



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة

كلية العلوم الاقتصادية وتسيير العلوم التجارية

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة بنكية

بعنوان

تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء والأداء المالي من
وجهة نظر البنوك الجزائرية دراسة حالة (بنك AGB-BDL)

تحت إشراف الأستاذ :

أ. د. نزعي عز الدين

من إعداد الطالبتين:

عيساوي أحلام

بوشريط أية

الدكتور: بومعزة عبد القادر	رئيسا
الدكتور: نزعي عز الدين	مشرفا
الدكتور: يبرير محمد	ممتحنا

السنة الجامعية

2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر و التقدير

في البداية، الشكر والحمد لله، جل في علاه، فالليه ينسب الفضل كله في

إكمال- و الكمال لله وحده- هذا العمل.

و نتقدم بجزيل الشكر و خالص الامتنان إلى الأستاذ المشرف "نزعي عز

الدين" على إرشاداته و توجيهاته.

كما نتقدم بجزيل الشكر و العطاء إلى جميع الأساتذة و المؤطرين

وأعضاء لجنة المناقشة كما لا ننسى الشكر إلى كل الزملاء و إلى كل يد

رافقتنا في هذا العمل .

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من قال فيهما الله عز وجل " وأخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل رب ارحمهما كما ربياني صغيرا"

إلى من علمني الأخلاق وكيف أواجه الصعاب ،إلى من شقى لأنعم بالراحة والهناء الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي إلى طريق النجاح ،إلى عماد البيت الذي أحمل اسمه بافتخار

"أبي العزيز"

إلى ملاكي في الحياة وصاحبة القلب الطيب ،إلى معنى الحب ومعنى الحنان ،إلى من حاكت سعادتي بخيوط منسوجة من قلبها ،إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي

"أمي الحبيبة"

إلى إخوتي أدامهم الله فخرا وسندا لي ، إلى صديقاتي رفيقات دربي حفظهم الله .

إلى كل من يقع نظره على هذا الجهد المتواضع قارئاً أو طالبا للعلم لأهديكم هذا العمل

عسى أن يجعله الله تعالى نافعا وعملا مقبولا.

آية

الإهداء

سبحان الله الذي كان سببا في النجاح و التوفيق الذي خلقنا و أنار

لنا السير في الطريق المستقيم

اهدي تخرجي إلى التي كانت لي نورا في عتمتي "أمي" أهديك هذا

الانجاز الذي لولا تضحياتك لما تحقق

إلى من دعمني بلا حدود و أعطاني بلا مقابل "أبي الغالي"

إلى أخي و أخواتي سندي في الحياة أدامهم الله ذرعا ثابتا لي

إلى صديقتي في البحث و كل الأصدقاء و الأحبة كل من تذوقت

معهم أجمل اللحظات

أحلام

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان تأثير التحول الرقمي على تجربة العملاء و الأداء المالي في البنوك الجزائرية، في ولاية سعيدة، و من اجل بلوغ هذا الهدف تم الاعتماد المنهج الوصفي التحليلي، و لجمع البيانات اللازمة تم تصميم الاستبيان كأداة رئيسية للوصول إلى النتائج ، حيث بلغت عينة الدراسة 89 عينة تم إخضاعها للتحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS و من خلال هذه الدراسة ، تم التوصل إلى أن البنوك الجزائرية تسعى إلى رقمنة الخدمات المصرفية و تحسين تجربة العملاء، من خلال ابتكار نماذج أعمال و خدمات بنكية جديدة و الأمن و تلبية احتياجاتهم ،حيث مكن التحول الرقمي هذه الأخيرة من تطوير المهارات و القدرات الرقمية بين الموظفين و تحسين الأداء المالي.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، تجربة العملاء، الخدمات المصرفية الرقمية،الأداء المالي.

Résumé

This study aims to elucidate the impact of digital transformation on customer experience and financial performance in Algerian banks in the wilaya of Saida. To achieve this objective, a descriptive-analytical approach was adopted. To collect the necessary data, a questionnaire was designed as the main tool to reach the results. The study sample consisted of 89 samples that were subjected to statistical analysis using the SPSS program. Through this study, it was found that Algerian banks are striving to digitize banking services and improve the customer experience by innovating new business models and banking services, security, and meeting their needs. Digital transformation has enabled the latter to develop digital skills and capabilities among employees and improve financial performance.

Keywords: digital transformation, Financial performance, customer experience, digitize banking service

الفهرس

.....	الشكر والتقدير
.....	الإهداء
أ.....	المقدمة

الفصل الأول_ الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة

5.....	تمهيد
6.....	المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة
6.....	المطلب الأول: التحول الرقمي و الخدمات المصرفية الرقمية
6	الفرع الأول: تعريف الحول الرقمي
10.....	الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الرقمية
15.....	المطلب الثاني: تجربة العملاء في البنوك و الأداء المالي في البنوك
15.....	الفرع الأول: تجربة العملاء في البنوك
16.....	الفرع الثاني: اثر التحول الرقمي على تجربة العملاء في البنوك الجزائرية
17.....	المطلب الثالث: اثر التحول الرقمي على الأداء المالي في البنوك الجزائرية
18.....	الفرع الاول :الاداء المالي
20.....	الفرع الثاني: تأثير التحول الرقمي على الأداء المالي في البنوك الجزائرية
21.....	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
21.....	المطلب الأول:الدراسات العربية
23.....	المطلب الثاني:الدراسات الأجنبية
24.....	المطلب الثالث: ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة

الفصل الثاني دراسة ميدانية بنك (A.G.B – B.E.A– B.D.L)

28.....	تمهيد
28.....	المبحث الأول: نظرة شاملة حول البنوك الجزائرية
29.....	المطلب الأول: تقديم بنك الخليج الجزائري

34.....	المطلب الثاني: تقديم بنك التنمية المحلية:BDL.
40.....	المطلب الثالث:نشأة بنك الجزائر الخارجي BEA
43.....	المبحث الثاني: منهجية ونتائج الدراسة الميدانية.....
43.....	المطلب الأول :إجراءات و منهجية الدراسة.....
52.....	المطلب الثاني: تحليل نتائج اراء المستجوبين حول متغيرات الدراسة.....
56.....	المطلب الثالث: دراسة و تحليل فرضيات الدراسة.....
62.....	خلاصة الفصل الثاني.....
64.....	الخاتمة.....
64.....	النتائج.....
65.....	التوصيات.....
67.....	المراجع.....
72.....	الملاحق.....

- 37 الشكل رقم (01) يوضح الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية.....
- 42 الشكل رقم 02 الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي.....
- 43 الشكل رقم:03 يبين توزيع العينة حسب الجنس.....
- 44 الشكل رقم:04.....
- 46 الشكل رقم (05): يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.....
- 46 الشكل رقم (06): يبين توزيع العينة حسب المهنة.....
- 48 الشكل رقم (07): يبين توزيع العينة حسب مدة التعامل مع البنك.....
- 49 الشكل رقم (08): يبين توزيع العينة حسب الدخل.....
- 50 الشكل رقم (09): يبين توزيع العينة حسب نوع البنك.....

قائمة الجداول

- 43 جدول رقم 01: يبين توزيع العينة حسب الجنس.....
- 44 جدول رقم 02: يبين توزيع العينة حسب السن.....
- 45 جدول رقم 03: يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.....
- 46 جدول رقم 04: يبين توزيع العينة حسب المهنة.....
- 46 جدول رقم 05: يبين توزيع العينة حسب مدة التعامل مع البنك.....
- 48 جدول رقم 06: يبين توزيع العينة حسب الدخل.....
- 49 جدول رقم 07: يبين توزيع العينة حسب نوع البنك.....
- 52 جدول رقم 08: يبين قيمة معامل الثبات.....
- 52 جدول رقم 09: يبين إجابة أفراد العينة على عبارات محور التحول الرقمي.....
- 54 جدول رقم 10: يبين إجابة أفراد العينة على عبارات محور الأداء المالي.....
- 55 جدول رقم 11: يبين إجابة أفراد العينة على عبارات محور دور التحول الرقمي في
تجربة العملاء
- 57 الجدول رقم 12 يبين نتائج اختبار أحادي العينة te test.....

مقدمة

شهد النظام المصرفي العديد من التطورات والتغيرات الحديثة خاصة في القطاع البنكي، الذي يعتبر من أهم القطاعات في الاقتصاد ككل و الأكثر تأثيراً بالتكنولوجيا، خاصة في ظهور الثورة الرقمية و اشتداد المنافسة على المستويين المحلي و العالمي ، لقد أدت التطورات في تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات إلى التحول من اعتماد المعاملات التقليدية إلى المعاملات الإلكترونية، التي ساهمت في تحسين الأنظمة المصرفية.

وللتحول الرقمي أهمية كبيرة لما له من دور في تعزيز تطوير نظم تكنولوجيا و ثقافة مالية أكثر ابتكاراً و تعاونية على مستوى المؤسسات و المجتمع، و تعزيز حماية البيانات الرقمية و الشفافية و تعزيز الثقة و تحول البيئة الرقمية يعتبر من أولويات البنوك الهامة للدراسة، حيث تسعى معظمها لتقديم خدمات مبتكرة و إبداعية بجودة عالية، متجاوزة الطرق التقليدية في تقديم الخدمات المصرفية .

يقدم التحول الرقمي للقطاع المصرفي و القطاعات الأخرى فرصاً كبيرة و متنوعة، حيث يتمتع هذا الأخير بمجموعة من المزايا التي تساعد البنوك و المؤسسات المصرفية على التوسع و الانتشار، و زيادة سرعة الوصول إلى السوق و التنافس القوي و يتم ذلك من خلال تقديم حلول و طرق مبتكرة و بسيطة تتميز بالسرعة و الدقة، و تعمل على توفير الجهد و الوقت و المال، و تحسين كفاءة التشغيل كما تخلق مرونة في تقديم خدماتها للمستهلكين و تسهيل وصولها للمستفيدين ، و تسبب التحول الرقمي المتنوع في القطاع المصرفي في تحويل الخدمات المصرفية إلى صيغ رقمية و ابتكار خدمات مصرفية حديثة، و تمثل الخدمات المصرفية الرقمية نقلة نوعية في طريقة إدارة الأفراد لأموالهم و إجراء معاملاتهم المالية، حيث توفر لهم إمكانية الوصول إلى حساباتهم و إجراء المعاملات المختلفة، من خلال العديد من القنوات الرقمية دون الحاجة إلى زيارة فروع البنك التقليدية و تسعى البنوك دائماً إلى تطبيق أحدث التقنيات في مجال الخدمات المصرفية الرقمية، بهدف تحسين أدائها في التعامل مع الموارد المالية المتاحة و تهداف البنوك أيضاً إلى تقديم خدمات رقمية متطورة، بهدف التواصل الأفضل مع العملاء و معرفة احتياجاتهم و تفصيلاتهم في الخدمات المصرفية التي يفضلونها و يرغبون في توفرها داخل البنك، و بالإضافة يعتبر الأداء المالي للبنوك أمراً حيوياً في جميع المجتمعات و الأنظمة الاقتصادية، نظراً لندرة الموارد المالية و الاقتصادية مقارنة بالاحتياجات الضخمة لها لذلك يعد تحدياً كبيراً لمدراء البنوك كيفية استغلال الموارد المالية المتاحة لديهم بأفضل شكل ممكن .

وقد شهدت البنوك الجزائرية تطورات و تغيرات جذرية، حيث قامت المصارف بإدخال منتجات مالية و تقديم خدمات مصرفية حديثة و مع التحولات الرقمية، و دخول التكنولوجيا إلى عالم المال و استخدام تكنولوجيا الاتصال، ظهرت الخدمات المصرفية الرقمية بأهميتها في تطوير الخدمات و المنتجات المصرفية و قد أدى ذلك إلى نمو قطاع الخدمات المصرفية، حيث يحقق تجربة مميزة في جذب العملاء و مواكبة هذه التطورات و تنوعت الخدمات التي تقدمها المنصات الرقمية للمصارف في عدة مجالات، و أولت المصارف اهتماماً كبيراً لتحسين جودة خدماتها و تقديم خدمات مالية رقمية للمحافظة على المتعامل.

الإشكالية:

ما مدى تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء و الأداء المالي من وجهة نظر البنوك الجزائرية؟

الأسئلة الفرعية:

_ ما المقصود بالتحول الرقمي و الخدمات المصرفية الرقمية ؟

_ ما معنى الأداء المالي و مدى تقييمه في البنوك الجزائرية؟

_ هل تؤثر الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء في البنوك الجزائرية؟

فرضيات الدراسة :

لمعالجة الإشكالية و تسهيل الإجابة على الأسئلة المطروحة قمنا بصياغة الفرضيات التالية :

_ تؤدي الخدمات المصرفية الرقمية إلى تحسين تجربة العملاء و الأداء المالي في البنوك الجزائرية.

- تعتمد البنوك الجزائرية على التحول الرقمي لتلبية احتياجات ورغبات العملاء، من خلال استخدام التكنولوجيا الرقمية.

- تتوجه البنوك الجزائرية إلى إدماج التحول الرقمي في خدماتهم المصرفية.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على التحول الرقمي و تأثيره على تجربة العملاء و الأداء المالي في البنوك الجزائرية حيث تسعى هذه الدراسة إلى:

_ إبراز أهمية التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية الرقمية.

_ إلى التعرف على الخدمات المصرفية الرقمية المقدمة من طرف البنوك الجزائرية .

_ فهم وجهة نظر البنوك الجزائرية حول الخدمات المصرفية الرقمية .

_ تقييم تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء في البنوك الجزائرية.

_ تحليل تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على الأداء المالي للبنوك الجزائرية.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذه الدراسة من كون العالم ككل يسعى لتحقيق التحول الرقمي في كل القطاعات و هذا للتطور التكنولوجي المستمر، خاصة في القطاع المصرفي و ذلك من خلال:

_ سعي البنوك الجزائرية لتقديم خدمات رقمية تنافسية لجذب العملاء وتحسين تجاربهم.

_ تُقلل الخدمات الرقمية من وقت الانتظار في فروع البنوك الجزائرية .

_ تُحسّن الخدمات الرقمية من تفاعل العملاء مع البنك.

أسباب اختيار الموضوع :

_ نظرا لحدثة الموضوع .

_ الرغبة الشخصية في الاهتمام بالتحول الرقمي .

_ تقديم المساهمة في دراسة الخدمات المصرفية الرقمية وتوضيح أهميتها بالنسبة للمصارف

لكسب ولاء العملاء.

المنهج المتبع للدراسة:

من اجل القيام بالدراسة اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى جمع البيانات و تحليلها ، في الإطار النظري لتشكيل خلفية علمية جيدة تفيد في إثراء موضوع البحث، أما في الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على أسلوب دراسة الحالة و المنهج الإحصائي باستعمال برنامج spss .

هيكل الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى فصلين إضافة إلى المقدمة و الخاتمة، إذ تم التطرق في الفصل الأول للإطار النظري للدراسة و الدراسات السابقة من خلال مبحثين رئيسيين:

_المبحث الأول: تطرقنا فيه في الإطار المفاهيمي للتحول الرقمي، و الخدمات المصرفية الرقمية و اثر التحول الرقمي على تجربة العملاء في البنوك الجزائرية، و على الأداء المالي في البنوك الجزائرية.

_ المبحث الثاني: تطرقنا فيه إلى الدراسات السابقة المتمثلة في الدراسات العربية و الدراسات الأجنبية ،وتحدثنا عن ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: خصصناه لدراسة ميدانية على مستوى بنك الجزائر الخارجي BEA و بنك التنمية المحلية BDL، و بنك الخليج الجزائر AGB.



الفصل الأول

الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة



تمهيد:

يشهد العالم اليوم ثورة تقنية هائلة تُعرف باسم "التحول الرقمي"، تُغيّر بشكل جذري طريقة عيشنا وعملنا وتفاعلنا مع العالم من حولنا ويُعدّ القطاع المصرفي من أكثر القطاعات تأثراً بهذا التحول، حيث تُسارع البنوك والمؤسسات المالية إلى تبني التكنولوجيات الرقمية لتقديم خدماتها بشكل أكثر كفاءة وفعالية، وتلبية احتياجات العملاء المتطورة.

وسيتّم عرض هذا الفصل من خلال مبحثين:

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

المطلب الأول: عموميات حول التحول الرقمي و الخدمات المصرفية الرقمية.

المطلب الثاني: أثر التحول الرقمي على تجربة العملاء في البنوك الجزائرية.

المطلب الثالث: أثر التحول الرقمي على الأداء المالي في البنوك الجزائرية.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة.

المطلب الأول: الدراسات العربية.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية.

المطلب الثالث: ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة.

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

أصبح التحول الرقمي أحد المفاهيم الأكثر انتشاراً في السنوات الأخيرة نظراً لأهميته في التنمية في السياق الاقتصادي، يُعرف التحول الرقمي بأنه عملية تحويل هيئة حكومية أو بنك إلى نموذج أعمال أو بنك إلى نموذج أعمال ، يستفيد من التقنيات الرقمية لتطوير المنتجات والخدمات وإنشاء قنوات إيرادات جديدة تزيد من القيمة منتجاتها أو خدماتها.

المطلب الأول: التحول الرقمي و الخدمات المصرفية الرقمية

الفرع الأول: تعريف التحول الرقمي :

• كلمة رقمي digital هي مرادف لوتيرة التغيير الحادث في العالم اليوم، المدفوع بواسطة تبني التكنولوجيا الرقمية الحديثة، أما كلمة التحول transformation فتتعلق بتكيف المنظمة بأن تتبنى التغيير و الإبداع والاختراع الحادث من استخدام التكنولوجيا الرقمية، بدلاً من استخدام الطرق التقليدية في العمل. (محمد، 2020، صفحة 166)

و على الرغم من حداثة هذا المفهوم إلا انه وجد عدة تعريفات له أبرزها :

• تعرفه شركة International Data Corporation الاستشارية بأنه "العملية المستمرة التي من خلالها تستفيد المؤسسات من القدرات الرقمية للتكيف مع احتياجات العملاء، و السوق لابتكار نماذج أعمال ومنتجات وخدمات جديدة تمزج بين العمليات الرقمية واليدوية ، بسلاسة تجربة الزبائن مع تحسين الكفاءة التشغيلية والأداء التنظيمي. (مها شحادة، 2022، صفحة 67)

• التحول الرقمي هو مشروع حكومي يشمل كافة خدمات المؤسسات والقطاعات، المختلفة بالدولة ويتمثل في تحويل الخدمات الحيوية والسياسية المرتبطة بخدمة الأفراد و المؤسسات والاستثمارات المختلفة من شكلها التقليدي إلى الشكل الالكتروني، الذكي بالاعتماد على التقنيات الحديثة والمتطورة (البلوشية، نيهان، و علي، 2020، صفحة 5)

ولذلك فإن التحول الرقمي هو استخدام تكنولوجيا المعلومات والتقنيات الرقمية، من قبل المنظمات في تقديم الخدمات الأساليب التقليدية المقدمة بطرق يدوية، وغير رقمية لتحسين أداء المنظمة حسب المتطلبات العملاء ورغباتهم والموارد المتاحة.

1-1 أهداف التحول الرقمي:

تتمثل أهداف التحول الرقمي في : (سنا محمد عبد الغني، 2022، الصفحات 44-79)

- تعزيز تطوير أنظمة تكنولوجية وثقافات مالية أكثر ابتكارًا وتعاونًا على المستويين المؤسسي و الاجتماعي.
- تحويل نظام التعليم لتزويد الأشخاص بمهارات جديدة وإرشادات مستقبلية لتمكينهم من التفوق في العمل الرقمي والمجتمع.
- تحسين الوصول إلى الخدمات ووضع ضوابط وآليات وجودة الخدمات الرقمية المقدمة للمجتمعات.
- تنفيذ نماذج أعمال مبتكرة وتحسين الإطار التنظيمي والمعايير الفنية .

1-2 أهمية التحول الرقمي:

يشغل التحول الرقمي أهمية كبيرة سواء للعميل أو المؤسسة حيث تكمن أهميته في: (وليد كامل محمدين، 2020، صفحة 189)

- تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة لصالح العملاء والجمهور .
- تعزيز القدرة التنافسية للبيئة التنظيمية، وبالتالي تحسين أداء المؤسسة وجودة خدماتها.
- تحسين الكفاءة التشغيلية للمنظمة من خلال تسريع أساليب العمل وسرعته، والتحكم في الوقت والتكاليف تقديم الخدمات للعملاء .
- القدرة على تقليل الأخطاء وتصحيحها في فترة زمنية قصيرة.

