الخدمات حسب هيكلية محددة يجب مراعاتها عند كوعد التسليم وتقديم الخدمة وحل المشكلات والسعر، وكل ذلك له تأثير في تحديد ادراكات جودة الخدمة لدى الزبائن.²

(2) الاستجابة:

قدرة الإدارة على تقديم الخدمة بسرعة، ومساعدة العملاء باستمرار عند الطلب، وتشير إلى المبادرة إلى مساعدة العملاء والرد السريع على استفساراتهم، وقدرة ورغبة واستعداد مقدمي الخدمة في أن يكونوا بشكل دائم في خدمة العملاء، وقدرةهم على ادعاء الخدمة لهم عند احتياجهم لذلك.³

(3) الثقة (الأمان):

معرفة العاملين وقدرتهم على إبداء الثقة دورا مهما في جذب العملاء لطلب الخدمة، لأن العملاء يطمئنون بالحصول على الخدمة المطلوبة على وفق ما يتوقع أن يحصل عليها، وتؤدي قدرات مقدم الخدمة ومستوى المعرفة التي يمتلكها الدور الكبير في تحقيق ذلك، إذ مقدم الخدمة الذي يتمتع (بالمعرفة، اللباقة، الخدمة السريعة، الاستجابة.... إلخ) يجسد المصداقية في تقديم الخدمة وتحقيق الثقة للعميل.⁴

¹ جابر حمدان العجمي، المرجع السابق، ص40.

² عبد الأمير عبد الحسين شياح، أثر عناصر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على سلوك الزبائن في اختيار المصارف التجارية، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد 03، العدد 10، جامعة بغداد، العراق، 2014، ص95.

³ مداح عرابي الحاج، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية باستخدام نموذج servqual تجربة المصارف الإسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية، مداخلة في الملتقى الدولي الأول بعنوان: الاقتصاد الإسلامي، الواقع، ورهانات المستقبل، جامعة الشلف، الجزائر، يومي: 23 و24 فيفري 2011، ص09.

⁴ العربي تيقاوي، المرجع السابق، ص368.

(4) الاعتناق (التعاطف):

يقصد بالتعاطف مدى الاهتمام الشخصي الذي توليه المؤسسة لعملائها ومدى قدرتها على تحديد احتياجات عملائها ورعاية مصالحهم¹، سهولة الاتصال، الاتصالات الجيدة، تفهم العملاء والعناية بهم.

(5) الملموسية:

التسهيلات المادية، المعدات، ظهور الأشخاص في الوحدة الواحدة أي ظهور العناصر المادية.

وجدير بالذكر أن نموذج أبعاد جودة الخدمة الذي عدله Parasuraman et al, 1988 يعد من أشهر نماذج أبعاد جودة الخدمة على الإطلاق كما حظي هذا النموذج باتفاق جل الباحثين في ميدان التسويق عموماً والتسويق الخدمي خصوصاً، وهو ما تم تبنيه في هذه الدراسة.

المبحث الثالث: طرق قياس جودة الخدمة المصرفية

لجودة الخدمة المصرفية دور أساسي في تصميم وإنتاج الخدمة وتسويقها، ولها أهمية بالغة لكل من مقدم الخدمة والمستفيد، بحيث زاد إدراك البنوك التجارية لأهمية تطبيقها لمتطلبات الجودة، وذلك من أجل تحقيق التميز في أدائها، ومنه اكتساب الميزة التنافسية.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة المصرفية

إن توافر المعرفة عن مفهوم الجودة بالنسبة للسلع المادية يعتبر غير كاف لتحقيق الفهم الواضح لهذا العنصر في صناعة الخدمات، وترجع الصعوبة في تعريف جودة الخدمة إلى الخصائص التي تميزها عن السلعة المادية الملموسة، ومن بين أهم تعاريف جودة الخدمة نذكر:

الخدمة المصرفية كونها "مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة التي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها، وقيمها النفعية التي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية. وتشكل في الوقت نفسه مصدراً لربحية المصرف، وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين"².

¹ مداح عرابي الحاج، المرجع السابق، ص13.

² عمر علي بابكر الطاهر، نزار بنعبدالله، المرجع السابق، ص83.

وتعرف جودة الخدمة المصرفية على أنها: " قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات الزبائن ومتطلباتهم أو التفوق عليها، فمن خلال الجودة تسعى المصارف لدعم قدرتها التنافسية من خلال تقديم الخدمة الممتازة التي تعزز موقف المصرف ومكانته في السوق المستهدفة".¹

إن عملية تعريف جودة الخدمة المصرفية عملية صعبة مقارنة بجودة السلع على اعتبار أن الجودة المدركة في الخدمة المصرفية تختلف عن الجودة في السلع الملموسة التي تعتمد على معايير معينة، أما في الخدمة المصرفية يكون تقييم الزبون لجودة الخدمة على أساس جودة عملية التقييم والمنافع التي يحصل عليها من الخدمة وطريقة تعامل موظفي المصرف مع الزبون، فضلا عن السرية والخصوصية ودقة المعلومات والسرعة في تقديم الخدمة المصرفية، ويتضح بأن هناك صعوبة في إيجاد تعريف محدد للخدمة المصرفية وذلك ناتج عن طبيعة الخدمات المصرفية غير الملموسة، فمثلا هناك تفاوت في مهارات العاملين ونوعية العملاء والاختلاف في أوقات تقديم الخدمة.²

ويرى آخرون بأن جودة الخدمة المصرفية تتمثل في: " التزام الإدارة المصرفية بإشباع حاجات ورغبات الزبون المصرفي".³

من خلال التعريف السابقة نستنتج أن جودة الخدمات المصرفية هي مجموعة مظاهر ومعايير للمنتج أو الخدمة تزيد من القدرة على إشباع حاجات معينة للزبون.

المطلب الثاني: أهمية ومزايا جودة الخدمة المصرفية

أولاً: أهمية جودة الخدمة المصرفية

تعتبر جودة الخدمة من الأساسيات التي تسبق إرضاء العملاء وفي المقابل فإن رضا العملاء يؤثر على قرار الشراء المستقبلي للعميل وإدراكه، بالإضافة لكونها تحقق العديد من الفوائد والمزايا للمصرف وتساهم في نموه وازدهاره وتعزيز قدرته ومركزه التنافسي في السوق إذا تمت على النحو التالي:⁴

¹ رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الإنترنت وجودة الخدمة المصرفية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 08، جامعة خيضر، بسكرة، الجزائر، 2005، ص 07.

² رفاه لخلوح، رهام زين الدين، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، مدينة نابلس، فلسطين، 2016، ص 13.

³ مروان جمعة درويش، أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، معهد الإدارة العامة، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1-4 نوفمبر 2009، ص 05.

⁴ منار محمد رفعت الزبيق، أثر تمكين الموارد البشرية في جودة الخدمة المصرفية: دراسة مسحية على المصارف الخاصة في محافظة دمشق، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2007، ص 37-38.

- (1) إذا كانت جودة الخدمة منتجا ملحوظا في حد ذاته وكانت في متناول جميع العملاء وقدمت بسرعة معقولة وبسهولة ملموسة،
 - (2) إذا كانت جودة الخدمة تهدف إلى بناء مؤسسة منخفضة التكاليف وبالتالي تعزيز القدرة التنافسية على أساس السعر،
 - (3) إذا كانت جودة الخدمة تهدف إلى زيادة الحصة السوقية للمصرف،
 - (4) إذا كانت الخدمة تستجيب لاحتياجات العملاء، وتضيف قيمة من خلال تقديم خدمات مبتكرة وتعمل على تعزيز الثقة مع العميل،
 - (5) إذا كانت الخدمة تستجيب لمتطلبات العملاء وتطلق الطاقة الكامنة في المصرف لإنشاء مؤسسة فعالة.
- وقد توصلت العديد من الدراسات السابقة إلى أن تحسين جودة الخدمات يعد من أهم المداخل الأساسية Spangola لتحسين أداء المؤسسات الخدمية بالإضافة إلى تحقيق ميزة تنافسية في السوق كدراسة 1993 في القطاع المصرفي داخل الولايات المتحدة الأمريكية حيث رأى أن أي تحسين في الجودة يؤدي إلى تقليل التكلفة، وكسب ولاء العملاء، وتحقيق ميزة تنافسية في السوق.

ثانيا: مزايا جودة الخدمة المصرفية

- تتعدد الاستراتيجيات التنافسية للمصرف فهناك التنافس بالوقت والتنافس بالتكلفة والتنافس بالجودة:¹
- (1) تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي مواجهة الضغوط التنافسية،
 - (2) تحمل البنك تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية،
 - (3) إن جودة الخدمة تتيح الفرصة أمام المصرف لتقاضي أسعار وعمولات أكبر،
 - (4) إن جودة الخدمة تزيد قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد،
 - (5) إن الجودة في الخدمات تتيح الفرصة للبنك لبيع خدمات مصرفية إضافية،
 - (6) إن الجودة في الخدمة تجعل من العملاء بمثابة مسوقين للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزلاء.

¹ عبد القادر بربيش، المرجع السابق، ص 260.

المطلب الثالث: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية

يتوجب على المؤسسات باختلاف أنواعها أن تقيس نتائج أعمالها وإدارتها حتى لو لم تصل من خلال هذه النتائج على عائد، فالمعلومات التي يتم الحصول عليها تحول أداء المؤسسة المصرفية إلى الأحسن، وتعتبر عملية القياس أحد المحاور الأساسية لتطوير جودة الخدمات، وتتمثل أهم نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية فيما يلي:

أولاً: نموذج سيرفيكوال أو مقياس الفجوة

تنسب أول محاولة عملية لقياس جودة الخدمة إلى (Parasuraman Zeithmal and Berry) عام 1985 حيث تمكن هؤلاء الباحثين من تصميم مقياسهم الشهير "SERVQUAL" لقياس ما يعرف بالفجوات الخمس لجودة الخدمة، حيث حظي هذا المقياس بانتشار كبير فقد تم تطبيقه لقياس الجودة في عدة قطاعات خدمية منها قطاع المصارف¹.

وفي عام 1988 تم تطوير هذا النموذج حيث تم دمج الأبعاد العشرة السابقة في خمسة أبعاد وهي: الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان، والجوانب الملموسة، ويعد هذا النموذج الأداة الأكثر استخداماً لقياس جودة الخدمة.

وباستخدام نموذج SERVQUAL تم إجراء استقصاء مكون من 22 عبارة تعكس الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة، أين تم تطبيقه في قياس جودة الخدمة المصرفية عن طريق المقارنة بين جودة الخدمة كما يتوقعها الزبائن، وبين إدراكهم لمستوياتها كما حصلوا عليها بالفعل.

إن الفكرة الأساسية لهذا النموذج هي أهمية دور العميل وتجاوله في تحقيق جودة الخدمة، وأهمية تحقيق توقعاته، لكسب رضائه وولائه، ومن هذا المنطلق يقوم النموذج بتعريف جودة الخدمة على أساس فجوات بين الأداء الذي يتوقعه العميل والأداء الفعلي، وذلك اعتماداً على أن حيث نجد²:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{الإدراكات} - \text{التوقعات}$$

ومنه فإن مستوى جودة الخدمة يقاس بمدى التطابق بين مستوى الخدمة المقدمة فعلاً للزبائن وبين ما يتوقعه الزبائن بشأنها، ومن ثم فإن جودة الخدمة تعني الدراسة والتحليل والتنبؤ بتوقعات الزبائن ومحاولة الارتقاء إليها بشكل مستمر.

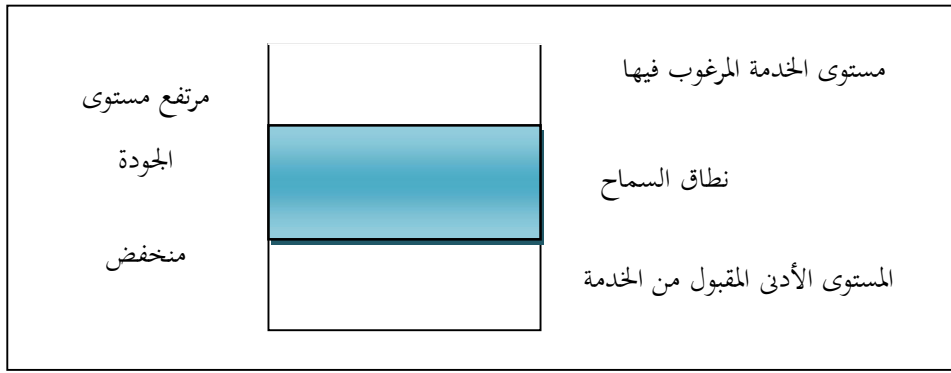
¹ حسبية العربي، المرجع السابق، ص86.

² أشرف عبد الرحمن محمد عبد الرحمن، المرجع السابق، ص574.

وقد اقترح Berry et al 1993 ثلاث مستويات من التوقعات لتقييم الجودة بناء عليها:

- المستوى المرغوب للخدمة: الذي يترجم ما يريده العميل،
- المستوى الكافي للخدمة: وهو المستوى الذي يكون فيه العميل راضي،
- المستوى المتوقع للخدمة: وهو المستوى الذي يعتقد العملاء أنه ينبغي توفره في الخدمة الجيدة، وقد أدى هذا إلى ظهور فكرة "نطاق التسامح"، الذي قد يوجد ضمن إدراكات العملاء للجودة الخدمة كما يوضحه الشكل الآتي:

الشكل رقم (2-1): مناطق السماح لجودة الخدمة



المصدر: عائشة بوسطة، أثر التسويق بالعلاقات في تحقيق جودة خدمة العملاء، مذكرة ماجستير، تخصص التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2010/2011، ص 101.

فإذا كانت المدركات أقل من المستوى المرغوب من الخدمة يمكن قبول ذلك طالما أنها ليست أقل من التوقعات التي تستند إلى المستوى الكافي من الخدمة، وبغض النظر عن الوفاء بتوقعات العميل بالنسبة لجودة الخدمة أو عدم الوفاء بها هناك منطقة وسطى من التسامح.

ويمكن الحكم على جودة الخدمة باستخدام أسلوب SERVQUAL مرتين¹:

(1) قبل حصول العميل على الخدمة لقياس ما يسمى بالجودة المتوقعة،

(2) مستوى الجودة المدركة والتي يتم قياسها بعد حصول العميل على الخدمة.

بمعنى مقارنة المتوقع مع المدرك وهذا ما يعبر عليه بالمعادلة الآتية: **جودة الخدمة = التوقعات - الإدراكات.**

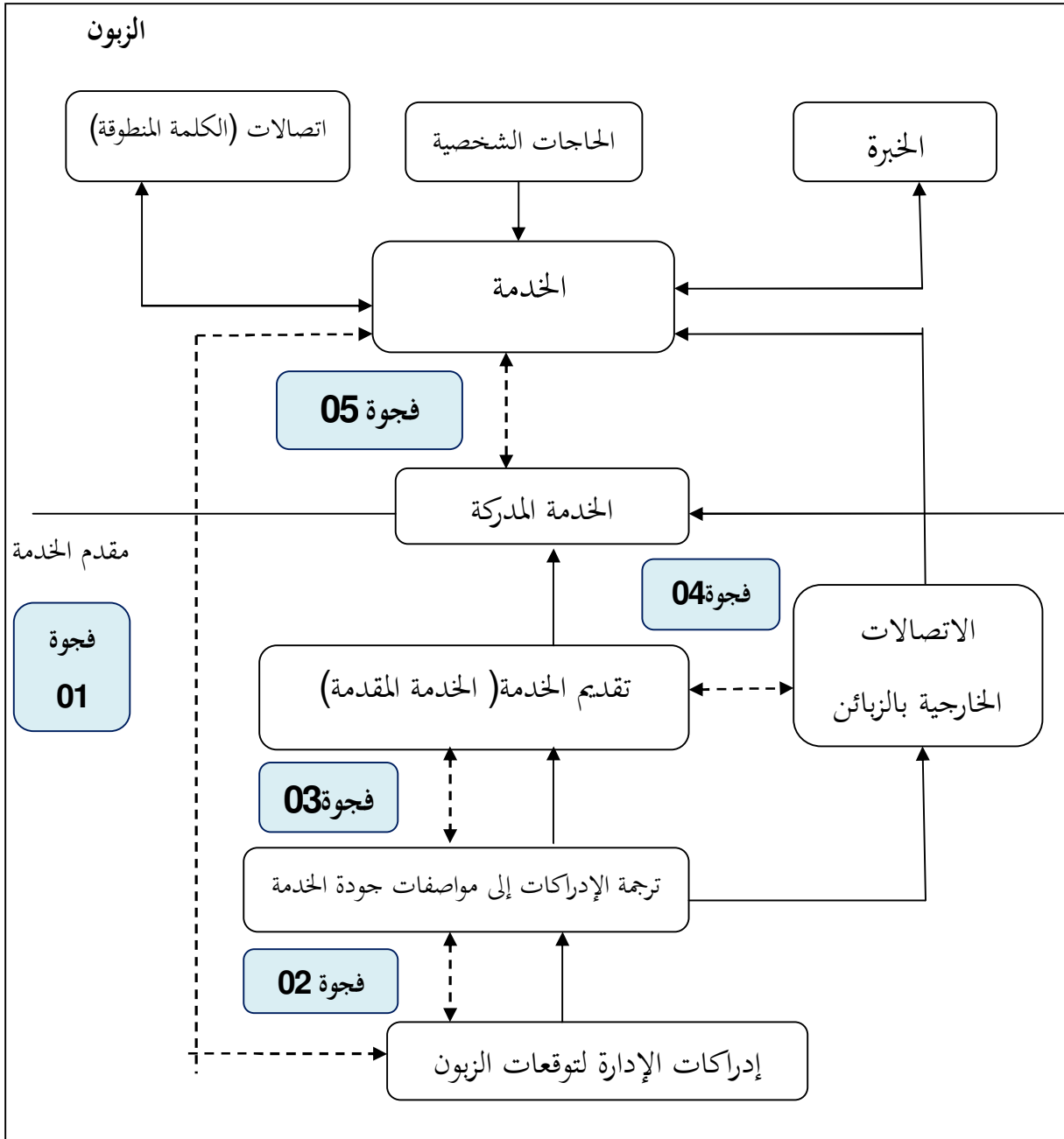
هناك تساؤل من قبل الباحثين عما إذا كانت الفروق المحتسبة (الفروقات بين التوقعات والإدراكات) مناسبة

لقياس الظواهر النظرية، فتوقعات العميل يتم قياسها بعد أداء الخدمة ثم يتم سؤالهم عن إدراكهم حول الخدمة،

¹ عائشة بوسطة، المرجع السابق، ص 101-102.

فالأفضل هو سؤال العملاء عن توقعاتهم قبل أداء الخدمة؟ ولقد كان هناك نقاش طويل حول هذا الأمر كما قيل أنه من الممكن ألا توجد توقعات مسبقة للعملاء.

الشكل (2-2): يوضح نموذج الفجوة



المصدر: حسبية العربي، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2015/2016، ص 87.

يتعلق الجزء العلوي نموذج جودة الخدمة بالزبون، بينما الجزء السفلي يختص بمقدم الخدمة، فالخدمة المتوقعة هي نتيجة للخبرة السابقة للزبون، والتي تتمثل في خبرة وتجربة الزبون التي تسمح له بتكوين صورة مسبقة عن جودة

خدماته، والاحتياجات الشخصية لإشباعها، واتصالات الزبون مع الآخرين، والتي تشمل كل المعلومات والتعليقات التي ينقلها الأفراد، وهي العوامل التي لها تأثير على سمعة المؤسسة، لأنه يصعب على مسؤوليه مراقبتها، كما تتأثر أيضا بأنشطة الترويج الذي تستخدمه المؤسسة الخدمية¹.

من الشكل السابق فإن نموذج الخدمة، قد حدد الفجوات التي تسبب عدم النجاح في تقديم الجودة المطلوبة بخمس فجوات هي:

(1) الفجوة الأولى: وتنتج عن الاختلاف بين توقعات الزبائن لمستوى الخدمة وبين إدراك الإدارة لتوقعات الزبائن، أي عجز إدارة المصرف عن المعرفة الدقيقة لتوقعات الزبائن، والسبب في هذه الفجوة يرجع إلى قلة بحوث التسويق، وكذا الترجمة الخاطئة للنتائج المتحصل عليها في دراسات السوق التي تقوم بها، ويمكن أن يكون السبب أيضا انعدام الاتصال بين الإدارة والزبائن².

(2) الفجوة الثانية: وهي الفجوة بين إدراكات الإدارة لتوقعات العملاء، وتحديد درجة دقة المواصفات الخاصة بالخدمة مع إدراك الإدارة لتوقعات العملاء، بمعنى أن المصارف في بعض الأحيان غير قادرة على ترجمة توقعات العملاء لخصائص جودة الخدمة بسبب قيود تتعلق بموارد المصارف أو التنظيم أو عدم القدرة على تطبيق مفاهيم الجودة، وذلك راجع لعدم تطبيق المهام، وعدم احترام الأهداف الموضوعية³.

