وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون – تيارت –
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية، وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية
تخصص تسويق الخدمات

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر تخصص تسويق الخدمات

الموسومة بـ:

رقمنة القطاع المصرفي ودورها في تحقيق رضا العملاء

- دراسة ميدانية لعملاء البنك الوطني الجزائري " وكالة تيارت " -

من تقديم الطالبتين:

- آمال وليد
- رانية مليكة بوهبتون

تحت إشراف:

د. نصيرة زقرير

لجنة المناقشة			
الاسم واللقب	الرتبة	الرتبة	الجامعة
د. بخوش أحمد	أستاذ مساعد أ	رئيسا	ابن خلدون – تيارت –
د. زقرير نصيرة	أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا	ابن خلدون – تيارت –
د. عبد الوهاب بالطيب	أستاذ محاضر ب	مناقشا	ابن خلدون – تيارت –

السنة الجامعية: 2024 /2025

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع

الى من غرسا في قلبي معنى العطاء، وكانت دعواتهما لي سر التوفيق أبي وأمي نبض قلبي وضياء روحي لكما كل الحب والإمتنان.

الى شريكي في الحياة ورفيق دربي، من كان سندي لحظات الضعف والدافع في وقت اليأس، وداعمي في طريق العلم، ...

زوجي العزيز، شكرا بقدر صبرك ولكل لحظة آمنت بي فيها.

الى زهرة عمري، وسبب إبتسامتي ...

إبنتي الحبيبة، التي منحتني أملا مضاعفا، لأجلك أطمح للأعلى لتكوني فخورة بأمك كما أنا بك.

الى إخوتي الأعزاء وأختي الغالية، رفقتي في كل مراحل حياتي....

الى كل من ساندني بكلمة، بدعاء، بابتسامة...

الى كل من حملته الذاكرة ولم تنطق به الكلمة

أمال

الإهداء

إلى زوجي الحبيب،

الذي كان لي نعم الرفيق والسند خلال سنوات الدراسة،

من تحمّل بصبر غيابي وانشغالي، وكان دائمًا الداعم الأول لمسيرتي العلمية،

والنور الذي خفّف عني ضغوط هذه المرحلة، له أقدّم عميق امتناني،

وإلى جدتي الغالية،

إلى من شكلت شخصيتي الأولى، وغرست في نفسي قيمة الاجتهاد،

إلى من علّمتني كيف أواجه الحياة بالصبر والدعاء والرضا،

و دفء دعواتها يرافقني في كل خطوة،

إليها أهدي هذا العمل، عربون وفاء و حب في قلبي.

وإلى أختي العزيزة،

كانت لي الحضن الآمن الذي أعود إليه كلما ضاقت بي الأيام،

لها أقدّم هذه الصفحات عربون شكر واعتراف بفضلها الكبير.

رانية

الشكر

بعد الحمد الله تبارك وتعالى حق حمده الذي وفقنا لإتمام عملنا هذا أولا وقبل كل شيء نتقدم بالشكر والامتنان للأستاذة المشرفة زقرير نصيرة على قبولها الإشراف على هذه المذكرة رغم انشغالاتها الكثيرة وما قدمه لنا من توجيهات قيمة.

كما نتقدم بالشكر الجزيل الى كل موظفي البنك الوطني الجزائري وكالة تيارت على المعلومات القيمة وحسن المعاملة والمعلومات التي تلقيناها من طرفهم طيلة فترة التربص.

كما نتوجه بخالص شكرنا وتقديرنا لجميع أساتذتنا بكلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير تخصص تسويق الخدمات على مساعدتهم لنا عرفانا منا للجميع على ما قدموه لنا من معلومات ونصائح.

ولجميع من قدم لنا يد المساعدة من قريب أو من بعيد في انجاز هذا العمل

كما لا ننسى كل من شجعنا بالكلمة الطيبة والابتسامة وبالدعاء الى كل هؤلاء نقول شكرا.