1-3 خصائص التحول الرقمي:

ويعزز التحول الرقمي الحالي تبادل المعلومات والبيانات دون عوائق المكان أو الزمان، ويرجع ذلك إلى خصائص التحول الرقمي ومن أهمها: (نورهان سليمان، 2020، صفحة 20)

- التفاعلية: يتبادل المتصل والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية ومتبادلة وهذا ليس من جانب واحد، بل هو حوار بين الطرفين.
- اللاتزامنية: إمكانية التفاعل مع عملية الاتصال في الوقت الذي يناسب الفرد، بغض النظر عما إذا كان هو أو هي تلقي أو إرسال.
- المشاركة و الانتشار : بفضل التحول الرقمي، أصبح بإمكان أي فرد يمتلك وسائل بسيطة أن يصبح ناشراً لرسائله الخاصة ويشاركها مع الآخرين. (بشرى حسين الحمداني، 2015، صفحة 138)
- تجاوز وحدتي المكان و الزمان: في التحول الرقمي عن بعد، لا يكون هناك وجود للعنصر الشخصي في مكان واحد كما في الاتصال التقليدي الذي كان يتطلب وجود الإنسان. (محمد عبد الحميد، 2004، الصفحات 114-111)
- الانتباه و التركيز: بسبب مشاركة المتلقي في اختيار المحتوى و التفاعل معه في الوسائل الرقمية الحديثة، يتمتع بمستوى عالٍ من الانتباه والتركيز، بالمقارنة مع التعرض لوسائل الإعلام والاتصال التقليدية التي عادةً ما تكون سلبية وسطحية. (بشرى حسين الحمداني، 2015، صفحة 138)

1-4 تقنيات التحول الرقمي في البنوك :

يتضمن التحويل الرقمي في البنوك مجموعة من الأدوات التقنية القائمة على التكنولوجيا

والتي يمكن أن تظهر فيما يلي: (قرزيز، محمد، و احمد، 2021_2022، الصفحات 379-380)

1. الدفع و السحب الالكتروني: هي الأكثر انتشاراً لتلبية احتياجات العملاء المالية (ATM) إحدى العمليات التي تمكنت من إدراج الرقمنة في استخدام ماكينات الصراف الآلي، بعد أوقات العمل وفي العطل من خلال وضعها في أماكن عامة خارجية للبنوك، يتم الدخول إليها بواسطة البطاقات الإلكترونية التي يتم توفيرها أو إصدارها من قبل البنوك، وتتم عمليات السحب والإيداع بها بشكل مالي.
2. الواقع المعزز (Augmented Reality): تقنية الواقع المعزز تعتمد على تراكيب الرسومات الحاسوبية لتعزيز الواقع الافتراضي، حيث يستخدم الأشخاص النظارات الذكية لاستكمال المعلومات الرقمية وزيادة المعرفة التي يمكن أن يحصلوا عليها من البيئة، وقد بدأت هذه التقنية في الانتشار في العديد من المجالات مثل مدينة البنوك حيث استخدمت Microsoft HoloLens لبناء تجربة عمل ثرية بالواقع الافتراضي، كما قام بنك Commonwealth في أستراليا بتطبيق الواقع المعزز في قطاع العقارات لمساعدة في شراء وتأجير العقارات، وهذا ما سيحدث ثورة في خدمات البنوك والمالية.

3. **تقنية بلوكشين (Blockchain):** تعتبر قاعدة البيانات هذه شبكة موزعة تعمل على نحو مشابه لدفتر أستاذ موزع ، يمكن لهذه القاعدة تسجيل العديد من البيانات المشفرة والمؤمنة، يوفر هذا النظام الفريد إمكانية التعاون بين هذه الكيانات ضمن نفس الشبكة، يسمح لنا بنقل القيمة أو المعلومات دون الحاجة إلى سلطة مركزية.

4. **الحوسبة السحابية (Cloud Computing):** عند استخدام البيانات يجب تخزينها على قرص خارجي يمكن الوصول إليه عبر الإنترنت ، يتم الوصول إليها عبر الإنترنت دون تقييد في شبكة الاتصالات في كل مكان وزمان، كما أنها أكثر ملائمة عند الطلب وتساعد في زيادة عمليات نسخ احتياطي واستعادة البيانات الكبيرة ونقلها وهي أساسية في عمل الشركات حالياً. (زرزار، العياشي: حمزة، بن وريدة، 2019، صفحة 187)

5. **البيانات الضخمة (Big Data) :** تشهد الآن زيادة هائلة في حجم البيانات التي يتم إنتاجها يومياً داخل الشبكات العابرة للبلاد، ولا يتعلق الأمر فقط بالكمية والسرعة بل أيضاً بجودة وتعقيدية هذه البيانات، وبالإضافة إلى ذلك فإن مصطلح "تمو البيانات" أصبح شائعاً في الصناعة مع التطور التكنولوجي المستمر. (مريم لطايب، 2018، صفحة 58)

6. **الذكاء الاصطناعي (Artificial Intellegence) :** محاكاة الذكاء البشري تساعد في بناء آلات أكثر ذكاء وقدرة، حيث يمكن للذكاء الاصطناعي أن يقوم بأعمال إنسانية بشكل ذكي، يعمل الذكاء الاصطناعي على نحو يشبه الدماغ البشري، ويستخدم في مجالات متنوعة مثل الاستثمار في الأسهم والتمويل بناءً على خوارزميات، من المتوقع أن يتوسع استخدام الذكاء الاصطناعي في المستقبل لتمكين التعامل مع الأعمال بطرق مختلفة.

7. **إنترنت الأشياء (Internet Of Things):** شبكة من الأجهزة التي تعتبر جزءاً لا يتجزأ من أجهزة الاستشعار والإلكترونيات والروبوتات، للتمكن من التواصل وتبادل البيانات باختصار في شبكة الإنترنت للمعلومات والبيانات في شبكة سلكية أو لاسلكية، كما يسمح النظام بزيادة القدرة والتوسع في الوصول إذا كان اللازم بسرعة أكبر.

8. **الأمن السيبراني (Cyber Security) :** مع زيادة استخدام العملاء للبنوك الإلكترونية والأجهزة الذكية المتصلة بالإنترنت، زادت التهديدات الأمنية سواء من الداخل أو الخارج لذلك، يتطلب الأمر توفير الحماية والأجهزة المناسبة لمواجهة أي تهديد قد يتسبب في إحداث فجوة أمنية، يجب التركيز أكثر على

سلامة وحفظ بيانات العملاء ومعلوماتهم لتجنب خسائر كبيرة للبنوك، بسبب انتهاك خصوصية العميل وسرقة بياناته.

الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الرقمية

1-2 تعريف الخدمة:

- تُعرف الخدمة بأنها نشاط يرافقه عدد من العناصر غير الملموسة، وتشمل بعض التفاعل مع الزبائن أو مع خاصية الحياة (المتلقي)، وليست نتيجة نقلها للمالك. (تيسير العجامة، 2005، صفحة 20)
- عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق "AMA" الخدمة بأنها مجموعة الأنشطة أو المنافع التي يتم تقديمها أو بيعها والتي ترتبط بسمعة معينة، ويتميز هذا التعريف بعدم تمييزه بين السمعة والخدمة، بالإضافة إلى عدم توضيح الطبيعة الفريدة للخدمة. (ناجي نيب معلا، 2015، صفحة 74)
- أو أنها أي نشاط أو فائدة يمكن أن يقدمها شخص ما الطرفان لبعضهما البعض هما في الأساس غير ملموسين ولا يؤديان إلى ملكية أي شيء (kotler.philip, 2016).

2-2 الخدمة المصرفية:

- تعرف الخدمة المصرفية على أنها مجموعة من الأنشطة والعمليات التي يقدمها المصرف، وتحمل فوائد ملموسة وغير ملموسة للمستفيدين يدرك المستفيدون قيمة هذه الخدمة وفوائدها وتلبي احتياجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، في الوقت نفسه تعد هذه الخدمة مصدرًا للأرباح للمصرف من خلال العلاقة بين الطرفين. (بهلول خيرة، 2021_2022، صفحة 81)
- تعتبر الخدمات المصرفية مجموعة من المهارات الشخصية والموارد المادية والقوانين التي يتم تقديمها وتنفيذها بطريقة تتوافق مع احتياجات العملاء وتوجهاتهم المالية السليمة. (البكري، تامر؛ احمد، الرحومي؛، 2008، صفحة 82)

2-3 الخدمات المصرفية الرقمية:

تلعب الخدمات المصرفية الرقمية دوراً حيوياً في عملية التحول الرقمي أو التحول إلى استخدام الإنترنت في مجموعة البرامج والأنشطة المتاحة للزبائن، داخل فروع البنك المختلفة تشمل هذه الأنشطة عمليات الإيداع والسحب الإلكترونية، التحويلات المالية وإدارة الحسابات المصرفية وتقديم طلبات الحصول على منتجات مالية وإدارة القروض ودفع الفواتير وخدمات أخرى ذات صلة بإدارة الحسابات البنكية.

2-3-1 تعريف الخدمات المصرفية الرقمية:

• تعرف الخدمات المصرفية الرقمية على أنها "المعاملات المالية بين المؤسسات المالية و الأفراد، وشركات التجارية والحكومية، من اجل الربحية وتحاول المنظمات المصرفية كالمنظمات الأخرى السيطرة على التكاليف و خفض المصروفات التشغيلية ، متخذ من الرقمنة و الابتكار أدوات لتحقيق ذلك . (طارق عبد العال حماد، 2004، صفحة 141)

• إن الخدمة المصرفية الرقمية "هي إجراء العمليات المصرفية بطرق مبتكرة من خلال شبكة الاتصال الالكترونية، سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الحديثة دون الحاجة إلى ذهاب العميل للمصرف، و تقتصر صلاحية دخول هذه الخدمات على المشاركين فقط. (فهد مطر المطيري، 2022، صفحة 227)

و في ذات السياق تعرف على أنها الخدمات التي يتلقاها الزبون عبر وحدة طرفية كالصرافات الآلية، التي تتصل بأحد قنوات الاتصال بنظام البنك . (عبيدات، سمح انور؛ هيثم ، حمود الشبلي ؛ باسم ، محمد اللوزي؛، 2015، صفحة 38)

2-3-2 أهمية الخدمات المصرفية الرقمية:

- و يمكن بيان الخدمات المصرفية الرقمية من خلال ما يلي :
- تساهم الخدمات المصرفية الرقمية في تخفيض تكاليف إجراء المعاملات داخل البنك.
 - تسهم هذه الخدمات في زيادة ارتباط العملاء بالبنك.
 - للخدمات المصرفية الرقمية دورا في الوصول لعدد اكبر من العملاء.
 - تمكن البنك من تقديم خدمات مصرفية رقمية كاملة و جديدة .
 - مساعدة البنك في مواجهة المنافسة في السوق المصرفي.
 - تساهم الخدمات المصرفية الرقمية في حصول العميل على ما يحتاجه من خدمات دون عناء مقارنة بالخدمات التقليدية. (العاظمي معتز، 2019، صفحة 3)

2-3-3 خصائص الخدمات المصرفية الرقمية:

- يمتاز العمل الرقمي المصرفي بعدة خصائص يمكن الوقوف عليها كالآتي: (الشمري، ناظم محمد نوري؛ عبد الفتاح ، زهير العبد اللات ؛، 2008، صفحة 34)
- اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة المصرفية تتم الكترونيا دون استخدام أي أوراق.
 - عدم إمكانية تحديد الهوية، حيث لا يرى طرفا التعاملات الإلكترونية كل منها الآخر.
 - إنها نظام قائم ومعلوم به في معظم الدول المتقدمة والمتطورة تكنولوجيا.
 - سرعة ودقة تقديم الخدمات.

- خدمات الكترونية فورية على مدار 24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع.

2-3-4 أنواع الخدمات المصرفية الرقمية:

تنوعت الخدمات المصرفية الرقمية في البنوك بسبب التقنيات الحديثة ، و انتشار الحاسبات الآلية و تطور نظم الاتصالات التي أتاحت لجمهور المتعاملين مع البنوك الاستفادة من الخدمات (مدحت صادق، 2001، صفحة 295) التي تتمثل في :

• **الصرافات الآلية:** تؤدي الصرافات الآلية دورا هاما في التوزيع المنتجات المصرفية و تتمثل في :
 ✓ الموزع الآلي للأوراق (D. A. B) : هي آلات أوتوماتيكية تستخدم عن طريق بطاقة الكترونية تسمح لكل حائز على البطاقة بسحب مبلغ من المال دون اللجوء إلى الفرع ، هذا الموزع عبارة عن جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة ، و التي تسجل عليها المبالغ الممكن سحبها أسبوعيا ، و يوجد عادة هذا الموزع الآلي في واجهات البنوك ، و اجهات المراكز البريدية الشوارع ... و يعمل على مدار 24 ساعة . (مزيرق، عاشور؛ صورية ، معموري؛، 2008، صفحة 6)

✓ **الشباك الآلي للأوراق (G.A.B):** يعد أكثر تعقيدا و تنوعا، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي يقدم هذا النوع من خدمات أخرى كقبول الودائع ، طلب صك عمليات التحويل من حساب لآخر.... الخ ، وكل ذلك و الشبائيك الآلية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك. (محمد عبد الحسين الطائي، 2010، صفحة 232)

✓ **نهائي نقطة البيع الالكترونية (T.P.E):** تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص، بعدان يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الالكتروني الموصل مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك، بإدخال الرقم السري للعميل أين تخصم القيمة من رصيده إلى رصيد المتجر الكترونيا. (يوسف محمد يوسف، 2012، صفحة 31)

• **البنوك الالكترونية :** تعرف أيضا ببنوك الانترنت كتعبير متطور و شامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كالخدمات المالية عن بعد، أو البنوك الالكترونية عن بعد أو البنك المترلي أو البنك على الخط أو الخدمات المالية الذاتية ، و العميل يتاح له إنهاء كافة أعماله الخاصة بالبنك الذي يتعامل معه من أي مكان دون أن يضطر إلى الذهاب إلى موقع البنك لانجازها ، يتكون البنك الرقمي من جزئين برنامج كمبيوتر بنكي و برنامج كمبيوتر العميل . (مزيرق، اسماء؛ سميرة ، الدومي ؛، 2022، صفحة 468)

• **البطاقات البنكية الالكترونية :** تصدر من طرف مؤسسات مالية كالمصارف و مصالح البريد ،تسمح لحاملها بسحب أو نقل الأموال ، فهي تقدم للعميل خدمتين الدفع و السحب من أنواعها :

البطاقات الائتمانية ، بطاقات الفيزا ، البطاقة الذهبية ، الماستر كارد .. (العياطي، جهيدة؛ محمد ، بن عزة ؛، 2017، صفحة 6)

• **المقاصة الالكترونية** : هي تلك العملية التي يتم من خلالها إجراء تقاص بين البنوك من خلال الشيكات المسحوبة عليها، بعد الحصول على صورة لها بعد استلامها من قبل موظف البنك ، و إرسال الصورة الالكترونية عبر قنوات اتصال خاصة يوفرها البنك المركزي إلى جهاز المقاصة في البنك المركزي لتسجيلها الكترونيا ، و يتم إعادة إرسالها إلى البنك المسحوب عليه للمصادقة الفنية و المالية للصرف في نفس يوم الإيداع . (كردي نبيلة، 2021، صفحة 28)

• **النقود الالكترونية** : هي وحدات الكترونية ذات قيمة نقدية ، تكون الأموال فيها مسجلة أو قيمة متوافرة و مخزونة على الجهاز الكتروني في حيازة المستهلك و هي البديل الورقي للنقود و العملات المعدنية . (محمد سمير محمد المتولي، 2023، صفحة 1518)

• الخدمات المصرفية عبر الانترنت: إمام المعاملات المصرفية عبر خدمات الانترنت، تسمح المصارف التي لديها موقع الكتروني لعملائها أن يتحققوا من ر صيدهم عبر الانترنت، دفع الفواتير، تحويل المبالغ المالية، مقارنة خطط الادخار و تقديم طلبات القروض عبر الانترنت.

• الخدمات المصرفية عبر الهاتف "الهاتف المصرفي " phone Bank : تسمح الخدمات المصرفية عبر الهاتف للعملاء بإتمام عملياتهم المصرفية من أي جهاز الهاتف عبر حول العالم، في أي وقت كان ، و يمكن للعملاء أن يتحققوا من رصيد حسابهم الجاري ، دفع فواتير بطاقتهم الائتمانية القيام بمدفوعات بمساعدة طرف ثالث مثل طلب دفع من أمين الصندوق ، طلب حوالة أو تحويل مال بالتلغراف ، إيقاف دفع الشيك أو تحديد موعد جديد لاستحقاق حسابات الوديعة لأجل محدد . (محمد احمد عبد النبي، 2010، صفحة 156)

2-3-5 أمثلة عن الخدمات المصرفية الرقمية:

- ✓ تطبيقات الدفع الالكتروني .
- ✓ خدمات الدفع الالكتروني .
- ✓ التامين عبر الانترنت.
- ✓ التمويل الجماعي.
- ✓ العملات الافتراضية الالكترونية.

✓ Block Chain أو سلسلة الكتل (نموذج نقل الأصول المالية) (اشرف عبد الرحمان محمد عبد الرحمان، 2022، صفحة 575).

2-3-6 قنوات تقديم الخدمات الرقمية:

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

(1) **خدمة الصراف الآلي** : هو جهاز أو آلة آلية يمكن نشرها في أماكن مختلفة، سواء كانت مثبتة على الحائط أو قائمة بذاتها خدمة العملاء دون أي تدخل من العنصر البشري والعمل من خلال الإجراءات المعدة لتلبية الاحتياجات ومن الخدمات تقديم الخدمات المصرفية للعملاء، على مدار الساعة من خلال استخدام بطاقات الصراف الآلي ومن هذه الخدمات :

_ سحب النقود .

_ الاستعلام عن الرصيد.

_ سداد الفواتير .

_ الإيداع (اديب قاسم الشمندري، 2011، صفحة 7) .

(2) **خدمة الصيرفة عبر الهاتف** : تسمى أيضاً بمركز خدمة العملاء، وهي طريقة حديثة لتقديم خدمات المصرفية للعملاء. تعتمد هذه الخدمة على وجود شبكة تربط جميع فروع البنك معاً، مما يضمن للموظف المختص الوصول إلى بيانات العملاء مباشرة من أي فرع بنكي ، يتم تقديم الخدمة عندما يتصل العميل برقم موحد للحصول على خدمة معينة من مصرفه، ويتحقق الموظف المتصل بالعميل من هويته من خلال طرح أسئلة محددة مثل سؤال عن آخر معاملة قام بها العميل، ثم يتم إتمام الخدمة . (هاجر و حريزي، 2021، صفحة 107)

(3) **خدمة صيرفة الانترنت**: يعرف العمل المصرفي عبر الإنترنت بأنه العمل المصرفي الذي يتم فيه استخدام الإنترنت كوسيلة اتصال بين البنك والعميل ، يمكن للعميل بمساعدة أنظمة أخرى الاستفادة من خدمات البنك، والحصول على منتجاته عن طريق استخدام جهاز كمبيوتر شخصي يتصل بخادم البنك عبر الإنترنت، يتم تفعيل الخدمة من خلال تطبيقات مخصصة تحتوي على قاعدة بيانات العملاء وتعاملاتهم وحركة حساباتهم بالكامل، ويتم ذلك عن بعد دون الحاجة للاتصال المباشر بموظفي البنك. (جهيدة و محمد، 2017-01-02)

(4) **خدمة الصيرفة عبر الموبيل**: مع الانتشار الكبير لاستخدام أجهزة الهواتف الذكية smart phones أعلنت العديد من البنوك تقديم خدمة ما يسمى الموبيل البنكي، و التي تتيح من خلال الموبيل القيام

بعمليات الصيرفة المختلفة من خلال تطوير طرق مختلفة للسماح للمستهلكين بالدفع بسهولة الاستخدام. (هاجر و حريزي، 2021)

المطلب الثاني: تجربة العملاء في البنوك و الأداء المالي في البنوك .

الفرع الأول: تجربة العملاء في البنوك

يضع التحول الرقمي العملاء موضعاً مميّزاً في البنوك ، حيث يتزايد توقعات العملاء باستمرار فيما يتعلق بجودة الخدمات والمنتجات، ويتوقعون أن تكون البنوك قادرة على التكيف بسرعة وتخصيص خدماتها وفقاً لاحتياجاتهم المتغيرة، وينطبق هذا بشكل خاص على الأجيال الرقمية الجديدة التي تتمتع بمعرفة عميقة بالتكنولوجيات الحديثة وقدرة كبيرة على مشاركة تجربتها مع الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي .

1-1تعريف العميل:

● يعرف العميل على أنه "ذلك المشتري للخدمات الفعلي أو المتوقع و لديه الرغبة و القدرة في شراء تلك الخدمة، كما انه يشكل الهدف النهائي لأنه عملية تسويقية لأنه هو مفتاح نجاح المؤسسة أو فشلها". (محفوظ احمد جودة، 2006، صفحة 71)

كما يعرف العميل على "انه الشخص الذي تتعامل معه البنك و يتلقى السلع و الخدمات منها ، كما له تسميات من العميل، المستهلك ، كما عرفت الجمعية الأمريكية بأنه"مشتري المنتجات أو الخدمات الفعلي أو المتوقع". (محمد علي بركات علي، 2001، صفحة 504)

1-2 تعريف العميل البنكي :

يعرف العميل البنكي بأنه: كل فرد من أفراد الجمهور الذي يحرص البنك على تقديم خدماته لهم في كل الظروف و الأحوال. (جمال الدين لعويسات، 2003، صفحة 23)

و يعرف العميل البنكي بأنه أيضاً: " كل شخص طبيعي أو معنوي يقوم بفتح حساب لدى البنك ، يضع فيه ممتلكاته و يقوم بعمليات مالية تحول إلى حسابه" . (كربالي بغداد، يومي 24,25 افريل 2005)

1-3 تعريف تجربة العميل:

يعتبر (pine and Gilmore) أن ابتكار تجارب عالية الجودة مقابل ما يدفعه العملاء أكثر أهمية من ابتكار السلع والخدمات ، وأصبح من الصعب على الشركات تمييز عروضها عن طريق الجودة العالية

والخدمة الجيدة فقط، نتيجة لذلك برزت الحاجة لتجارب تبقى في ذاكرة العملاء في تجارة التجزئة الاستهلاكية. (pine, B; Gilmore, j;, 2014, pp. 24-29)

الفرع الثاني: اثر التحول الرقمي على تجربة العملاء في البنوك الجزائرية
يضع التحول الرقمي العملاء موضعاً مميزاً في البنوك الجزائرية، فالعملاء تزداد مطالبهم باستمرار فيما يتعلق بجودة المنتجات والخدمات، ويتوقعون أن تكون البنوك قادرة على التكيف بسرعة وتخصيصها حسب احتياجاتهم المتغيرة وينطبق هذا الأمر بصورة خاصة على الأجيال الرقمية الجديدة التي لديها معرفة عميقة بالتكنولوجيات الجديدة، وقدرة كبيرة على مشاركة تجربتها مع الآخرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي .

ولمواجهة هذه التوقعات الجديدة، يجب على البنوك الجزائرية تكيف أسلوب إدارتها لمنتجاتها وخدماتها وفقاً لاتجاهات الاستهلاك ، هذا هو السبب الذي يجعل التحول الرقمي يبدأ عموماً بتحويل وظيفة التسويق إلى الاعتماد على أدوات إدارة علاقات العملاء (CRM) وذلك من أجل تصميم بعد اجتماعي قوي بواسطة وحدات تحليل الشبكات الاجتماعية، كما حدث تحول رقمي لوظيفة إدارة الموارد البشرية أي حيث أصبح ينظر للموظف كعميل داخلي مستهدف للحصول على مستوى عال من الخدمة. (دغوش العطر، 2023، صفحة 36)

ينحصر التحول الرقمي على تجربة العملاء من خلال: (didier & westerman, pp. 6-8)

1-2 خدمة العملاء الرقمية:

من الخدمات الرقمية المنتشرة في القطاع المصرفي وجود موقع إلكتروني تفاعلي ووجود تطبيقات رقمية للهواتف المحمولة ، وقد تشمل هذه الخدمات معظم ما يعتقده العملاء على أنه خدمات رقمية ولكنها لا تعني على الإطلاق التحول الرقمي في الخدمات البنكية، وإن كانت تتيح للبنك اتخاذ خطوة كبيرة نحو التحول الرقمي من خلال تحويل التعامل مع العميل، من التعامل التقليدي من خلال ذهابه للبنك ومروره بعدة خطوات من أجل حصوله على الخدمة المصرفية، إلى الحصول على الخدمة رقمياً ويتم ذلك من خلال:

التصميم الرقمي لخدمة العملاء:

وهي عمل تصور لخطوات تجربة العميل وفهم شخصيات واحتياجات العملاء، باستخدام مداخل مثل التفكير التصميمي، مع القدرة على إعادة هندسة تجارب العملاء رقمياً، حيث يتم دمج بيانات العملاء عبر الخدمات البنكية وفهم سلوك العملاء مما يسهل إمكانية تقديم خدمات إستباقية للعملاء، وتعتمد بعض البنوك على وسائل التواصل الاجتماعي لفهم ما يحقق رضا العملاء، وما الذي يؤدي إلى عدم رضا العملاء كما تقوم البنوك بالترويج لعالماتها التجارية بشكل أكثر فعالية، بواسطة الوسائط الرقمية،

وتقوم أيضا ببناء مجتمعات جديدة عبر الإنترنت لتقديم المشورة وبناء الولاء للعملاء في الخدمات البنكية.

2-2 التحول الرقمي لخدمة العملاء:

يقصد بالتحول الرقمي لخدمة العميل اتخاذ خطوات لعمل نظام أساس واحد شامل كل خطوات معاملة العميل عبر الإنترنت، بحيث يتم التعامل مع العميل بواسطة نفس الأدوات وربما نفس الأشخاص، وبفس المعلومات طوال العملية حيث ينتقل العملاء بسهولة من التسويق إلى المبيعات، من خلال تطبيق عبر الإنترنت فمثال تتيح رحلة العميل الرقمية للعميل بالنقر فوق أحد الإعلانات والاشتراك في حساب عبر الانترنت، وتلقي التعليمات والمعلومات بواسطة التطبيق الخاص به، ودفع الفواتير أو إرسال الأموال عبر الإنترنت مما يوفر للبنك مصروفات التشغيل ويحسن من رضا العملاء.

2-3 تطوير خدمة العملاء بواسطة نقاط الاتصال الرقمي:

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

المطلب الثالث: اثر التحول الرقمي على الأداء المالي في البنوك الجزائرية:

تعريف الأداء:

يعد الأداء من أهم المصطلحات الجذابة التي تحمل بين طياتها نكهة العمل وديناميكياته، والجهد الهادف وهو يقترح فصل العمل الجيد عن السيئ، وإنه يتيح للمديرين تقييمه كما لو كان له إجراءات فنية غير سياسية، وبذلك أصبح الأداء من المفاهيم الأساسية للمديرين، والذي من خلاله يمكن تحديد مدى نجاح البنك وفعاليته، وهناك عدة تعاريف يمكن ذكرها فيما يلي: (الحسيني، فلاح حسين؛ مؤيد، عبد الرحمان، 2000، صفحة 221)

- الأداء دالة للمؤشرات والخصائص إضافة إلى خيارات المنظمة.
- الأداء انعكاس للطريقة التي تم فيها استخدام المنشأة لمواردها البشرية، المادية وبالشكل الذي يجعلها قادرة على تحقيق أهدافه.
- الأداء هو القيام بتنفيذ جزء من العمل، أو كله وتحقيق النجاح.

الفرع الأول: الاداء المالي:

لقد تعددت التعاريف المقدمة للأداء المالي وذلك باختلاف وجهات النظر لدى العديد من الباحثين ولم يتم الاتفاق على تعريف محدد له، و فيما يلي أهم التعاريف التي قدمت له:

يتمثل الأداء المالي في قدرة المؤسسة على بلوغ أهدافها المالية بأقل التكاليف الممكنة، فالأداء المالي يتجسد في قدرتها على تحقيق التوازن المالي وتوفير السيولة اللازمة، لتسديد ما عليها من التزامات وتحقيق معدل المردودية بتكاليف منخفضة. (عقي حمزة: بن عيشي , البشير، 2017، صفحة 249)

يعرف أيضا الأداء المالي على أنه " مدى قدرة المؤسسات على الاستغلال الأمثل لمواردها ومصادرهما ، في الاستخدامات ذات الأجل الطويل والقصير الأجل من أجل خلق ثروة . (مايده, محمد فيصل; احمد, الصالح سباع، 2017، صفحة 249)

و يعرف الأداء المالي على أنه عملية تقييم الوضع المالي للشركة لتحديد قدرتها على تحقيق القيمة المضافة ، من خلال استخدام الموارد بكفاءة ومقارنة الأهداف المحققة بالأهداف المحددة لتحديد الأخطاء والانحرافات واتخاذ التدابير اللازمة لتصحيحه.

1-1 أهمية الاداء المالي:

تتمثل أهمية الأداء المالي في أنه يهدف إلى تقويم أداء المؤسسة من عدة جوانب وبطريقة تخدم مصالح مستخدمي البيانات ذات العلاقة بالمؤسسة، وذلك من خلال ما يوفره الأداء المالي من معلومات لترشيد قراراتهم المالية، بالإضافة لذلك أنه يمكن من متابعة أعمال المؤسسة ومراقبة أوضاعها ومستويات أدائها مقارنة بالموارد المتاحة والأهداف المسطرة ، واكتشاف المعوقات واقتراح إجراءات تصحيحية وترشيد قرارات الاستثمار حسب الأهداف العامة للمؤسسة للحفاظ على الاستمرارية والبقاء والمنافسة. (بحري علي، 2018، صفحة 354)

1-2 أهمية الرقمنة على الاداء المالي:

الرقمنة تلعب دور في تحسين الأداء المالي للشركات و المؤسسات ، إليك بعض الأسباب التي توضح أهمية الرقمنة على الأداء المالي :

1_ زيادة الكفاءة: يمكن للتكنولوجيا الرقمية تحسين كفاءة عمليات الأعمال المالية، مثل التحصيلات و الدفعات و إدارة الحسابات، وذلك من خلال استخدام الأنظمة المتقدمة يمكن لهذا الأمر توفير والدفعات والوقت والتكاليف وتحسين سرعة ودقة العمليات.

2_ تحليل بيانات افضل : يتولى الحوسبة السحابية و تقنيات التحليل الضخم دورا مهما في مجال التحليل المالي يمكن للشركات جمع البيانات المالية و تحليلها بسرعة اكبر و دقة اعلى ، مما يسمح لها باتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة، وتحسين التخطيط الموارد و تقدير المخاطر .

1-3 مفهوم الاداء المالي في البنوك:

يعد الاداء المالي وصف لوضع المؤسسة الان و تحديد للاتجاهات التي استخدمها للوصول اليه من خلال دراسة المبيعات ' الارادات ' الاصول 'الخصوم و صافي الثروة . (الحسيني و عبد الرحمان مؤيد، 2006، صفحة 234)

ويعرف الأداء المالي في البنوك على انه "مدى مقياس البنوك في استغلال الموارد المتاحة لديها ". (جميل، الخانجي ابراهيم مروان; عمار، جمال يوسف، 2019، الصفحات 131-144) .

1-3-1 مفهوم تقييم الأداء المالي في البنوك:

هو قياس العلاقة بين العناصر المكونة للمركز المالي للمصرف، للوقوف على درجة التوازن بين هذه العناصر، وبالتالي تحديد مدى مكانة المركز المالي للمصرف. (عبلة المسلف، 2019، صفحة 219)

هو حكم عن سلامة المركز المالي للبنك، وتحديد مدى كفاءة البنك وفاعليته في تحقيق ذلك، مقارنة مع غيره من البنوك وعبر مختلف فترات النشاط. (التاجني، إلهام؛ محمود، فوزي شعوي؛، 2015، الصفحات 25-48)

يمكن القول أن تقييم الأداء المالي للبنوك يتم عن طريق قياس العائد المحقق، في ظل القيود المتعلقة بالسيولة والأمان والنشاط والمديونية.

1-3-2 أهمية تقييم الأداء المالي للبنوك :

تحظى عملية تقييم الأداء المالي في البنوك التجارية بأهمية بارزة و كبيرة و مستويات عدة ومختلفة يمكن إبرازها في التالي : (نصر حمود مزنان فهد، 2009، الصفحات 29-30)

- يبين تقييم الأداء في البنوك التجارية قدرة البنك على تنفيذ ما مخطط له من أهداف من خلال مقارنة النتائج المحققة مع المستهدف منها ، و الكشف عن الانحرافات و اقتراح المعالجات اللازمة لها، مما يعزز أداء البنك التجاري ومواصلة البقاء و الاستمرار في العمل.
- يساعد تقييم الأداء في الكشف عن التطور الذي حققه البنك التجاري في مسيرته نحو الأفضل، أو نحو الأسوأ و ذلك عن طريق نتائج الأداء الفعلي زمنيا من مدة إلى أخرى، ومكانيا مقارنة بالبنوك المماثلة الأخرى.
- يظهر تقييم الأداء المركز الاستراتيجي للبنك التجاري ضمن إطار البيئة القطاعية التي يعمل فيها، ومن ثم تحديد الأولويات و حالات التغيير المطلوبة لتحسين المركز الاستراتيجي للبنك .

- تساعد عملية تقييم الأداء في الإفصاح عن درجة الملائمة و الانسجام بين الأهداف و الاستراتيجيات المعتمدة وعلاقتها بالبيئة التنافسية للبنك التجاري .
- يقدم تقييم الأداء صورة شاملة لمختلف المستويات الإدارية عن إدارة البنك التجاري ، و تحديد دوره في الاقتصاد الوطني .
- يوضح تقييم الأداء كفاءة تخصيص واستخدام الموارد المتاحة للبنك التجاري .
- يساعد تقييم الأداء على تحقيق الأهداف المحددة في الخطط ، و العمل على إيجاد نظام سليم و فعال للاتصالات و الحوافز .
- يعمل تقييم الأداء على إيجاد نوع من المنافسة بين الأقسام المختلفة في البنك التجاري، مما يساهم في تحقيق مستوى الأداء فيه.
- يقدم تقييم الأداء إيضاحا للعاملين عن كيفية أداء مهامهم الوظيفية، ويعمل على توجيه الجهود لتحقيق الأداء الناجح الذي يمكن قياسه و الحكم عليه.

الفرع الثاني: تأثير التحول الرقمي على الأداء المالي في البنوك الجزائرية:

تُظهر التوجهات الحديثة في مجال أعمال البنوك أنه في المستقبل سيتم تنفيذ جميع الأعمال بطريقة رقمية، كما تظهر الدراسات السابقة أنه في السنوات الخمس المقبلة سيأخذ ثلثا عملاء البنوك زمام المبادرة ويختارون العالم الرقمي، وعليه أجبر التحول الرقمي البنوك على تحسين البنى التحتية لديها للتفاعلات الرقمية ، وتحول ثقافتها إلى التغيرات التكنولوجية السريعة، وعليه يعتمد نموذج الأعمال لهذه البنوك على تقديم عروض قيمة رقمية بالكامل ويميل إلى تحسين تفاعلها مع العملاء عبر التقنيات الرقمية، كل هذا يشجع هذا الشرط البنك على القيام بالتحول الرقمي هناك العديد من الأسباب التي تجعل البنك يقوم بالتحول الرقمي، ولكن السبب الأساسي للتحول من التكنولوجيا التناظرية إلى التكنولوجيا الرقمية هو أن تكون ذات صلة وتستمر في السوق، اليوم معظم البنوك تقر بأهمية التقنيات الجديدة لتحسين أدائها ورضا العملاء، وعلى وجه التحديد فإن أسباب قيام البنوك بالتحول الرقمي هي:

(Rogers, David L., 2016, p. 5)

- ✓ أن تكون في نفس مستوى المنافسة مع المنافسين في السوق الذين يتبنون بالفعل التحول الرقمي.
- ✓ لزيادة الأرباح كتأثير للرقمنة.
- ✓ لتكون أكثر كفاءة في تحقيق المنتجات و الخدمات .
- ✓ لتحقيق رضا العملاء.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

تعددت و تنوعت الدراسات و البحوث التي تناولت موضوع التحول الرقمي و تأثيره على الأداء المالي و تجربة العملاء، إلا أننا اخترنا بعض من تلك الدراسات التي اعتبرناها أكثر أهمية، من حيث علاقتها بالموضوع بشكل مباشر أو من خلال علاقة متغيرات الدراسة

المطلب الأول:الدراسات العربية

1_دراسة أو صغير لويزة بعنوان "خدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية _دراسة حالة

القرض الشعبي الجزائري "

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى واقع توفر الخدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية و تقديم المعلومات عن الوضع الحالي للخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الجزائرية، كما تسلط الدراسة الضوء على جهود القرض الشعبي الجزائري في تطوير أنظمة خدمة العملاء، من خلال إدخال أنظمة بطاقات متقدمة وخدمات عبر الإنترنت و قد خلصت هذه الدراسة على مجموعة من النتائج أهمها انه يساعد اعتماد الصيرفة الالكترونية إلى تخفيض التكلفة و زيادة حجم السوق، من خلال الخدمة المصرفية عن بعد بمختلف أنواعها ، و تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية يعتمد على وجود أنظمة دفع الكترونية ووسائل دفع الكترونية تتلاءم مع متطلبات العملاء و تتميز بالسهولة و الوضوح بالإضافة على انه ما يميز الخدمة المصرفية في النظام المصرفي الجزائري أنها ما زالت تقليدية و لا تتناسب مع المعايير الدولية، إما عن الخدمة المصرفية الالكترونية فمازالت في مرحلة أولية من خلال إدخال البطاقة المصرفية .

2_دراسة سناء راهب و حليلة الشابي بعنوان " اثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي للعاملين في

البنوك التجارية الجزائرية -دراسة حالة البنوك التجارية ولاية الطارف

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز اثر التحول الرقمي بأبعاده الثلاثة(استخدام التقنيات الرقمية , رقمنة العاملين في البنك ,رقمنة العملاء وعلاقتهم) على الأداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية بولاية الطارف وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها انه يعتمد التحول الرقمي في البنوك التجارية على ثلاث عناصر أساسية، وهي التقنيات الرقمية و العاملين والعملاء فوجود التقنية المناسبة يساهم في تقديم خدمة تسير التواصل بين كل من العاملين و العملاء، بالإضافة إلى إلمام العامل بالبنك بأهمية التحول الرقمي وضرورته ودوره الفعال في تطوير أداء البنك، بالإضافة لدور العملاء وإدراكهم الكامل لمفهوم التحول الرقمي وطرق استخدامه، و التقنيات الرقمية التي تعمل على تقليص مدة العمل في البنك مما يؤدي إلى تطوير مهارات العمل وتحسين الإنتاج .

3_دراسة نبيلة قرزيز و آخرون "دور التحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للبنوك العمومية _ حالة البنك الوطني BNA:

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على دور التحول الرقمي في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في الخدمات المصرفية العامة، بالإشارة إلى حالة البنك الوطني الجزائري BNA وتهدف الدراسة إلى تقديم رؤى و توصيات للبنوك العامة الجزائرية للوصول إلى تحول رقمي أكثر سلاسة، و اعتماد آليات جديدة متوافقة مع البيئة المصرفية في عصرنا ، و قد استخلصت جملة من النتائج أهمها تطور مصطلح التحول الرقمي عبر مراحل بداية من تبني نماذج الاتصالات و الكمبيوتر عبر الانترنت ، كما أدت التطورات الخاصة في القطاع المصرفي إلى ظهور أشكال جديدة للتعامل الرقمي، كأجهزة الدفع الإلكتروني ،نقاط البيع ،و الهاتف المحمول و ضرورة اعتماد استراتيجيات لخفض التكاليف من جهة أخرى لتحقيق رغبات العملاء، في أي مكان أو زمان خاصة في ظل التكنولوجيا التي ستشكل ثورة حقيقية في المستقبل .

4_دراسة ياسين محمود و آخرون "اثر التحول الرقمي على كفاءة خدمات المقدمة من البنوك المدرجة في البورصة المصرية _دراسة ميدانية

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد درجة توافر متطلبات تطبيق التحول الرقمي (الكفاءات البشرية،البنية التحتية ،البيانات الضخمة) في البنوك المدرجة في البورصة المصرية ، و تحديد اثر أبعاد التحول الرقمي في أداء البنوك المدرجة في البورصة و من بين نتائج هذه الدراسة انه يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة معنوية للتحول الرقمي (الكفاءات البشرية ،البنية التحتية) في تحسين جودة الخدمات المقدمة في البنوك المدرجة في البورصة المصرية ،بينما لم يتبين وجود تأثير ذو دلالة معنوية للبيانات الضخمة في جودة الخدمات المقدمة من قبل البنك.

5_دراسة شوشان خديجة و بوعويمة حمو دور التحول الرقمي في تحسين خدمات المصارف الإسلامية الجزائرية _دراسة حالة مصرف السلام :

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مفهوم التحول الرقمي و أهم التقنيات في تعزيز و تحسين الخدمات المالية المصرفية ، و الوقوف على واقع التحول الرقمي في المصارف الإسلامية بالجزائر، و أهم التحديات التي تواجهها ومن أهم النتائج المتوصل لها أن الرقمنة توفر فرص الابتكار و تقديم خدمات مالية جديدة توفر الوقت و الجهد و بتكلفة منخفضة بالإضافة إلى أن الصيرفة الإسلامية تقوم على مجموعة من الخصائص و المبادئ المتوافقة مع الشريعة الإسلامية ، تدفع بعجلة التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و تقديم عدة منتجات من المشاركة و المضاربة و مرابحة و تأجير تمويلي تعمل و وفق المبادئ الإسلامية .

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية:**1_دراسة TrangDoan Do و آخرون بعنوان The impact of digital tranformation commercial banks Evidenefromveitnamese on performance**

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم تأثير التحول الرقمي على أداء البنوك التجارية الفيتنامية ذات الأحجام المختلفة ، و تقديم اقتراح سياسات التحول الرقمي لتحسين الأداء المصرفي ومن أهم النتائج المتوصل إليها اقتراح الإثارة السياسة لتحسين الأداء المصرفي من خلال التنفيذ الفعال للاستراتيجيات التحول الرقمي، و هي يجب على البنوك مراعاة حجمها عند تنفيذ استراتيجيات التحول الرقمي و يجب على البنوك الاستثمار في التقنيات الرقمية التي يمكن أن تحسن كفاءتها و تجربة العملاء ،وعلى الحكومة تقديم الدعم والحوافز للبنوك وعلى البنوك مراعاة حجمها عند تنفيذ استراتيجيات التحول الرقمي تمام استراتيجيات التحول الرقمي.