(3) الفجوة الثالثة: وهي فجوة بين مواصفات للخدمة والأداء الفعلي لها، فإذا تمكنت إدارة البنك من وضع المواصفات المطلوبة في الخدمة وفقا لتوقعات العملاء، فإن هناك إمكانية حدوث انحرافات عند التسليم بسبب مستوى مهارة بفجوة أداء الخدمة⁴.

(4) الفجوة الرابعة: وهي فجوة بين تسليم الخدمة والاتصالات الخارجية للزبائن حول تسليم الخدمة، تظهر هذه الفجوة بين ما يتعمد المصرف تسليمه في الخدمة فعلا وبين الاتصالات المناسبة والحقيقة والإعلان، والعلاقات

¹ الهام نايلي، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2015-2016، ص ص 43-44.

² حسينية العربي، المرجع السابق، ص ص 87-88.

³ فضيلة شيروف، أثر التسويق الإلكتروني، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009، ص 35.

⁴ وفاء حلوز، تقديم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، مذكرة ماستر في البنوك، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2013/2014، ص 08.

العامة التي لا تفي بالغرض أو التي تمثل بشكل خاطئ بالرغم من أهميتها في تسليم الخدمات التي يدرك الزبائن أنها عالية الجودة¹

(5) الفجوة 05: هي فجوة بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة، تمثل هذه الفجوة المحصلة النهائية لجميع الفجوات السابقة أي:

$Gap\ 5 = F(Gap\ 1 + Gap\ 2 + Gap\ 3 + Gap\ 4)$ إذ يتم على أساسها الحكم على جودة الخدمة ككل، ما عن أسباب حدوث هذه الفجوة، فإنها تنتج إذا ظهرت إحدى الفجوات السابقة أو جميعها، لأن ظهور أي فجوة من هذه الفجوات يعني أن الخدمة لم تقدم بم يقابل توقعات العملاء، وحتى تتمكن المؤسسة من سر هذه الفجوة فإنه يتوجب عليها أن تسد جميع الفجوات².

الانتقادات الموجهة لأسلوب SERVQUAL:

لذا فقد تعرض أسلوب SERVQUAL إلى العديد من الانتقادات أبرزها³:

- الفشل في أخذ الاعتبار للأنظمة النفسية والاجتماعية والاقتصادية،
- عدم بذله لمجهودات كبيرة لشرح كيفية تطور الإدراكات،
- إهماله للنوايا السلوكية للعملاء،
- صعوبة التحديد الكمي "الرياضي" لتوقعات العميل عن مستوى الخدمة.

ثانياً: نموذج الأداء الفعلي SERVPERF:

أدت الانتقادات الموجهة لنموذج SERVQUAL إلى توصل الباحثين (Cronin and Taylor) 1992 إلى نموذج جديد لقياس جودة الخدمة يعرف بـ "SERVPERF"، حيث يعتمد على تقييم الأداء الفعلي للخدمة المقدمة باعتبار أن جودة الخدمة يمكن الحكم عليها مباشرة من خلال اتجاهات الزبائن، ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية⁴:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{الأداء الفعلي للخدمة}$$

¹ صالح عبد الله، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، الجزائر، 2013/2014، ص 56.

² هدى جبلي، قياس جودة الخدمة المصرفية، مذكرة ماجستير في التسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009/2010، ص 91.

³ عائشة بوسطة، المرجع السابق، ص 102.

⁴ حسينية العربي، المرجع السابق، ص 90-91.

يقوم نموذج erfServp على أساس رفض فكرة الفجوة في تقييم جودة الخدمة، ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة، أي التركيز على جانب الإدراكات الخاصة بالزبون فقط، ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الاتجاهات وهي دالة لإدراكات الزبائن السابقة وخبرات وتجارب تعامل المصرف، ومستوى الرضا عن الأداء الحالي للخدمة. فالرضا حسب هذا النموذج يعتبر عاملا وسيطيا بين الإدراكات السابقة للخدمة والأداء الحالي لها، وضمن هذا الإطار تتم عملية تقييم جودة الخدمة المصرفية من طرف الزبون.

تتطلب هذه الآلية من الزبون تقييم أداء مقدم الخدمة، كون ذلك يلغي الحاجة لقياس التوقعات على أساس أن توقعات الزبون تتغير بعد تلقي الخدمة، وهكذا فإن هذا النموذج لا يرى ضرورة استخدام التوقعات، لأن التوقعات الصحيحة يمكن أن تتم فقط قبل الخدمة وعليه فإنه يعد بمثابة مقياس مباشر لاتجاهات الزبون تجاه جودة الخدمة¹، وعلى الرغم من قبول النموذجين السابقين من قبل العديد من الباحثين، إلا أن النموذجين لم يسلموا من الانتقادات، والجدول التالي يوضح بعض مزايا وعيوب كلا النموذجين:

الجدول رقم (2-2): يوضح مزايا وعيوب نموذج الفجوة ونموذج الأداء الفعلي

التقييم	نموذج الفجوة	نموذج الأداء الفعلي
الزبائن	<ul style="list-style-type: none"> ■ عمومية مجال التطبيق على مختلف المؤسسات الخدمية. ■ درجة عالية من الثبات والصلاحية. ■ القبول والتأييد من الباحثين. ■ القدرة على تفسير العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن بشكل كمي. ■ القدرة على تعميم نتائج الرضا. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ البساطة وسهولة الاستخدام. ■ منهجية القياس والطرق الإحصائية المستخدمة للتحقق من ثباته واستقراره.
البحر	<ul style="list-style-type: none"> ■ ضعف قدرته التنبؤية. ■ تفاوت مقدرته على تفسير الاختلافات في مكونات الجودة من قطاع لآخر. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ محدودية قيمة النتائج المستخلصة نظرا لتجاهله لقياس التوقعات. ■ تجاهل التعرف على أسباب الفجوات وطرق التغلب عليها.

المصدر: حسبية العربي، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2016/2015، ص92.

¹ نفس المرجع، ص82.

ثالثاً: مقياس عدد الشكاوي

ويتم قياس جودة الخدمة من خلال حصر عدد الشكاوي خلال فترة معينة وتصنيفها حسب نوع الشكاوي، وما يميز هذه الطريقة سهولة إعطائها مؤشراً نحو إدراك العملاء للخدمة المقدمة لهم، إلا أن هذه الطريقة تواجه مجموعة من الانتقادات، من أهمها¹:

- (1) إن عدد الشكاوي يعتمد في حد ذاته على أسلوب التقدم بالشكاوي هل هو أمر سهل ويمكن التقدم بالشكاوي دون تعقيد؟ أي أن العملاء يجب أن يكونوا على علم بإجراءات التقدم بالشكاوي مع تأكدهم من دراستها والبحث لها عن حلول في أسرع وقت ممكن.
- (2) في كثير من الأحيان أظهرت التجارب أنه حتى ولم يحصل العميل على الرضا المطلوب من الخدمة فإن عددا قليلا منهم فقط سوف يتقدمون بشكاوي بينما تتردد الأغلبية في تقديم الشكاوي.
- (3) هذه الطريقة لا تظهر الأسباب الحقيقية وراء الشكاوي كما أنها لا تفرق بين أهمية الشكاوي المختلفة للعملاء ولا أهميتها لأداء المنظمة الخدمية في السوق.
- (4) من أجل تجنب الشكاوي قد يبذل مقدموا الخدمات مجهوداً لمنع الشكاوي أو منع وصولها إلى رؤسائهم، كما أن قلة عدد الشكاوي أو انعدامها قد يؤدي بالمنظمة الخدمية إلى عدم بذل أي مجهود لتحسين الجودة. إن هذا المقياس رغم الانتقادات التي وجهت له يعد مقياساً هاماً كونه يساهم في تحسين جودة الخدمة، لذا يجب على المنظمات العمل على تشجيع عملائها للتعبير عن شكواهم وتقديم كل التسهيلات لإيصال تلك الشكاوي للمصالح المختصة.

رابعاً: مقياس الرضا

وتعتبر من أكثر الطرق استخداماً لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة وذلك باستخدام مقياس ليكارت المكون من سبعة نقاط لقياس درجة أهمية عناصر الخدمة من وجهة نظر العملاء، وغالبا ما يتم توجيه الأسئلة التي تقيس الأهمية بعد حصول العملاء على الخدمة وذلك من خلال استبيان، بطاقات تدوين الملاحظات أو المقابلات الشخصية.²

¹ فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية بسكرة -، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2011، ص 102.

² إلهام عطاوي، المرجع السابق، ص 52-53.

خلاصة الفصل الثاني

من خلال ما سبق تقديمه اتضح أن البنوك التجارية تعتبر من القطاعات الفعالة في اقتصاديات الدول، وتتجلى أهميتها من خلال ما تقدمه من خدمات متنوعة ومتعددة، والتي تساعد على دفع عجلة التنمية الاقتصادية وتسريعها، وتعتبر جودة الخدمة توجه إلزامي و إداري أمام كل البنوك التجارية الراغبة والطموحة في الاستمرار، وكذا البقاء في بيئة إقتصادية تؤمن بضرورة الجودة في كل ما تقدمه لتمكن من الريادة والتميز، لذلك فقد اهتم الكثير من الباحثين في مجال الخدمات بتحديد أهم أبعاد جودة الخدمة وإبراز أهميتها النسبية من وجهة نظر العميل، كما قاموا بوضع نماذج لقياس جودة الخدمة، وذلك حتى يتسنى للبنوك التعرف على درجة رضا عملائه من خلال ما تقدمه إليهم من خدمات، كما تبين أن نماذج قياس جودة الخدمة تساعد إدارة البنك في التعرف على مدى قدرة الخدمة المقدمة للعملاء على الوفاء باحتياجاتهم ورغباتهم بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم ويحقق رضاهم.

الفصل الثالث

دراسة حالة وكالة القرض الشعبي

الجزائري 206 بالقالة

تمهيد

إن الدراسة الميدانية هي أهم منعرج يسلكه الباحث في طريقه لاكتشاف الحقيقة العلمية للمشكلة أو الظاهرة التي هو بصدد دراستها، وفي إطار توطيد التكامل بين النظري والتطبيقي، وباعتبار أن التنسيق بين المعلومات يعد من الأولويات، تم القيام بدراسة تطبيقية على مستوى وكالة القرض الشعبي الجزائري بالقالة، حيث يعد من بين البنوك الجزائرية البارزة على المستوى الداخلي والخارجي من خلال نشاطاته الأساسية التي سعت لاعتماد التكنولوجيا المصرفية.

إذ بعد التعرض لمختلف الجوانب النظرية للبحث، تم في هذه المرحلة جمع البيانات وتحليلها بطريقة علمية، وذلك بعد التطرق للإجراءات المنهجية المتبعة، بعدها تم عرض النتائج المتحصل عليها في ضوء الفرضيات السابقة، لنصل في الختام لمجموعة من التوصيات والمقترحات.

وللتعرف أكثر على بنك القرض الشعبي الجزائري تم تقسيم هذا الفصل إلى:

- المبحث الأول: تقديم عام لوكالة القرض الشعبي الجزائري محل الدراسة
- المبحث الثاني: منهجية وطرق الدراسة الميدانية
- المبحث الثالث: عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على محاور استمارة الاستبيان

المبحث الأول: تقديم عام لوكالة القرض الشعبي الجزائري محل الدراسة

غداة الاستقلال ورثت الجزائر عن النظام الاستعماري نظاما بنكيا، شمل في طياته أكثر من عشرين بنكا، وبدأت الجزائر في تأميم البنوك الأجنبية سنة 1967 التي حلت محلها بنوك تجارية تملكها الدولة، ومن بين هذه البنوك التي ظهرت بعد التأميم القرض الشعبي الجزائري، ويعد أول بنك يتعامل مع المنظمات الدولية المصدرة للبطاقات العالمية.

المطلب الأول: نشأة القرض الشعبي الجزائري

تم تأسيس القرض الشعبي الجزائري بمقتضى المرسوم الصادر في 14/05/1967 تجاري، وهو ثاني بنك تم تأسيسه في الجزائر بعد الاستقلال، وقد تأسس على أنقاض القرض الشعبي للجزائر، وهران، عنابة وقسنطينة، والصندوق المركزي الجزائري للقرض الشعبي، ثم اندمجت فيه بنوك أجنبية أخرى هي:

(1) البنك الجزائري المصري بتاريخ 01 جانفي 1968

(2) الشركة المرسلية للبنوك سنة 30 جوان 1968 (SMC)

(3) الشركة الفرنسية للإقراض والبنوك سنة 1971 (CFCB)

(4) البنك المختلط ميسر (BMAM).¹

وبعد الإصلاحات التي مست القطاع المصرفي في الجزائر تمت إعادة هيكلة القرض الشعبي الجزائري لينشق عنه بنك التنمية المحلية سنة 1985، وتحول إليه 40 وكالة و 550 موظفا و 8900 حسابا من حسابات عملائه، كما عرف التحولات التالية:

■ أصبح القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عامة اقتصادية " مؤسسة ذات أسهم" يحكمها القانون التجاري 1989 /02/22، حيث قدر رأسماله الاجتماعي ب 800 مليون د ج مقسمة إلى 800 سهم بقيمة اسمية 01 مليون د ج.

■ تعود ملكية القرض الشعبي الجزائري إلى الدولة لكنها لا تقوم بتسييره و إدارته.

■ يتكون مجلس الإدارة من 10 أعضاء مفوضين من قبل المساهمين.

¹ الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 4، الجزائر، 2005، ص 100.

يتخذ مجلس الإدارة كل القرارات المتعلقة بالسياسة التجارية والمالية للبنك ، أما الأنشطة المتعلقة بالتسيير تشرف عليها الإدارة العامة DG، وعلى رأسها الرئيس المدير العام PDG، أما الرأسمال الاجتماعي فقد حدد ب 15 مليون د ج عند تأسيسه، حيث شهد عدة تطورات بعد ذلك، حيث تزايد مع مرور السنوات :

الجدول (3-1): يوضح تطور رأس مال القرض الشعبي الجزائري

السنوات	مبلغ الرأسمال
1966	15 مليون دج
1989	200 مليون دج
1992	5.6 مليار دج
1994	9.31 مليار دج
1996	13.6 مليار دج
2000	21.6 مليار دج
2010	48 مليار دج
2017	48 مليار دج
2023	200 مليار دج

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على معطيات المقدمة من القرض الشعبي الجزائري وكالة 206 بالقالة.

المطلب الثاني: وظائف القرض الشعبي الجزائري

أسندت للقرض الشعبي الجزائري عند تأسيسه مجموعة من الوظائف من أهمها:

- (1) القيام بجميع العمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك التجارية،
- (2) إقراض الحرفيين والفنادق والقطاعات السياحية والصيد والتعاونيات (غير الزراعية) في ميدان الإنتاج والتوزيع والمتاجرة، وعموما إقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أيا كان نوعها، وكذلك إقراض المهن الحرة وقطاع المياه والري).....،
- (3) تقديم قروض متوسطة وطويلة الأجل خاصة تمويل السكن والبناء والتشييد،
- (4) تمويل القطاع السياحي والأشغال العمومية، والبناء والري والصيد البحري¹،

¹ فيروز قطاف، التسويق البنكي بين النظرية والتطبيق - دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - وكالة بسكرة -، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، فرع إدارة أعمال، جامعة ورقلة، الجزائر، 2002، ص 117.

- وبالإضافة إلى الوظائف التي تم ذكرها ووفقا للمتطلبات الاقتصادية الجديدة، 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 لمسيرة هذا التطور ونذكر أهمها فيما يلي:
- تحقيق لا مركزية القرار لإعطاء نوع من المرونة لكسب الوقت والزبائن،
 - تحسين وجعل التسيير أكثر فعالية من اجل 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.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري

كأي بنك تجاري للقرض الشعبي الجزائري هيكل تنظيمي يحدد العلاقات بين الأطراف المكونة له، وهذا ما يوضحه الشكل (3-1)، والذي يشمل ما يلي¹:

■ المديرية العامة:

يتأهها الرئيس المدير العام، الذي 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، والى جانب الرئيس المدير العام تضم المديرية العامة هيئة استشارية ومفتشية عامة إضافة إلى خلية مراجعة، كما تضم خمس مديريات مساعدة تعمل إلى جانب المديرية العامة.

■ المديريات العامة المساعدة:

وهي مديريات مساعدة للمديرية العامة كل منها متخصصة في مجال ما:

(1) 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.

¹ من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

(2) المديرية العامة المساعدة للتنمية:

تسهر على تحسين وتنمية هياكل 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.

(3) المديرية العامة المساعدة للأعمال الدولية:

ومهمتها تتمثل في التمويل الخارجي وتسيير عملية الصرف، وتسعى لتنمية العلاقات مع المنظمات المالية الدولية، كما تشارك في ترقية الصادرات الوطنية، وتفاوض من اجل الضمانات البنكية الدولية، وضمان التحويلات للمراسلين الأجانب وتقوم أيضا بتمويل التجارة الخارجية.

(4) المديرية العامة المساعدة للاستغلال:

وهدفها الأساسي هو تطوير النشاط التجاري للبنك وتنشيط الربط ومراقبة تسيير شبكة الاستغلال، كما تشارك في إعداد مخطط التنمية وتوسيع شبكة الاستغلال، وتقوم بدراسة السوق وتطوير المنتجات وتحسين نوعية الخدمات، وتشارك أيضا في تحديد الأهداف التجارية للبنك وفي إعداد ميزانية الاستغلال.

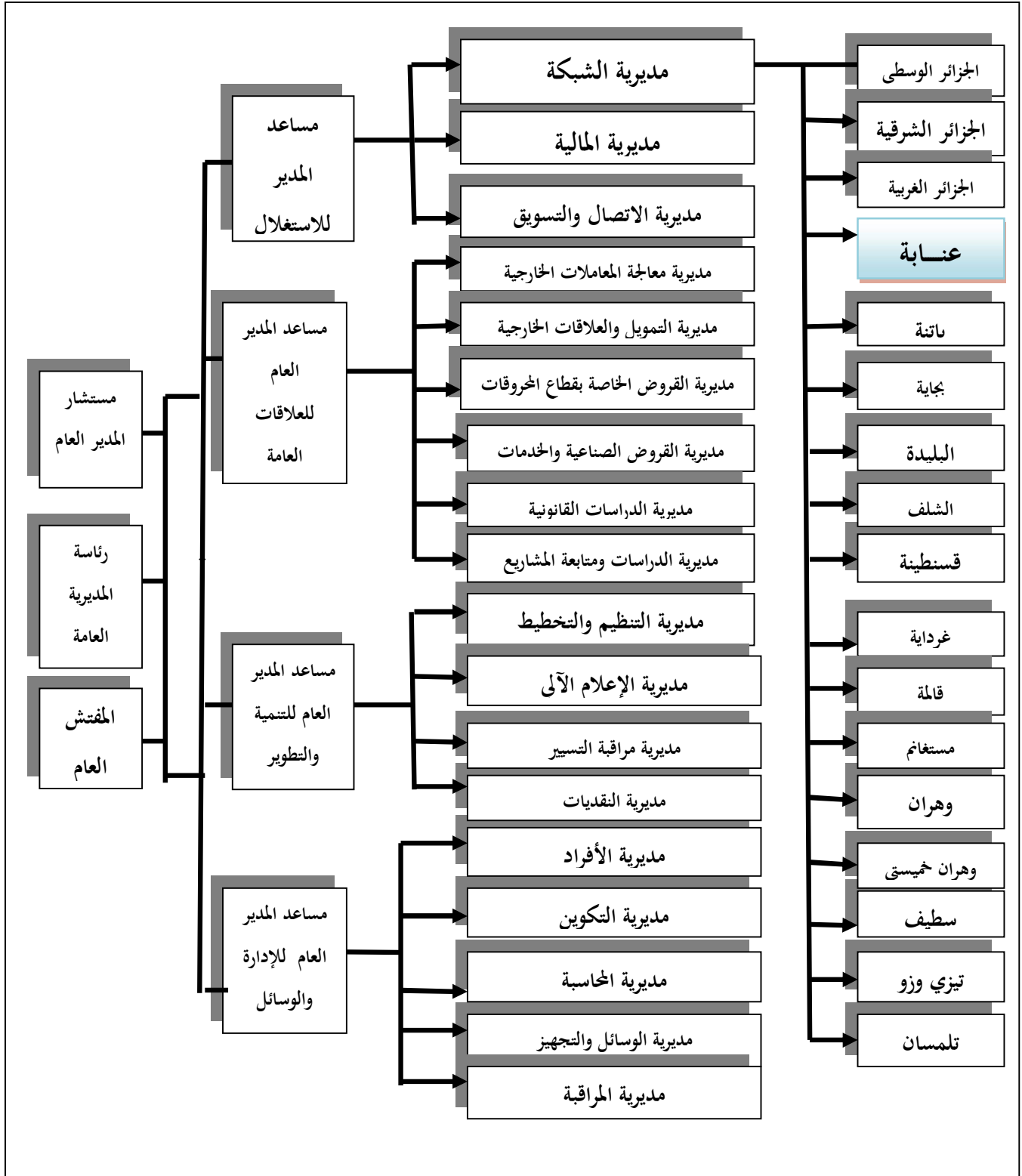
(5) المديرية العامة المساعدة للإدارة والوسائل:

من مهام هذه المديرية تحضير سياسة الموارد البشرية ومخطط التشغيل، وتكوين المستخدمين كما أنها مكلفة بالوسائل والتجهيزات التقنية، وتضع مخططا لصيانتها وتطويرها، كما تختص هذه المديرية بإجراءات المحاسبة البنكية، وهي المكلفة بعمليات الطباعة وحفظ الأرشيف.