الفهرس:

المحتوى	الصفحة
قائمة الجداول	....
قائمة الأشكال	....
مقدمة عامة	أ – د
الفصل الأول: الإطار النظري لرقمنة القطاع المصرفي	
تمهيد	7
المبحث الأول: مدخل للقطاع المصرفي	8
المطلب الأول: تعريف القطاع المصرفي	8
المطلب الثاني: أهمية القطاع المصرفي	9
المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية	11
المبحث الثاني : رقمنة القطاع المصرفي	13
المطلب الأول : عموميات حول الرقمنة في القطاع المصرفي	13
المطلب الثاني : أهمية الرقمنة في القطاع المصرفي	17
المطلب الثالث : التطبيقات المصرفية و التقنية المستخدمة في الرقمنة	19
المبحث الثالث : دور الرقمنة في تحقيق رضا العميل	24
المطلب الأول : مفهوم العميل و أنواعه	24
المطلب الثاني : أدوات قياس رضا العميل	26
المطلب الثالث : التحديات التي واجهت الرقمنة و تأثيرها على رضا العميل	26
خلاصة الفصل	29
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي	
تمهيد	31
المبحث الأول: التعريف بالبنك الوطني الجزائري (BNA)	32
المطلب الأول: نشأة و تقديم البنك الوطني الجزائري (BNA)	32
المطلب الثاني: المخطط التنظيمي للبنك الوطني الجزائري (BNA)	33
المطلب الثالث: التعريف بالوكالة البنكية تيارت 540 و خدماتها	36
المبحث الثاني : الإجراءات المنهجية للبحث الميداني	55
المطلب الأول : الإجراءات المنهجية للدراسة	55
المطلب الثاني : أدوات جمع البيانات و تحليلها	56

المطلب الثالث : أساليب المعالجة الإحصائية	57
المبحث الثالث : تحليل أداة الدراسة	60
المطلب الأول : صدق و ثبات أداة الدراسة	60
المطلب الثاني : تحليل البيانات الإحصائية	61
المطلب الثالث : إختبار الفرضيات	71
خلاصة الفصل	73
الخاتمة	75
قائمة المصادر والمراجع	78
قائمة الملاحق	82
الملخص	91

قائمة الأشكال:

الرقم	العنوان	الصفحة
01-02	الهيكل التنظيمي المركزي للبنك الوطني الجزائري	33
02-02	الهيكل التنظيمي لوكالة تيارت 540 للبنك الوطني الجزائري	38
03-02	وصف متغيرة صفة العميل	61
04-02	وصف متغيرة الجنس	62
05-02	وصف متغيرة السن	63
06-02	وصف متغيرة المستوى الدراسي.	64
07-02	وصف متغيرة مدة التعامل مع البنك.	65
08-02	وصف متغيرة العمليات المصرفية التي تقومون بها.	66
09-02	وصف متغيرة سبب إختيار البنك	67

قائمة الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
01-02	توزيع موظفي وكالة تيارت	37
02-02	رسوم تفعيل الشريحة وإعادة الشحن	40
03-02	أسقف البطاقة البيبنكية للبنك الوطني الجزائري	50
04-02	أسقف البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع للبنك الوطني الجزائري	51
05-02	أسقف بطاقة النخبة	52
06-02	أسقف بطاقة VISA	53
07-02	سقف بطاقة "One Pay" البيبنكية	54
08-02	كيفية توزيع و جمع الاستبيان على عينة الدراسة	55
09-02	العبارات المستعملة عند درجات مقياس ليكرت الخماسي.	58
10-02	مجال رأي العينة	59
11-02	قياس الصدق و الثبات	60
12-02	توزيع مفردات العينة حسب صفة العميل	61
13-02	توزيع مفردات العينة حسب الجنس	62
14-02	توزيع مفردات العينة حسب السن	63
15-02	توزيع مفردات العينة حسب المستوى الدراسي	64
16-02	توزيع مفردات العينة حسب مدة التعامل مع البنك	65
17-02	توزيع مفردات العينة حسب العمليات التي يقومون بها	66
18-02	توزيع مفردات العينة حسب سبب إختيار البنك	67
19-02	اتجاهات إجابات محور رقمنة القطاع المصرفي	68
20-02	اتجاهات إجابات محور رضا العميل	70
21-02	معاملات ارتباط لبيرسون بين رقمنة القطاع المصرفي و رضا العملاء	71
22-02	معاملات المعنوية لبيرسون بين رقمنة القطاع المصرفي و رضا العملاء	72