2_دراسة Anmar Muzaffar بعنوان Analysis of the Role Digital Transformation Stratégies in Achieving the Edge of Financial Competiton

تهدف الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الاستراتيجيات التحول الرقمي، والقدرة التنافسية المالية لمجموعة من البنوك العراقية الخاصة واعتمد الباحث على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية ، وتحقيق الأهداف التي سعت إليها الدراسة أظهرت النتائج إن عندما تكثف البنوك استخدام التكنولوجيا فإنها ستضمن حالة من المنافسة بين نظيرتها في القطاع المصرفي ، و خلق القيمة والإجراءات داخل البنوك المبحوثة له تأثير واضح على مستوى المنافسة لمثل هذه البنوك، و إن توفر الإمكانيات المالية للمصارف في عينة الدراسة يؤمن تنفيذ إستراتيجية التحول الرقمي، وبالتالي يؤمن قدرتها التنافسية المالية من حيث العائد كحد تنافسي مالي فريد بين نظراء

3_دراسة Joy E AKAHOM .Ida Skubis بعنوان Exploring Transformational customer Experience in Digital Banking : An Exploratorystudy**أهداف الدراسة :**

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تجارب الخدمات المصرفية الرقمية للعملاء من حيث التطورات و الرحلة التحويلية للخدمات المصرفية الرقمية، و التحديات التي يواجهها العملاء و نتائج هذه الدراسة كشفت عن تجارب الخدمات المصرفية الرقمية للعملاء ، و التقدم من خلال الخدمات المصرفية الرقمية (مريحة ، اقتصاد غير ورقي) و التجارب التحويلية المصرفية الرقمية (

مبهجة, حديثة, شفافة, موثوقة) و التحديات (البنية التحتية للشبكة الكهربائية مزود بالطاقة) و يستكشف تجارب الخدمة المصرفية الرقمية، و التي تعتبر مهمة للتسويق المصرفي و التقدم النظري .

4_ دراسة

Cajetan Ikechukwu Mbama و آخرون بعنوان Digital Banking .Costomer Experience and Fianancial Performance :UK Bank Managers perceptions

تهدف هذه الدراسة إلى فهم تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء والأداء المالي وتحدد السمات التي تؤثر على تجربة الخدمات المصرفية الرقمية ، ومن نتائجها انه يمكن للبنوك تحسين أدائها المالي من خلال التركيز في تحسين تجربة العملاء، في الخدمات المصرفية الرقمية و يجب إن تركز تحدد السمات التي تؤثر على تجربة الخدمات المصرفية الرقمية البنوك على مشاركة الموظفين والعملاء وإضافة الطابع الشخصي على الخدمة. وتقديم خدمات عالية الجودة لتحسين تصميم خدمات المصرفية الرقمية و التسويق التفاعلي .

المطلب الثالث: ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة:

تتميز الدراسات السابقة المذكورة جوانب مختلفة من تأثير التحول الرقمي على تجربة العملاء و الأداء المالي ، من خلال تحسين و تنوع الخدمات المصرفية التي ساعدت هذه البنوك في تعزيز منافستها على المستوى المحلي و الدولي ، و زيادة رضا العملاء و ولاءهم وعليه استنادا للدراسات و الدراسات السابقة تبرر أهم الاختلافات ، ما بين هذه الدراسات و دراستنا أو ما يعرف بالفجوة البحثية في النقاط التالية :

_ من حيث الأهداف :

نلاحظ أن الدراسات تركز على تأثير التحول الرقمي بالقطاع المصرفي من خلال تطوير أنظمة خدمة العملاء و إدخال خدمات جديدة ، حيث ركزت بعض الدراسات على إبراز اثر التحول الرقمي على الأداء الوظيفي و البعض على تحقيق الميزة التنافسية المستدامة ، كذلك تعزيز و تحسين الخدمات المالية المصرفية بالإضافة إلى اقتراح سياسات لتحسين الأداء المصرفي ، و لكن دراستنا تختلف عن باقي الدراسات في كونها تعالج تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء و الأداء المالي من وجهة نظر البنوك الجزائرية ، حيث هدفت إلى أهمية التحول الرقمي و تحسين الخدمات المصرفية الرقمية و تأثيرها على الأداء المالي للبنوك الجزائرية وعلى تجربة العملاء من جهة أخرى.

2_ من حيث المنهج:

نلاحظ من خلال الدراسات السابقة أنها تقوم بدراسة التحول الرقمي و تجربة العملاء و الأداء المالي في البنوك، و قد اعتمدت كل الدراسات على منهج مناسب لطبيعة الدراسة ، وعليه نلاحظ انه تختلف الأساليب و الأدوات المستخدمة في هذه الدراسات اعتمادا على سؤال البحث و البيانات التي يتم جمعها، و قد اعتمدت كل دراسة على طريقة و أدوات لجمع بياناتها فاستخدمت (لويزة 2018) و (نبيلة و آخرون) و (Anmar muzffar) البرنامج الوصفي التحليلي ، و بينما استخدم البحث الكمي (TrangDoan)، بينما استخدم (akahome) (Mbamba) مقابلات شبه منظمة في دراستهم.

فالهدف الأساسي من اغلب الدراسات هو تحديد العلاقات التي تربط بين مجموعة من المتغيرات ، هاته الأخيرة التي تقسم إلى أنواع عدة ، أهمها المتغيرات التابعة و المتغيرات المستقلة ، و دراستنا هاته تتكون من متغير مستقل و هو التحول الرقمي و متغيرين تابعين يتمثلا في تجربة العملاء و الأداء المالي للبنوك الجزائرية ، و بالتالي تختلف دراستنا عن باقي الدراسات في أنها تستخدم البرنامج الإحصائي و أدوات الإحصاء الوصفي و تحليل الارتباط و تحليل الانحدار، و المقياس النوعي و الطرق الوصفية و الاستنتاجية لمعالجة و تحليل البيانات ، بينما كان مجتمع البحث هو البنوك الجزائرية .

3_ من حيث النتائج:

من خلال الدراسات السابقة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها أن الدور الذي يلعبه التحول الرقمي في تطوير أداء البنوك ، و تعزيز قدرتها التنافسية و مساعدة الأفراد في الحصول على الخدمات بأقل التكاليف، و انه يمكن للبنوك تحسين أدائها المالي من خلال التركيز في تحسين تجربة العملاء في الخدمات المصرفية الرقمية، بالإضافة إلى اعتماد الصيرفة الالكترونية الذي يساعد في تخفيض التكلفة و زيادة حجم السوق و لآكن دراستنا تختلف عن باقي الدراسات، في كونها تعالج تأثير التحول الرقمي على تجربة العملاء و الأداء المالي من وجهة نظر البنوك الجزائرية ، و تم التوصل إلى أن اعتماد البنوك الجزائرية للتكنولوجيا المتطورة ساهم في إقبال الزبائن مما تحويه على سرية و أمان، مما يساعد على ارتفاع منحنى الإيراح ، و مكن التحول الرقمي البنوك من تطوير المهارات و القدرات الرقمية بين موظفيها و تحسين تجربة العميل، و رقمنة الخدمات بهدف تطوير الأداء المالي و بالتالي خلق قيمة للبنك .

خلاصة الفصل :

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى التحول الرقمي على انه استخدام التقنيات و التطبيقات الحديثة من اجل تغيير الأسلوب القديم و تبني الرقمنة و مواكبة التطورات التكنولوجية، في عمل البنوك لتحسين مستوى خدمات المصرفية و تطويرها بالإضافة إلى التأثير التحول الرقمي على تجربة العملاء و الأداء المالي في البنوك الجزائرية، فالتحول الرقمي يحسن تجربة العملاء مما يؤدي إلى زيادة رضاهم و ولاءهم بالإضافة إلى زيادة الكفاءة و تقليل التكاليف مما يؤدي إلى تحسين الربحية .

الفصل الثاني دراسة ميدانية

بنك (A.G.B – B.E.A- B.D.L)

تمهيد:

بعد الدراسة التي قمنا بها في الجانب النظري المتعلق بالتحول الرقمي و تأثيره على تجربة العملاء و الأداء المالي من وجهة نظر البنوك الجزائرية، سنتطرق في هذا الفصل إلى الدراسة التطبيقية لهذا الموضوع، بهدف إسقاط ما تم تناوله على البنوك الجزائرية كما تم تسليط الضوء على الخدمات الرقمية التي تقدمها هذه الأخيرة، بعدها تقديم الإطار المنهجي للدراسة الميدانية و الذي يندرج ضمنه تصميم قائمة الأسئلة (الاستبيان) وطريقة المعاينة وجمع البيانات، وأخيرا التحليل الوصفي للاستبيان و التوصل إلى اختبار فرضيات الدراسة لتوصل إلى نتائج يمكن تعميمها، وعليه تم تقسيم الفصل إلى مبحثين على النحو التالي:

المبحث الأول: نظرة شاملة حول البنوك الجزائرية.

المبحث الثاني: منهجية و نتائج الدراسة الميدانية.

نظرة شاملة حول البنوك الجزائرية

المطلب الأول: تقديم ببنك الخليج الجزائري

1 التعريف ببنك الخليج الجزائري

تعريف بنك الخليج الجزائري:

هو عبارة عن بنك رأس ماله 10مليار دينار جزائري، أنشئ هذا البنك بتاريخ 15 ديسمبر 2003 وهو عبارة عن مشروع جماعي خاص في الكويت، أنشأ هذا المشروع عام 1975 تعود ملكيته 100%بنك الخليج الجزائري، مهمته الأساسية المساهمة في تطوير الاقتصادي والمالي الجزائري، يقدم مجموعة واسعة من الخدمات المصرفية المتميزة، سواء بصيغ الكلاسيكية و الموافقة لمبادئ الشريعة الإسلامية في عام 2007 تم توسيع النشاط والتركيز على جلب الزبون فقط والسهر على خدمته وراحته وفي 2008 حاول البنك الاقتراب أكثر من الزبون من خلال توسيع حجم وكالاته إلى 13وكالة وفي نهاية 2009 حقق البنك عامة الخامس من النجاح بتحقيق ربح لأكثر من 20مليون دولار . ومقره الرئيسي في الجزائر العاصمة ، تم توسيع فروعه إلى 60فرعا ليصبح أقرب إلى عملائه في جميع أنحاء البلاد .

- البلد: الجزائر

- الملكية : أجنبية

- نوع الشركة :شركة مساهمة

2:وظائف وأهداف بنك الخليج

أولا:وظائف بنك الخليج :

تتمثل مهامه فيما يلي :

- تمويل المؤسسات المتوسطة والصغيرة.
- تمويل نشاطات الاستغلال والاستثمار.
- تمويل المهن الحرة.
- منح القروض العقارية والمضمونة والقروض بالحيازة الخاصة.
- تمويل كل النشاطات المتعلقة بالاقتصاد والصناعة والتجارة .
- جمع المدخرات من مختلف المصادر .
- يلعب دور الوسيط لعمليات المالية لإصدار وتمويل المشتريات.

ثانيا: أهداف البنك :

إن الهدف الرئيسي للبنك هو المساهمة في تحقيق التوسع والنمو والوصول إلى جميع الدول وهذا يفتح فروع جديدة وتقديم خدمات جديدة لكسب المزيد من الزبائن.
من الأهداف الحديثة التي تخدم الاقتصاد الوطني، هي تقديم خدمات خاصة كقروض التحيز وخاصة القرض العقاري.
ضمان أعلى في أعماله المصرفية .
السعي إلى استغلال كل الوسائل الحديثة المستعملة، في المجال لتقديم أعلى مستوى في الخدمات وبقوة عالية.

3: تقديم بنك الخليج الجزائري بسعيدة**أولا : تعريف بنك الخليج الجزائر بسعيدة:**

أنشئت وكالة بنك الخليج بسعيدة وجهزت بكل الوسائل الحديثة، يبلغ عدد الموظفين في الوكالة 6 موظفين كلهم إطارات.

- 1مدير الوكالة :

ويعتبر الممثل الرئيسي للبنك على مستوى الوكالة وهو المسؤول عن توفير التنظيم الإداري والتشغيلي للوكالة، وتمييزها التجارية مع الاهتمام المستمر بإدارة الجودة والمخاطر ،كذلك تحقيق الأهداف الإستراتيجية والمالية التي حددتها إدارة البنك ، وضمان الشفافية للبنك وإدارة ميزانية الوكالة ، كذلك من مهامه السهر على مراقبة نظامية الحسابات في الوكالة والتأكد من سير العمليات الإدارية والتشغيلية وإجرائها في إطار القانون ، مع مهمة إدارة موظفي الوكالة والإشراف عليها.

- 2المشرف الإداري superviseuradministratif :

وهو المشرف على أمين الصندوق ، وعامل شباك والأعوان ،من أجل تحقيق أهداف الوكالة ،ومن مهمته تقديم الخدمة للعملاء في إطار تحقيق الجودة وإدارة المخاطر والتأكد المستمر من سير العمل في جو إيجابي يعمل على تحقيق الأهداف.،وأياضا الإشراف والتحقق من تنفيذ العمليات المصرفية الجارية في الشباك للزبائن من الأفراد والمؤسسات ومعالجة شكاوي العملاء.

3-مستشار مبيعات العملاء والمؤسسات conseillerclientèle commercial :

من مهامه إدارة محفظة العملاء(المؤسسات) وتجهيز العمل من مجموعة منتجات ، التي يقدمها البنك وكذلك إدارة حسابات العملاء (فتح ،تغيير،غلق) وفقا للقرارات التنظيمية ، وتنفيذ كل عمليات الجارية

اليومية لزبائن المؤسسات برعاية خاصة ، وتسيير الكافلات والضمان الاحتياطي ، وإدارة قرض الاستثمار وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية ومعاملات مع الدول الأجنبية .

4مندوب إداري Delege au back office :

لدى المندوب الإداري مجموعة من المهام الرئيسية كتوفير ضمان إجراء عمليات، (back office) مع احترام قوانين المعمول بها في البنك في إطار الجودة والدقة ، كذلك يقوم بإدارة الحسابات والحفاظ على ملفات العملاء وتسيير دفاتر الصكوك والتصريح بالشبكات الغير مدفوعة ، وكذلك تجهيز العملات على الفواتير والشبكات والتحويلات ، وفقا للإجراءات وإدارة السندات الإذنية وجميع الأوراق التجارية .

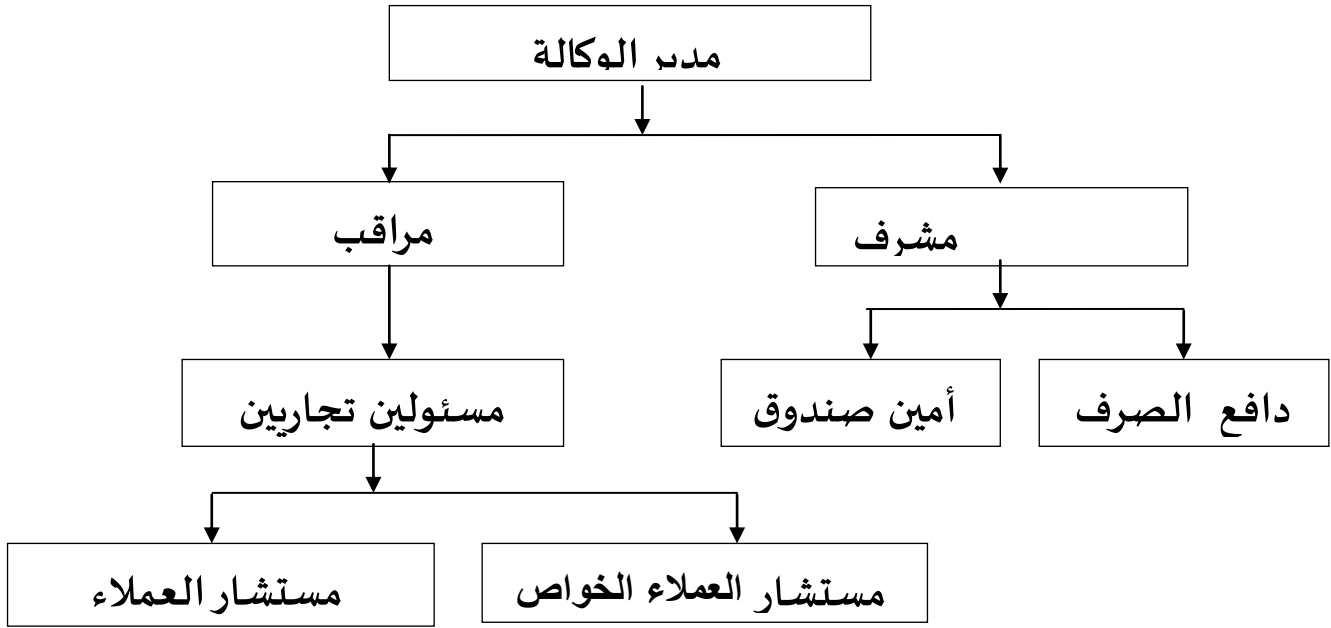
5أمين الصندوق caissier :

وهو المسؤول عن الصندوق وعن ضمان بشكل مستمر عمليات الصندوق مع العملاء ، وحسن سيرها احتراماً إما للممارسات والإجراءات السارية المفعول، بها في البنك ،كما يسهر على ضمان تسوية الحسابات .

6 Guichetier payeur :

يعمل عامل الشباك الصراف على ضمان السير الحسن بشكل مستمر لمختلف العمليات البنكية مع احترام الإجراءات المعمول بها في البنك، كما يعمل على ضمان تسوية الحسابات المحافظون على سجل الصندوق ،و ضمان السرية التامة للمعاملات ،كما يجري نيابة عن العملاء جميعا ومختلف العمليات الإدارية (كالسحب وتحويل الحسابات ،وصرف الشيكات وإصدار الشيكات المصرفية ، وخصم الشيكات ،... الخ).

ثانيا: الهيكل التنظيمي لوكالة الخليج الجزائر - بسعيدة -



الشكل 03 : يمثل الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائر - بسعيدة -

4. خدمات بنك الخليج

أولا: الخدمات التقليدية لبنك الخليج الجزائر

يقوم البنك بتقديم خدمات عدة نذكرها فيما يلي:

1/خدمات الودائع المصرفية :

- الحساب الجاري: يفتح هذا الحساب للأشخاص الطبيعيين والمعنويين (تجاري، مؤسسات، تجارية...)، الذين يمارسون نشاط تجاري، ويمكن أن يكون هذا الحساب مدينا ولا ينتج فوائد.
- الودائع لأجل: هذه الحسابات مفتوحة لصالح الأشخاص الراغبين في الحصول على فوائد مقابل تجميد لمبالغهم لمدة معينة ويشترط ألا يقل مبلغ الوديعة على 10 آلاف دينار جزائري.
- حسابات الصكوك: هي حسابات مفتوحة لجميع الأفراد والجماعات التي تمارس أي نشاط تجاري وذوي الأجور الراغبين في أغلب الأحيان الاستعانة بالشيكات لتصفية الحسابات.
- دفتر التوفير AGB: هو وسيلة ادخار سهلة، آمنة ولينة تمنحكم فرصة استثمار أموالكم وفي نفس الوقت إمكانية التصرف بها بكل حرية وفي أي وقت ويحرر الحساب بالدينار الجزائري
- دفتر التوفير التساهمي: ويمنح فرصة الاستثمار وفي نفس الوقت إمكانية التصرف بحرية وفي أي وقت في إطار مطابق لمبادئ الشريعة الإسلامية .

2/ القروض :

يمنح المصرف عدة أنواع من القروض وهي كالآتي:

1. القرض العقاري: وهو قرض موجه لشراء بيت جاهز أو شراء بيت في طور الإنجاز وهو قرض غير ملزم بفترة توفير، وغير محدود السقف وقابل للتسديد على مدة تصل إلى 25 سنة وهو موجه لذوي الجنسية الجزائرية.

2. قرض مهنة: هو قرض لأصحاب المهن الحرة والتجار لتمويل مشاريعهم المهنية لجميع الاحتياجات البنكية، ويوجد عدة أنواع للتمويل منها:

أ) مهنة السلام: لتمويل حاجات الاستغلال.

ب) مهنة المرابحة: لتمويل الحاجات في اقتناء المعدات أو المركبات الآلية.

ثانيا: الخدمات الحديثة لبنك الخليج الجزائر - وكالة سعيدة-

يقوم البنك بتقديم خدمات حديثة وهي:

• **1- خدمة (AGB Online)** :وهي خدمة تمنح العميل الراحة حيث تمكنه من الاطلاع على حسابه المصرفي بمجرد نقرة عبر الانترنت وهي خدمة متوفرة 7/7 أيام و 24/24 سا، وهذه الخدمة متاحة لكل زبائن بنك الخليج .

• **خدمات AGB Online** :يعرض عدة خدمات نذكر منها:

1. متابعة الحسابات عبر الانترنت .

2. نشر الوضعية الإجمالية للحسابات.

3. تحميل كشوف الحسابات على شكل pdf و Exel .

• **2 خدمة الرسائل القصيرة :**

للاستفادة من الخدمة ما على الزبون وضع رقم هاتفه الجوال عند مستشار العملاء ، وبالتالي سيبقى العميل على علم بكل التغيرات الحاصلة في حسابه من دفع ونقل وسحب أو غير مستشار العملاء ، عن طريق رسائل قصيرة على جواله دون عناء منه.