والشكل الموالي يوضح الهيكل التنظيمي العام لبنك القرض الشعبي الجزائري¹:

¹ من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

الشكل (3-1): الهيكل التنظيمي العام لبنك القرض الشعبي الجزائري



المصدر: اعتمادا على المعلومات المقدمة من طرف بنك القرض الشعبي الجزائري.

المبحث الثاني: عموميات حول وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة

لقد دفعت جملة من العوامل البنوك في الجزائر، وعلى رأسها القرض الشعبي الجزائري إلى اللجوء لإدماج إستراتيجية تطوير منتجاتها المصرفية، وذلك من خلال مواكبة التطورات الجارية سواء على الساحة الوطنية أو الدولية، حيث يسعى وكغيره من البنوك التجارية الجزائرية إلى تطوير منتوجاته المصرفية بتقديم خدمة مصرفية ذات جودة.

المطلب الأول: نشأة وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة وهيكلها التنظيمي

أولاً: نشأة وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة

أنشأ القرض الشعبي الجزائري (وكالة رقم 206 بالقالة) في 1982 كوكالة من وكالات المديرية الجهوية لولاية عنابة، وهو ملك للدولة بنسبة 100% يضم حالياً 12 عامل حاملين شهادات مختلفة، بالإضافة إلى 04 عمال توفرهم شركة خاصة للحراسة، و03 عمال تنظيف، ورقمه في التقسيم البنكي هو 206 تحت رمز 829، والتي هي ضمن مجموعة الاستغلال للشرق، وتضم ولاية الطارف، حيث أن وكالة القرض الشعبي الجزائري كغيرها من الوكالات التي تسعى إلى تحقيق وتوسيع خدماتها خاصة الخدمات المصرفية، مقرها في مدينة القالة نهج الصحراء، فهي تودع وتتلقى الودائع، وتسلم القروض بنسبفائدة متغيرة وبأنواعها قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل.¹

ثانياً: الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري (206 بالقالة)

يتكون الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري (وكالة رقم 206 بالقالة) كغيرها من الوكالات من المدير، السكريتارية، نائب المدير، مصلحة الإدارة، مصلحة الرقابة، مصلحة القرض، مصلحة عمليات التجارة الخارجية، مصلحة الصندوق، حيث يتمثل دور كل مصلحة فيما يلي:²

(1) المدير:

يعتبر الممثل الرئيسي للوكالة، حيث يقوم بإبرام وتوقيع كل العقود ومختلف الوثائق، ومكلف أيضا بالقواعد الإستراتيجية للوكالة، والقيادة المثلى والفعالة للوظائف والمهام، ويعمل على تحقيق المهام الموكلة له من الإدارة العامة، ويقوم بتعويضه مدير مناوب عند الضرورة.

¹ من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

² من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

(2) إدارة سكرتيرة مكتب المدير:

من مهامها تسهيل أعمال المدير، الذي بدوره يتدخل في شؤون سيرها وتنظيمها، كما تقوم باستقبال العملاء الذين قدموا طلبات للحصول على القروض والاتصال بالعملاء عند الحاجة، واستقبال البريد والمكالمات الهاتفية.

(3) مصلحة الصندوق:

إن المهام الرئيسية التي يقوم بها الصندوق هي استقبال العملاء، ومعالجة جميع العمليات المتعلقة بالدينار الجزائري، كما يقوم بتسيير خزينة الوكالة، والعملية الصعبة، حيث تتم هذه العملية في ظل توفر السيولة النقدية، ومعالجة عملياتها المالية، ويسمى أيضا الشباك، ويقوم بقبض ودفع المبالغ النقدية لكافة أنواع العملات، وتقوم أيضا بإعداد جرد حركة النقد وتسجيلها، والعمل على تطبيق الأنظمة والإجراءات المعتمدة من طرف المدير.

(4) مصلحة القرض:

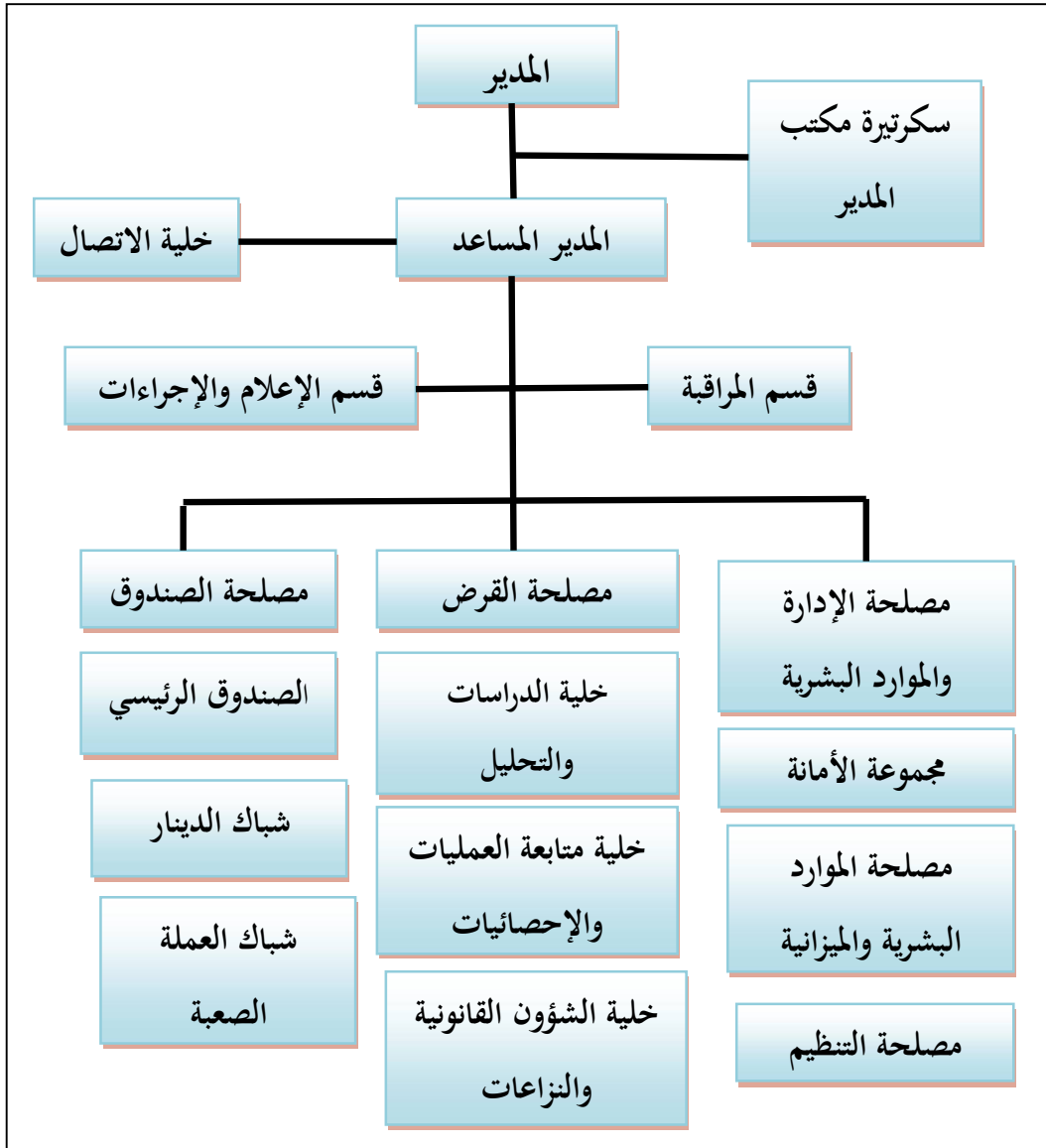
من خلال هذه المصلحة تتم دراسة إجراءات منح القروض، وتوقع المخاطر الناجمة عنها، وتقوم هذه المصلحة بتحديد القروض التي يتم تقديمها للعملاء بعد دراستها ومتابعتها وتغطية الديون، وتقوم هذه المصلحة بتنفيذ الإجراءات والتعليمات المتعلقة بشؤون القرض وفقا للمبادئ المعتمدة من قبل الإدارة، وتقوم أيضا باستقبال العملاء والبحث في طلباتهم، وإعداد المذكرات اللازمة.

(5) مصلحة التجارة الخارجية:

تعتبر هذه المصلحة بمثابة الوسيط بين المتعاملين الجزائريين والأجانب في عمليات البيع أو الشراء، وتستجيب لمتطلبات وأوامر العملاء الذين في الغالب لا يملكون معرفة كاملة ودراية بكل القوانين، وتقوم هذه المصلحة بالتحويلات إلى الخارج وعمليات التوطين، وتنظيم التجارة الخارجية¹.

¹ من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

الشكل (3-2): يوضح الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري وكالة رقم 206 بالقالة



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة

المطلب الثاني: مهام ونشاط وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة

أولاً: مهام وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة

يمارس القرض الشعبي الجزائري جميع العمليات المصرفية التقليدية كغيره من المصارف الجزائرية، وتمثلت مهمته الرئيسية منذ إنشائه في تمويل النشاطات الحرفية والفندقية والسياحة والصيد والنشاطات الملحقة به، والتعاونيات الإنتاجية غير الحرفية بالإضافة على تمويل الأشغال العمومية والبناء و الري، قطاع الصحة وصناعات الأدوية، التجارة والتوزيع، وسائل الإعلام الصناعات المتوسطة والصغيرة وكذلك الصناعات التقليدية¹.

¹ من إعداد الطالبين بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

ويعتبر القرض الشعبي الجزائري بنك تجاري يعتبر كوسيط بنكي ومالي، لذلك فهو يتعامل بكافة العمليات البنكية و المالية وبالتالي:

- (1) يستقبل الودائع من المودعين (المؤسسات والأشخاص بالعملة الوطنية والعملات الأجنبية،
- (2) يمارس عمليات الإقراض (قروض قصيرة المدى، متوسطة المدى قطاع عمومي أو خواص....)،
- (3) وضع تحت تصرف العملاء أدوات السداد و ضمان تسييرها،
- (4) إجراء العمليات مع الخارج،
- (5) يشارك البنك في رؤوس أموال العديد من المؤسسات الداخلية والخارجية.

وللقرض الشعبي الجزائري (وكالة رقم 206 بالقالة) العديد من المهام الأساسية التي يقوم بها، وذلك لإرضاء العملاء وتلبية حاجاتهم المتنوعة، ومن أهم المهام التي يقوم بها:

- دراسة تقرير ووضع الديون في مكانها في حدود المسؤولية المعطاة له، وبطريقة تكون قانونية مطابقة للقانون، والإجراءات الداخلية،
- تحقيق مخطط للإسهام الاقتصادي،
- تأمين التسيير والمتابعة للديون المقررة والضمانات المشروطة،
- دراسة العمليات البنكية المقدمة من طرف العميل بدراسة العلاقات الاقتصادية المتبعة مع هذا الأخير،
- ضمان تسيير الحقوق غير المدفوعة،
- دراسة عمليات الاقتصاد الخارجي في جدول المسؤوليات المقدمة،
- التسيير العقلاني للميزانية المبلغة، وللإمكانات البشرية، والأجهزة الموضوعة تحت تصرفهم،
- السهر على التطبيق الصارم لتنظيم التحويلات والإجراءات السارية المفعول المنظمة لعمليات الاقتصاد في الخارج،
- السهر على التسيير العقلاني والرشيد للسيولة.

ثانيا: نشاط وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة

يتم تحديد عمليات البنك بموجب القانون النقدي والمصرفي وتشمل تلقي الأموال من الجمهور، وعمليات القرض، وتوفير وسائل الدفع للعملاء وتسييرها، فضلا عن العمليات ذات الصلة، تعتبر أموالا متلقاة من الجمهور الأموال التي يتم تلقيها من الغير، لاسيما في شكل ودائع مع حق استعمالها الحساب من تلقاها بشرط إعادتها¹.

¹ من إعداد الطلبة بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

عملية القرض هي كل عمل لقاء عوض يضع بموجبه شخص ما أو بعد بوضع أموال تحت تصرف شخص آخر، أو يأخذ بموجبه لصالح الشخص الآخر التزاما بالتوقيع كالضمان الاحتياطي أو الكفالة أو الضمان وكذلك فرض التأجير الذي يتم تسويقه من قبل الشركة ذات الأسهم "الجزائر إيجار"، التي يمتلك القرض الشعبي الجزائري نسبة من رأس مالها.

بعد الحصول على اعتماد من بنك الجزائر سنة 2020، بدأ القرض الشعبي الجزائري في تسويق المنتجات المتوافقة مع الشريعة الإسلامية، وذلك بقرار رقم RBA/R8/638 0/2020 المؤرخة في 18 أكتوبر 2020 . تعتبر المستعمل، وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني يمكن للقرض الحسم الجزائري إجراء عمليات ذات الصلة بنشاطها، لاسيما فيما يتعلق بعمليات الصرف توظيف القيم الدولة وكل منتج مالي، اكتتابها وشرائها وبيعها وتسييرها وحفظها.

المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف القرض الشعبي الجزائري الوكالة (206)

من أجل تلبية رغبات واحتياجات العملاء، وأمام مواجهة التحديات التي فرضها انفتاح السوق المصرفية والعمولة، فإن بنك القرض الشعبي الجزائري يعمل على تطوير الخدمات المصرفية، من خلال اعتماده على التكنولوجيا ووسائل متطورة، وذلك لكسب رضا الزبون وتحقيق أهدافه، وتقديم خدمات متنوعة تلي رغبة العميل، ومن أهم الخدمات المقدمة من طرف وكالة القرض الشعبي الجزائري وكالة رقم (206) بالقالة¹:

لمواكبة التطورات الجديدة التي يشهدها العالم في تطوير المنتجات المصرفية، اعتمدت وكالة 206 على التكنولوجيا في تطوير منتجاتها، وتقديم خدمات مصرفية ذات جودة، وذلك بإصدار مجموعة من البطاقات المحلية والدولية:

أولاً: البطاقات الصادرة عن وكالة القرض الشعبي الجزائري وكالة 206:

تضم البطاقات الصادرة عن وكالة القرض الشعبي الجزائري وكالة 206 نوعين من البطاقات هما:

(1) البطاقة المحلية CIB:

حيث أنه يتم التعامل بها بنكياً، ويوجد نوعين من البطاقات المحلية:

¹ من إعداد الطلبة بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

■ البطاقة الكلاسيكية:

هي بطاقة توفر خدمات الدفع والسحب عن طريق جهاز نهائي الدفع الإلكتروني TPE، أو الموزع الآلي للأوراق النقدية DAB، يقدم هذا النوع من البطاقات لزبائن البنك الذين يملكون حساب لدى القرض الشعبي الجزائري بالعملة الوطنية، وأن يكون لديه دخل دائم أقل من 70.000 دج للشهر.

■ البطاقة الذهبية:

للحصول عليها يستوجب توفر بعض الشروط، والتي تتمثل في أن يكون للعميل حساب لدى القرض الشعبي الجزائري بالعملة الوطنية، وأن يكون دخله الشخصي يفوق 70.000 دج.

الجدول (3-2): يوضح الفرق بين البطاقة البنكية الكلاسيكية والذهبية.

البطاقة الذهبية	البطاقة الكلاسيكية
بطاقة ذات لون ذهبي	بطاقة ذات لون أزرق
بطاقة ذات شريط مغناطيسي، ورقاقة إلكترونية	بطاقة ذات شريط مغناطيسي، ورقاقة إلكترونية
تمنح للأفراد ذوي دخل يفوق من 70.000 دج للشهر	تمنح للأفراد ذوي دخل أقل من 70.000 دج للشهر
سقف السحب والدفع 20.000 دج للشهر	سقف السحب والدفع 70.000 دج للشهر
انتهاء صلاحيتها بعد سنتين	انتهاء صلاحيتها بعد سنتين
يمكن تعويض البطاقة بسرعة في حالة الضياع أو السرقة	لا يتم تعويض البطاقة بسرعة في حالة الضياع أو السرقة
تكلفة الحصول عليها 600 دج للسنة الواحدة	تكلفة الحصول عليها 400 دج للسنة الواحدة

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على المعلومات المقدمة من طرف القرض الشعبي الجزائري وكالة (213).

(2) البطاقة الدولية فيزا كارد CPA :

هي بطاقات دولية للسحب والدفع، يصدرها القرض الشعبي الجزائري باتفاق مع المنظمة العالمية VISA CARD طبقا لأحكام وشروط هذه المنظمة، ويعتبر بنك القرض الشعبي الجزائري أول بنك يصدر هذا النوع من البطاقات، وذلك سنة 1989، حيث يصدر البنك ثلاثة بطاقات دولية، وتتمثل في¹:

¹ من إعداد الطالبين بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

■ البطاقة الكلاسيكية VISA/CPA:

هي بطاقة ذات شريط مغناطيسي، ورقاقة الكترونية تسمح بالقيام بعمليات السحب من الشبايك، وتمنح للأشخاص العاديين ذوي الدخل المتوسط، ولها استعمال محدود.

■ البطاقة الذهبية VISA/CPA:

تمنح للأشخاص ذوي الدخل المرتفع، وللأشخاص المهمين ورجال الأعمال، تتميز بسقف كبير، كما أنها تتوفر على خدمات إضافية كالتأمين في الخارج، إمكانية استعمالها على الأنترنت، إمكانية تعويضها في حالة ضياعها في أي مكان في العالم في أجل 24 ساعة.

ثانيا: أجهزة السحب والدفع المتاحة من طرف الوكالة (206) بالقالة:

تضم أجهزة السحب والدفع المتاحة من طرف الوكالة (206) بالقالة نوعين من الأجهزة هما¹:

(1) نهائيات الدفع الالكتروني TPE:

توجد أجهزة الدفع في أماكن متعددة، حيث يتم تركيبها واستعمالها لدى المحلات والمطاعم الكبرى..... وغيرها، وتعامل ببطاقات البنكية للسحب والدفع، وذلك لتسديد قيم المشتريات لدى التجار القابلين بالتعامل بالبطاقات البنكية، وهي مطابقة للمعايير الدولية للأمان الخاصة بالنقد الآلي.

(2) الموزعات الآلية للأوراق DAB :

إن الهدف الأساسي من إنشاء الموزعات الآلية للأوراق DAB، لكي يتمكن حامل البطاقة من سحب أمواله في أي وقت شاء على مدار 24/24 ساعة، أما بالنسبة للبنك تساعد على تقليل العبء على شبايك البنك، حيث يجعل وظيفة السحب مستقلة عنها، كما أن توفرها بعدد كاف، وتوزيعها على نطاق واسع يساعد على تنمية التعامل بها.

ثالثا: التقنيات التكنولوجية المستخدمة في الإعلام والاتصال

تستخدم الوكالة تقنيات تكنولوجية حديثة ومتطورة في الإعلام والاتصال وهي:

(1) الإنترنت:

شبكة الإنترنت وهي شبكة خاصة فقط بالمنتسبين إلى البنك فقط، وهي محمية من غير المنتسبين إليها.

¹ من إعداد الطلبة بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

(2) الإنترنت:

يستعمل البنك الإنترنت للاتصال مع الشبكات الخارجية عن طريق اتصالها بالإنترنت، فهي مصممة للموظفين و المنتسبين للبنك لاستغلال البيانات والمعلومات وتبادلها داخل البنك مع فتح قنوات اتصال جديدة بين الموظفين. ويمكن لأي شخص في العالم التواصل مع البنك عن طريق الإنترنت.

(3) البريد الإلكتروني:

كما تستخدم البريد الإلكتروني لإرسال وتلقي النشرات الخاصة وآخر المستجدات من وإلى مختلف البنوك المحلية والوطنية.

(4) الإكسترنات:

هي عبارة عن إنترانت موسعة لا للعاملين بل لأطراف خارجيين يكونون بمثابة شركاء للوكالة وهم: الزبائن، الموردون، الموزعون، المستشارون، المساهمون، العملاء. وهي كالإنترانت كونها شبكة خاصة ومؤمنة من كل اختراق بواسطة كلمة سر، كما أنها شبكة توفر مرونة وديناميكية بين المتعاملين. ومن أجل التحول من الإنترنت إلى الإكسترنات يجب أن تحتوي الحواسيب الموصولة بالشبكة على بطاقة شبكية توصلها بخطوط خاصة (بالنسبة للذين لا يجوزون على كلمة السر، أو عنوان خاص) أو شبكة الإنترنت (بالنسبة للذين يملكون كلمة السر، أو عنوان خاص).

(5) الفاكس:

يستعمل في حال إرسال أو تلقي وثائق مهمة من مختلف البنوك والمؤسسات¹.