مقدمة عامة

مقدمة عامة:

إن المتغيرات المتسارعة التي تحدث في قطاع تكنولوجيا المعلومات والتنامي السريع لإستخدام الإنترنت أدت إلى ثورة رقمية عملت على إحداث تغيرات جذرية في بعض أجزاء هيكل الصناعة المالية العالمية، ففرضت نظاما جديدا بات يعرف بالاقتصاد الرقمي. فأصبح العالم يشهد في ظل الثورة التكنولوجية الراهنة تحولات عميقة تمس مختلف القطاعات، وفي مقدمتها القطاع المصرفي، الذي أصبح مطالبا بمواكبة متطلبات العصر الرقمي لتلبية حاجات العملاء وتحقيق التنافسية. فقد فرضت الرقمنة نفسها كخيار استراتيجي لتحديث الخدمات البنكية، من خلال إدماج التكنولوجيات الحديثة في العمليات المالية والإدارية، بما يسهم في تحسين جودة الخدمات وتوسيع قاعدة المستفيدين.

وفي الجزائر، تسارعت الجهود الرامية إلى رقمنة النظام المصرفي، سواء على مستوى السياسات العمومية أو من خلال المبادرات التي أطلقتها البنوك الوطنية. ومن بين هذه المؤسسات، يبرز البنك الوطني الجزائري (BNA) كمثال مهم على البنوك التي شرعت في مسار التحول الرقمي، حيث بادر بتطوير خدماته عبر الإنترنت وتطبيقات الهاتف المحمول، وتحديث بنيته التحتية لتقنية المعلومات، فضلا عن سعيه لتقريب خدماته من العملاء في المناطق الحضرية والريفية على حد سواء.

ورغم هذه الخطوات الإيجابية، لا تزال رقمنة القطاع المصرفي في الجزائر، بما في ذلك تجربة بنك (BNA)، تواجه عددا من التحديات، على غرار ضعف الثقافة المالية الرقمية، ونقص الكفاءات المختصة، والحاجة إلى تطوير الإطار التشريعي والتنظيمي. من هنا تبرز أهمية هذه الدراسة التي تهدف إلى تحليل واقع الرقمنة في بنك(BNA) كحالة تطبيقية، والوقوف على مكاسبها وإشكالياتها، مع تقديم اقتراحات لتجاوز العقبات وتسريع وتيرة التحول الرقمي في هذا القطاع الحيوي.

ومن هذا المنطلق، تتجلى الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة في التساؤل الآتي:

ما مدى مساهمة رقمنة القطاع المصرفي في تحقيق رضا العميل؟

التساؤلات الفرعية:

- ما مدى تأثير الرقمنة على جودة الخدمات وكفاءة الأداء داخل بنك BNA؟
- ما هي الاستراتيجية الرقمية التي يعتمدها بنك BNA؟
- ماهو مستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية في البنك؟

فرضيات البحث:

انطلاقا من الإشكالية المطروحة وتساؤلات الدراسة، يمكن صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط بين رقمنة القطاع المصرفي ورضا العميل.

للإجابة على الفرضية والتي تترجم الى:

H_0: لا توجد علاقة ارتباط بين رقمنة القطاع المصرفي ورضا العملاء.