• **3 خدمات البريد السريع :**

للحصول على خدمة البريد يجب على العميل وضع بريده الالكتروني عند مستشار العملاء، وبالتالي فعند إجراء العميل لعملية استرداد أو تصدير وعندما يريد أن يعلم بالتقدم الحاصل في عملياته الدولية ، فان هذه الخدمة ستسهل الحصول عن تلك المعلومات وفي وقت حقيقي ستحصل على نسخ من الرسائل المرسله والمستلمة على شبكة سويفت .

- **4خدمات الصراف الآلي:** وفر بنك الخليج أجهزة الصراف الآلي في جميع وكالاته المنتشرة على كامل التراب الوطني، وعلى مستوى المطارات الدولية .
- بطاقات السحب المتوفرة لجميع زبائن البنك لديهم حساب AGB وهذه الخدمة متاحة 7/7 أيام 24/24 سا وتمكنك من سحب النقود بالدينار وكذلك كشف الحساب.
- **5خدمة الصندوق الفولاذي أو الخزانة الفولاذية :** الحماية أشياءك الثمينة ولتحفظ به بأمان ماعليك سوى تهيئة بيتك بخزانة فولاذية يقدمها لك البنك بتكلفة جيدة أو بثمن أقل .
- **6خدمة self Banking:** خدمات المصرفية الذاتية: وهي الأولى من نوعها بالجزائر حيث تسمح للعميل من خلال أجهزة الصراف الآلي إجراء مختلف العمليات المصرفية ، مثل سحب الصكوك، الإيداع النقدي، طلب دفاتر الصكوك وبطاقات مصرفية (ساهلة CIB) الاطلاع على وضعية الحسابات .
- **7خدمة Drive Banking:** هو جهاز صراف آلي مصمم خصيصا ليمسح للزبائن بسحب النقود دون أن يترك سيارتهم .
- وتتميز هذه الخدمة ب :
- السرعة والأمان والراحة
- ينفرد بنك الخليج بتقديمه هذه الخدمة،فهو المصرف الوحيد في الجزائر الذي عرض واقتراح هذا النوع من الخدمات ويسعى المصرف إلى توسيع الخدمة في جميع فروعها ، وبهاتين الخدمتين فإن بنك الخليج يؤكد مكانته كشركة رائدة في مجال الخدمات المصرفية ، سواء من حيث تقنياته المتطورة أو من حيث منتجاته الجديدة (AGB BANK .2021).

المطلب الثاني: تقديم بنك التنمية المحلية.:BDL

للقيام بتطبيق الدراسة على الواقع تم اختيار بنك التنمية المحلية وكالة سعيدة - وفي هذا المبحث سنقدم البنك نشأته وأهدافه وهيكله التنظيمي.

1 نشأة بنك التنمية المحلية وتعريفها

أسس بنك التنمية المحلية بموجب مرسوم 85_ 85 المؤرخ في 10 شعبان 1405 الموافق ل 30 افريل 1985 يتضمن إنشاء بنك التنمية المحلية وتحديد قانونه الأساسي، أنشأ هذا البنك في إطار إعادة تنظيم شبكة المؤسسات النقدية والمصرفية التي تستجيب لحاجيات التجهيز الجهوي والمحلي، وهو آخر بنك يتم تأسيسه قبل الدخول في مرحلة الإصلاحات، وذلك تبعا لإعادة هيكلة القرض الشعبي الجزائري برأس مال قدره نصف مليون (500.000.000 دج) و يكون المقر المركزي للبنك في سطاوالي (تبيازة).

ويفتح فروع ووكالاته أو مكاتبه و شبائكه في إطار تنظيم لا مركزي طبقا للأهداف المرسومة له في مجال القرض والتنمية، لسياسة الحكومة، باشر عملة في جويلية 1985 .

وفي سنة 1995 وبعد مرور 10سنوات من تأسيسه أصبح رأسماله يقدر ب70 مليار دينار .. ويضم المقر الرئيسي لبنك التنمية المحلية 9 مديريات متخصصة، أما وكالاته فانتشرت خلال سنة ونصف من تأسيس البنك على مجمل التراب الوطني حيث عند انطلاق نشاطه كان يشرف على 39 وكالة موزعة عبر التراب الوطني وفرع واحد فقط ، وبعد مرور 10سنوات من أصبح يشرف على 150 وكالة و15 فرع.

وفيما يخص موارده التي يتلقاها من عملائه فقدت عند انطلاق نشاطه ب2 مليار دينار. وبعد10 سنوات أصبح45 مليار دينار، أما عدد عماله فقد ارتفع خلال نفس الفترة من750 إلى3035 عامل.

2تعريف بنك التنمية المحلية:

هو مؤسسة مالية عمومية ملك للدولة، خاضع للقانون التجاري و يتولى كل العمليات التقليدية لبنوك الودائع، يتمتع البنك بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي و يعد تاجرا في علاقاته مع الغير و خاضعا لما يلي:

القواعد العامة المتعلقة بنظام البنوك و القرض.

الأحكام التشريعية و التنظيمية المعمول بها المطبقة على عقود و أهدافه و وسائله و هياكله و أعماله ستقل عن القرض الشعبي الجزائري، في20 فيفري 1989 في ظل قانون 89_ 04 المتعلق باستقلالية المؤسسات، ومدة حياته هي 99سنة من تاريخ ترقيمه في السجل التجاري.

كانت عدد أسهمه عند إنشاءه500 سهم ثم تقرر رفعها إلى720سهم بقيمة اسمية مليون دينار للسهم الواحد، ليبلغ رأسماله حاليا إلى 15.000.000.000 دج، بحيث يحمل بنك التنمية المحلية شعار BDL

نشأة وكالة بنك التنمية المحلية بسعيدة:

انشأ بنك التنمية المحلية وكالة تابعة له على مستوى ولاية سعيدة في 1989 وهي وكالة بنكية رائدة ويأتي تصنيف الوكالات البنكية التابعة لبنك التنمية المحلية، تبعا لحجم نشاطاتها ورقم أعمالها المحقق، وتعتبر وكالة سعيدة وكالة جهوية.

تقوم وكالة سعيدة بجميع العمليات البنكية من إيداع سحب بالعملة الوطنية والعملة الصعبة، قبول الودائع من العملاء ، فتح الحسابات البنكية تحت طلب أو الأجل ، منح القروض بمختلف أنواعها ،

القيام بكل عمليات التجارة الخارجية استيرادا وتصديرا من خلال فتح الاعتمادات المستندية والقيام بعمليات التحصيل المستندي والتحويلات المصرفية الخارجية .

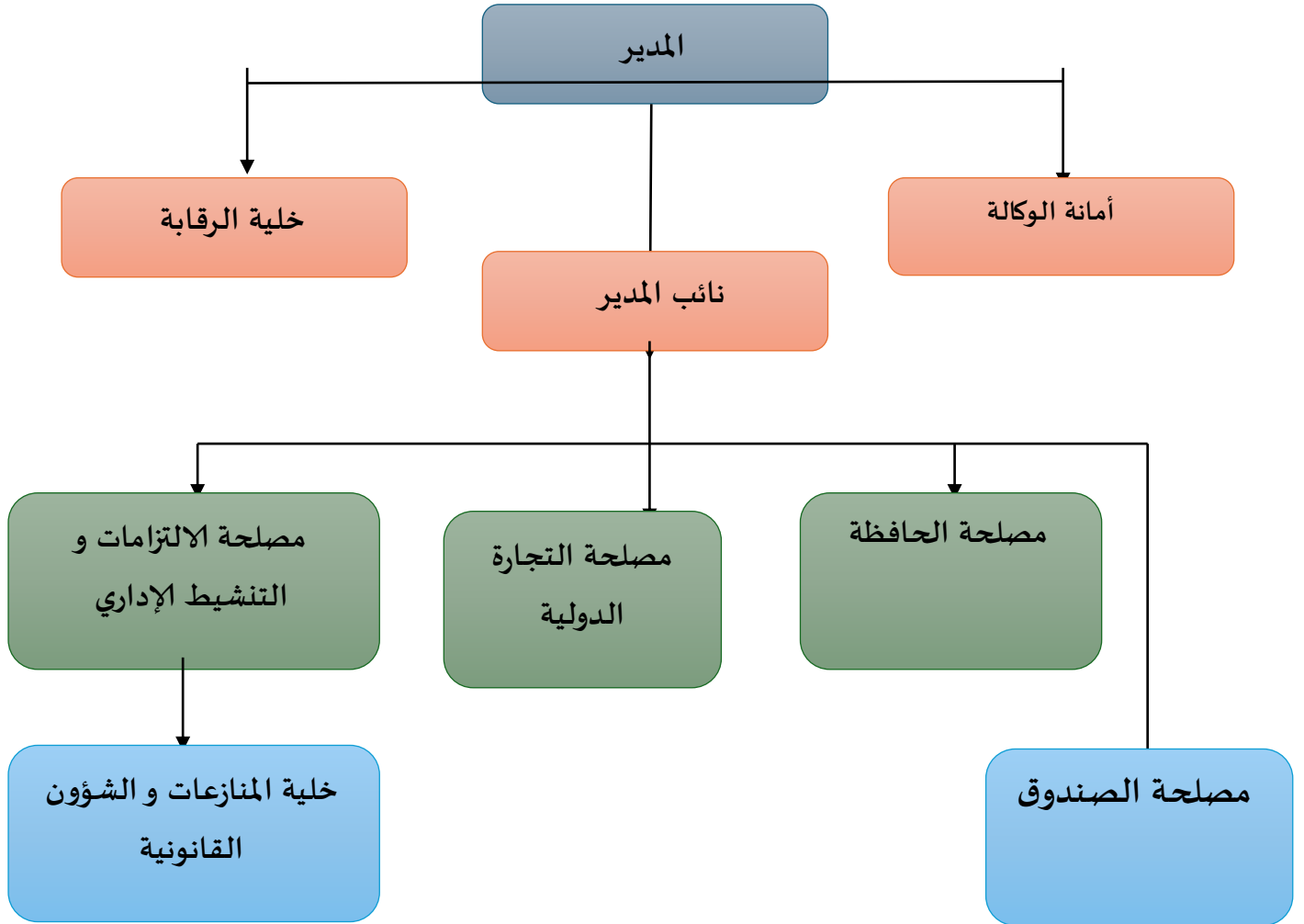
تقوم وكالة سعيدة بالمهام التالية:

- تسير المعاملات التجارية بصفة مرنة مع الزبائن.
- تسهر على دراسة وتحليل وكذا تسير الملفات المتعلقة بالقروض، التي تمنح للخواص والمؤسسات والصناعات المتوسطة والكبيرة.

تقوم بالمحاسبة والمعالجة الإدارية للعمليات مع الزبائن سواء بالعملة المحلية أو الأجنبية.

3 الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية

الشكل رقم (01) يوضح الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية:



المصدر : بنك التنمية المحلية BDL.

4 أقسام الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية:

1. **المدير:** له دور التنسيق بين المصالح البنكية ولذلك أخذ القرارات التي تخص العمل البنكي، فيما يخص منح القروض و استقطاب زبائن جدد للبنك.
2. **نائب المدير:** يقوم بالإشراف على تنسيق العمليات البنكية مع رؤساء المصالح المختلفة مع السهر على حسن سير أداء العمل ، وفقا للتعليمات التي يتلقاها من مدير البنك حيث يبلغه بكل ما يحصل في الوكالة في شكل تقارير ولو شفوية عن سير العمليات البنكية.
3. **أمانة الوكالة:** تقوم بتسجيل وتنظيم كل البريد الوارد و الصادر إي البنك ، و القيام بكامل أنواع السيكريترارية بصفة عامة.
4. **خلية الرقابة :** تقوم بمراقبة جميع العمليات البنكية اليومية و التدقيق في العمليات المحاسبية و إبلاغ المدير في حالة وجود خلل إيجاد الحلول المناسبة.
5. **مصلحة التجارة الدولية:** تقوم هذه المصلحة بدراسة ملفات التصدير و الإستيراد مع المتابعة و المراقبة لتنفيذ القواعد الموضوعة من طرف البنك المركزي.
6. **مصلحة الالتزامات و التنشيط التجاري:** دراسة كل ملفات القروض مع المتابعة و المراقبة، والتنشيط التجاري الوكالة عن طريق جلب الزبائن.
7. **مصلحة الصندوق:** تقوم بكل العمليات المصرفية فيما يخص الدفع و السحب و هي خاصة بكل الفئات سواء تعلق الأمر بالخواص أو القطاعات التابعة الدولة..
8. **مصلحة الحافظة:** تقوم هذه المصلحة باستقبال كل الشيكات التي يتسلمها العملاء من قبل بعضهم البعض.

مصلحة الموارد البشرية: من بين مهامها و دورها ما يلي:

إحصاء احتياجات البنك فيما يخص التكوين ، كذا إعداد المخططات السنوية للتكوين لكل من مديرية الاستغلال و الوكالات التابعة لها.

إعداد و متابعة ملفات المسار المهني لكل موظف.

القيام بكل إجراء يتعلق بالتقييم و بالتكوين و ذلك في إطار تطبيق مخطط التكوين للبنك، و بإتباع تعليمات مديرية الموارد البشرية.

تسيير صندوق الخدمات الاجتماعية الخاص بمديرية الاستغلال.

إعداد كل الوثائق الإدارية التي يطلبها الموظفون في إطار القانون المعمول به.

التواصل الدائم مع التنظيمات الاجتماعية المحلية مثل CNAS وغيرها.

ضمان فرض الانضباط في المديرية و الوكالات التابعة لها .

5 أهداف ومهام بنك التنمية المحلية وكيفية تسويق خدماته

يكلف البنك طبقاً لأحكام القوانين والتنظيمات الجاري بها العمل كأداة تخطيط مالية في ما يأتي:

- ✓ تحقيق الربحية.
- ✓ اكتساب عدد كبير من الزبائن (مؤسسات، أفراد عاديين، طلبة، مهن حرة... الخ) من أجل الحصول على عمولات أكبر المرتبطة بالخدمات البنكية المقدمة.
- ✓ تحقيق توازن اقتصادي ونقدي قصد تقادي ارتفاع معدلات التضخم عن طريق الإصدارات الجديدة.
- ✓ تنفيذ المخططات والبرامج المقررة لإنجاز الأهداف المرسومة للهيكل والأعمال المذكورة في تنفيذ المخططات، والبرامج المقررة في مجال التسيير والانضباط المحاسبي.
- ✓ احترام القواعد المطبقة على الهياكل و الأعمال المذكورة في مجال التسيير و الانضباط المحاسبي.
- ✓ تفريد الحركة المالية على الهياكل و الأعمال المذكورة في حسابات متميزة مطابقة لنوع العمليات و المخططات أو البرامج التي تهمها.

6 مهام بنك التنمية المحلية: BDL

بالإضافة إلى الدور التي تلعبه البنوك التجارية في جمع الودائع و منح القروض فلبنك التنمية المحلية مهام أخرى تتمثل في تمويل:

- المؤسسات و المقاولات العمومية ذات الطابع الاقتصادي الموضوعة تحت تصرف الهيئات المحلية (الولاية البلدية).
- العمليات الاستثمارية المنتجة المخططة التي تبادر بها الجماعات المحلية.
- العمليات التي له صلة بالقروض على الرهن (الرهن الحيازي)
- الأشخاص المعنويون أو الطبيعيون حسب الشروط و الأشكال المعمول بها.
- عمليات التجارة الداخلية الجهوية و المحلية.
- المخططات و البرامج التنموية الوطنية.
- تسبيقات و سلفيات على سندات عمومية تصدرها الدولة أو لجماعات المحلية.
- جميع العمليات البنكية: القرض، الصرف و الخزينة التي لها علاقة بأعمال تسيير موجوداتها المادية.

المطلب الثالث: نشأة بنك الجزائر الخارجي BEA:

إن نشأة البنك الخارجي الجزائري جاءت وليدة مهام يجب تحقيقها في شكل أهداف وفق تعريف عام و اشمل للبنك .

1 تعريف البنك الخارجي الجزائري BEA:

البنك الجزائري الخارجي هو عبارة عن مؤسسة مالية عمومية مختصة في التعاملات المصرفية التقليدية من الأشياء الثمينة و النقود الذهبية إلى الودائع و الأسهم و السندات ، و هو بنك مختص في العمليات مع الخارج من تحويلات و استثمارات في القطاعات الأخرى ، حيث يتعامل مع الأشخاص الطبيعيين و المعنويين .

2 نشأة البنك الخارجي الجزائري BEA:

انشأ البنك الخارجي الجزائري سنة 1967م بموجب قرار رئاسي بالعاصمة محاذاة للبنك المركزي الجزائري ، بحيث يتمتع بالصورة القانونية و المعنوية للقيام ببعض العمليات المالية العادية ذات الصلة بإيداع الأموال للادخار او لغرض التحويلات الخاصة بالدولة أو بالأشخاص الطبيعيين أو المعنويين، من شركات و مؤسسات عمومية ، حيث ورث هذا البنك خمسة بنوك أجنبية كانت تشغل في ميدان التجارة الخارجية هي:

_القرض الليوني, الشركة العامة في 13/12/1967م.

_باركيلز بنك ,قرض الشمال في 30/04/1968م.

_البنك الصناعي الجزائري للبحر الأبيض المتوسط في 31/05/1968م.

و أصبح البنك الخارجي الجزائري مؤسسة وطنية عمومية اقتصادية في عام 1988م مختصة في تمويل التجارة الخارجية, بالإضافة إلى القيام بعمليات أخرى:

_تعطي ضمانات و تكفل الموردين و المصدرين.

_عقد التعاملات المصرفية مع البنوك الأجنبية.

_ توفير المعلومات للموردين و المصدرين الجزائريين حول إمكانية البيع و الشراء .

و يحتوي البنك الخارجي الجزائري على 100 وكالة في مختلف ولايات الوطن,و يتمثل عموما هدفه في تطوير العلاقات الاقتصادية الجزائرية ,مع البلدان الأخرى في إطار التخطيط الوطني ، و المساهمة في الاقتصاد الوطني ، و قد صدر القانون 01-88 المؤرخ في 02/01/1988 مدة حياة البنك الجزائر الخارجي 99 سنة تحسب على أساس نشاطه الاقتصادي .

3 نشاطات البنك الجزائري الخارجي BEA:

النشاط الرئيسي للبنك هو معالجة العمليات البنكية و المصرفية و منح القروض ، إضافة إلى مجموعة نشاطات أخرى متمثلة في :

- تمويل عمليات التجارة الخارجية ، و إيداع العملات الأجنبية.

- أداء دور المراسل للبنوك الأخرى و معالجة عمليات الصرف النقد والدين .
- منح مختلف القروض الجاهزة أو المسبقة بضمان أو بدونه.
- إصدار ضمان ,توظيف أو تفاوض حول كل القيم المنقولة.

زيائن البنك الجزائر الخارجي BEA:

مؤسسات قطاع التجارة ,الخدمات ، النقل، الصناعات الخفيفة و الثقيلة ، الطاقة المؤسسات الخاصة الناشطة في مجال الصناعة التحويلية في البناء و الأشغال العمومية أصحاب المهن الحرة التي تعرف زيادة في العدد.

4 الهيكل التنظيمي للبنك الجزائر الخارجي BEA :

وفقا للتنظيم الجديد أصبح البنك يضم المديريات التالية:

- المديرية العامة.
- مديرية التفتيش العام.
- خلية الحد من تبييض الأموال و تمويل الإرهاب.
- المديرية العامة المساعدة التجارية.
- المديرية العامة المساعدة الدولية.
- المديرية العامة المساعدة للعمليات و الأنظمة.
- المديرية العامة المساعدة للالتزامات .
- المديرية العامة المساعدة للمالية.
- المديرية العامة المساعدة للتطوير الداخلي.

الشكل رقم 02 الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي

الشكل(1.3): الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي



المصدر: WWW.BEA.DZ

المبحث الثاني: منهجية ونتائج الدراسة الميدانية

المطلب الأول: إجراءات و منهجية الدراسة

مجتمع و عينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة من زبائن البنوك الجزائرية لولاية سعيدة (BDL-AGB-BEA)

وقد تم اختيار العينة العشوائية بغرض تحقيق ثقة في النتائج, حيث قدرت العينة ب 89 زبون .

التحليل الإحصائي للبيانات:

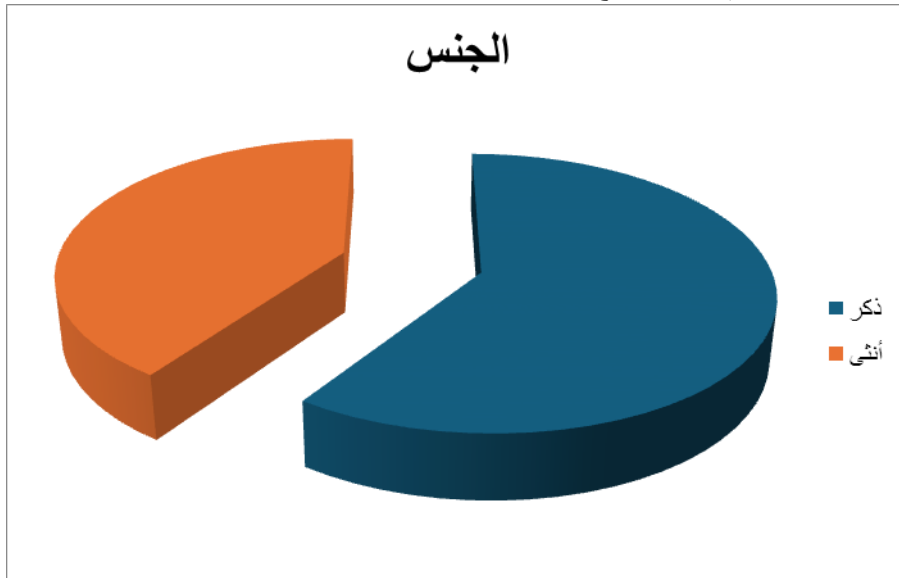
المحور الأول: عينة الدراسة.