المبحث الثالث: منهجية وطرق الدراسة الميدانية

لا يمكن أن ينطلق الباحث في دراسة مشكلة ما من فراغ، خاصة في مجال العلوم الاجتماعية أو العلوم الأخرى عامة، لذلك يجب عليه كباحث حقيقي، أن يستعين بمختلف تقنيات جمع البيانات، والتي تمكنه من جمع المعطيات اللازمة حول موضوع بحثه من الواقع مباشرة، فنجاح الباحث في تحقيق أهدافه يعتمد على الاختيار الأنسب للأدوات الملائمة وهي الوسيلة الأساسية لجمع المعلومات والحقائق المتعلقة بموضوع الدراسة، وتتمثل أساسا في: المقابلة، الملاحظة، والاستمارة.

¹ من إعداد الطالبتين بناء على المعلومات المقدمة من الوكالة 206 بالقالة.

المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

أولاً: منهجية الدراسة

المنهج هو الطريقة التي يسلكها الباحث في الإجابة عن الأسئلة أو الخطة التي تبين طرق وإجراءات جمع وتحليل البيانات، إذ يقوم الباحث من خلاله بتصميم البحث، ويختلف هذا التصميم باختلاف الهدف منه، فقد يكون استكشاف عوامل معينة لظاهرة جديدة أو إيجاد العلاقة أو السبب أو الأثر بين مجموعة من العوامل المراد دراستها.¹

تبرز أهمية تحديد المنهج في البحث العلمي كونه الطريق الذي يسلكه الباحث في تحديد موضوع الدراسة، والوقوف على المشكلة ومسبباتها والإجابة على التساؤلات وتفسيرها.²

يعرف المنهج بأنه المسلك الذي يؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم، بوساطة عدد من القواعد العامة، وفي ضوء طبيعة الدراسة والبيانات، المراد الحصول عليها تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يصف الظاهرة كما هي في الواقع، ويعبر عنها تعبيراً كيمياً وكيفياً، بحيث يؤدي ذلك إلى الوصول إلى فهم علاقات هذه الظاهرة، إضافة إلى الوصول إلى استنتاجات وتعميمات تساعد في تطوير الواقع المدروس.³

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي الميداني والذي يعرف بأنه طريقة في البحث تتناول تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة يقوم على الحقائق المرتبطة بها.⁴

والهدف منه هو الوقوف على واقع دور التحول الرقمي في تحسين الخدمات في البنوك التجارية، فقد جاءت الدراسة وصفية، ومنه فالمنهج المناسب لدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي بهدف وصف التحول الرقمي في الوكالة 206 بالقالة، والوصول إلى قدر من التحليل، وذلك باختبار فروض الدراسة وتحليلها واستخلاص النتائج.

¹ فايز جمعة نجار وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، دس، ص34.

² وداد هارون أحمد محمد أرباب، واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة محتوى بالمؤسسات الصحفية السودانية - دراسة ميدانية (التحديات وفاق المستقبل)، المجلة المصرية لبحوث، المجلد 21، العدد 02، الجامعة القاسمية، إمارة الشارقة، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2022، ص285.

³ عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، القدس، 1997، ص04.

⁴ رفاه لخلوح، رهام زين الدين، المرجع السابق، ص23.

ثانياً: أدوات جمع البيانات

بعد التطرق إلى منهجية الدراسة سوف يتم تناول أدوات جمع البيانات والمتمثلة في المقابلة والملاحظة.

(1) المقابلة:

بما أن الملاحظة لا تكفي كأداة جمع البيانات والمعلومات حول موضوع البحث، قمنا باستخدام وسيلة أخرى لجمع البيانات وهي المقابلة، فهي عبارة عن حوار يدور بين الباحث (المقابل) والشخص الذي تتم مقابلته (المستجوب)، ثم يشرح الباحث الغرض من المقابلة، وبعد أن يشعر الباحث بأن المستجيب على استعداد للتعاون يبدأ بطرح الأسئلة التي يحددها مسبقاً، ويقوم الباحث بتسجيل الإجابات على الاستمارة.

تعد إحدى الأدوات المعتمد عليها في الدراسات الميدانية فهي استبانة شفوية يقوم من خلالها الباحث اكتساب معلومات بطريقة شفوية مباشرة مع المفحوص، أي محادثة موجهة بين الباحث والشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى الحقيقة، أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة، فهي تختلف عن الحديث العادي الذي قد يهدف إلى تحديد غرض معين باعتبارها أكثر الوسائل استخداماً في جمع البيانات في كثير من العلوم الإنسانية نظر لمميزاتها ومرونتها، كما أنها احتكاك مباشر بين الباحث ومحادثيه¹.

هي الأدوات الرئيسية لجمع البيانات، وهي أكثرها شيوعاً ومعناها تفاعل لفظي، يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستشير معلومات أو آراء أو حقائق أو معتقدات شخص آخر للحصول على بعض البيانات الموضوعية، وتستخدم في كافة البحوث الوصفية والتجريبية².

ومن المقابلات التي أجريت خلال الدراسة الميدانية المقابلة مع الموظفين، حيث أنه تم اختيار العاملين الذين يعملون بالوكالة والمتعاملون معهم من خلال تقديم لهم تساؤلات مفتوحة ونصف مفتوحة عن التحول الرقمي وجودة الخدمات، حيث وجدنا تجاوب مع عدد من الموظفين خاصة الذين عندهم بهم صلة.

■ **الأسئلة المغلقة:** وهذا بهدف الحصول على إجابات واضحة ومحددة يسهل تبويبها، وجمعها في جداول إحصائية لتحليلها.

¹ محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 09، العدد 09، دار المنظومة، الجزائر، 2017، ص319.

² أحمد عظمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الدار الجامعية للنشر، الجزائر، 2009، ص35.

■ **الأسئلة المفتوحة:** وهذا من أجل الاستفادة من آراء المبحوثين حول الظاهرة المدروسة، والإدلاء بها بكل حرية، وبدون أي تقييد.

(2) الملاحظة:

تلعب الملاحظة دورا هاما في الحصول على الحقائق وكشف التغيرات والفروق بين الظواهر والأشياء المختلفة، وتعتبر قاعدة علمية هامة في إتمام الدراسة، ولهذا ينبغي على الباحث أن تكون له قوة الملاحظة ودقتها، إذ يجب أن يركز نظره على كل التغيرات والأشياء مهما كانت دقتها ومكانتها في الظاهرة، فقد يكون كل تغير أو اختلاف أو أي شيء غير ظاهر أو مكان ما أو زمان ما أو وضع أو ظرف ما، سبب أو علة حدوث ظاهرة ما بشكل معين أو ظهورها في زمن معين أو مكان معين، فيجب على الباحث أن ينتبه إلى دقائق الأمور عند معانيته وملاحظته للحقائق المرتبطة بالظاهرة المدروسة.

هي مشاهدة الظواهر من قبل الباحث أو من ينوب عنه، إنها الاعتبار المنبه للظواهر والحوادث بقصد تفسيرها واكتشاف أسبابها والتنبؤ بسلوك الظاهرة والوصول إلى القوانين التي تحكمها.¹

والملاحظة العلمية تمثل طريقة منهجية يقوم بها الباحث بدقة تامة وفق قواعد محددة للكشف عن تفاصيل الظواهر ولمعرفة العلاقات التي تربط بين عناصرها وتعتمد الملاحظة على قيام الباحث بملاحظة ظاهرة من الظواهر في ميدان البحث أو الحقل أو المختبر وتسجيل ملاحظاته وتجميعها أو الاستعانة بالآلات السمعية البصرية².

وتعد الأداة الأكثر تداولاً في البحوث الاجتماعية، وهي عبارة عن توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة معينة أو ظواهر من أجل الكشف عن صفاتها أو خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة على تلك الظواهر، هي لا تستعمل لوحدها بقدر ما تكون مساعدة أو مكملة للأدوات الأخرى.³

وقد قمنا بالاعتماد على الملاحظة البسيطة حيث أنها: هي ملاحظة الظواهر كما تحدث طبيعياً دون إخضاعها للضبط العلمي أي دون إعداد مسبق أو أدوات تسجيل وتخدم هذه الملاحظة الدراسات الاستطلاعية التي تهدف إلى جمع البيانات الأولية عن الظاهرة لدراستها بشكل متعمق.

وتم استعمالها خلال المرحلة الاستطلاعية في ملاحظة مجريات الأمور والعمل، وبالضبط في وكالة 206 بالقالة ولاية الطارف.

¹ فايز جمعة صالح النجار، أساليب البحث العلمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 68.

² محمد در، المرجع السابق، ص 316.

³ فايز جمعة صالح النجار، المرجع السابق، ص 69.

ثالثاً: مجالات الدراسة

إن البحوث العلمية بطبيعتها تنقسم إلى بحوث نظرية وبحوث ميدانية، غير أن هذه الأخيرة تعتبر أهم نقطة في البحوث العلمية، حيث تتطلب منا بالدرجة الأولى تحديد كل من المجال المكاني والزمني والبشري للدراسة.

(1) المجال المكاني للدراسة:

تمت الدراسة الميدانية في القرض الشعبي الجزائري وكالة 206 في مدينة القالة نصح الصحراء بولاية الطارف.

(2) المجال الزمني:

وهو الفترة التي ينزل فيها الباحث إلى ميدان الدراسة، حيث تمت الدراسة الميدانية عبر المراحل الآتية:

■ **المرحلة الاستطلاعية:** تم فيها تحديد المكان الذي ستم فيه الدراسة، والحصول على الموافقة من العاملين والمتعاملون مع الوكالة.

حيث تعد الدراسة الاستطلاعية خطوة منهجية غاية في الأهمية، وهي دراسة تهدف إلى استطلاع الظروف المحيطة بالظاهرة التي يرغب الباحث في دراستها والتعرف على أهم الفروض التي يمكن وضعها وإخضاعها للبحث العلمي صياغة دقيقة تيسر التعمق في بحثها في مرحلة لاحقة، وهي بحوث تتناول موضوعات جديدة لم يتناولها باحث من قبل أو لا تتوفر عنها معلومات أو بيانات أو يجهل الباحث من جوانبها وأبعادها، وهي تهدف إلى الكشف عن حلقات غامضة أو مفقودة في تسلسل التفكير الإنساني، مما يساعد على التحليل والربط والتفسير العلمي فيضيف إلى المعرفة الإنسانية ركائز جديدة¹.

■ **مرحلة توزيع الاستمارات:** تمت في شهر أفريل، وهذا بعد الحصول على الشكل النهائي للاستمارة.

■ **مرحلة جمع وتحليل البيانات:** بدأت هذه المرحلة في بداية شهر ماي، حيث تم جمع الاستمارات، ومراجعة البيانات الموجودة فيها وتفريغها في جداول إحصائية، تصنف فيها الإجابات، وذلك من أجل الوصول إلى تحديد النسب المئوية التي على ضوءها يتم تحليل البيانات المتوصل إليها في الدراسة الميدانية.

(3) المجال البشري:

تمثل المجال البشري للدراسة في العملاء لدى البنك العاملين فيه، حيث بلغ عدد العينة التي تم اختيارها

42 مفردة على مختلف الطبقات، حيث أننا اخترنا عينة عشوائية.

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط 01، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص38.

المطلب الثاني: عينة الدراسة والاستمارة

يتضمن هذا الفصل المعالجة الإحصائية للبيانات التي تم استخدامها، حيث يحتوي على نتائج تحليل خصائص أفراد عينة الدراسة، فحص الصدق والثبات لأداة الدراسة (الاستبيان) ثم وصف متغيرات الدراسة واختبار فرضيات الدراسة.

(1) تحديد واختيار العينة:

من أجل دراسة علمية لا بد من وضع منهجية تتوافق مع طبيعة البحث، في إطار هذه المنهجية يتم تحديد نوع العينة المختارة كأساس للبحث، حيث يعرفها موريس أنجرس أنها مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث، كما أنها ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً¹. وبعد تحديد المجال البشري والذي تمثل في الموظفين والعملاء، اعتمدنا على عينة عشوائية مكونة من الموظفين والعملاء والتي قدر حجمها بـ 42 (12 عدد الموظفين و 30 عدد العملاء).

ويمكن تعريفها على أنها شريحة أو جزء من المجتمع الدراسي، تشمل خصائص وصفات هذا المجتمع (الأصلي) وتمثله تمثيلاً دقيقاً، وقد دلت بحوث كثيرة عن أن العينة إذا اختيرت اختياراً ممثلاً للمجتمع الذي أخذت منه فإن ذلك يؤدي إلى توفير جهد كبير سواء على الباحث أو المبحوثين².

(2) الاستمارة:

تعد من أهم أدوات جمع البيانات إذا ما تم إعدادها وتصميمها بطريقة محكمة وفقاً لمؤشرات واضحة منبثقة عن متغيرات الدراسة، بحيث تجيب في النهاية عن الفرضيات، وبالتالي التساؤل الرئيسي للإشكالية المطروحة فالاستمارة أو الاستبيان عبارة عن مجموع من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، وتعد الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على المعلومات أو المعتقدات أو التصورات أو آراء الأفراد³.

¹ محمد در، المرجع السابق، ص 313.

² مجدوب بدر الدين، منظومة الحوافز وعلاقتها بالرضا الوظيفي لدى أساتذة الجامعة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2019، ص 90.

³ محمد در، المرجع السابق، ص 320.

سلسلة من الأسئلة أو المواقف التي تتضمن بعض الموضوعات النفسية أو الاجتماعية أو التربوية أو البيانات الشخصية يطبق على الأفراد أو المجموعات بهدف الحصول على بيانات خاصة بهم أو ببعض المشكلات التي تواجههم، وقد يستخدم في بعض الأحيان لأهداف شخصية أو لقياس بعض سمات الشخصية¹.

هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة وضعت من قبل الباحث لاستنباط معلومات معينة تتعلق بموضوع أو مشكلة محددة.²

تعرف كذلك بأنها وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة ممثلة من الأفراد.³

وقد استخدمت هذه الأداة في الدراسة، وقمنا بصياغة أسئلتها في شكلها النهائي، وتضمنت 25 سؤالاً موزعين على ثلاثة محاور:

- البيانات الشخصية (تحتوي على 05 أسئلة موجهة لموظفو البنك).
- المحور الثاني: واقع استخدام التحول الرقمي في البنك وكالة 206 (تحتوي 08 أسئلة موجهة لموظفو البنك).
- المحور الثالث: جودة الخدمة المصرفية التي يوفرها البنك وكالة 206 (تحتوي 05 أسئلة موجهة للعملاء).
- المحور الرابع: دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في البنك وكالة 206 (تحتوي 07 أسئلة موجهة لموظفو البنك والعملاء).

(3) أسلوب تحليل البيانات:

بعد جمع البيانات، تم الاعتماد في تحليلها على ما يلي:

- عرض البيانات في جداول بسيطة،
- استخدام التكرارات،
- استخدام النسب المئوية للتعرف على استجابات الأفراد المبحوثين عن جميع محاور الدراسة، حيث تحسب النسب المئوية على النحو التالي:

¹ سيدي صالح صبرينة، الإجراءات المنهجية لبناء الاستبيان والتحقق من صلاحيته، مجلة دراسات، المجلد 11، العدد 01، جامعة محمد لمين دباغين، جامعة سطيف 02، الجزائر، 2022، ص733.

² فوزي عبد الخالق، علي إحسان شوكت، طرق البحث العلمي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2014، صص 96-98.

³ عصام حسن أحمد، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، صص 91.

$$\text{النسبة المئوية للإجابة} = \frac{100 \times \text{التكرارات}}{\text{مجموع التكرارات}}$$

المطلب الثالث: عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة على محاور استمارة الاستبيان

بعد جمع البيانات حول ميدان الدراسة وتحديد عينة البحث والأداة المستخدمة يتطلب تبويب وتحليل هذه البيانات وحصرها في جداول إحصائية وذلك للوصول إلى النتائج الخاصة بموضوع الدراسة. البيانات الشخصية لموظفي وكالة القرض الشعبي الجزائري

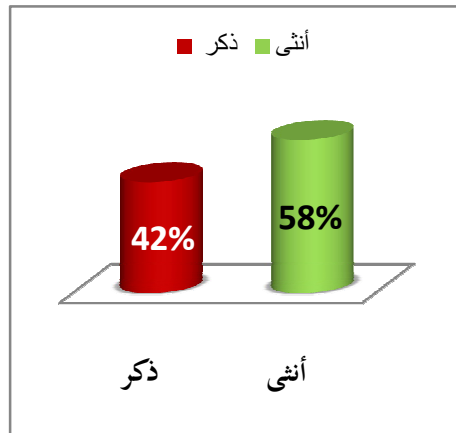
البيانات الشخصية تم توجيه الأسئلة إلى لموظفي وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة.

(1) توزيع المبحوثين وفق الجنس:

الجدول (3-3): توزيع المبحوثين وفق الجنس

النسبة المئوية (%)	التكرار	الجنس
42	05	ذكر
58	07	أنثى
100	12	المجموع

الشكل (3-3): توزيع المبحوثين وفق الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

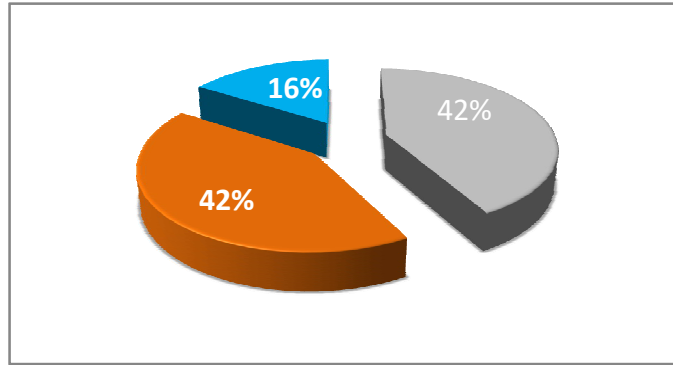
يوضح الجدول (3-3) أن أغلب أفراد العينة المدروسة إناث، وذلك بنسبة 58% مقارنة بنسبة الذكور التي قدرت بـ 42%، ومنه فالعنصر النسوي هو الأكثر تواجدا، وخاصة في السنوات الأخيرة، وهذا راجع إلى انخفاض معدلات الأمية، وتوجه المرأة الجزائرية إلى الاندماج في عالم الشغل، وسياسة التوظيف المتبناة من طرف مسؤولي البنك التي تعطي الفرصة للعنصر النسوي.

(2) توزيع العمري للمبحوثين:

الجدول (3-4): توزيع العمري للمبحوثين

النسبة المئوية (%)	التكرار	العمر
42	05	من 21 إلى 30 سنة
42	05	من 31 سنة إلى 50 سنة
16	02	من 50_ فما فوق
100	12	المجموع

الشكل (3-4): توزيع العمري للمبحوثين



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

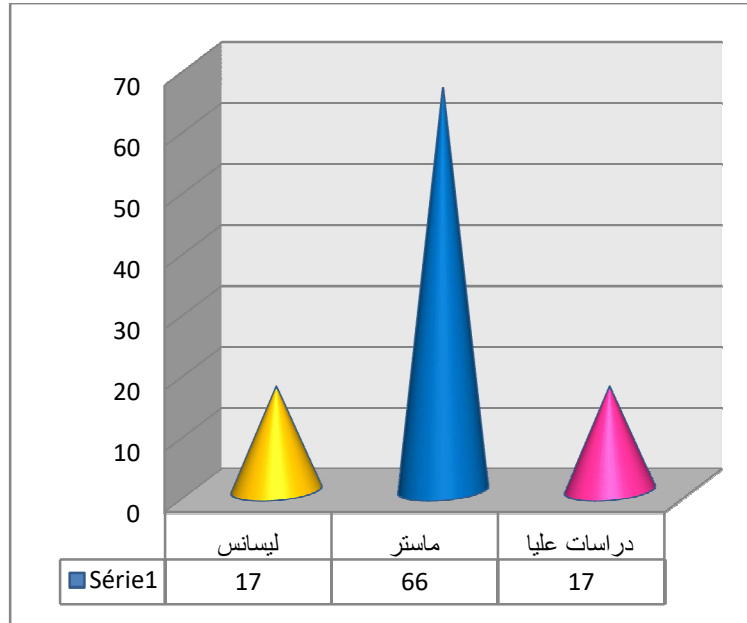
يوضح الجدول (3-4) أن الشريحة العمرية الأكثر تواجدا هي أقل من 50 سنة من 21 إلى 30 سنة ومن 31 سنة إلى 50 سنة بنسبة 42% بالتساوي، بينما فئة أكثر من 50 سنة نسبة ضئيلة جدا قدرت بـ 16%، ومن خلال هذه النسب يمكن القول أن الفئة الأولى والثانية هي الطاقة البشرية الغالبة في البنك، وتدل أن الفاعلين هم من فئة الشباب حيث يتمتعون بنشاط ديناميكي، وتمكنهم هذه الميزة من التفاعل أكثر مع التغييرات التي تطرأ على البنك، ومن بينها التقنيات التكنولوجية الحديثة المتمثلة في أنشطة الحاسوب والأنترنت، وبقدرتهم تقسم الأفضل.