H_1: توجد علاقة ارتباط بين رقمنة القطاع المصرفي و رضا العملاء.

الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرقمنة القطاع المصرفي على رضا العميل.

للإجابة على الفرضية نشتق الفرضيتين الإحصائيتين:

H_0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين رقمنة القطاع المصرفي و رضا العملاء.

H_1: يوجد أثر بين رقمنة القطاع المصرفي و رضا العملاء.

أسباب اختيار الموضوع:

يعود اختيار موضوع "رقمنة القطاع المصرفي في الجزائر – دراسة حالة البنك الوطني الجزائري (BNA)، إلى جملة من الدوافع الذاتية والموضوعية التي يمكن تلخيصها فيما يلي:

من الناحية الذاتية:

ينبع هذا الاختيار من الاهتمام الشخصي بالتحولات التكنولوجية التي يشهدها القطاع المالي، والرغبة في فهم أبعاد وآثار الرقمنة على الأداء البنكي في الجزائر، خاصة في ظل التغيرات المتسارعة التي يعرفها العالم الرقمي، كما أن التوجيه الذي قدمه الأستاذ المشرف، واقتناعه بأهمية الموضوع وراهنيته، شكّل عاملا حاسما في تثبيت اختيار هذا المحور البحثي.

من الناحية الموضوعية:

يكتسي موضوع رقمنة القطاع المصرفي أهمية بالغة نظرا لدوره المحوري في تحديث الاقتصاد الوطني وتعزيز الشمول المالي، كما أن اختيار بنك BNA كحالة تطبيقية يعود إلى كونه من بين البنوك العمومية الرائدة في السوق الجزائرية، وقد بدأ فعليا في اعتماد استراتيجيات رقمية تستحق الدراسة والتحليل من أجل استخلاص الدروس وتقديم اقتراحات بناءة.

أهمية الدراسة:

هذا البحث يشير ببعض الجوانب المرتبطة بنجاح المؤسسة في السوق لتحسين الفعالية في الأداء من خلال الإعداد الجيد للاستراتيجية، ويهم أيضا هذا الموضوع إلى:

- تسليط الضوء على العلاقة بين الرقمنة ورضا العملاء.
- تبرز الدراسة واقع الرقمنة في أحد أهم البنوك العمومية الجزائرية.
- تقديم مقترحات عملية لتحسين تجربة العملاء المصرفية.

أهداف الدراسة:

- التعرف على مفهوم الرقمنة في القطاع المصرفي.
- دراسة العلاقة بين مستوى الرقمنة ورضا العملاء.

- تحليل تجربة بنك BNA في مجال الخدمات الرقمية.
- تقديم توصيات لتطوير أداء البنوك الجزائرية رقميا.

ولجمع البيانات الميدانية، تم الاعتماد على أداة الاستقصاء (الاستبيان) التي وُجهت إلى عينة من موظفي بنكBNA وبعض عملائه، بهدف رصد آرائهم وتقييمهم لمستوى الخدمات الرقمية، ومدى تأثيرها على جودة التعاملات البنكية. وقد تم تصميم الاستبيان بطريقة تضمن تغطية الجوانب الأساسية للموضوع، مثل: نوعية الخدمات الرقمية المقدمة، مستوى استخدام العملاء لها، التحديات التقنية والتنظيمية، ومدى رضا المستخدمين.

مرجعية الدراسة:

لإمكانية إنجاز دراستنا وتبيان دراسة واقع رقمنة القطاع المصرفي اعتمدنا على مجموعة من المصادر الثانوية والمتمثلة في الكتب، المراجع، البحوث الجامعية، المواقع الالكترونية المختصة، المقالات، التقارير الاحصائية.

حدود الدراسة: وتتمثل في:

الحدود المكانية: كانت دراستنا في البنك الوطني الجزائري (BNA) وكالة تيارت.

الحدود الزمنية: استغرقت دراستنا من 01 أفريل إلى غاية 15 ماي 2025.