جدول رقم 01: يبين توزيع العينة حسب الجنس.

الجنس	ت	%
ذكر	53	59.6
أنثى	36	40.4
المجموع	89	100

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم:03 يبين توزيع العينة حسب الجنس



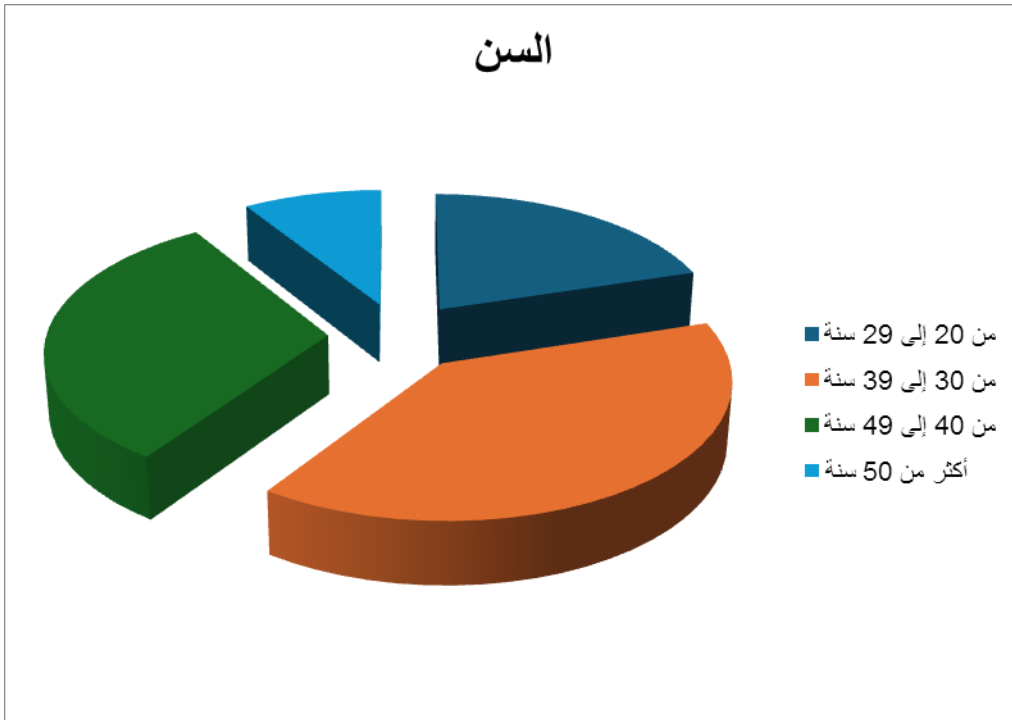
كما هو موضح في الجدول (02) أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة مكونة من الذكور بنسبة (59.6%)، أكثر من الإناث بنسبة (40.4 %) ، فيما تكونت العينة من مجموع 89 فرد بنسبة (100%) ، و الشكل رقم (01) أدناه يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

جدول رقم 02: يبين توزيع العينة حسب السن.

السن	ت	%
من 20 إلى 29 سنة	18	20.2
من 30 إلى 39 سنة	35	39.3
من 40 إلى 49 سنة	28	31.5
أكثر من 50 سنة	08	9.0
المجموع	89	100

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل



رقم:04

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

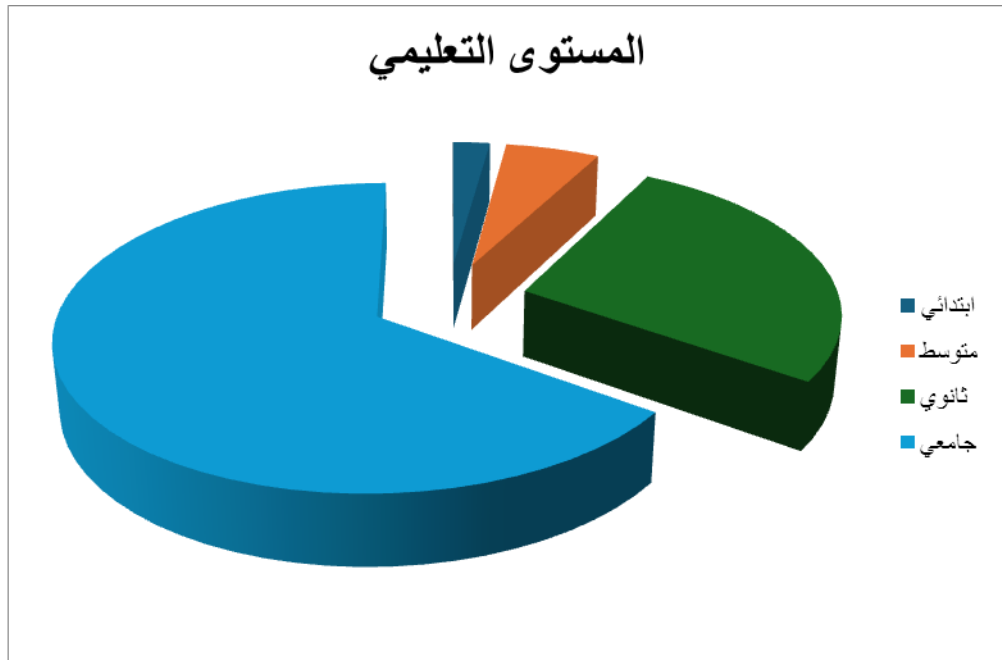
كشفت النتائج كما هو موضح في الجدول أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة تتراوح فئتهم العمرية ما بين 30 و 39 سنة بنسبة بلغت (39.3%)، يليها الأفراد الذين يبلغ سنهم من 40 إلى 49 سنة بنسبة (31.5%)، ثم زبائن البنوك الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 و 29 سنة بنسبة (20.2%) و في الأخير الزبائن الذين تتعدى أعمارهم الـ 50 سنة بنسبة ضئيلة بلغت (9.0%).

جدول رقم 03: يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.

المستوى التعليمي	ت	%
ابتدائي	02	2.2
متوسط	05	5.6
ثانوي	24	27.0
جامعي	58	65.2
المجموع	89	100

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (05): يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي.



المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

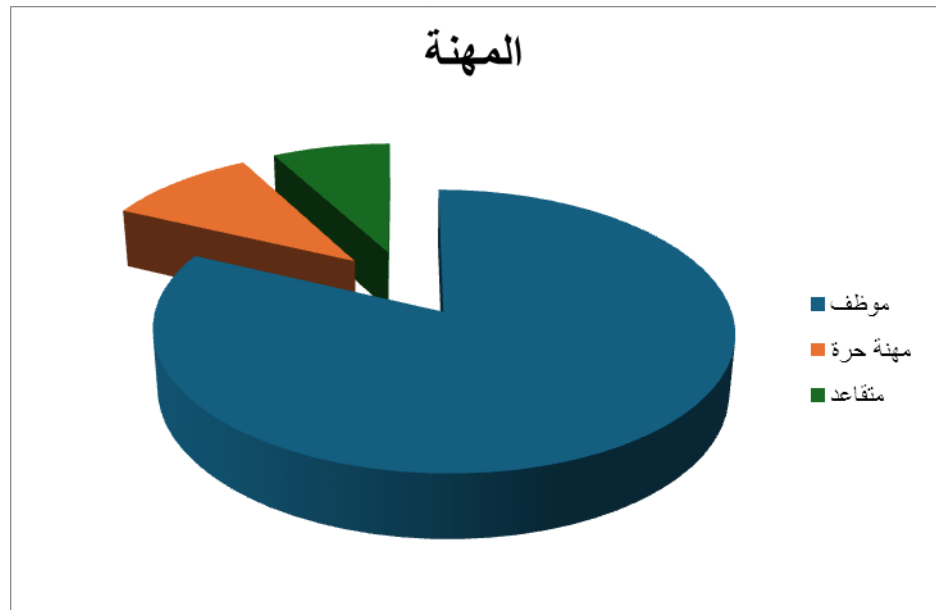
أظهرت النتائج كما هو مبين في الجدول (04) أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الزبائن الذين يمتلكون مستوى تعليمي جامعي بنسبة بلغت (65.2%)، يليها الأفراد الذين لديهم مستوى تعليمي ثانوي بنسبة (27.0%)، فيما بلغت نسبة زبائن البنوك محل الدراسة الذين يمتلكون مستوى متوسط بنسبة ضئيلة بلغت (5.6%) و المستوى ابتدائي بنسبة ضئيلة جدا بلغت (2.2%).

جدول رقم 04: يبين توزيع العينة حسب المهنة.

المهنة	ت	%
موظف	73	82.0
مهنة حرة	09	10.1
متقاعد	07	7.9
المجموع	89	100

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (06): يبين توزيع العينة حسب المهنة.



المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

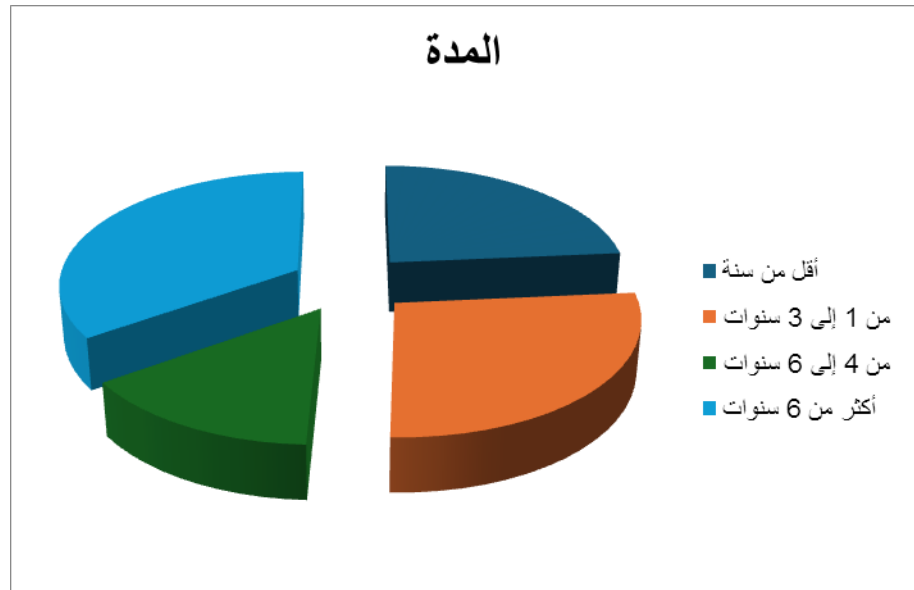
أما بخصوص توزيع أفراد العينة حسب المهنة التي يشغلونها فقد كشفت النتائج كما هو مبين في الجدول أعلاه أن غالبية الزبائن هم موظفون بنسبة عالية بلغت (82.0%)، يليها الأفراد الذين يمتنون مهنة حرة بنسبة (10.1%)، و في الأخير الزبائن الذين هم متقاعدين بنسبة بلغت (7.9%).

جدول رقم 05: يبين توزيع العينة حسب مدة التعامل مع البنك.

المستوى التعليمي	ت	%
أقل من سنة	21	23.6
من سنة إلى 3 سنوات	24	27.0
من 4 إلى 6 سنوات	13	14.6
أكثر من 6 سنوات	31	34.8
المجموع	89	100

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (07): يبين توزيع العينة حسب مدة التعامل مع البنك



المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

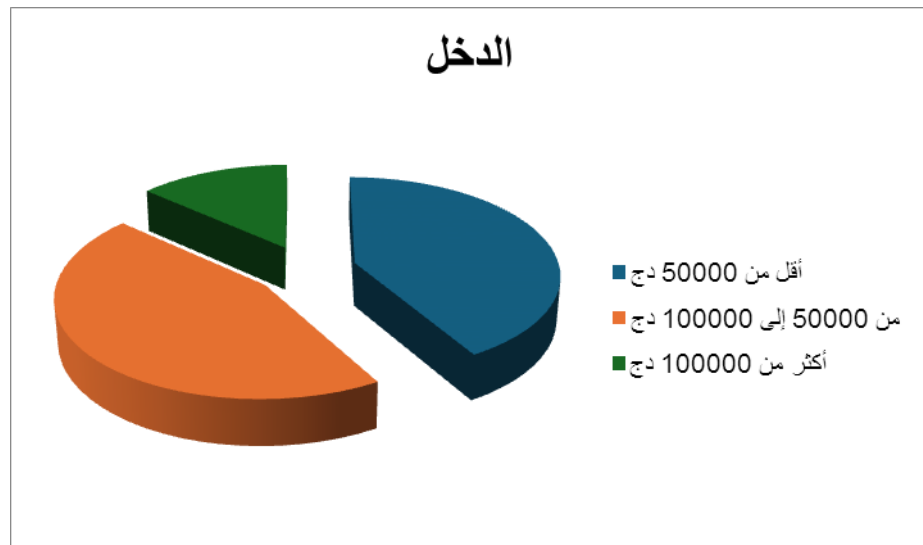
أظهرت النتائج كما هو مبين في الجدول (06) أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الزبائن الذين يتعاملون مع البنوك لمدة تفوق الـ 6 سنوات بنسبة بلغت (34.8%)، يليها الأفراد الذين تتراوح مدة تعاملهم مع هذه البنوك من سنة إلى 3 سنوات بنسبة (27.0%)، ثم زبائن البنوك الذين يتعاملون معها لمدة تقل عن السنة بنسبة (23.6%) و في الأخير الأفراد الذين لديهم فترة تتراوح ما بين 4 و 6 سنوات بنسبة (14.6%).

جدول رقم 06: يبين توزيع العينة حسب الدخل.

الدخل	ت	%
أقل من 50000 دج	37	41.6
من 50000 إلى 100000 دج	40	44.9
أكثر من 100000 دج	12	13.5
المجموع	89	100

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (08): يبين توزيع العينة حسب الدخل.



المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

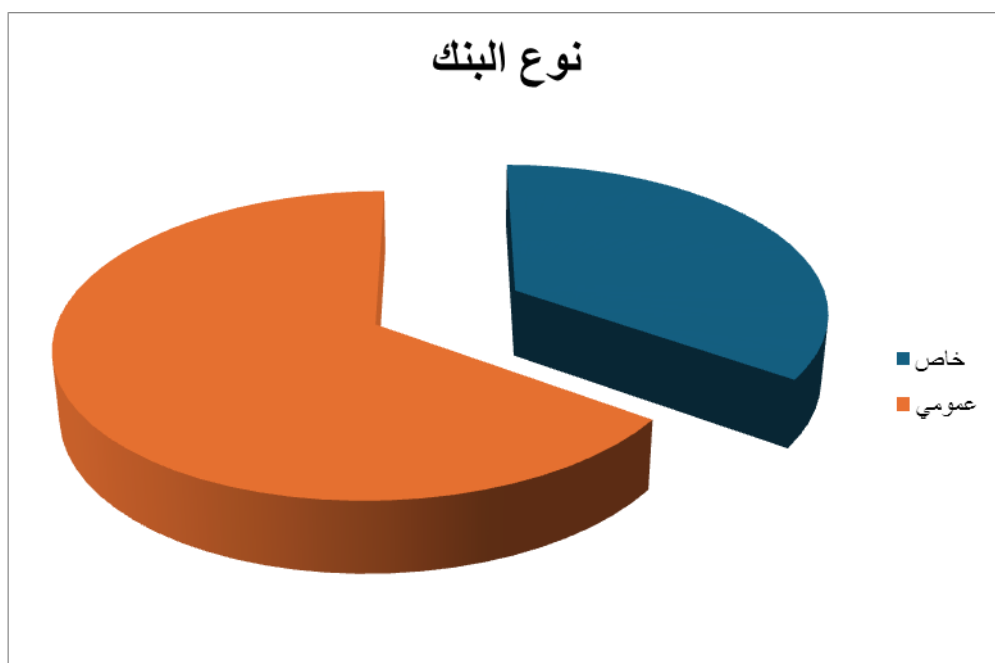
كشفت النتائج كما هو مبين في الجدول (07) أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة يتراوح دخلهم الشهري ما بين 50000 و 100000 دج بنسبة بلغت (44.9%)، يليها الزبائن الذين لا يفوق دخلهم الـ 50000 دج بنسبة (41.6%)، و في الأخير الأفراد الذين يفوق مدخولهم الشهري 100000 دج بنسبة ضئيلة بلغت (13.5%).

جدول رقم 07: يبين توزيع العينة حسب نوع البنك.

نوع البنك	ت	%
خاص	31	34.8
عمومي	58	65.2
المجموع	89	100

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

الشكل رقم (09): يبين توزيع العينة حسب نوع البنك.



المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

أما فيما يخص نوع البنك الذي يتعامل معه الأفراد فقد أظهرت النتائج كما هو مبين في الجدول (08) أعلاه أن غالبية أفراد عينة الدراسة من الزبائن الذين يتعاملون مع البنوك العمومية و المتمثلة في بنك التنمية المحلية (BDL) و البنك الخارجي الجزائري (BEA) بنسبة بلغت (65.2%)، فيما بلغت نسبة الزبائن الذين يتعاملون مع البنوك الخاصة و المتمثلة في بنك الخليج (AGB) حوالي (34.8%).

أداة القياس: تم الاعتماد على الاستبيان الذي قسم بدوره الى 31 سؤال

أولاً: الأساليب الإحصائية المستخدمة:

من أجل تحقيق هدف الدراسة و تحليل البيانات التي قمنا بتجميعه قمنا باستخدام العديد من الأساليب الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية IBM SPSS Statistics 22)، و حددت طول الفترة المستخدمة على مقياس ليكرت الخماسي بـ 5/4 أي (0.80) حيث أنه تكون الإجابة على أحد خمسة اختيارات هي: غير موافق تماماً، غير موافق، محايد، موافق و موافق بشدة وهكذا أصبح طول الخلايا كالتالي:

- المتوسط المرجح من 1 إلى 1.79 يقابله عبارة غير موافق تماماً.
 - المتوسط المرجح من 1.80 إلى 2.59 يقابله عبارة غير موافق.
 - المتوسط المرجح من 2.60 إلى 3.39 تقابله عبارة محايد.
 - المتوسط المرجح من 3.40 إلى 4.19 يقابله عبارة موافق.
 - المتوسط المرجح من 4.20 إلى 5.00 تقابله عبارة موافق بشدة.
- و قد اعتمدنا كذلك على الأساليب الإحصائية التالية:
- معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس ثبات أداة الدراسة.
 - التكرارات و النسب المئوية.
 - المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض إجابات أفراد العينة.
 - معامل الانحدار.

أداة الدراسة :

تطرقنا في المحور الأول إلى التحول الرقمي و في المحور الثاني الأداء المالي و المحور الثالث دور التحول الرقمي على تجربة العملاء.

- ثانيا: ثبات أداة القياس:

- • قبل إجراء التحاليل فإنه لابد من التأكد من صدق أداء القياس المستخدم ، لأن صدق (الموثوقية) تعكس درجة ثبات أداء القياس ويستعمل معامل الثبات (Cronbach's Alpha) لقياس مدى ثبات أداء القياس من ناحية الاتساق الداخلي لعبارات الأداء (جودة، 2008، صفحة 298)

- جدول رقم 08: يبين قيمة معامل الثبات:

عدد العبارات	الثبات
31	0.89

- بالنظر إلى جدول اختبار (كرونباخ ألفا) أعلاه المستخرج من البرنامج فقد بلغت قيمة $(\alpha = 0.89)$ وهي درجة جيدة جدا كونها أعلى من النسبة المقبولة (0.6) و بالتالي إذا ما أعيد استخدام الأداة تعطينا نفس النتائج، و بلغ معامل الصدق (0.94) و هذا دال على أن الأداة تقيس ما صممت لقياسه.

المطلب الثاني: تحليل نتائج اراء المستجوبين حول متغيرات الدراسة

المحور الأول: التحول الرقمي.