(3) توزيع المبحوثين وفق المستوى التعليمي:

الجدول (3-5): توزيع المبحوثين وفق المستوى التعليمي

النسبة المئوية (%)	التكرار	المستوى التعليمي
17	02	ليسانس
66	08	ماستر
17	02	دراسات عليا
100	12	المجموع

الشكل (3-5): توزيع المبحوثين وفق المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بناءً على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

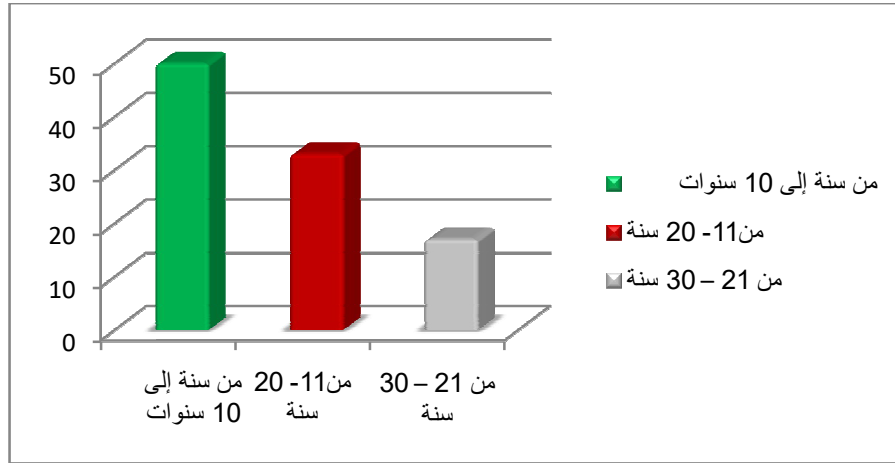
تؤكد الشواهد الكمية أن الأغلبية الساحقة للعاملين في البنك بالطارف ذوي مستوى ماستر بنسبة 66%، تليها من بنسب متساوية هم ذوي مستوى ليسانس ودراسات عليا بنسبة 17%، وهذا يدل على الكفاءات لتسييرها، وهذا يرجع إلى نشاط البنك.

4) توزيع المبحوثين وفق سنوات الأقدمية في العمل:

الجدول رقم (3-6): توزيع المبحوثين وفق سنوات الأقدمية في العمل

النسبة المئوية (%)	التكرار	سنوات الأقدمية في العمل
50	06	من سنة إلى 10 سنوات
33	04	من 11 سنة إلى 20 سنة
17	02	من 21 سنة إلى 30 سنة
100	12	المجموع

الشكل (3-6): توزيع المبحوثين وفق سنوات الأقدمية في العمل



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

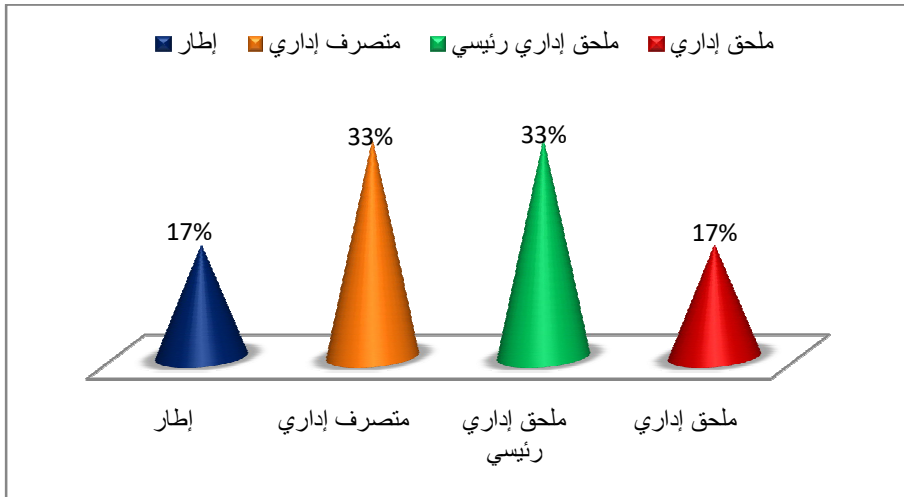
من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 50% لديهم خبرة بين سنة إلى 10 سنوات تحت المرتبة الأولى، وتليها نسبة 33% ممن لديهم خبرة أكثر من 11 سنة إلى 20 سنة، بينما نجد بنسبة تقدر بـ 17% أكثر من 21 سنة، من خلال النتائج يتضح أن الموظفون لديهم خبرة تتجاوز الـ 06 سنوات، وهذا يعكس ما يتمتع به البنك من كفاءات وخبرات تساعده على الاستقرار في العمل وتنظيمه وتطويره، كما أن الفئات الجديدة التي أضيفت في الآونة الأخيرة تكون فئة نشطة قادرة على العمل، وبالتالي تندمج مع الفئات ذو الخبرة العالية حتى يساهموا في استقرار العمل داخل البنك، إضافة إلى أنه تبين أن البنك يستقطب الفئات النشطة، ويساهم في استقطاب الشباب، وكذلك كلما كانت الخبرة المهنية للموظفين لها أقدمية، كلما ساهم هذا في تأقلمهم أكثر مع العمل، وارتباطهم بالبنك أكثر للارتقاء بالمستوى المطلوب.

(5) توزيع أفراد العينة وفق تصنيف الرتبة في العمل:

الجدول رقم (3-7): توزيع أفراد العينة وفق تصنيف الرتبة في العمل

النسبة المئوية (%)	التكرار	تصنيف الرتبة في العمل
17	02	إطار
33	04	متصرف إداري
33	04	ملحق إداري رئيسي
17	02	ملحق إداري
100	12	المجموع

الشكل (3-7): توزيع أفراد العينة وفق تصنيف الرتبة في العمل



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

تشير نتائج الجدول والمتعلقة بتوزيع الباحثين وفق تصنيف رتبهم الإدارية داخل البنك إلى أن نسبة 17% من أفراد العينة هي إطار، بينما نجد النسبة متساوية بين متصرف إداري وملحق إداري رئيسي بنسبة 33%، وفي الأخير نسبة الملحق الإداري 17%، ولذلك نستنتج أن البنك إدارات لأن طبيعة العمل الإداري تفرض عليهم استقطاب الكوادر من أجل قيادة العمل بشكل جيد، وتنفيذ المهام بطريقة دقيقة، أما بالنسبة للملحق الإداري الرئيسي، والمتصرف الإداري تقريبا نفس النسبة، وذلك راجع إلى المهام المسندة إليه، وكذلك الملحق الإداري يمكن الاستفادة من آرائهم الهامة حيال للوعي والمعرفة العلمية والعملية المتوفرة لديهم.

المحور الأول: واقع استخدام التحول الرقمي في وكالة القرض الشعبي الجزائري

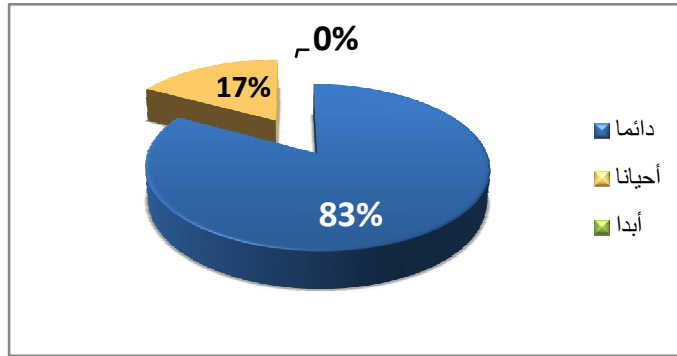
تم توجيه الأسئلة لموظفي وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة عن واقع استخدام التحول الرقمي في البنك وكالة 206.

(6) هل تعتمد على الوسائل التكنولوجية؟

الجدول (3-8): يوضح مدى اعتماد الموظفين على الوسائل التكنولوجية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
دائما	10	83
أحيانا	02	17
أبدا	00	00
المجموع	12	100

الشكل (3-8): يوضح مدى اعتماد الموظفين على الوسائل التكنولوجية



المصدر: من إعداد الطالبتين بناءً على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

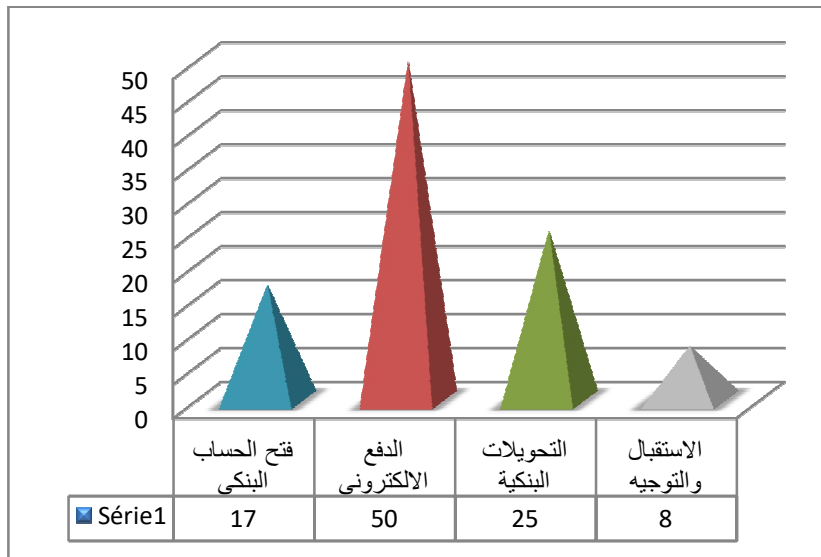
من خلال الجدول يظهر لنا أغلبية الموظفين يعتمدون على الوسائل التكنولوجية في أداء المهام الموجهة لهم وذلك بنسبة 83%، فيما صرح أفراد العينة ما نسبته 17%، بأنهم يعتمدون أحيانا على الوسائل التكنولوجية من أجل أداء المهام، من خلال النتائج التي توصلنا إليها، نستنتج البنك يعتمد على الوسائل التكنولوجية في معظم أعماله لعدم وجود الحواجز التي تكون موجودة بسبب المكان والزمان والمستوى الوظيفي، وإتاحة مرونة أكثر في التعامل مع المعلومات والبيانات، وذلك لوجود قواعد بيانات، وإمكانية تشغيلها عن بعد وفي أي مكان، وهي متاحة للجميع، والبعض لا يعتمد عليها وذلك لوجود بعض العوائق التي تصيبها في بعض الأحيان.

(7) ما هي الآليات المعتمدة من قبل البنك؟

الجدول (3-9): يوضح الآلية التي يعتمد عليها بكثرة من قبل البنك

النسبة المئوية (%)	التكرار	الإجابة
17	02	فتح الحساب البنكي
50	06	الدفع الالكتروني
25	03	التحويلات البنكية
08	01	الاستقبال والتوجيه (موقع رسمي للدردشة)
100	12	المجموع

الشكل (3-9): يوضح الآلية التي يعتمد عليها بكثرة من قبل البنك



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

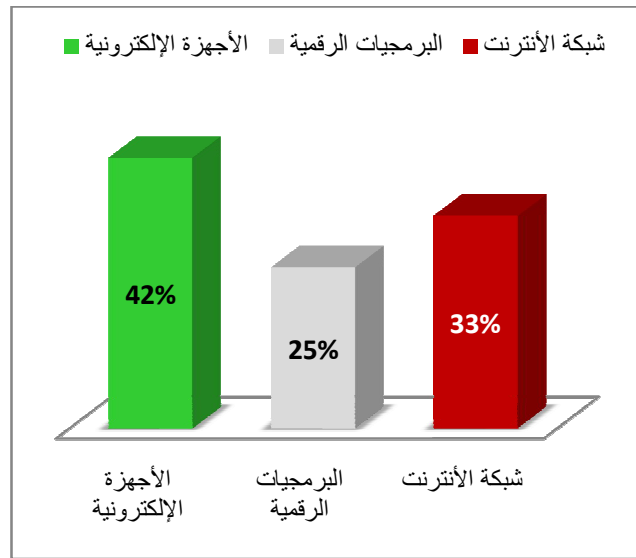
من خلال الجدول والشكل أعلاه صرح نصف العينة أي ما نسبته 50% الآلية التي يعتمد عليها بكثرة من قبل البنك الدفع الالكتروني حيث أنها خدمة مؤمنة وتضمن حقوق العميل، وتسهل الدفع عبر الانترنت بكل بساطة، توفر الوقت والجهد، أما ما نسبته 25% أكدوا أن إجراء التحويلات البنكية تعتمد بكثرة من قبل البنك، وما نسبته 17% أكدوا أنهم يقومون بفتح حساب بنكي عبر منصات البنك الرقمية، وما نسبته 08% أكدوا أنهم يتعاملون مع العملاء عن طريق الاستقبال والتوجيه من خلال موقع رسمي للدردشة.

(8) ما هي التقنية المعتمدة بكثرة من قبل البنك؟

الجدول (3-10): التقنية المعتمدة بكثرة من قبل البنك

النسبة المئوية (%)	التكرار	الإجابة
42	05	الأجهزة الإلكترونية
25	03	البرمجيات الرقمية
33	04	شبكة الأنترنت
100	12	المجموع

الشكل (3-10): التقنية المعتمدة بكثرة من قبل البنك



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

من خلال الجدول وجدنا استخدام الأجهزة الإلكترونية في المرتبة الأولى، وذلك ما أكدته النتائج الكمية، حيث بلغت ما بنسبته 42% أقروا أن الأجهزة الإلكترونية تعتبر أهم تقنية تكنولوجيا مستخدمة بكثرة في أعمال البنك، باعتبار تطبيقاتها في وظائف البنك من الوسائل الهامة الهادفة لتوفير المعلومات الدقيقة، والسريعة في الوقت والمكان المناسبين عند الحاجة إليها، فاستخدامات الأجهزة الإلكترونية من شأنها أن تسهم في عمليات توفير الحقائق والمعلومات بصورة أكثر فعالية وكفاءة، لكن من أحد العوائق تعطلها أو انقطاع الكهرباء، مما يؤثر سلبا على أداء الموظف في تقديم الخدمة للعميل، أما في المرتبة الثانية جاء استخدام شبكة الإلكترونيات بنسبة 33%،

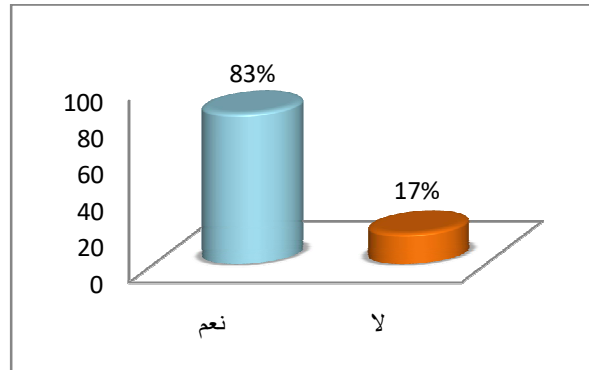
حيث يسمح بالربط بين فروع البنك المشتتة جغرافيا من أجل ضمان النقل السريع للمعلومات من المرسل للمستقبل دون قيود تنظيمية أو جغرافية، وإرسال الملحقات النصية والرسومية والصوتية، فمن خلاله يسمح للمستخدمين تبادل المراسلات بين الأفراد، إلا أنه في بعض الأحيان يكون هناك سوء تغطية الشبكة، في حين استخدام البرمجيات الرقمية بنسبة 33% لأنها تعتبر قناة من قنوات الاتصال المستعملة في نقل وتبادل الوسائل المكتوبة على نطاق جغرافي واسع بالاعتماد على اللاسلكية كونه يسمح بنقل الرسائل المكتوبة.

(9) هل تجد سهولة في استخدام وسائل التكنولوجيا ؟

الجدول (3-11): وجود سهولة في استخدام وسائل التكنولوجيا

النسبة المئوية (%)	التكرار	الإجابة
83	10	نعم
17	02	لا
100	12	المجموع

الشكل (3-11): وجود سهولة في استخدام وسائل التكنولوجيا



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

من خلال الجدول يتضح أن كل الموظفين يستعملون الوسائل التكنولوجية بكثرة، وذلك بنسبة 83% حيث

يستطيعون جمع وتصنيف المعلومات وإعدادها وتخزينها، إلا أن 17% من الموظفين أكدوا أنهم يجدون عوائق في

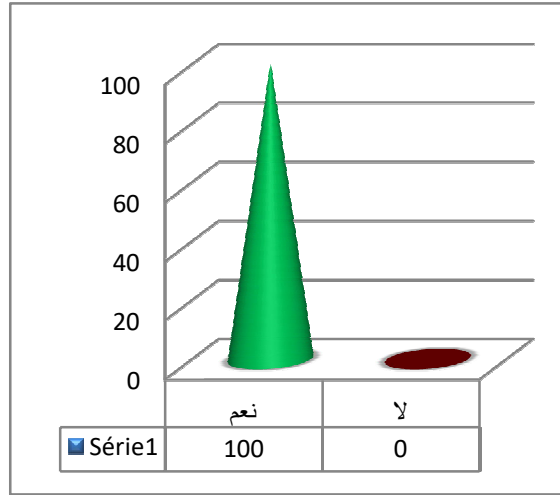
استخدام الوسائل التكنولوجية من بينها تعرضها للفيروسات، القرصنة، وتعطل الأجهزة.

10) هل شبكة الأنترنت تتوفر في جميع مكاتب البنك؟

الجدول (3-12): توفر شبكة الأنترنت في جميع مكاتب البنك

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	12	100
لا	00	00
المجموع	12	100

الشكل (3-12): توفر شبكة الأنترنت في جميع مكاتب البنك



المصدر: من إعداد الطالبتين بناءً على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

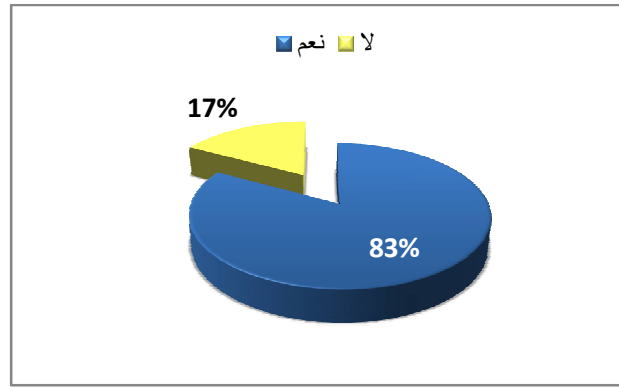
من خلال الجدول والشكل أكدوا جميع أفراد العينة بنسبة 100 %، أقرروا أن الأنترنت تتوفر في جميع مكاتب البنك، حيث تعتبر أهم وسيلة اتصال، وذلك باعتبارها شبكة خارجية، وكوسيط معلوماتي في الاتصال الفعال، حيث لاحظنا أن جميع مكاتب البنك مزودة بشبكة الأنترنت نظرا لطبيعة عملهم، وكذلك لأنها توفر الوقت والجهد، إلا أنها في بعض الأحيان تتعرض للانقطاع مما يؤثر سلبا على أداء الموظفين.

11) هل يعمل البنك باستمرار على تطوير وتحديث الأجهزة والبرمجيات والرقابة عليها؟

الجدول (3-13): يعمل البنك باستمرار على تطوير وتحديث الأجهزة والبرمجيات والرقابة عليها

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	10	83
لا	02	17
المجموع	12	100

الشكل (3-13): يعمل البنك باستمرار على تطوير وتحديث الأجهزة والبرمجيات والرقابة عليها



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

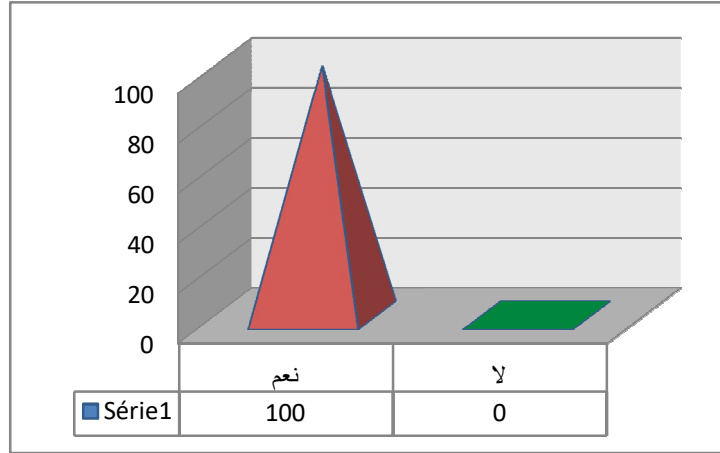
من خلال الجدول (3-13) تبين أن ما نسبته 83% من الموظفين أكدوا أن البنك يعمل باستمرار على تطوير وتحديث الأجهزة والبرمجيات والرقابة عليها، بينما 17% أن البنك لا يعمل في بعض الأحيان على تحديث الأجهزة، ولذلك لصغر حجم الوكالة، والأجهزة الحديثة تكون باهظة الثمن، وهناك أجهزة تحتاج أشخاص ذو خبرة عالية جدا لاستخدامها وإلا يتعرضون إلى الأخطاء في عملهم.