منهج الدراسة:

يعتبر اختيار المنهج المناسب للدراسة من الأمور الأساسية في البحث العلمي، وبما أننا دراستنا تهدف لدراسة العلاقة بين متغيرين، فإن المنهج المناسب هو المنهج الوصفي التحليلي، الذي يساعدنا في وصف المتغيرين والعلاقة بينهما، والتعبير عنها كميا، حيث يستعمل المنهج الوصفي بغرض إثراء الدراسة من جانبها النظري، واستخدمنا المنهج التحليلي للمعالجة الكمية للدراسة، كونه يحلل المعطيات إحصائيا من أجل استخراج النتائج وتحديد العلاقة بين متغيرات الدراسة واستغلالها في فهم الواقع المدروس.

الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: للمؤلف فهد مطر المطيري تحت عنوان "**أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك المصرفية الإسلامية السعودية**" بجامعة أم القرى بالسعودية، من مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا المجلد 18 العدد 29 ص 223-244.

هدفت هذه الدراسة لقياس أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية، ولتحقيق أهدافه هذه الدراسة فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، من خلال الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، ومن ثم معالجتها باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss)، وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي، أن مستوى جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الإسلامية السعودية بشكل عام كان مرتفعاً، وأن هناك أثر ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية الالكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية، كما

أن هناك أثر ذي دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) كلا على حدى على رضا العملاء في البنوك الإسلامية السعودية، وقد أوصت الدراسة بضرورة قيام البنوك الإسلامية السعودية بالمحافظة على المستوى المرتفع لأبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية ومراقبتها بشكل دوري، كما أنه لابد من إجراء المزيد من الدراسات حول جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

الدراسة الثانية: للمؤلفان قوجيل محمد، ناصري ناصر الدين، تحت عنوان "**رقمنة القطاع المصرفي الجزائري في الحد من تداعيات أزمة كورونا – حالة بنك الخليج الجزائر 2020** "، بجامعة الشلف الجزائر من مجلة العلوم الإدارية والمالية، مجلد 05، العدد01 ،2021، ص 69-88.

عالج هذا البحث موضوع مهما ألا وهو التكنولوجيا المالية المستخدمة في المصارف ومدى مساهمة تقنياتها في الرفع من الأداء المصرفي خلال فترة الأزمات مع واحتواء جميع الآثار السلبية للحجر الصحي كإشكالية رئيسة، حيث تم من خلالها الاستعانة بالمنهج الاستنباطي في عرض المفاهيم النظرية للموضوع والمنهج الاستقرائي في تقييم تجربة بنك الخليج الجزائر كنموذج للدراسة، حيث تمكن هذا البنك من الحد من تداعيات الأزمة بفضل التوظيف الجيد للتقنيات المدروسة .وخلصت الدراسة إلى ضرورة قيام النظام المصرفي بإعادة هيكلة بنيته التحية بتقنيات وبرامج التكنولوجيا الرقمية الحديثة، مع وضع قواعد للامتثال والرقابة عليها في إطار عصرنة وتأمين هذه العمليات، وبالتالي فتح مجال للمنافسة من نوع خاص بين توليفة النظام المصرفي الجزائري حول استخدامات وابتكارات التكنولوجيا المالية الرقمية، لتسويق المنتجات وخدمة العملاء.

التعقيب على الدراسات السابقة:

تُظهر الدراسات السابقة اهتمامًا متزايدًا بدور الرقمنة في القطاع المصرفي و دورها في تحقيق رضا العملاء.

الدراسة الأولى (أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في البنوك المصرفية الإسلامية السعودية): تقدم رؤى قيمة حول تأثير الرقمنة على رضا العميل في القطاع المصرفي. ومع ذلك، فإن نسبة التباين المفسرة (0.5%) تبدو منخفضة، مما يشير إلى وجود عوامل أخرى مؤثرة لم يتم تناولها في الدراسة. كما أن التركيز على البنوك المصرفية الإسلامية فقط يحد من إمكانية تعميم النتائج على نطاق أوسع.