جدول رقم 09: يبين إجابة أفراد العينة على عبارات محور التحول الرقمي.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
15	موافق	0.89	3.49	يقوم البنك الذي تتعاملون معه بإصدار نشرات إلكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه
7	موافق	0.90	3.75	يقدم الموقع الإلكتروني للبنك خدمات مصرفية تتلائم و احتياجاتكم
6	موافق	0.94	3.78	يعمل البنك على حل مشاكل المعاملات الإلكترونية بسرعة
14	موافق	1.07	3.46	يعطي البنك ردود سريعة على طلبات زبائنه عن طريق البريد الإلكتروني
3	موافق	1.00	3.86	يمكن الدخول إلى الموقع الإلكتروني للبنك بسرعة
12	موافق	0.96	3.56	من السهل الوصول إلى ما يحتاجه الزبون على موقع البنك
13	موافق	1.04	3.52	لا توجد خطورة عند تقديم المعلومات الشخصية عبر البريد أو موقع البنك
4	موافق	0.94	3.84	هناك ثقة في الخدمات البنكية الإلكترونية التي يقدمها البنك الذي تتعاملون معه
2	موافق	0.86	3.89	تساعد الصرافات الآلية في الحصول على الخدمة بسرعة في البنك الذي تتعاملون معه
8	موافق	0.97	3.61	البنك الذي تتعاملون معه يمتلك معدات تكنولوجية حديثة و متطورة
10	موافق	1.13	3.58	يملك البنك الذي تتعاملون معه عدد كاف من الصرافات الآلية تلبي حاجات العملاء
11	موافق	1.01	3.57	المعلومات التي يقدمها البنك الذي تتعاملون معه عبر الموقع الإلكتروني يتم استحداثها باستمرار
9	موافق	1.01	3.59	محتوى الموقع الإلكتروني للبنك الذي تتعاملون معه منظم و من السهل استخدامه
1	موافق	0.87	3.98	للموقع الإلكتروني للبنك الذي تتعاملون معه سمعة جيدة
5	موافق	0.87	3.80	المعلومات عن الخدمات التي يقدمها البنك الذي تتعاملون معه

				على الموقع الإلكتروني واضحة و صحيحة
	موافق	0.55	3.69	محور التحول الرقمي

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

كشفت النتائج كما هو ملاحظ في الجدول أعلاه، المتوسط العام لمحور التحول الرقمي في البنوك التي يتعامل معها أفراد العينة بلغ (3.69) بانحراف معياري مقداره (0.55) و هو المتوسط الذي يقع في الفئة الرابعة من فئات المقياس الخماسي (من 3.40 إلى 4.19) و هي الفئة التي تشير إلى خيار موافق. و بالتالي فإن زبائن البنوك المبحوثين يرون بأن البنوك التي يتعاملون معها تواكب التحول الرقمي للخدمات البنكية.

كما أن جميع المتوسطات الحسابية لعبارات محور التحول الرقمي جاءت مرجحة لاتجاه موافق حيث نلاحظ أن أعلى متوسط جاء لعبارة " للموقع الإلكتروني للبنك الذي تتعاملون معه سمعة جيدة" بمتوسط (3.98) و الذي هو أعلى من المتوسط العام لمحور التحول الرقمي (3.69)، في حين جاءت عبارة " يعطي البنك ردود سريعة على طلبات زبائنه عن طريق البريد الإلكتروني" بأدنى متوسط (3.46) و الذي هو أقل من المتوسط العام للمحور (3.69)، في حين أن باقي العبارات الخاصة بالمحور فكلها جاءت بقيم متقاربة ما بين المتوسط الأدنى (3.46) و المتوسط الأعلى لعبارات المحور (3.98)، و هي كلها تشير إلى خيار موافق.

المحور الثاني: الأداء المالي.

جدول رقم 10: يبين إجابة أفراد العينة على عبارات محور الأداء المالي.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
5	موافق	0.85	3.79	يقدم البنك الذي تتعاملون معه خدمات بنكية بأقل جهد و أقل تكلفة
10	محايد	1.00	3.35	يقوم البنك الذي تتعاملون معه بدراسات و بحوث من أجل تطوير آلياته المستخدمة في تقديم خدماته البنكية
7	موافق	0.92	3.71	في وقتنا الحاضر تتم أغلب المعاملات في البنك الذي تتعاملون معه من خلال الآليات التكنولوجية
2	موافق	0.97	3.96	تحقق آليات التكنولوجيا الحديثة في العمل البنكي أداء أفضل من الطرق التقليدية القديمة التي تكلف الوقت و الجهد
9	موافق	0.98	3.44	تبني التكنولوجيا في البنك الذي تتعاملون معه أدى إلى طرح منتجات بنكية جديدة
6	موافق	0.95	3.77	تتميز آليات التكنولوجيا في العمل البنكي باستيعاب أكبر عدد ممكن من الزبائن
8	موافق	0.97	3.67	تزداد إيرادات البنك الذي تتعاملون معه من خلال تقديمه لخدمات إلكترونية متطورة
3	موافق	1.14	3.94	لا يوجد حالات اختراق لحسابات الزبائن و سرقة الأموال في البنك الذي تتعاملون معه
11	موافق	1.08	3.98	مصداقية البنك الذي تتعاملون معه في مختلف النسب المتفق عليها في البنود للتعامل من المعاملات بكل شفافية
4	موافق	1.07	3.91	لقد ساهمت هذه التكنولوجيا المتطورة التي اعتمدها البنوك في إقبال الزبائن مما تحتويه على سرية تامة و أمان و هذا ما ساعد في ارتفاع منحى الأرباح لدى البنك
	موافق	0.62	3.75	محور الأداء المالي

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

كما أظهرت النتائج من خلال الجدول أعلاه، أن أفراد عينة الدراسة موافقون على الأداء المالي للبنوك التي يتعاملون معها و ذلك ما يتجلى من خلال قيمة المتوسط الحسابي العام لمحور الأداء المالي (3.75) و انحراف معياري مقداره (0.62) و هو المتوسط الذي يرجح خيار موافق، و بالتالي فإن زبائن البنوك محل الدراسة راضون عن الأداء المالي للبنوك التي يتعاملون معها.

و نلاحظ من خلال النتائج أن جميع عبارات محور الأداء المالي للبنوك تراوحت متوسطاتها ما بين المتوسط الأعلى (3.98) لعبارة " مصداقية البنك الذي تتعاملون معه في مختلف النسب المتفق عليها في البنود للعميل من المعاملات بكل شفافية" و الذي هو أعلى من المتوسط العام لمحور الأداء المالي (3.75)، و المتوسط الأدنى (3.35) عبارة " يقوم البنك الذي تتعاملون معه بدراسات و بحوث من أجل تطوير ألياته المستخدمة في تقديم خدماته البنكية" و الذي هو أقل من المتوسط العام للمحور.

بينما نلاحظ أن كل عبارات محور الأداء المالي جاءت بمتوسطات باتجاه عام لرأي موافق باستثناء العبارة التي تحمل أدنى متوسط و التي جاءت بمتوسط (3.35) و هو المتوسط الذي يشير إلى خيار محايد و قريب جدا من خيار موافق.

المحور الثالث: دور التحول الرقمي في تجربة العملاء.

جدول رقم 11: يبين إجابة أفراد العينة على عبارات محور دور التحول الرقمي في تجربة العملاء.

الترتيب	الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
1	موافق	0.76	4.03	تتحقق منافع التحول الرقمي عندما يوفر معلومات تفيد عن سلوكيات و احتياجات عملاء البنك بما يحسن الخدمة المصرفية للزبائن
5	موافق	0.75	3.79	تحقق القنوات الرقمية منافع متعددة منها عولمة الخدمات المصرفية
4	موافق	0.85	3.84	تفيد عن سلوكيات و احتياجات زبائن البنك بما يحسن الخدمة المصرفية للزبائن
3	موافق	0.86	3.87	تمكن التقنيات الرقمية من صنع و اتخاذ القرارات على أساس البيانات الفورية
6	موافق	1.07	3.70	التحول الرقمي ساهم في سرعة الاستجابة بشكاوي الزبائن و سرعة حلها في البنك الذي تتعاملون معه

2	موافق	1.01	4.00	قامت هذه التكنولوجيا البنكية بتحقيق قفزة عادت على الزبائن بالقبول و الرضا عن البنك
	موافق	0.67	3.87	محور دور التحول الرقمي في تجربة العملاء

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

كشفت النتائج أن المتوسط العام لمحور دور التحول الرقمي في تجربة العملاء بلغ (3.87) بانحراف معياري مقداره (0.67)، و هو المتوسط الذي يرجح خيار موافق و ذلك ما يفسر أن التحول الرقمي في تجربة العملاء يحقق منافع للمؤسسات و الأفراد و تحسين الخدمات المصرفية بشكل عام.

بينما نلاحظ أن جميع العبارات الخاصة بمحور دور التحول الرقمي في تجربة العملاء جاءت بمتوسطات حسابية ترجح خيار موافق، و سجل أعلى متوسط (4.03) لعبارة " تتحقق منافع التحول الرقمي عندما يوفر معلومات تفيد عن سلوكيات و احتياجات عملاء البنك بما يحسن الخدمة المصرفية للزبائن" و الذي هو أعلى من المتوسط العام للمحور (3.87) في حين جاء أدنى متوسط (3.70) لعبارة " التحول الرقمي ساهم في سرعة الاستجابة بشكاوي الزبائن و سرعة حلها في البنك الذي تتعاملون معه" و الذي هو أقل من المتوسط العام لمحور دور التحول الرقمي في تجربة الزبائن (3.87).

المطلب الثالث: دراسة و تحليل فرضيات الدراسة

1- نتائج اختبار أحادي العينة te test :

من اجل معرفة هل المجتمع الدراسة هم كذلك موافقون باعتبار أن أفراد موافقون على انه يوجد أداء مالي، يوجد تحول رقمي ،يوجد تجربة عملاء.

الفرضية 1:تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على الأداء المالي.

H0:لا يوجد تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على الأداء المالي.

H1:يوجد تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على الأداء المالي.

الفرضية 2:تأثر الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء.

H0:لا يوجد تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء.

H1: يوجد تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء.

الجدول رقم 12 يبين نتائج اختبار أحادي العينة **te test** :

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 0					
	t	Ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
التحول_الرقمي	62,788	88	,000	3,69064	3,5738	3,8074
الأداء_المالي	57,063	88	,000	3,75843	3,6275	3,8893
تجربة_العملاء	54,526	88	,000	3,87640	3,7351	4,0177

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

1) اختبار اثر الفرضية الأولى:

من أجل معرفة هل هناك أثر للتحويل الرقمي على أداء المالي في البنوك الجزائرية نفرض الفرضية التالية:

H0: يوجد تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على الأداء المالي.

H1: لا يوجد تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على الأداء المالي.

وعليه كانت نتائج اختبار الفرضية كالتالي:

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
Régression	3,831	1	3,831	11,057	,001 ^b
1 Résidu	30,145	87	,346		
Total	33,976	88			

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

التحليل:

من خلال نتائج إختبار anova نلاحظ أن قيمة الدلالة الإحصائية المحسوبة قد بلغت 0.01 وهي أقل من قيمة الدلالة الإحصائية المعتمدة 0.05 وعليه نستنتج أنه يوجد تأثير للتحويل الرقمي على الأداء المالي للبنوك الجزائرية

الجدول: نتائج تقدير جودة النموذج

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,336 ^a	,113	,103	,58864

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

التحليل:

نلاحظ أن معامل الارتباط بلغ (0.33)، و أن معامل التحديد بلغ (0.113) و هذا يعني أن الخدمات المصرفية الرقمية قد فسرت ما مقداره (11.3 %) من الأداء المالي للبنوك الجزائرية

الجدول: نتائج تقدير معاملات النموذج

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,370	,422		5,612	,000
التحول_الرقمي	,376	,113	,336	3,325	,001

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال نتائج جدول تقدير معاملات النموذج نستنتج أن هناك علاقة ايجابية و طردية بين التحول الرقمي و الأداء المالي في البنوك الجزائرية و عليه كلما زاد التحول الرقمي في البنوك الجزائرية ب 10% يزيد الأداء المالي ب 3.76% و لهذا توصلنا الى انه عند تطبيق المؤسسة للتحول الرقمي

يؤدي ذلك إلى الربح و تقليل الوقت و الجهد و بالتالي انخفاض التكاليف و زيادة الأداء المالي في البنوك الجزائرية.

و عليه تكتب المعادلة الرياضية كالتالي:

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 2.370 + 0.376 X$$

اختبار الفرضية الثانية:

من أجل معرفة هل هناك أثر للتحويل الرقمي تجربة العملاء في البنوك الجزائرية نفرض الفرضية التالية:

H0: لا يوجد تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء.

H1: يوجد تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء.

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	Ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
Régression	1,576	1	1,576	3,607	,061 ^b
1 Résidu	38,009	87	,437		
Total	39,585	88			

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

التحليل:

من خلال نتائج إختبار anova نلاحظ أن قيمة الدلالة الإحصائية المحسوبة قد بلغت 0.061 وهي أقل من قيمة الدلالة الإحصائية المعتمدة 0.1 وعليه نستنتج أنه يوجد تأثير للتحويل الرقمي على الأداء المالي للبنوك الجزائرية

الجدول: نتائج تقدير جودة النموذج

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,200 ^a	,040	,029	,66097

التحليل:

نلاحظ أن معامل الارتباط بلغ (0.2)، و أن معامل التحديد بلغ (0.4) و هذا يعني أن الخدمات المصرفية الرقمية قد فسرت ما مقداره (4%) من تجربة العملاء للبنوك الجزائرية.

الجدول: نتائج تقدير معلمات النموذج

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,986	,474		6,297	,000
التحول_الرقمي	,241	,127	,200	1,899	,061

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

التحليل:

من خلال نتائج جدول تقدير معاملات النموذج نستنتج أن هناك تأثير معنوي للتحول الرقمي على تجربة العملاء حيث انه كلما زاد التحول الرقمي ب 10% زادت تجربة العملاء بالبنوك الجزائرية 0.241%

و عليه تكتب المعادلة الرياضية كالتالي:

$$Y=a+bx$$

$$Y=2.986+0.241x$$

خلاصة الفصل الثاني:

تم من خلال هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بالتحول الرقمي و تأثيره على تجربة العملاء و الأداء المالي في بنك الخليج الجزائر، و بنك التنمية المحلية و بنك الجزائر الخارجي وكالة سعيدة، و قد اقتصرت هذه الدراسة فيم تم الاستعانة بالاستبيان، و استخدام البرنامج الإحصائي في تفسير النتائج، و توصلت الدراسة إلى أن التحول الرقمي أصبح ضرورة حتمية للبنوك الجزائرية لتقديم خدمات مبتكرة، بعيدا عن الطرق التقليدية في تقديم الخدمات المصرفية الرقمية .



الخاتمة



الخاتمة:

توصلت هذه الدراسة إلى أن التحول الرقمي أصبح ضرورة حتمية ومرحلة هامة وحاسمة في قطاع البنوك، لمواكبة التطورات والمستجدات التي يشهدها العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات كما يساهم التحول الرقمي في إيجاد فرص لتقديم خدمات مبتكرة تختلف عن الطرق التقليدية، لجعل الخدمات تتم بشكل أسرع وأسهل وذات جودة عالية وسيكون لهذا تأثير إيجابي وواضح على تجربة العملاء والأداء المالي ، حيث يعتبرون المستفيدين الرئيسيين من هذه الخدمات الرقمية .

يقدم التحول الرقمي للقطاع المصرفي، خاصة وللقطاعات الأخرى عامة، فرصاً كبيرة ومتنوعة، حيث يتيح ذلك العديد من المزايا والتسهيلات ويمكن البنوك والمؤسسات المصرفية من التوسع وتحسين الوصول إلى السوق وزيادة سرعة الوصول إلى العملاء، وذلك من خلال تقديم حلول وطرق مبتكرة ووسائل تتميز بالسرعة والدقة وتعمل على توفير أداء عالي الجودة و الوقت والمال، بالإضافة إلى المساهمة في تحسين كفاءة العمل والشغل، كما تزيد مرونة وتقديم خدمات للمساعدة للمستفيدين، وهذا يمكن من تحقيق أداء البنك بكفاءة مطلوبة ومستدامة.

النتائج:

بعد التطرق إلى جوانب مختلفة من هاته الدراسة تم التوصل إلى مجموعة من النتائج :

- تعتمد البنوك الجزائرية في عملية تطبيق التحول الرقمي على الاستفادة من التقنيات المتطورة الناتجة عنها باعتبارها مسرعات الابتكار مثل الذكاء الاصطناعي ، البيانات الضخمة ، الحوسبة السحابية.
- يوفر التحول الرقمي معلومات تفيد سلوكيات و احتياجات العملاء مما يحسن الخدمة المصرفية للزبائن.
- يعتبر التحول الرقمي من أهم أولويات البنوك محل الدراسة حيث أن معظمها يسعى لتقديم خدمات مبتكرة وإبداعية وذات جودة عالية بعيدا عن الطرق التقليدية في تقديم الخدمات المصرفية.
- يعمل التحول الرقمي على تعميم الخدمات المصرفية و تسهيل الوصول إليها و تقديمها في شكل يوفر الوقت و الجهد لكل من البنوك و عملائه.
- ساهمت التكنولوجيا المتطورة التي اعتمدها البنوك الجزائرية في إقبال الزبائن مما تحتويه على سرية تامة و أمان و هذا ما يساعد على ارتفاع منحنى الأرباح لدى البنوك .

- يساعد اعتماد الخدمات المصرفية الرقمية إلى تخفيض التكلفة، و زيادة حجم السوق من خلال الخدمة المصرفية عن بعد بمختلف أنواعها بالإضافة إلى ظهور مصارف تعمل على الشبكة أي المصارف الإلكترونية.
- دور العملاء و إدراكهم الكامل لمفهوم التحول الرقمي و طرق استخدامه مما يؤثر إيجابا على الخدمات المقدمة من طرف البنك ، وبالتالي يؤثر على أداء البنوك.
- سعي البنوك الجزائرية إلى تلبية احتياجات العملاء وذلك من خلال تحسين الخدمات الرقمية وبالتالي تأثيرها الايجابي على تجربة العملاء والأداء المالي وزيادة ربحية البنك.
- تنفيذ إستراتيجية التحول الرقمي مكنت البنوك الجزائرية من تطوير المهارات و القدرات الرقمية بين موظفيها و تحسن أدائها ، والحفاظ على ميزتها التنافسية في السوق.
- مساهمة التحول الرقمي في تطوير القدرات الرقمية ، وابتكار نماذج أعمال و خدمات بنكية جديدة وتحسين تجربة العميل ورقمنة الخدمات بهدف تطوير الأداء المالي و بالتالي خلق قيمة للبنك .

التوصيات:

- على ضوء دراستنا لهذا الموضوع، وبعد النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم التوصيات التالية:
- تسريع وتيرة اعتماد التحول الرقمي في القطاعات خاصة القطاع البنكي
- إعطاء أهمية للخدمات المصرفية الرقمية لأنها تساعد في الارتقاء نحو منافسة فعالة في القطاع البنكي
- تحسين تجربة العملاء من خلال تأهيلهم بمهارات إدارة البيانات والأمن وتطوير البرمجيات.
- تحفيز الابتكار والإبداع من أجل تطوير العنصر البشري الذي يعتبر من الركائز الرئيسية لتحسين الأداء المالي .
- يجب على البنوك الجزائرية تشجيع زبائنها على استخدام وسائل الدفع الإلكترونية من خلال تقديم مكافآت للزبائن الذين يوافقون على التعامل بواسطة بطاقات الائتمان، على سبيل المثال.