12) هل يتوفر لدى البنك قاعدة بيانات رقمية شاملة ومتاحة لجميع الوحدات والأقسام؟

الجدول (3-14): توفر لدى البنك قاعدة بيانات رقمية شاملة ومتاحة لجميع الوحدات والأقسام

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	12	100
لا	00	00
المجموع	12	100

الشكل (3-14): توفر لدى البنك قاعدة بيانات رقمية شاملة ومتاحة لجميع الوحدات والأقسام



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

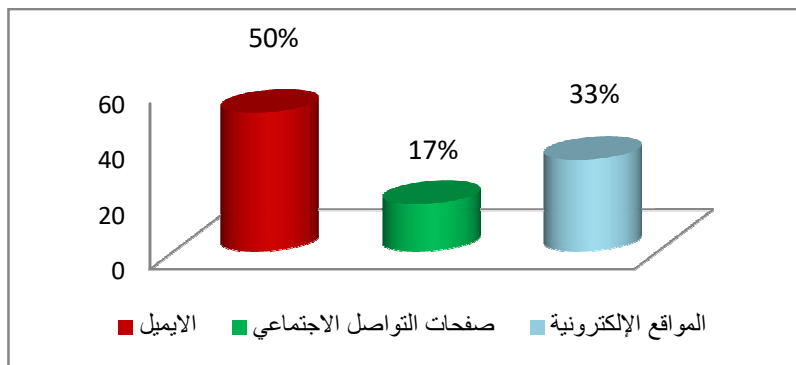
من خلال الجدول والشكل الموضح أكد جميع أفراد العينة أي ما نسبته 100% أن البنك يتوفر على البنك قاعدة بيانات رقمية شاملة ومتاحة لجميع الوحدات والأقسام.

(13) ما هي التقنية التي يعتمدها البنك للتواصل مع العملاء؟

الجدول (3-15): التقنية التي يعتمدها البنك للتواصل مع العملاء

النسبة المئوية (%)	التكرار	الإجابة
50	06	الايمل
17	02	صفحات التواصل الاجتماعي
33	04	المواقع الإلكترونية
100	12	المجموع

الشكل (3-15): التقنية التي يعتمدها البنك للتواصل مع العملاء



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

من خلال الجدول (3-15) تبين أن نصف أفراد العينة 50% صرحوا أن التقنية التي يعتمدها البنك للتواصل مع العملاء هي اليميل، و33% أقرروا أنهم يعتمدون على المواقع الالكترونية، وما نسبته 17% صرحوا أن البنك يعتمد على صفحات التواصل الاجتماعي، إلا أن هذه التقنية التي يعتمدها البنك للتواصل مع العملاء في بعض الأحيان لا توصل المعلومة إلى العميل بشكل مفهوم وواضح.

المحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية التي يوفرها البنك وكالة القرض الشعبي الجزائري 206

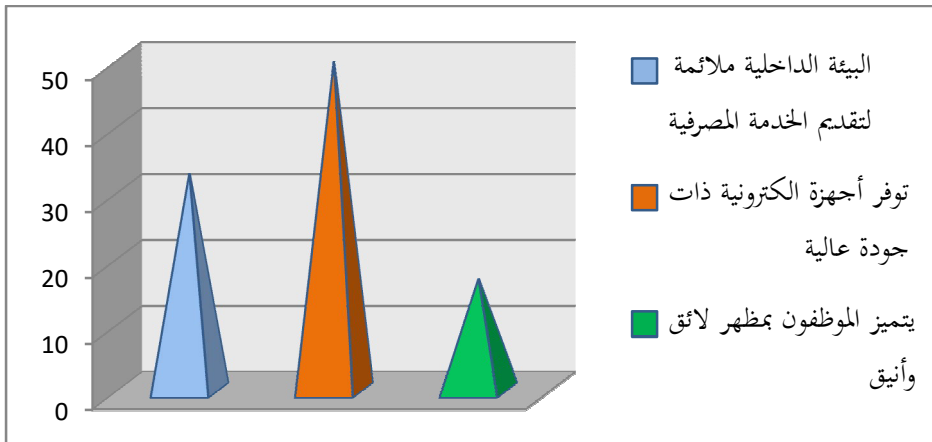
من خلال هذا المحور تم توجيه الأسئلة للعملاء مع وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة عن جودة الخدمة المصرفية التي توفرها الوكالة.

(14) ما هو سبب اختيارك للتعامل مع البنك؟ (بعد الملموسية)

الجدول (3-16): سبب اختيار لعملاء للتعامل للبنك

النسبة المئوية (%)	التكرار	بعد الملموسية
33	10	البيئة الداخلية ملائمة لتقديم الخدمة المصرفية
50	15	توفر أجهزة الكترونية ذات جودة عالية
17	05	يتميز الموظفون بمظهر لائق وأنيق
100	30	المجموع

الشكل (3-16): سبب اختيار لعملاء للتعامل للبنك



المصدر: من إعداد الطالبتين بناءً على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

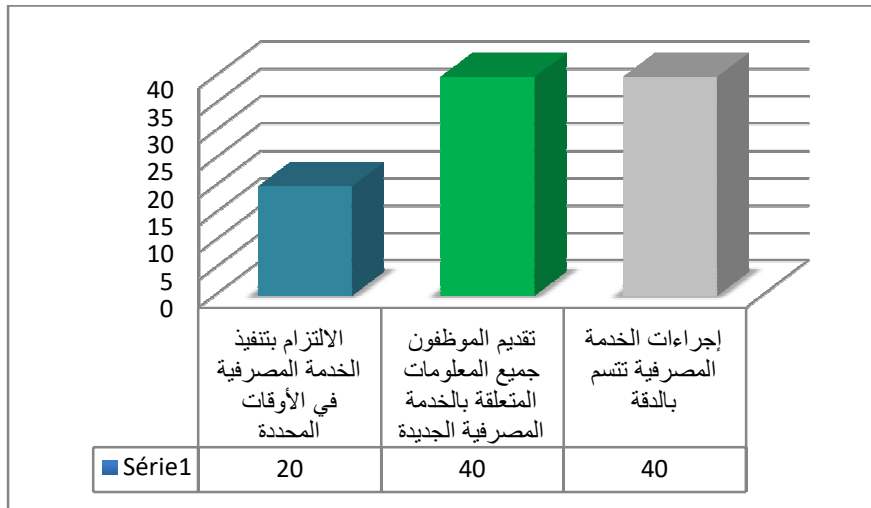
نلاحظ من الجدول أعلاه أن العبارة التي تعبر عن بعد الملموسية، حيث أخذت أعلى نسبة 50%، مما يعني أن أغلبية العملاء أكدوا أن الوكالة تتوفر على أجهزة الكترونية حديثة ذات جودة عالية، مما يساعدهم في سهولة التعامل بين الموظفين، وتقديم الخدمة بسرعة، أما ما نسبته 33% أكدوا أنهم يشعرون بالراحة أثناء فترة الانتظار، ولذلك تتوفر الوكالة على قاعات انتظار نظيفة ومكيفة، مما يعني أن البيئة الداخلية ملائمة لتقديم الخدمة المصرفية، أما ما نسبته 17% يرون أن الموظفون يتميزون بمظهر يليق بمهنتهم.

(15) لماذا تعتمد على البنك؟ (بعد الاعتمادية)

الجدول (3-17): سبب اعتماد العميل على البنك

النسبة المئوية (%)	التكرار	بعد الاعتمادية
20	06	الالتزام بتنفيذ الخدمة المصرفية في الأوقات المحددة
40	12	تقديم الموظفون جميع المعلومات المتعلقة بالخدمة المصرفية الجديدة
40	12	إجراءات الخدمة المصرفية تتسم بالدقة
100	30	المجموع

الشكل (3-17): سبب اعتماد العميل على البنك



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

نلاحظ من الجدول أعلاه من العبارات التي تعبر عن بعد الاعتمادية بنسبة متساوية 40% يؤكدون أن الموظفون يقدمون جميع المعلومات المتعلقة بالخدمة المصرفية الجديدة، وإجراءات الخدمة المصرفية تتسم بالدقة، فالموظفين يتمتعون بمهارة عالية في أداء الخدمة المصرفية، ولديهم خبرة والقدرة على أداء الخدمة الموعودة بدرجة عالية من الدقة والصحة، وعدم الوقوع في الأخطاء، مما يعكس مهارتهم وخبرتهم الميدانية، ويقدمون جميع

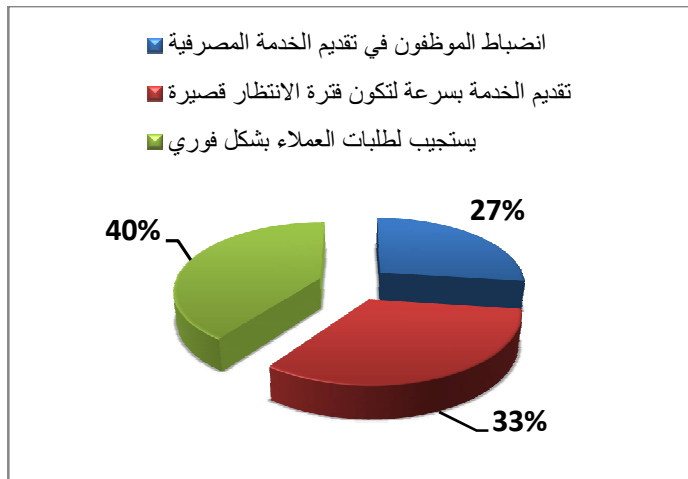
المعلومات المتعلقة بالخدمة المصرفية الجديدة، وذلك للترويج التسويقي، أما ما نسبته 20% أكدوا أن الموظفين يلتزمون بتنفيذ الخدمة المصرفية في الأوقات المحددة.

16) كيف يستجيب البنك لتلبية طلباتكم؟ (بعد الاستجابة)

الجدول (3-18): مدى استجابة البنك لطلبات العملاء

النسبة المئوية (%)	التكرار	بعد الاستجابة
27	08	انضباط الموظفون في تقديم الخدمة المصرفية
33	10	تقديم الخدمة بسرعة لتكون فترة الانتظار قصيرة
40	12	يستجيب لطلبات العملاء بشكل فوري
100	30	المجموع

الشكل (3-18): مدى استجابة البنك لطلبات العملاء



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

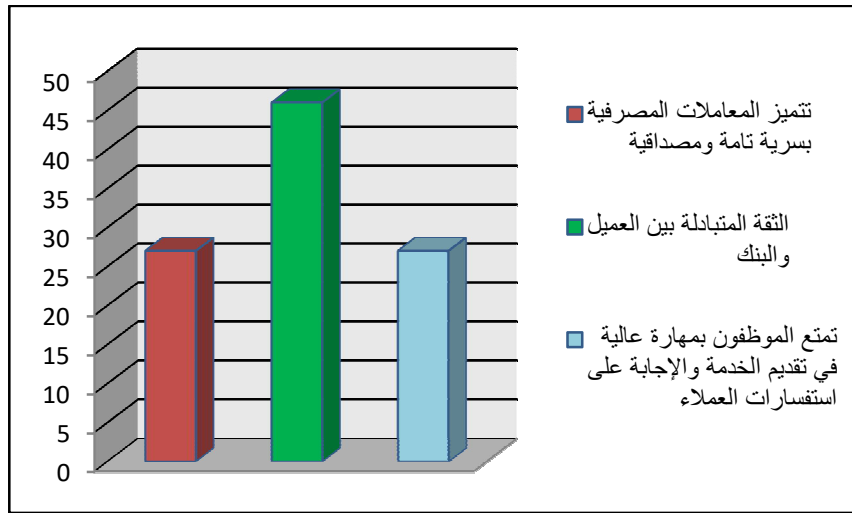
نلاحظ من الجدول أعلاه أن العبارة التي تعبر عن مؤشر الاستجابة هي أن الموظفون يستجيبون لطلبات العملاء بشكل فوري، وبالتعرف على حاجاتهم ورغباتهم وتحقيقها لهم لكسبهم وذلك بنسبة 40%، وما نسبته 33% أكدوا أن الموظفين يتمتعون بمهارة عالية في أداء الخدمة المصرفية وبالسريعة في إنجاز المهام، فتكون فترة الانتظار قصيرة، أما نسبة 27% أكدوا أن الموظفون منضبطون في تقديم الخدمة المصرفية.

(17) ما هي الميزة التي تشعرك بالأمان خلال تعاملك مع البنك؟ (بعد الأمان)

الجدول (3-19): الميزة التي تشعر العميل بالأمان خلال تعامله مع البنك

النسبة المئوية (%)	التكرار	بعد الأمان
27	08	تتميز المعاملات المصرفية بسرية تامة ومصداقية
46	14	الثقة المتبادلة بين العميل والبنك
27	08	تمتع الموظفون بمهارة عالية في تقديم الخدمة والإجابة على استفسارات العملاء
100	30	المجموع

الشكل (3-19): الميزة التي تشعر العميل بالأمان خلال تعامله مع البنك



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

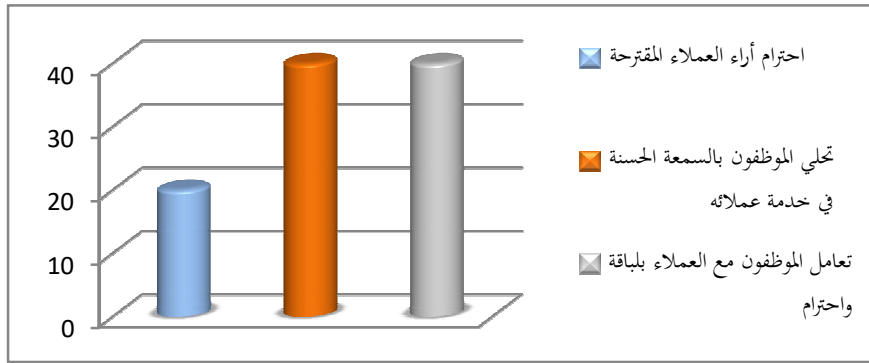
من الجدول أعلاه يلاحظ أن ما نسبته 46% صرحوا أنهم يتعاملون دائما مع الوكالة بصفة دورية، وذلك راجع لنوعية الخدمة المصرفية المناسبة لهم، والثقة المتبادلة بين الطرفين، ونسبة 27% أكدوا أن المعاملات المصرفية تتميز بسرية تامة ومصداقية، و27% أكدوا أن الموظفون يتمتعون بمهارة عالية في تقديم الخدمة المصرفية، والرد على استفساراتهم.

18) ما هو سبب تعاملك مع البنك مع العملاء؟ (بعد التعاطف)

الجدول (3-20): سبب تعامل العميل مع البنك

النسبة المئوية (%)	التكرار	بعد التعاطف
20	06	احترام آراء العملاء المقترحة
40	12	تحلي الموظفون بالسمعة الحسنة في خدمة عملائه
40	12	تعامل الموظفون مع العملاء بلباقة واحترام
100	30	المجموع

الشكل (3-20): سبب تعامل العميل مع البنك



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

ومن خلال الجدول أعلاه كل العبارات التي تعبر على بعد التعاطف، حيث أن 20% من العملاء أكدوا أن الموظفون يحترمون آراء العملاء المقترحة، ويتعاملون الموظفون مع العملاء بأساليب تستجيب لرغبات وحاجات العملاء، وحسن معاملتهم، والرد على استفساراتهم من خلال توفير المعلومة والمعرفة الكافية، واحترام اقتراحاتهم، وما نسبته 40% متساوية أكدوا أن الموظفون يتحلون بالسمعة الحسنة من خلال تقديم مستويات أداء خدماته، تكون بسرية في التعامل، وعدم الوقوع في الأخطاء، ومعاملتهم جيدة جدا وحسن استقبالهم، أكدوا أن الموظفون يقومون بتقديم الخدمات بلباقة واحترام.

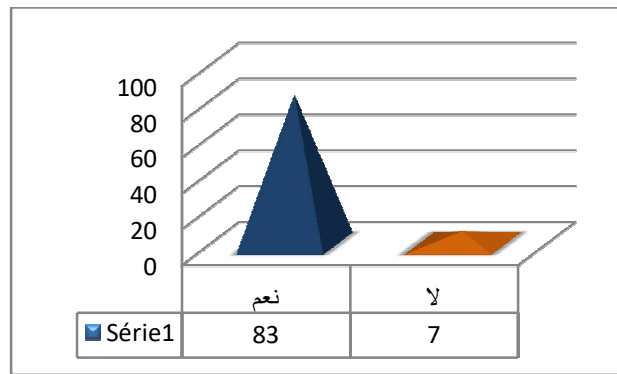
المحور الثالث: دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة
من خلال هذا المحور تم استجواب كل من موظفي البنك والعملاء معا عن دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في البنك وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة.

19) هل تعتقد أن التحول الرقمي ساهم في تقليل الوقت المستغرق في إجراء المعاملات المصرفية؟

الجدول (3-21): مساهمة التحول الرقمي في تقليل الوقت المستغرق في إجراء المعاملات المصرفية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	35	83
لا	07	07
المجموع	42	100

الشكل (3-21): مساهمة التحول الرقمي في تقليل الوقت المستغرق في إجراء المعاملات المصرفية



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

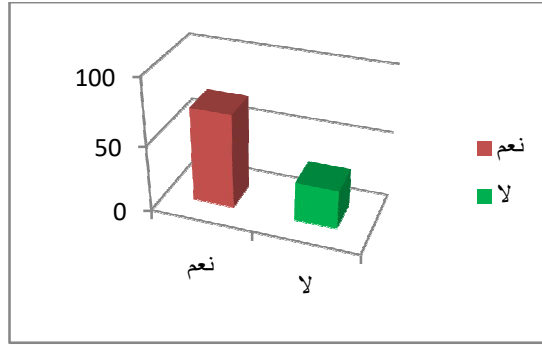
من خلال الجدول أكد ما نسبته 83% أن التحول الرقمي يساهم في تقليل الوقت المستغرق في إجراء المعاملات المصرفية، من خلال استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة والمتطورة، إلا أن ما نسبته 07% يرون أن التقنيات التكنولوجية في بعض الأحيان تستغرق وقتا طويلا في إجراء المعاملات المصرفية خاصة عند حدوث عطب أو تحول في الأجهزة أو انقطاع الكهرباء.

20) هل لاحظت تحسنا في سرعة استجابة تقديم الخدمة لاستفساراتك بعد التحول الرقمي؟

الجدول (3-22): سرعة استجابة تقديم الخدمة لاستفساراتك بعد التحول الرقمي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	30	71
لا	12	29
المجموع	42	100

الشكل (3-22): سرعة استجابة تقديم الخدمة لاستفساراتك بعد التحول الرقمي



المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

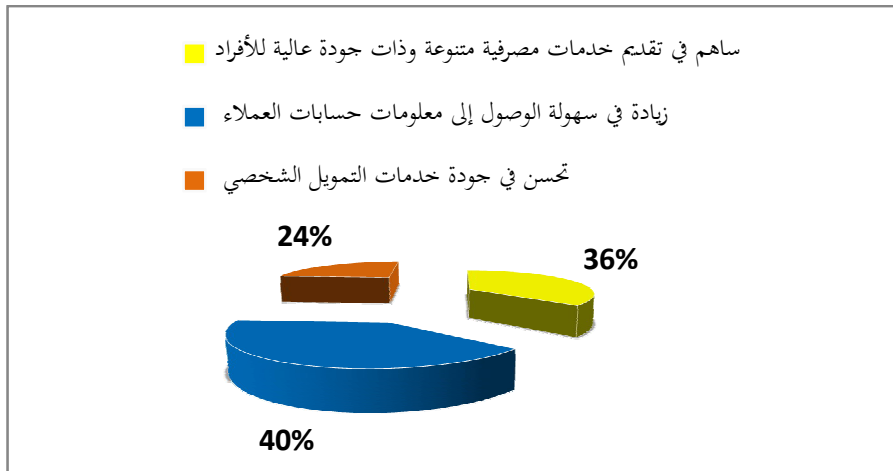
من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب أفراد العينة ما نسبته 71% أن هناك سرعة استجابة في تقديم الخدمة عند الاستفسار بعد التحول الرقمي، وأكدوا ما نسبته 29% أن سرعة استجابة تقديم الخدمة عند الاستفسار في بعض الأحيان تكون ليست سريعة وذلك لوجود بعض العوائق المذكورة سابقاً.