الدراسة الثانية (رقمنة القطاع المصرفي الجزائري في الحد من تداعيات أزمة كورونا –حالة بنك الخليج الجزائر 2020): تتفق على الدور الهام لرقمنة القطاع المصرفي خلال فترة حرجة، حيث كان لازمة كوفيد 19 الأثر الإيجابي على القطاع المصرفي من خلال فتح مجالا للاستخدام الفعلي للرقمنة وتجربته على العملاء، وأكسبت الأزمة العملاء ثقة أكبر في المعاملات الرقمية للبنوك، مما زاد من حجمها وخفف من عبئ الأداء الداخلي للبنوك (معاملات عن بعد دون عناء التنقل للفروع).

بشكل عام:

تُعد هذه الدراسات نقطة انطلاق جيدة لفهم دور الرقمنة في القطاع المصرفي في تحقيق رضا العميل تأثير التقنيات الحديثة (الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته) ودور العلاقات العامة في مجالي الإدارة والسياحة. ومع ذلك، يمكن تعزيز هذه الدراسات من خلال إدخال أبعاد أخرى وإجراء دراسات دورية ومنتظمة للمقارنة بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ومستوى رضا العملاء للمحافظة على مستويات مقبولة لجودة تلك الخدمات ورضا العملاء، وعلى البنك الاهتمام بمقترحات العملاء وحل مشاكلهم، وإيجاد آليات واضحة للتواصل معهم وتفهم حاجاتهم، كما لابد من نشر ثقافة الخدمات المصرفية الإلكترونية والمزايا التي يحققها العميل كنتيجة لاستخدام تلك الخدمات.

صعوبات البحث: توجد هناك عدة صعوبات واجهتنا خلال قيامنا بهذا البحث ومن أبرزها:

- صعوبات ميدانية في جمع البيانات.
- ضيق الوقت بسبب ضغوطات أخرى.
- عدم التمكن من اللغة الإنجليزية.

هيكل البحث:

ومن أجل معالجة الإشكالية قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين كما يلي:

الفصل الأول: الإطار النظري للرقمنة في القطاع المصرفي ودورها في تحقيق رضا العملاء

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للرقمنة في القطاع المصرفي ودورها في تحقيق رضا العملاء (دراسة حالة البنك الوطني الجزائري (BNA) متناولين مختلف أدوات الدراسة والنتائج والاستنتاجات المتوصل إليها بهدف معالجة الإشكالية المطروحة وفرضياتها وتوضيح نتائجها.

الفصل الأول: الإطار النظري

لرقمنة القطاع المصرفي

تمهيد:

مع التطور السريع الذي يشهده العالم في مجال التكنولوجيا والاتصالات، أصبح التحول الرقمي ضرورة ملحة لمختلف القطاعات، وعلى رأسها القطاع المصرفي. فقد أدى انتشار الإنترنت، والهواتف الذكية، والتقنيات المالية الحديثة إلى إحداث تغييرات جذرية في كيفية تقديم الخدمات المصرفية وإدارتها، مما ساهم في تحسين جودة الخدمة وتعزيز تجربة العملاء. ولم يعد التحول الرقمي مجرد خيار، بل أصبح أداة إستراتيجية تعتمد عليها البنوك لمواكبة التغيرات المتسارعة، وتحقيق ميزة تنافسية في سوق يتسم بالتطور المستمر والتحديات المتزايدة.

في هذا الإطار، تعتبر رقمنة القطاع المصرفي أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على رضا العملاء، حيث تتيح لهم إمكانية الوصول إلى الخدمات البنكية في أي وقت ومن أي مكان، دون الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية. ومن خلال استخدام التطبيقات المصرفية، والخدمات البنكية عبر الإنترنت، وتقنيات الذكاء الاصطناعي في خدمة العملاء، أصبح بإمكان البنوك تقديم خدمات أسرع، وأكثر دقة وأمانًا، مما يعزز من ثقة العملاء ويساهم في رفع مستوى رضاهم.