المراجع

المراجع

- احمد حمدي النحاس ،ندى طارق. (مارس 2022). ادارة مخاطر التحول الرقمي ، المجلة العلمية للدراسات و البحوث المالية . دبي .
- اديب قاسم الشمندي. (2011). الصيرفة الالكترونية انماطها و خيارات القبول و الرفض . مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ،كلية الادارة والاقتصاد جامعة واسط(27)، 07.
- ارتيمة،هاني،و الطالب ، غسان. (2011). تحسين الخدمات الالكترونية المصرفية و دورها في تطوير الميزة التنافسية للمصارف و دورها في تطوير الميزة التنافسية السالمية:دراسة تطبيقية في اقليم الشمال ، مجلة الزرقاء للبحوث و الدراسات الاسلامية .
- اسامة عبد الخالق الانصاري. (2006). إدارة البنوك التجارية و البنوك الاسلامية. (كتب عربية، المحرر) .
- اشرف عبد الرحمان محمد عبد الرحمان. (2022). اثر تطبيق التحول للرقمي على جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على الجهاز المصرفي المصري. المجلة العلمية للدراسات التجارية و البنائية، 13(02)، 575.
- البكري، تامر؛ احمد، الرحومي؛. (2008). تسويق الخدمات المالية. عمان، الاردن: اثراء للنشر والتوزيع.
- التاجني، إلهام؛ محمود، فوزي شعوبي؛. (2015). تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية _ دراسة حالة البنك الوطني الجزائري و القرض الشعبي الجزائري. 9(1)، 25-48.
- الحداد، وسيم؛ شقيري ، موسى؛ محمود، نور؛ صالح ، الزرقان؛. (2012). الخدمات المصرفية الالكترونية. عمان ، الاردن: دار المسيرة للنشر و التوزيع.
- الحسيني، فلاح حسين؛ مؤيد، عبد الرحمان. (2000). ادارة البنوك مدخل كمي ةاستراتيجي معاصر. عمان: دار وائل للنشر و التوزيع .
- الشمري، ناظم محمد نوري؛ عبد الفتاح ، زهير العبد اللات ؛. (2008). الصيرفة الالكترونية. عمان ، الاردن: دار وائل للنشر و التوزيع .
- العازمي معتز. (2019). اثر جودة الخدمات المصرفية في البنوك الاردنية و دورها في تعزيز سمعة الزبون. مجلة ابحات اقتصادية المجلد رقم2 العدد07.
- العدوان عبود. (2018). اثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في تعزيز الاداء ،دراسة على المصارف التجارية الاردنية ،رسالة دكتوراه غير منشورة ،جامعة العلوم الاسلامية العالمية. الاردن.
- العياطي جهيدة، و بن عزة محمد. (02-01-2017). تطور الخدمات المصرفية بين وسائل الدفع الحديثة و التقليدية -تحليل احصائي حديث لواقع وافاق الصيرفة الالكترونية في الجزائر جامعة ابو بكر بالقائد. مجلة البحوث في العلوم المالية و المحاسبية المجلد رقم2 العدد3

- العياطي، جهيدة؛ محمد ، بن عزة ؛. (2017). تطور الخدمات المصرفية الالكترونية بين وسائل الدفع الحديثة و التقليدية. *مجلة البحوث في العلوم المالية و المحاسبية، المجلد رقم 2 العدد 3*
- الهادي محمد. (2020). *النكاء الاصطناعي معالمه و تطبيقاته و تأثيرها التنموية و المجتمعية*. مصر: الدار المصرية اللبنانية.
- اياذ شوكت منصور. (2008). *ادارة الخدمة العملاء (الإصدار 1)*. عمان ، الاردن: دار الكنوز المعرفة للنشر و التوزيع.
- بحري علي. (2018). تحليل الأداء المالي بالنسب المالية للمؤسسة الاقتصادية_دراسة تطبيقية في مؤسسة مطاحن الحضنة للفترة 2011_2016. *مجلة دراسات اقتصادية، المجلد رقم 12 العدد 3*
- بريس، احمد كاظم؛ ورود ، قاسم؛. (2020). جبر تكنولوجيا التحول الرقمي و تأثيرها في تحسين الاداء الاستراتيجي للمصرف ، دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري مصارف الخاصة ، في محافظة كربلاء. *المجلة العراقية للعلوم الادارية، 16(65)*.
- بشرى حسين الحمداني. (2015). *التربية الاعلامية و محو الامية الرقمية (الإصدار 1)*. الاردن: دار وائل للنشر و التوزيع .
- بهلول خيرة. (2021_2022). مدى مساهمة الادارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، اطروحة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص ادارة و تسيير المؤسسة ، جامعة احمد بن يحيى المونشريسي. تيسمسيلت ، الجزائر.
- تيسير العجارمة. (2004). *التسويق المصرفي*. عمان، الاردن: دار الحامد للنشر و التوزيع.
- تيسير العجارمة. (2005). *التسويق المصرفي*. الاردن: دار الحامد لنشر و التوزيع.
- ثامر بكري، و الرحومي احمد. (2008). *تسويق الخدمات المالية*. عمان: ايثار للنشر و التوزيع.
- جمال الدين لعويسات. (2003). *ادارة الجودة الشاملة*. الجزائر: دار هومة للنشر و التوزيع الجزائر .
- جمال الدين محمد مرسي، و محمود ابو بكر مصطفى. (2006). *دليل خدمة العملاء و مهارات البيع ، الدار الجامعية*. الاسكندرية، مصر .
- جميل، الخانجي ابراهيم مروان؛ عمار، جمال يوسف. (2019). اثر القروض المتعثرة على الاداء المالي للبنوك التجارية الاردنية. *رماح للبحوث و الدراسات ، 2019(29)*، 131-144.
- التحليل الإحصائي الأساسي باستخدام* . (2008). دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة :-الأردن -عمان .(SPSS)م، الطبعة الأولى.
- د.ايناس علاء الدين محمد حسين. (يناير 2022). دور التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية داخل البنوك التجارية العامة في مصر ، دراسة ميدانية. *مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية، 2(2)*، 1118.
- دغوش العطرة . (2023). مساهمة التحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية دراسة حالة لعينة من البنوك الجزائرية. *مجلة العلوم الاقتصادية و التسيير والعلوم التجارية، 16(1)*، 36.

ديدوش هاجر، و عبد الغني حريزي. (2021). دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية، المديرية الجهوية بشلف. *مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة حسيبة بن بو علي، 17(26)*، 107.

رعد حسن الصرن. (2007). *عولمة جودة الخدمة المصرفية*. عمان: دار التواصل للنشر و التوزيع.

زياد رمضان محمود. (2003). *تسويق الخدمات*. عمان الاردن: دار كنوز المعرفة للنشر.

سنا محمد عبد الغني. (2022). انعكاسات التحول الرقمي على تعزيز النمو الاقتصادي في مصر. *مجلة كلية السياسات و الاقتصاد، 15(14)*، 44-79.

شيروف فضيلة. (2009,2010). اثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق.

طارق عبد العال حماد. (2004). *التجارة الالكترونية*. الاسكندرية مصر: الدار الجامعية.

عبلة المسلف. (2019). تقييم الاداء المالي للمصارف الاسلامية الماليزية خلال فترة 2008_2014. *مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية، 6(1)*.

عبلة المسلف. (2008). *تقييم الاداء المالي للمصارف الاسلامية الماليزية خلال فترة 204*.

عبيدات، سمح انور؛ هيثم، حمود الشبلي؛ باسم، محمد اللوزي؛. (2015). دور الخدمات الالكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الاردنية. *المجلة العربية لدراسة العلوماتية، 200(05)*.

عقبي حمزة؛ بن عيشي، البشير؛. (2017). أثر تطبيق النظام المحاسبي المالي على الاداء المالي للشركات المدرجة في سوق الاوراق المالية_دراسة عينة من المؤسسات المدرجة في البورصة الجزائر باستخدام طريقة التحليل العالمي التمييزي، جامعة محمد خيضر. *مجلة العلوم الانسانية، 17(2)*، 249.

عوض بدير الحداد. (1999). *تسويق الخدمات المصرفية (الإصدار 01)*. القاهرة، مصر: البيان للطباعة و النشر.

فلاح حسن عداي الحسيني، و عبد الله الدوري عبد الرحمان مؤيد. (2006). *ادارة البنوك، مدخل كمي و استراتيجي معاصر*. عمان، الاردن: دار وائل للنشر و التوزيع.

فهد مطر المطيري. (2022). اثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا العملاء في البنوك الاسلامية السعودية، جامعة حسيبة بن بو علي. *مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، 18(29)*، 227.

دور التحول الرقمي في تحقيق الميزة التنافسية المستدامة للبنوك. (2021_2022). ا. احمد، ز. محمد، بن، قرزيز

الجزائر، شلف، جامعة حسيبة بن بو علي. BNA العمومية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري

كربالي بغداد. (يومي 24,25 افريل 2005). (تسويق الخدمات في البنوك) مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الثاني حول

المنظومة المصرفية في ظل التحولات القانونية و الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، المركز

الجامعي. بشار.

- كردي نبيلة. (2021). المقاصة الالكترونية للشيكات ,جامعة العربي تبسي. *مجلة النبراس للدراسات القانونية، 06(01)*، 28.
- مايده, محمد فيصل; احمد, الصالح سباع. (2017). دور المراجعة الداخلية في تحسين الأداء المالي و تعظيم قيمة المؤسسات الاقتصادية_دراسة حالة مؤسسة سوف للدقيق ,جامعة الشهيدحمزة لخضر. *مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، 2(2)*، 249.
- محفوظ احمد جودة. (2006). *ادارة الجودة الشاملة (مفاهيم و تطبيقات)* (الإصدار 2). عمان: دار وائل للنشر و التوزيع.
- محمد احمد عبد النبي. (2010). *الرقابة المصرفية* (الإصدار 1). عمان, الاردن: مززم للنشر و التوزيع.
- محمد سمير محمد المتولي. (2023). *خبرة العميل كمتغير و سيط في العلاقة بين الخدمات المصرفية الرقمية و رضا العميل. المجلة العلمية للدراسات او البحوث المالية و التجارية، 04(01)*، 1518.
- محمد عبد الحسين الطائي. (2010). *التجارة الالكترونية المستقبل الواعد لاجيال القادمة* (الإصدار 1). عمان, الاردن: دار الثقافة للنشر و التوزيع.
- محمد عبد الحميد. (2004). *الاعلام و اتجاهات التأثير* (الإصدار 3). مصر: عالم الكتب .
- محمد علي بركات علي. (2001). *رضا العملاء عن جودة الخدمة , جامعة عين الشمس. مصر.*
- مدحت صادق. (2001). *ادوات و تقنيات مصرفية. القاهرة مصر : دار غريب للطباعة و النشر و التوزيع .*
- مزيرق, عاشور; صورية , معموري;. (2008). *مداخلة بعنوان : عصرنة القطاع المالية و المصرفي وواقع الخدمات البنكية الالكترونية في الجزائر , المؤتمر الدولي الثاني حول اصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة , جامعة قاصدي مرباح. ورقلة , الجزائر.*
- مزبود, اسماء; سميرة , الدومي ;. (2022). *مدى تجاوب العملاء مع الخدمات المصرفية الالكترونية. مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة , جامعة محمد بوضياف، 07(01)*، 468.
- مها شحادة. (2022). *تأثير ابعاد التحول الرقمي في النضج الرقمي للمصارف الاسلامية _بحث تطبيقي في البنوك الاسلامية الاردنية. مجلة جامعة القاسمية للاقتصاد الاسلامي، 2(01)*، 67.
- ناجي ذيب معلا. (2007). *الاصول العلمية للتسويق المصرفي. عمان , الاردن: دار وائل للنشر و التوزيع .*
- ناجي ذيب معلا. (2015). *الاصول العلمية للتسويق المصرفي. عمان , الاردن: دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة.*
- ناجي ذيب معلا. (2015). *الاصول العلمية للتسويق المصرفي. عمان , الاردن: دار المسيرة للنشر و التوزيع .*
- نصر حمود مزنان فهد. (2009). *أثر السياسات الاقتصادية في أداء المصارف التجارية. عمان الاردن: دار صفاء للنشر و التوزيع.*
- نوال بنت علي البلوشية، بن حراث الحراصي نيهان، و بن يوسف العوفي علي. (2020). *واقع التحول الرقمي في المؤسسات العمانية. مجلة الدراسات المعلومات و التكنولوجيا، 17(01)*، 4-39.

نورهان سليمان. (2020). *تكنولوجيات الاعلام المتخصصة,ديناميكيات مستقبلية (الإصدار 1)*. دبي: مؤسسة الريادة للنشر و التوزيع.

وسيم الحداد و اخرون. (2012). *الخدمات المصرفية الالكترونية* . دار المسيرة للنشر و التوزيع ,عمان ,الاردن .

وليد كامل محمددين. (2020). التمويل الرقمي و تأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء ,دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع البنوك بجنوب الصعيد. *مجلة كلية السياسات و الاقتصاد*, 52(01), 189.

يوسف محمد يوسف. (2012). *البنوك الالكترونية (الإصدار 1)*. القاهرة, مصر: المركز القومي للاصدارات القانونية .

didier, b., & westerman, G. (n.d.). the new elements of digital transformation. *MIT Soltan Management Review winter, 62(2)*, 8-6.

kotler.philip. (2016). *marketing management* (15 ed.). new jersy: pearson education.

pine, b.joseph; james, h.gilmore;. (1999). the experience economy. (h. b. review, Ed.)

pine, B; Gilmore, j;. (2014). a leader's guide to innovation in the experience economy . *strategy Leadersh* , 42(1), 24-29.

Rogers,David L .(2016) .The Five Domains of Digital Transformation :Customrs,Competiton ,Data ,Innovation,value تأليف *The Digital Transformastion playbook*18) page .(_New York chichester ,West Sussex: Columbia University perss.

wahbah.z. (2002). *contemporary banking transactions*. damascus: dar alfikr for publication.

الملاحق

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,890	31

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	53	59,6	59,6	59,6
	أنثى	36	40,4	40,4	100,0
Total		89	100,0	100,0	

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	20- 29	18	20,2	20,2	20,2
	30-39	35	39,3	39,3	59,6
	40-49	28	31,5	31,5	91,0
	+ 50	8	9,0	9,0	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

المستوى

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ابتدائي	2	2,2	2,2	2,2
	متوسط	5	5,6	5,6	7,9
	ثانوي	24	27,0	27,0	34,8
	جامعي	58	65,2	65,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

المهنة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موظف	73	82,0	82,0	82,0
	مهنة حرة	9	10,1	10,1	92,1
	متقاعد	7	7,9	7,9	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

العدة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من سنة	21	23,6	23,6	23,6
	من 1 إلى 3 سنوات	24	27,0	27,0	50,6
	من 4 إلى 6 سنوات	13	14,6	14,6	65,2
	أكثر من 6 سنوات	31	34,8	34,8	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

الدخل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 50000 دج	37	41,6	41,6	41,6
	50000 - 100000 دج	40	44,9	44,9	86,5
	أكثر من 100000 دج	12	13,5	13,5	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

البنك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	خاص	31	34,8	34,8	34,8
	عمومي	58	65,2	65,2	100,0
	Total	89	100,0	100,0	

Statistiques

		1 _α	2 _α	3 _α	4 _α	5 _α	6 _α	7 _α	8 _α
N	Valide	89	89	89	89	89	89	89	89
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0	0
	Moyenne	3,4944	3,7528	3,7865	3,4607	3,8652	3,5618	3,5281	3,8427
	Ecart type	,89346	,90806	,94715	1,07720	1,00217	,96478	1,04544	,94025

Statistiques

		9 _α	10 _α	11 _α	12 _α	13 _α	14 _α	15 _α
N	Valide	89	89	89	89	89	89	89
	Manquant	0	0	0	0	0	0	0
	Moyenne	3,8989	3,6180	3,5843	3,5730	3,5955	3,9888	3,8090
	Ecart type	,86661	,97124	1,13627	1,01004	1,01935	,87249	,87745

Statistiques

		1 _β	2 _β	3 _β	4 _β	5 _β
N	Valide	89	89	89	89	89
	Manquant	0	0	0	0	0
	Moyenne	3,7978	3,3596	3,7191	3,9663	3,4494
	Ecart type	,85520	1,00281	,92918	,97058	,98870

Statistiques

		6 _β	7 _β	8 _β	9 _β	10 _β
N	Valide	89	89	89	89	89
	Manquant	0	0	0	0	0
	Moyenne	3,7753	3,6742	3,9438	3,9888	3,9101
	Ecart type	,95051	,97439	1,14176	1,08182	1,07281

Statistiques

		1 _ε	2 _ε	3 _ε	4 _ε	5 _ε	6 _ε
N	Valide	89	89	89	89	89	89
	Manquant	0	0	0	0	0	0
	Moyenne	4,0337	3,7978	3,8427	3,8764	3,7079	4,0000
	Ecart type	,76052	,75648	,85145	,86366	1,07874	1,01130

Statistiques

		التحول	الأداء	التجربة
N	Valide	89	89	89
	Manquant	0	0	0
	Moyenne	3,6906	3,7584	3,8764
	Ecart type	,55453	,62136	,67069

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,336 ^a	,113	,103	,58864

a. Prédicteurs : (Constante),

b. Variable dépendante :

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	3,831	1	3,831	11,057	,001 ^b
Résidus	30,145	87	,346		
Total	33,976	88			

a. Variable dépendante :

b. Prédicteurs : (Constante),

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	2,370	,422		5,612	,000
التحول	,376	,113	,336	3,325	,001

a. Variable dépendante :

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,200 ^a	,040	,029	,66097

a. Prédicteurs : (Constante), التحول

b. Variable dépendante : التجربة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	1,576	1	1,576	3,607	,061 ^b
Résidus	38,009	87	,437		
Total	39,585	88			

a. Variable dépendante : التجربة

b. Prédicteurs : (Constante), التحول

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	2,986	,474		6,297	,000
التحول	,241	,127	,200	1,899	,061

a. Variable dépendante : التجربة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الدكتور مولاي الطاهر

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

* استبيان *

تحية طيبة وبعد:

السادة والسيدات زبائن البنك BEA . BDL.AGB

يسعدنا أن تكون هذه القائمة بين أيديكم، ونود إعلامكم أننا بصدد إعداد دراسة ميدانية حول "تأثير الخدمات المصرفية الرقمية على تجربة العملاء والاداء المالي من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية" بوكالتكم، من إعداد الطالبة: بوشريط اية وعيساوي احلام كلية العلوم التسيير، في إطار متطلبات نيل شهادة ماستر تخصص ادارة بنكية وهذا الاستبيان يندرج ضمن الجزء التطبيقي للمذكرة، ولما كان لانطباعاتكم وآرائكم أهمية بالغة في نجاح هذه الدراسة، نأمل أن تتكرموا بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان بصراحة تامة وصدق، بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة.

علما أن ما تدلون به من إجابات سيحاط بالسرية التامة، ولن يستخدم في غير أغراض البحث العلمي، وسنوافيكم بنتائج الدراسة وتوصياتها إن شاء الله.
نشكر لكم مسبقا حسن تعاونكم ومساهمتمكم القيمة في إثراء هذه الدراسة.
أولا: بيانات الشخصية:

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- السن : من 20 الى 29 من 30 الى 39 من 40 الى 49 وما فوق
- 3- المستوى التعليمي : ابتدائي المتوسط لوي لامي
- 4- المهنة : موظف مهنة حرة متقاعد
- 5- مدة التعامل مع البنك : اقل من سن من سنة الى 3سنوات من 4 سنوات
- 6- الدخل: أقل من 50000 بين 50000 و 100000 أكثر من 100000
- 7- نوع البنك الذي تتعامل مع يومي

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المبجور الأول: بعد التحول الرقمي
					التحول الرقمي في البنوك التي تتعاملون معها
					1- يقوم البنك الذي تتعاملون معه بإصدار نشرات إلكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه
					2- يقدم الموقع الإلكتروني للبنك خدمات مصرفية تثلائم واحتياجاتكم
					3- يعمل البنك على حل مشاكل المعاملات الإلكترونية بسرعة
					4- يعطي البنك زبوناً سريعة على طلبات زبائنه عن طريق البريد الإلكتروني
					5- يمكن الدخول إلى الموقع الإلكتروني للبنك بسرعة
					6- من السهل الوصول إلى ما يحتاجه الزبون على موقع البنك
					7- لا توجد خطورة عند تقديم المعلومات الشخصية عبر البريد أو موقع البنك
					8- هناك ثقة في الخدمات البنكية الإلكترونية التي يقدمها البنك الذي تتعاملون معه
					9- تساعد الصرافات الآلية في الحصول على الخدمة بسرعة في البنك الذي تتعاملون معه
					10- البنك الذي تتعاملون معه يمتلك معدات تكنولوجية حديثة ومتطورة
					11- يمتلك البنك الذي تتعاملون معه عدد كاف من الصرافات الآلية التي حاجات العملاء
					12- المعلومات التي يقدمها البنك الذي تتعاملون معه يغير الموقع الإلكتروني يتم استخدامها باستمرار
					13- محتوى الموقع الإلكتروني للبنك الذي تتعاملون معه منظم ومن السهل استخدامه
					14- للموقع الإلكتروني للبنك الذي تتعاملون معه سمعة جيدة
					15- المعلومات عن الخدمات التي يقدمها البنك الذي تتعاملون معه على الموقع الإلكتروني واضحة وصحيحة

المحور الثاني: الاداء المالي

الرقم	الاداء المالي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	يقدم البنك الذي تتعاملون معه خدمات بنكية بأقل جهد و أقل تكلفة.					
02	يقوم البنك الذي تتعاملون معه بدراسات وبحوث من أجل تطوير آلياته المستخدمة في تقديم خدماته البنكية					
03	في وقتنا الحاضر تتم اغلب المعاملات في البنك الذي تتعاملون معه من خلال الآليات التكنولوجية					
04	تحقق آليات التكنولوجيا الحديثة في العمل البنكي أداءً أفضلًا من الطرق التقليدية القديمة التي كانت تكلف الوقت والجهد					
05	تبني التكنولوجيا في البنك الذي تتعاملون معه أدى إلى طرح منتجات بنكية جديدة					
06	تميز آليات التكنولوجيا في العمل البنكي باستيعاب أكبر عدد ممكن من الزبائن					
07	تزداد إيرادات البنك الذي تتعاملون معه من خلال تقديمه لخدمات إلكترونية متطورة.					
08	لا يوجد حالات اختراق لحسابات الزبائن وسرقة الأموال في البنك الذي تتعاملون معه					
09	مصدقًا البنك الذي تتعاملون معه في مختلف النسب المتفق عليها في البنود للعميل من المعاملات بكل شفافية					
10	لقد ساهمت هذه التكنولوجيا المتطورة التي اعتمدها البنوك في اقبال الزبائن مما تحتويه على سرية تامة وأمان وهذا ما ساعد في ارتفاع منحنى الأرباح لدى البنك					

المحور الثالث: دور التحول الرقمي في تجربة العملاء

الرقم	دور التحول الرقمي في تجربة العملاء	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تتحقق منافع التحول الرقمي عندما يوفر معلومات تفيد عن سلوكيات واحتياجات عملاء البنك بما يحسن الخدمة المصرفية للزبائن .					
02	تحقق القنوات الرقمية منافع متعددة منها عوثة الخدمات المصرفية.					
03	تفيد عن سلوكيات واحتياجات زبائن البنك بما يحسن الخدمة المصرفية للزبائن .					
04	تمكن التقنيات الرقمية من صنع واتخاذ القرارات على أساس البيانات الفورية					
05	التحول الرقمي ساهم في سرعة الاستجابة بشكاوي الزبائن وسرعة حلها في البنك الذي تتعاملون معه					
06	قامت هذه التكنولوجيا البنكية بتحقيق قفزة عادت على الزبائن بالقبول والرضا عن البنك					