(21) كيف زاد التحول الرقمي من قدرة البنك على التكيف مع احتياجات العملاء؟

الجدول (3- 23): زيادة التحول الرقمي من قدرة البنك على التكيف مع احتياجات العملاء

النسبة المئوية (%)	التكرار	الإجابة
36	15	ساهم في تقديم خدمات مصرفية متنوعة وذات جودة عالية للأفراد
40	17	زيادة في سهولة الوصول إلى معلومات حسابات العملاء
24	10	تحسن في جودة خدمات التمويل الشخصي بفضل التحول الرقمي
100	42	المجموع

الشكل (3- 23): زيادة التحول الرقمي من قدرة البنك على التكيف مع احتياجات العملاء



المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

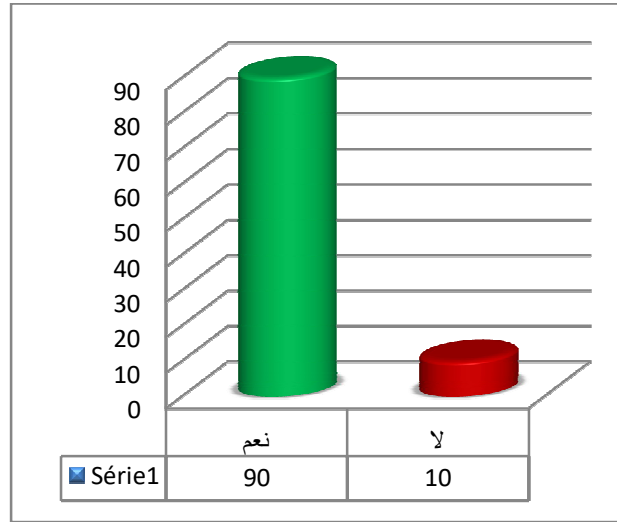
من خلال الجدول أعلاه أكد ما نسبته 40% من أفراد العينة أن التحول الرقمي أثر على قدرة البنك على التكيف مع احتياجات العملاء من خلال زيادة في سهولة الوصول إلى معلومات حسابات العملاء بفضل التحول الرقمي، وأكد ما نسبته 36% أن التحول الرقمي ساهم في تقديم خدمات مصرفية متنوعة وذات جودة عالية للأفراد، وما نسبته 24% أكدوا أن التحول الرقمي يحسن في جودة خدمات التمويل الشخصي.

22) هل تجد أن التحول الرقمي قد ساعد في تحسين تجربة المستخدم في تطبيقات البنوك؟

الجدول (3-24): مدى تحسين التحول الرقمي تجربة المستخدم في تطبيقات البنوك

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	38	90
لا	04	10
المجموع	42	100

الشكل (3-24): مدى تحسين التحول الرقمي تجربة المستخدم في تطبيقات البنوك



المصدر: من إعداد الطالبتين بناءً على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

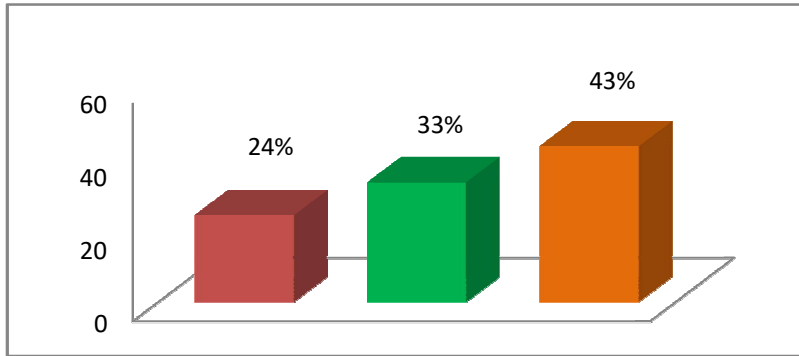
من خلال الجدول أعلاه تبين أن 38% من أفراد العينة أقرروا أن التحول الرقمي حسن من تجربة المستخدم في تطبيقات البنوك، وذلك للمميزات الإيجابية التي يتميز بها، وأكد ما نسبته 10% أن التحول الرقمي لا يحسن من تجربة المستخدم في تطبيقات البنوك.

(23) ما هو السبب الذي أدى إلى تقديم التحويل الرقمي خدمات بنكية أكثر شمولاً؟

الجدول (3-25): السبب الذي أدى إلى تقديم التحويل الرقمي خدمات بنكية أكثر شمولاً

النسبة المئوية (%)	التكرار	الإجابة
24	10	الاستفادة من خدمات التحويل المالي الرقمي المتاحة في البنوك
33	14	جودة خدمات تمويل المشاريع بفضل التحويل الرقمي
43	18	مساهمة التحويل الرقمي في تحسين إجراءات فتح الحسابات البنك بسرعة
100	42	المجموع

الشكل (3-25): السبب الذي أدى إلى تقديم التحويل الرقمي خدمات بنكية أكثر شمولاً



المصدر: من إعداد الطالبين بناءً على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

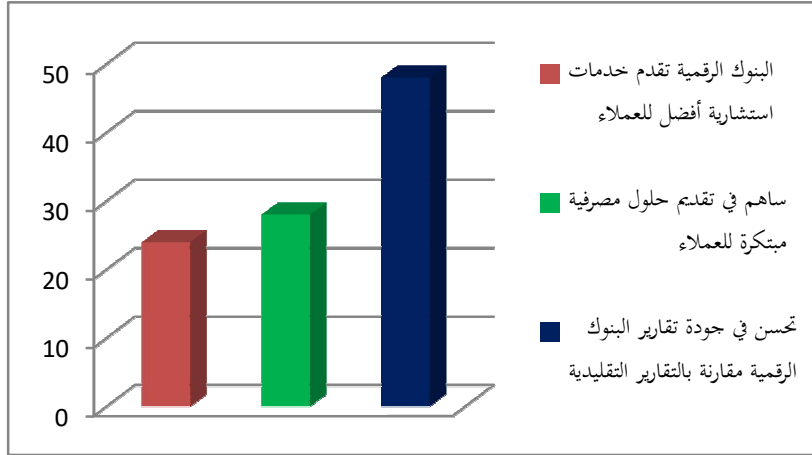
من خلال الجدول والشكل أعلاه تبين أن ما نسبته 43% أن السبب الذي أدى إلى تقديم التحويل الرقمي خدمات بنكية أكثر شمولاً هو مساهمة التحويل الرقمي في تحسين إجراءات فتح الحسابات البنك بسرعة، وما نسبته 33% أكدوا أن التحويل الرقمي يعمل على تحسين جودة خدمات تمويل المشاريع، وما نسبته 24% أكدوا أنهم من خلال التحويل الرقمي يعمل على الاستفادة من خدمات التحويل المالي الرقمي المتاحة في البنوك.

(24) ما مدى مساهمة التحويل الرقمي في تقديم خدمات مصرفية أكثر ملاءمة للعملاء؟

الجدول (3-26): مدى مساهمة التحويل الرقمي في تقديم خدمات مصرفية أكثر ملاءمة للعملاء

النسبة المئوية (%)	التكرار	الإجابة
24	10	البنوك الرقمية تقدم خدمات استشارية أفضل للعملاء
28	12	التحويل الرقمي ساهم في تقديم حلول مصرفية مبتكرة للعملاء
48	20	تحسن في جودة تقارير البنوك الرقمية مقارنة بالتقارير التقليدية
100	42	المجموع

الشكل (3-26): مدى مساهمة التحول الرقمي في تقديم خدمات مصرفية أكثر ملاءمة للعملاء



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

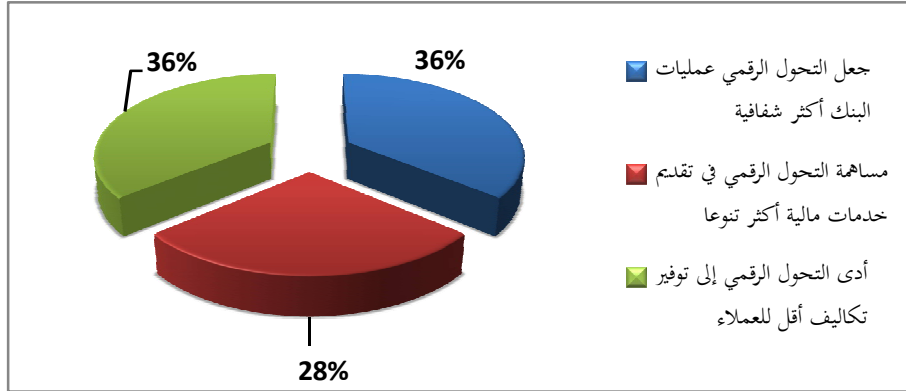
من خلال الجدول والشكل تبين أن ما نسبته 48% أكدوا أن التحول الرقمي يساهم في تقديم خدمات مصرفية أكثر ملاءمة للعملاء، حيث يحسن في جودة تقارير البنوك الرقمية مقارنة بالتقارير التقليدية، وما نسبته 28% أكدوا أن التحول الرقمي يساهم في تقديم حلول مصرفية مبتكرة للعملاء، وما نسبته 24% أكدوا أن البنوك الرقمية تقدم خدمات استشارية أفضل للعملاء.

25) كيف ساهم التحول الرقمي في تحسين جودة خدمة العملاء في البنك؟

الجدول (3-27): مساهمة التحول الرقمي في تحسين جودة خدمة العملاء في البنك

النسبة المئوية (%)	التكرار	الإجابة
36	15	جعل التحول الرقمي عمليات البنك أكثر شفافية
28	12	مساهمة التحول الرقمي في تقديم خدمات مالية أكثر تنوعا
36	15	أدى التحول الرقمي إلى توفير تكاليف أقل للعملاء
100	42	المجموع

الشكل (3-27): مساهمة التحول الرقمي في تحسين جودة خدمة العملاء في البنك



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على النتائج المتحصل عليها والاستبيانات المسترجعة.

من خلال الجدول أعلاه تبين أن ما نسبته 36% بنسب متساوية أكدوا أن التحول الرقمي يساهم في تحسين جودة خدمة العملاء في البنك من خلال جعله عمليات البنك أكثر شفافية، وأدى إلى توفير تكاليف أقل للعملاء، وأكدوا ما نسبته 28% يساهم في تقديم خدمات مالية أكثر تنوعا.

خلاصة الفصل الثالث

لقد تم التطرق في هذا الفصل إلى الدراسة الميدانية، حيث أننا قمنا بالتعرف على واقع في وكالة القرض الشعبي الجزائري 206 بالقالة بأخذ لمحة عامة عنها من خلال التطرق لنشأتها وتعريفها ووظائفها، والهيكل التنظيمي بها وأهم تطبيقات التحول الرقمي بها من خلال تناول أهم الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف الوكالة، ثم الإجراءات والأدوات المنهجية المستخدمة في الدراسة، وذلك بتحليل بيانات الاستبيان انطلاقاً من الملاحظة والمقابلة.

من خلال الدراسة الميدانية اتضح أن تعد وكالة رائدة في التحول الرقمي بالجزائر، التي تشهد تطوراً مذهلاً في هذا المجال، حيث تقترح تشكيلة واسعة من الخدمات المصرفية من خلال استخدام وسائل وتقنيات حديثة ومتطورة، وقد اكتسبت الوكالة هذه المكانة من خلال التحول الرقمي الذي يتماشى مع تطلعات الزبائن ويساعد الموظفون في وظائفهم، مما يساهم التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وبالتالي تحقيق الأهداف المرجوة للوكالة.

الخاتمة

إن للبنوك دورا قويا وفعالا في تأثيرها على عملية تطوير المنتجات المصرفية، وهي تشكل دافعا واضحا لتطوير هذه المنتجات، حيث أدركت أن زيادة قدرتها التنافسية، وتعزيز أوضاعها في السوق لا يكون إلا بتقديم خدمات متنوعة ومتطورة ذات جودة عالية، والتي لا تتحقق إلا بتوفر المعلومات عن مستويات الجودة من منظور العملاء، ومحاولة قياس مدى إدراكهم لجودة الخدمة المصرفية وتقييمهم لها، الأمر الذي يستلزم ضرورة تطور النظام البنكي، وأن يتماشى مع تطورات التحول الرقمي من خلال تطبيق المعلوماتية، وتوفير قاعدة معلومات تساعد البنوك في تحقيق جودة التعامل مع العملاء، والرفع من أداء خدماتها.

حيث تناولت دراستنا موضوع دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في البنوك التجارية، حيث يعتبر التحول الرقمي ودوره في تحسين جودة الخدمة المصرفية من المواضيع التي تصدرت اهتمام الباحثين لكونها من المواضيع الحديثة والمعاصرة، واشتملت الدراسة على جانبين هما الجانب النظري واشتمل على فصلين الأول بعنوان الإطار النظري للتحول الرقمي في البنوك، والفصل الثاني بعنوان الأسس النظرية لجودة الخدمة في البنوك التجارية، أما الفصل التطبيقي تم التطرق فيه لدراسة حالة القرض الشعبي الجزائري وكالة 206 بالقالة، تبين من خلال الدراسة أن التحول الرقمي له دور فعال في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية.

1) نتائج الدراسة النظرية:

من خلال دراستنا توصلنا إلى مجموعة من النتائج النظرية وهي النتائج العامة التي توصلنا إليها من خلال الجانب النظري ويمكن حصرها فيما يلي:

- التحول الرقمي هو الاستثمار في الفكر وتغيير السلوك إحداث تحول جذري في طريقة العمل، عن طريق الاستفادة من التطور التقني الكبير الحاصل لخدمة المستفيدين بشكل أوسع،
- يرمي التحول الرقمي إلى تحقيق العديد من الأهداف منها اختصار الإجراءات الإدارية، الاستخدام الأمثل للطاقات البشرية وزيادة الإنتاجية وخفض التكلفة في الأداء،
- توضح أدبيات الإدارة إلى اختلاف نماذج التحول الرقمي من المنظمة التقليدية إلى المنظمة الرقمية،
- تعددت وتنوعت التقنيات المستخدمة في التحول الرقمي تقنيات تستخدم في الحصول على البيانات وتخزين البيانات، ومجموعة تقنيات الاتصال والمبيعات،
- هناك العديد من الآليات للوصول لتطوير وتحديث البنوك نحو التحول الرقمي وتقليل المخاطرة استخدام أدوات وتكنولوجيات التحليلات الرقمية المتعددة، ومعالجة وتخزين وتحميل وتوزيع المعرفة والبصائر الرقمية المستنبطة،
- تتمثل المجالات الرئيسية للتحول الرقمي في القطاع المصرفي (تجربة العملاء - العمليات الداخلية - نماذج الأعمال - تجربة الموظف) أكثر عمومية وشمولية للبنك والعملاء،
- أصبح التحول الرقمي من الضروريات بالنسبة لكافة البنوك التي تسعى إلى التطوير وتحسين خدماتها وتسهيل وصولها للمستفيدين،

- تتجه البنوك إلى التحول الرقمي والاستفادة من الذكاء الصناعي وسلسلة Block chan والتطبيقات الذكية في تسهيل وتسريع العمليات البنكية،
- البنوك التجارية مؤسسة مالية وسيطية، وظيفتها الأساسية قبول الودائع الجارية والتوفير لكل من الأفراد،
- جودة الخدمة عبارة عن مقياس لمستوى الخدمة المقدمة للعملاء مقارنة مع توقعات العملاء،
- المعايير التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمة المصرفية تلك التي يحددها المستخدم من الخدمة، وهي: الاعتمادية، الملموسية، الثقة، فهم ومعرفة حاجات الزبون، الأمان والتعاطف،
- والهدف من سعي البنوك عامة من تطوير خدماتها الإلكترونية والرقمية هو مواكبة التطورات الهائلة والسريعة في عالم التكنولوجيا وثورة الاتصالات الكبيرة التي يشهدها الاقتصاد، وتحقيق جودة في الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.

(2) نتائج الدراسة التطبيقية:

- من خلال الدراسة التي تم القيام بها لهذا الموضوع، والتعمق فيه واستنادا للمعطيات السابقة للدراسة، وبالتركيز على الاستمارة الموجهة إلى العاملين والعملاء تم التوصل إلى النتائج التطبيقية:
- يعتمد الموظفون في البنك على الوسائل التكنولوجية في أداء المهام الموجهة لهم،
- الآلية المعتمدة من قبل البنك بكثرة الدفع الإلكتروني،
- الأجهزة الإلكترونية تعتبر أهم تقنية تكنولوجيا مستخدمة بكثرة في أعمال البنك،
- وجود عوائق في بعض الأحيان عند استخدام الوسائل التكنولوجية من بينها تعرضها للفيروسات، القرصنة، وتعطل الأجهزة،
- عمل البنك باستمرار على تطوير وتحديث الأجهزة والبرمجيات والرقابة عليها،
- يتوفر لدى البنك قاعدة بيانات رقمية شاملة ومتاحة لجميع الوحدات والأقسام،
- يساهم التحول الرقمي في تقليل الوقت المستغرق في إجراء المعاملات المصرفية،
- زاد التحول الرقمي من قدرة البنك على التكيف مع احتياجات العملاء،
- اتصال العملاء مع مزودي الخدمة يتم عبر البرمجيات والأجهزة والمعدات، مما قلص من احتمالات المواجهة الشخصية المباشرة أو التأخر في الاستجابة،
- وجود علاقة تفاعلية بين الموظفين والعملاء التي تتم في وقت وجيز وعلى مدار اليوم وبدون توقف، حيث تحكمها نماذج أعمال رقمية،
- الخدمات المصرفية اتسع نطاقها، وصارت تتم على مستوى الوطن وذلك لاستخدام التقنيات الحديثة كالأترنت،
- تعامل الموظفين بسرية تامة ودقة في تقديم الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، وثقة عالية في استخدام المعلومات، مما يشعر العميل بالأمان،

- سرعة رد الموظفين على شكاوي وطلبات العملاء، وذلك ما يؤدي إلى عدم اختصار فترة انتظار العميل للحصول على الخدمة.

(3) اختبار فرضيات الدراسة:

توصلنا إلى نتائج اختبار الفرضيات وهي كما يلي:

■ بالنسبة للفرضية الأولى:

يقصد بالتحول الرقمي في البنوك عملية تطوير تقني وتنظيمي وثقافي معقدة تقوم بها البنوك لتلبية احتياجات عملائها المتغيرة والتكيف مع متطلبات موظفيها عبر الاستفادة من القدرات الرقمية لبناء نماذج أعمال مصرفية وابتكار خدمات مصرفية جديدة، أما جودة الخدمات عبارة عن مقياس لمستوى الخدمة المقدمة للعملاء مقارنة مع توقعات العملاء. (فرضية محققة).

■ بالنسبة للفرضية الثانية:

ترتبط بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية علاقة طردية، حيث أن كل منهما يؤثر على الآخر. (فرضية محققة).

■ بالنسبة للفرضية الثالثة:

ساهم التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية في العلاقة التي تربط بين التحول الرقمي وجودة الخدمات المصرفية، حيث كلما توفرت الوسائل التكنولوجية الحديثة كلما كانت الخدمة المقدمة ذات جودة وكفاءة، فوجود التقنية المناسبة يساهم في تقديم خدمة تيسر التواصل بين كل من العاملين والعملاء. (فرضية محققة).

(4) اقتراحات وتوصيات الدراسة:

على ضوء النتائج المتحصل عليها من الدراسة، وباعتبار أن للتحول الرقمي دور كبير في تحسين جودة الخدمات في البنوك التجارية، يمكن تقديم جملة من المقترحات والتوصيات التي يتوجب على الموظفون والبنك التحلي بها نذكر منها الآتي:

- تعزيز تطبيق التحول الرقمي بالقطاع المصرفي كله،
- التوسع في إنشاء الفروع الرقمية للمصارف،
- رفع كفاءة الموظفين رقمياً والتدريب المستمر على التعامل الرقمي مع الخدمات الرقمية والعملاء،
- التوسع في الاستثمار في برمجيات الأمن الإلكتروني ومنع القرصنة وحماية الشبكات المصرفية،
- توجيه العملاء إلى استخدام الخدمات الإلكترونية المصرفية عوضاً عن الطرق التقليدية،

- تطوير نظم آلية تقوم بالرد المباشر على العميل من خلال الموقع الإلكتروني،
- الاهتمام بسرعة الاستجابة لمشاكل العملاء والمرسلة عبر الموقع الإلكتروني،
- تثقيف العميل بإجراءات الأمان المتبعة لدى البنك مما يحافظ على سرية بياناته،
- الاهتمام بإجراءات الأمان الخاصة بتعاملات البنك (حماية من الفيروسات و منع الاختراقات)،
- العمل على صيانة الصرافات الآلية، مما يسهل استخدامها ويزيد من سرعة أداؤها،
- ضرورة إجراء أهم الخدمات الإلكترونية المصرفية بأقل الرسوم على العميل، مثل البطاقات الائتمانية والرسائل النصية،
- ضرورة أن تقوم البنوك بإجراء دراسات وبحوث دورية لمساعدتها على تطوير قدراتها، والتعرف على آراء العملاء ومدى رضاهم عن الخدمات المقدمة لهم، وكيفية تطوير هذه الخدمات بما يتناسب مع احتياجاتهم،
- الحرص على أن تكون تلك الخدمات مجانية وسهلة الاستخدام لتلائم جميع متطلبات العملاء،
- متابعة البنك مقدم الخدمة المصرفية المستجندات في عالم التقنية، وأن يتم تحسين الصورة الكاملة عن الخدمات الإلكترونية المصرفية من قبل البنوك،
- نشر ثقافة التحول الرقمي بين الموظفين وذلك بمشاركة الموظفين في عمليات التحول الرقمي - وتطوير مهاراتهم في مجال التقنيات الرقمية.