المبحث الأول: مدخل للقطاع المصرفي

يعد القطاع المصرفي من الركائز الأساسية في أي اقتصاد، إذ يلعب دورا محوريا في تسهيل الحركة المالية وتنظيم التعاملات بين الأفراد والمؤسسات. لم تعد البنوك مجرد أماكن لحفظ الأموال، بل أصبحت تقدم مجموعة واسعة من الخدمات مثل الإقراض، الاستثمار، تحويل الأموال، وإدارة الحسابات.

المطلب الأول: تعريف القطاع المصرفي

تنوعت التعاريف الخاصة بالقطاع المصرفي باختلاف القوانين والأنظمة التي تحكم أعمالها والتي تختلف من دولة إلى أخرى، وأيضا باختلاف طبيعة نشاط تلك المصارف وشكلها القانوني، لذا فان من الصعوبة إيجاد تعريف شامل على اختلاف أنواعها وأشكالها والقوانين التي تحكم أعمالها، ولعل التعريف الأوسع انتشارا للمصرف "هو المؤسسة التي اتخذت من التجارة في النقود حرفة لها".[1]

ويمكن تحديد مفهوم القطاع المصرفي من خلال العمليات المصرفية التي تعتمد على أصول وأعراف تم تطويرها وفقا لتطور المصارف منذ نشأتها وتشعب عملياتها وقد بينت تلك الأصول والأعراف أصلا على مبادئ ومفاهيم مستمدة من حق المدخرات (المقرض) فالحفاظ على قيمه مدخراته وحق المستثمر (المقترض) في زيادة أرباحه إلى أقصى حد ممكن وحق المصرف "وهو في هذه الحالة الوسيط الذي يسعى إلى تعبئه المدخرات من المدخرين وإقراضها إلى المستثمرين" في تحقيق أقصى ربح ممكن.[2]

كما يعرف المصرف على أنه "المؤسسة التي تقدم إلى الأفراد المال بحسب الطلب وكذلك يقوم الأفراد بإيداع أموالهم لديه عندما لا يحتاجون إليها أي أنه يمارس عمليه قبول الودائع ومنح القروض"[3] كما يشير مفهوم القطاع المصرفي إلى "مؤسسات مختلفة تماما عن بعضها البعض مثل البنوك التجارية والبنوك الاستثمارية وبنوك التنمية وما إلى ذلك وبالنسبة لمعظم المنظمين فان كلمه المصارف تستحضر صورة بعض الوظائف الخاصة، ومنها تحويل الاستحقاق إذ تقبل البنوك الودائع من المدخرين وتضمن إرجاعها عند الطلب واستخدام هذه الودائع لتقديم قروض لمده أطول وإمكانية تحويل المدخرات قصيرة الأجل إلى استثمارات طويلة لأجل ومن ثم تحسين إنتاجيه الاقتصاد".[4]

---

[1] Carl E, Walsh, Monetary theory and practice, 3 thed , Mac Donald Event LTD, London, England, 2010, P27

[2] شكري ماهر، العمليات المصرفية الخارجية، دار الحامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص10.

[3] Poor Mohamed Ibrahim E Adnentairen Al-Namr، Financial Bank, stabs an English 3th edition, Al Isra University, Jordan, 2003, p12

[4] Sony kapoor : A simpler, smaller, safer more divers and more stable banking system is what we need! The future of finance،inder, p3