(5) أفاق الدراسة:

- بالرغم من الجهود المبذولة خلال السنة لإثراء الموضوع أكثر، إلا أنه من الطبيعي أن لا يتم الإلمام بجميع عناصر الموضوع، يبقى المجال مفتوح للباحثين في هذا الموضوع، إذ بقيت الكثير من النقاط تستحق التوضيح والدراسة بشكل أعمق، وعليه نقوم باقتراح الأفاق الواجب التطرق إليها مستقبلاً:
- قياس مستوى جودة الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية الجزائرية،
 - استخدام التقنيات الرقمية في قياس جودة الخدمة المصرفية،
 - دراسة العوائق التي تعيق البنوك من خلال استخدامها للتقنيات التكنولوجية الحديثة،
 - دراسة أشمل للعوامل المؤثرة على جودة الخدمات المصرفية باستخدام التحول الرقمي،
 - إجراء دراسة مقارنة بين البنوك التجارية التقليدية والبنوك التجارية الرقمية.

وفي الختام نرجو من الله عز وجل أن نكون قد وفقنا، ولو بقدر ضئيل في الإلمام بمحتويات موضوع الدراسة في سبيل إكمال الرسالة العلمية، مع تقديم اعتذارنا عن أي خطأ أو تقصير في هذا العمل المتواضع.

ونلتمس من أساتذتنا الكرام والمشرفين على البحث العلمي التوجيه والنقد، وهذا يشكل حافزاً ويزيد من حصولنا على معلومات أكثر لمواصلة المشوار، وتجنب الأخطاء مرة أخرى.

قائمة المصادر

والمراجع

أولا : الكتب

1. باللغة العربية:

- أحمد عظمي، منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، الدار الجامعية للنشر، الجزائر، 2009.
- أمينة عثمانية، تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه حديث لتعزيز تنافسية منظمات الأعمال - المفاهيم الأساسية للذكاء الاصطناعي -، الطبعة الأولى، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والاقتصادية، الطبعة الأولى، جامعة عنابة، الجزائر، 2019.
- بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ط01، دار وائل للنشر، الأردن، 2015.
- حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط02، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، 1997.
- حسين مصيلحي، التحول الرقمي - الإطار المستقبلي لنظم وتكنولوجيا المعلومات -، دار الكتب والوثائق القومية، مصر، 2020.
- زيد منير عبوي، إدارة التغيير والتطوير، دار كنوز للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2007.
- شاکر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 4، الجزائر، 2008.
- شاکر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 5، الجزائر، 2011.
- طارق عبد العال حماد، التجارة الإلكترونية المفاهيم، التجارب، التحديات، الأبعاد التكنولوجية والمالية والتسويقية والقانونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008.
- الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة 4، الجزائر، 2005.
- عبد الحي ورمضان، أسس الخدمة الاجتماعية الطبية والتأهيل، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006.
- عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، جامعة القدس المفتوحة، القدس، 1997.
- عصام حسن أحمد، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
- فايز جمعة صالح النجار وآخرون، أساليب البحث العلمي - منظور تطبيقي -، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.

- فايز جمعة النجار وآخرون، أساليب البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، د.س.
- فوزي عبد الخالق، علي إحسان شوكت، طرق البحث العلمي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2014.
- محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2006.
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط03، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 2004، ص110.
- محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، الأردن، 2006.
- محمد مصطفى نعمات، إدارة البنوك، الابتكار للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، الأردن، 2017.
- مروان عبد الحميد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط 01، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
- نور الدين لعجاج، المعلومات الآلي للسنة الأولى من التعليم الثانوي، الطبعة الأولى، الديوان الوطني للمطبوعات المدرسية، الجزائر، 2005.
- ثانياً: المجلات والدوريات العلمية
- 1. باللغة العربية:**
- أبوبكر خوالد، قياس مدى توافر جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية – دراسة حالة البنك الجزائري BNA بعنابة -، المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، المجلد 03، العدد 03، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2017.
- أسامة محمد التابعي الدنون، تأثير التحول الرقمي على الأداء المالي للبنوك المصرية – دراسة حالة بنك مصر -، المجلة العلمية للدراسات المحاسبية، المجلد 04، العدد 02، مصر، 2022.
- أسر أحمد خميس، أثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 02، العدد 02، الجزء 03، كلية التجارة، جامعة دمياط، 2021.
- إسماعيل مراد، عبد العزيز عبدوس، قياس مستوى جودة الخدمات الهاتفية النقالة بالنموذج ServPerf دراسة حالة مؤسسة موبيليس، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 03، العدد 01، المركز الجامعي لعين تموشنت، الجزائر، 2017.

- أشرف عبد الرحمن محمد عبد الرحمن، أثر تطبيق التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية - دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري -، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد 13، العدد 02، جامعة القاهرة، مصر، 2022.
- أمينة حسني، آفاق التحول الرقمي، دراسات اقتصادية، المجلد 16، العدد 02، جامعة عنابة، الجزائر، 2022.
- أمينة حسيني، آفاق التحول الرقمي في الجزائر - دراسات اقتصادية -، المجلد 16، العدد 02، جامعة عنابة، عنابة، الجزائر، 2022.
- جميلة سلامي، يوسف بوشي، التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر، مجلة العلوم القانونية والسياسية، المجلد 10، العدد 02، جامعة تيارت، الجزائر، 2019.
- خديجة قوادرية وآخرون، دور البنوك التجارية في تمويل التنمية الاقتصادية، مجلة التحولات الاقتصادية، المجلد 02، العدد 01، تيبازة، الجزائر، 2022.
- خليل اللواح، التحول الرقمي في زمن الجائحة، مجلة البوغاز للدراسات القانونية والقضائية، العدد 07، دار الآفاق المغربية، الرباط، المغرب، 2020.
- خولة مرسي، هاجر موساوي، تطبيق التحول الرقمي كآلية لتحسين أداء البنوك - دراسة حالة بنك متعدد الجنسيات -، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 06، العدد 01، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر، 2023.
- ربيع زروالي، مهدي جابر، التحول الرقمي كآلية لتفعيل عملية التغيير التنظيمي في البنوك التجارية - دراسة ميدانية لعينة من البنوك التجارية بعين البيضاء بأم البواقي -، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 06، العدد 01، جامعة محمد الشريف مساعدي، سوق أهراس، الجزائر، 2022.
- رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الإنترنت وجودة الخدمة المصرفية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 08، جامعة خيضر، بسكرة، الجزائر، 2005.
- سارة خرشي، أحمد المهدي الزواوي، التكنولوجيا الاتصالية في خدمة التعليم: تطبيقات الذكاء الاصطناعي وتعليم ذوي الاحتياجات الخاصة، المجلد 06، العدد 04، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، ديسمبر 2021.

- سناء راهب، حليلة شابي، أثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية الجزائرية - دراسة حالة البنوك التجارية لولاية الطارف -، مجلة الاقتصاد الصناعي (خزارتك)، المجلد 13، العدد 01، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2023.
- شروق حدوش، محمد شهيدي، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا العميل - دراسة حالة الصندوق الوطني لتوفير والاحتياط -، مجلة الابتكار والتسويق، العدد 03، جامعة تلمسان، الجزائر، 2016.
- شعبان فراح، جودة الخدمات البنكية بين تحقيق فعالية الأداء وتعزيز القدرات التنافسية - دراسة حالة البنك الوطني وكالة سيدي بلعباس -، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد 05، العدد 01، سيدي بلعباس، الجزائر، 2018.
- صبرينة سيدي صالح، الإجراءات المنهجية لبناء الاستبيان والتحقق من صلاحيته، مجلة دراسات، المجلد 11، العدد 01، جامعة محمد لمين دباغين، جامعة سطيف 02، الجزائر، 2022.
- صبيرة سعدي، صليحة فلاق، تكنولوجيا البلوك تشين كمدخل لدعم نشاط شركات التأمين وتعزيز الشمول المالي، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر، 2022.
- طلق عوض الله السواط، أثر التحول الرقمي على كفاءة الأداء الأكاديمي - حالة دراسية لهيئة أعضاء التدريس بجامعة الملك عبد العزيز -، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 43، 2022.
- عبد الأمير عبد الحسين شياع، أثر عناصر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على سلوك الزبائن في اختيار المصارف التجارية، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمالية، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد 03، العدد 10، جامعة بغداد، العراق، 2014.
- عبد الرحيم وهبية، تكنولوجيا التأمين كمستقبل لصناعة التأمين، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 08، العدد 01، المركز الجامعي لتامنغست، تمنراست، الجزائر، 2018.
- عبد القادر بريش، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات إفريقيا، المجلد 02، العدد 03، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2005.
- عبد القادر كموم، تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 29، تخصص تسويق العمليات المصرفية والمالية، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2018.
- العربي تيقاوي، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية من منظور العملاء - دراسة ميدانية تحليلية -، مجلة الحقيقة، العدد 36، جامعة أدرار، أدرار، الجزائر، 2015.

- عمر علي بابكر الطاهر، نزار بن عبدالله، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء - دراسة ميدانية المصارف التجارية بمحافظة الدرب المملكة العربية السعودية -، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 14، المملكة العربية السعودية، 2019.
- فتيحة ملياني، البيانات الضخمة - الفرص والتحديات -، مجلة أبحاث كمية ونوعية في العلوم الاقتصادية، المجلد 01، العدد 02، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2019.
- لمين علوطي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة، مجلة علوم إنسانية، السنة السادسة، العدد 38، 2008.
- محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، المجلد 09، العدد 09، دار المنظومة، الجزائر، 2017.
- المنتدى العربي للمدن الذكية، تقرير التكنولوجيا والابتكار 2021 - مؤشر جاهزية الدول لتبني التكنولوجيا الرائدة -، مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)، الأمم المتحدة، جنيف، 2021.
- نجلاء أحمد يس، متطلبات التحول الرقمي لمؤسسات المعلومات العربية، مجلة المكتبات والمعلومات، عضو اتحاد الناشرين الليبيين، العدد 13، دار النخلة للنشر، طرابلس، ليبيا، 2015.
- نور الهدى عبادة، شبكات التواصل الاجتماعي والعلاقات الاجتماعية: الفرص والتحديات، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 08، العدد 26، جامعة الجزائر، الجزائر، 2016.
- هجيرة شيخ، دور الذكاء الاصطناعي في إدارة علاقة الزبون الإلكتروني للقرض الشعبي الجزائري، المجلد 10، العدد 02، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسبية بن بوعلوي، الشلف، الجزائر، جوان 2018.
- وداد هارون أحمد محمد أرياب، واقع توظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعة محتوى بالمؤسسات الصحفية السودانية - دراسة ميدانية (التحديات وافاق المستقبل)، المجلة المصرية لبحوث، المجلد 21، العدد 02، الجامعة القاسمية، إمارة الشارقة، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2022.

- ثالثا : الأطروحات والمذكرات الأكاديمية
- إلهام عطاوي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء البنوك: دراسة ميدانية، أطروحة دكتوراه، تخصص مالية، جامعة الجيلالي الياصب، سيدي بلعباس، الجزائر، 2015.
- بدر الدين مجدوب، منظومة الحوافز وعلاقتها بالرضا الوظيفي لدى أساتذة الجامعة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، تخصص علم الاجتماع والديموغرافيا، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، الجزائر، 2019.
- جابر حمدان العجمي، دور الإبداع التسويقي في تحسين جودة الخدمات المصرفية: دراسة ميدانية في البنوك التجارية الكويتية، مذكرة ماجستير، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
- حسبية العربي، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2016/2015.
- حياة نجار، إدارة المخاطر المصرفية وفق اتفاقيات بازل (دراسة واقع البنوك التجارية العمومية الجزائرية)، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2014/2013.
- رفاة لخلوح، رهام زين الدين، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة النجاح الوطنية، نابلس، ليبيا، 2016.
- سليم مفاتيح، أثر التحول الرقمي على كفاءة وأداء القطاع البنكي - دراسة حالة عينة من البنوك بولاية المسيلة -، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، تخصص تسويق مصرفي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2021 - 2022.
- صالح عبد الله، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة سطيف، الجزائر، 2014/2013.
- عائشة بوسطة، أثر التسويق بالعلاقات في تحقيق جودة خدمة العملاء، مذكرة ماجستير، تخصص التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2011/2010.
- فاطمة الزهراء فرحات، دور التحول الرقمي في تحسين أداء وظائف العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2019-2020.

- فرح بن سالم، أثر كفاية رأس المال وفقا لمقررات بازل على ربحية البنوك التجارية - دراسة عينة من البنوك التجارية -، أطروحة دكتوراه، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر، 2022/2021.
- فضيلة شيروف، أثر التسويق الالكتروني، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009.
- فيروز قطاف، التسويق البنكي بين النظرية والتطبيق - دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري -وكالة بسكرة -، رسالة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، فرع إدارة أعمال، جامعة ورقلة، الجزائر، 2002.
- فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية بسكرة -، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2011.
- محمد قارطي، دور الإدارة الالكترونية في تطوير الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص حقوق، جامعة مستغانم، الجزائر، 2017/2016.
- مختار حماد، تأثير الإدارة الإلكترونية على إدارة المرفق العام وتطبيقاتها في الدول العربية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلوم الدولية، الجزائر، 2007.
- مسفرة بنت دخيل الله الختعمي، مشاريع وتجارب التحويل الرقمي في مؤسسات المعلومات - دراسة الاستراتيجيات المتبعة -، المجلد 19، العدد 01، قسم دراسات المعلومات، جامعة محمد بن سعود الإسلامية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2011.
- منار محمد رفعت الزبيق، أثر تمكين الموارد البشرية في جودة الخدمة المصرفية: دراسة مسحية على المصارف الخاصة في محافظة دمشق، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2007.
- نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2010-2011.
- الهام نايلي، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2015-2016.
- هدى جبلي، قياس جودة الخدمة المصرفية، مذكرة ماجستير في التسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009.
- وفاء حلوز، تقديم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، مذكرة ماستر في البنوك، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، الجزائر، 2014/2013.

رابعاً: المؤتمرات والملتقيات

1. باللغة العربية:

- مداح عرابي الحاج، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية باستخدام نموذج **servqual** تجربة المصارف الإسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية، مداخلة في الملتقى الدولي الأول بعنوان: الاقتصاد الإسلامي، الواقع، ورهانات المستقبل، جامعة الشلف، الجزائر، يومي: 23 و 24 فيفري 2011.
- مروان جمعة درويش، أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، معهد الإدارة العامة، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1-4 نوفمبر 2009.

خامساً: القوانين والأنظمة والمراسيم

- المادة 144 من القانون 10/90 الصادر بتاريخ 1990/04/14 المتعلق بقانون النقد والقرض.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche
Scientifique

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

République algérienne démocratique et populaire

جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -

Université de Chadli Bin Jadid - El-Taref

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

Faculté des sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion

استبيان حول:

دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في البنوك التجارية

- دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري وكالة (206) بالقالة -

بعد التحية والتقدير سيدي - سيدي نحن في إطار إعداد مذكرة مقدمة في إطار متطلبات
نيل شهادة الماستر الرجاء من حضرتكم التكرم بالإجابة على أسئلة الاستبيان، مما يتفق مع وجهة
نظرتكم، مع العلم أن إجاباتكم ستعامل بسرية تامة، ولن يتم استخدامها إلا لأغراض البحث العلمي
فقط، شاكرين لكم حسن تعاونكم على إنجاح هذه الدراسة وممتنين لكم دوام التوفيق.

تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

ملاحظة:

- هذا الاستبيان يحتوي علي مجموعة من الأسئلة اقرأ بعناية كل سؤال، ثم حدد الاختيار الذي تراه
مناسبا بوضع علامة (x).
- تجدر الإشارة إلى أن عدم الإجابة على كل الأسئلة يؤدي إلى إلغاء الاستبيان.

البيانات الشخصية (موجه لموظفي البنك)

(1) توزيع المبحوثين وفق الجنس:

ذكر أنثى

(2) توزيع العمري للمبحوثين:

من 21 إلى 30 سنة من 31 سنة إلى 40 سنة من 50_ فما فوق

(3) توزيع المبحوثين وفق المستوى التعليمي:

ليسانس ماجستير دراسات عليا

(4) توزيع المبحوثين وفق سنوات الأقدمية في العمل:

من سنة إلى 10 سنوات من 11 سنة إلى 20 سنة من 21 سنة إلى 30 سنة

(5) توزيع أفراد العينة وفق تصنيف الرتبة في العمل

إطار متصرف إداري ملحق إداري رئيسي ملحق إداري

المحور الأول: واقع استخدام التحول الرقمي في البنك وكالة 206 (موجه لموظفي البنك)

(6) هل تعتمد على الوسائل التكنولوجية؟

دائماً أحياناً أبداً

(7) ما هي الآليات المعتمدة من قبل البنك؟

فتح الحساب البنكي الدفع الإلكتروني التحويلات البنكية الاستقبال والتوجيه

(8) ما هي التقنية المعتمدة بكثرة من قبل البنك؟

الأجهزة الإلكترونية البرمجيات الرقمية شبكة الأنترنت

9 هل تجد سهولة في استخدام وسائل التكنولوجيا ؟

نعم لا

10 هل شبكة الأنترنت تتوفر في جميع مكاتب البنك؟

نعم لا

11 هل يعمل البنك باستمرار على تطوير وتحديث الأجهزة والبرمجيات والرقابة عليها؟

نعم لا

12 هل يتوفر لدى البنك قاعدة بيانات رقمية شاملة ومتاحة لجميع الوحدات والأقسام؟

نعم لا

13 ما هي التقنية التي يعتمدها البنك للتواصل مع العملاء؟

الايمل صفحات التواصل الاجتماعي المواقع الإلكترونية

الخور الثاني: جودة الخدمة المصرفية التي يوفرها البنك وكالة 206 (موجه للعملاء)

14 ما هو سبب اختيارك للبنك؟ (مؤشر الملموسية)

- البيئة الداخلية ملائمة لتقديم الخدمة المصرفية...
- توفر أجهزة الكترونية ذات جودة عالية.....
- يتميز الموظفون بمظهر بكفاءة وخبرة جيدة.....

15 لماذا تعتمد على البنك؟ (مؤشر الاعتمادية)

- الالتزام بتنفيذ الخدمة المصرفية في الأوقات المحددة.....
- تقديم الموظفون جميع المعلومات المتعلقة بالخدمة المصرفية الجديدة..
- إجراءات الخدمة المصرفية تتسم بالدقة.....

16 كيف يستجيب البنك لتلبية طلباتكم؟ (مؤشر الاستجابة)

- انضباط الموظفون في تقديم الخدمة المصرفية.....
- تقديم الخدمة بسرعة لتكون فترة الانتظار قصيرة.....
- يستجيب لطلبات العملاء بشكل فوري.....

17) ما هي الميزة التي تشعرك بالأمان خلال تعاملك مع البنك؟ (مؤشر الأمان)

- تتميز المعاملات المصرفية بسرية تامة ومصداقية.....
- الثقة المتبادلة بين العميل والبنك.....
- تمتع الموظفون بمهارة عالية في تقديم الخدمة والإجابة على استفسارات العملاء....

18) ما هو سبب تعاملك مع البنك مع العملاء؟ (مؤشر التعاطف)

- احترام آراء العملاء المقترحة.....
- تحلي الموظفون بالسمعة الحسنة في خدمة عملائه...
- تعامل الموظفون مع العملاء بلباقة واحترام.....

المحور الثالث: دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات في البنك وكالة 206 (موجه لموظفي البنك

والعملاء معا)

19) هل تعتقد أن التحول الرقمي ساهم في تقليل الوقت المستغرق في إجراء المعاملات المصرفية؟

- نعم لا

20) هل لاحظت تحسنا في سرعة استجابة تقديم الخدمة لاستفساراتك بعد التحول الرقمي؟

- نعم لا

21) كيف زاد التحول الرقمي من قدرة البنك على التكيف مع احتياجات العملاء؟

- ساهم في تقديم خدمات مصرفية متنوعة وذات جودة عالية للأفراد.....
- زيادة في سهولة الوصول إلى معلومات حسابات العملاء بفضل التحول الرقمي....
- تحسن في جودة خدمات التمويل الشخصي بفضل التحول الرقمي.....

22) هل تجد أن التحول الرقمي قد ساعد في تحسين تجربة المستخدم في تطبيقات البنوك؟

- نعم لا

23) ما هو السبب الذي أدى إلى تقديم التحول الرقمي خدمات بنكية أكثر شمولاً؟

- الاستفادة من خدمات التحويل المالي الرقمي المتاحة في البنوك.....
- جودة خدمات تمويل المشاريع بفضل التحول الرقمي.....
- مساهمة التحول الرقمي في تحسين إجراءات فتح الحسابات البنك بسرعة.....

24) ما مدى مساهمة التحول الرقمي في تقديم خدمات مصرفية أكثر ملاءمة للعملاء؟

- البنوك الرقمية تقدم خدمات استشارية أفضل للعملاء.....
- التحول الرقمي ساهم في تقديم حلول مصرفية مبتكرة للعملاء.....

- تحسن في جودة تقارير البنوك الرقمية مقارنة بالتقارير التقليدية.....

(25) كيف ساهم التحول الرقمي في تحسين جودة خدمة العملاء في البنك؟

- جعل التحول الرقمي عمليات البنك أكثر شفافية.....

- مساهمة التحول الرقمي في تقديم خدمات مالية أكثر تنوعاً.....

- أدى التحول الرقمي إلى توفير تكاليف أقل للعملاء.....