المطلب الثاني: أهمية القطاع المصرفي

وفي ظل الانفتاح والتحرر المالي الذي شهده الاقتصاد العالمي وفي ظل تواتر الأزمات أصبح القطاع المصرفي المتطور والكفء العنصر الأساسي في تحقيق الاستقرار، ومن ثم فان نجاح السياسات المالية والنقدية يحتاج مؤسسات ماليه ومصرفيه متطورة كقنوات لتنفيذ إجراءات السياسات وإدارة الاحتياطات والديون بفعالية للتأثير على سعر الصرف وأسعار الفائدة والناتج المحلي الإجمالي، وإذ ما لا يمكن إيجاز أهمية القطاع المصرفي بالنقاط التالية:[1]

1. تحقيق الاستقرار الاقتصادي:

يعد القطاع المصرفي ركنا أساسيا لنجاح السياسات الاقتصادية في البلدان عن طريق جذب الاستثمار الأجنبي وتعزيز الإنتاجية في البلدان المتلقية ونقل التكنولوجيا مما ينعكس على زيادة حجم التدفقات المالية والذي يتوقف بدوره على مدى تطور القطاع المصرفي ولعب دور الوسيط في توجيه الاستثمار الأجنبي في التنمية الاقتصادية، لذا إن دعم تطور القطاع المصرفي يجد من قدره استفادة الاقتصاد من تداعيات الاستثمار الأجنبي والتدفقات المحتملة إلى الاقتصاد.

2. الوسيط المالي:

يعمل القطاع المصرفي كوسيط مالي من خلال توجيه الأموال من وحده الفائض من الاقتصاد إلى وحده العجز المتمثلة بالمؤسسات والحكومات التي تحتاج إلى أموال لتمويل استثماراتها ونفقاتها، إذ يعمل القطاع المصرفي على توفير أوعية إدخارية تلائم تفضيلات المدخرين، كذلك يعمل القطاع المصرفي فضلا عن قبول الودائع إلى استخدام إجراءات تحفيزية ايجابيه تتمثل في جذب هذه الودائع عن طريق تنميه الوعي الادخاري وحث الهيئات والأفراد على الادخار، ويعد تجميع المدخرات من الوحدات الاقتصادية يتم تحويل المدخرات إلى الوحدات الاقتصادية لغرض الاستثمار مقابل أسعار فائدة محدده تختلف بحسب حجم ومده كل قرض.[2]

3. تنشيط السوق المالية:

يلعب القطاع المصرفي دورا رئيسيا ومنشطا لحركه السوق المالي إن عمليه الاكتتاب بالأسهم والسندات الصادرة عن المؤسسات الاقتصادية أو المؤسسات الحكومية لأول مره يتم على مستوى القطاع المصرفي والمؤسسات المالية الأخرى، وتدخل المصاريف في سوق الأوراق المالية "السوق الثانوية بوصفها بائعا أو مشتريا للأهداف المالية المعروضة, وهو ما يمثل احد استخدامات موارد البنوك لإدارة المحفظة المالية" أو لحساب عملائها.[3]

4. مخزون للثروة:

---

[1] البنك المركزي العراقي، نظام المقاصة الالكترونية، (automated clearing house-ACH)، 2016، ص1

[2] Laura Alfaro a ،Areendam Chandac, sebnemkalemliozcanbrd, selinsayek- Does foreign direct investment promote groth? Exploring the role of financial markets on linkages, journal of development economics, 2010, P 91.

[3] Rose،s peter, Money and capital market, 10th edition .Mc-cjroo, Hill, I runin, USA, 2008, P89.

تصدر المصارف سندات دين تسمى شهادات الاستثمار لصالح الحكومة وتقسم إلى أنواع مختلفة وهي شبيهه لسندات الخزانة الأمريكية مع وجود بعض الاختلافات تتيح للمستثمرين فرصه استثمار الأموال الفائضة فيها دون أن تفقد قيمتها في نهاية المدة المحددة أو يحصلون على الفائدة المحققة كل سنه أو ستة أشهر خلال مدة احتفاظهم بسندات، وهناك قسم من شهادات الاستثمار يسمى شهادات الجوائز أو اليانصيب تتم سحبات دوريه خلال مده الاحتفاظ في السنة وفي حال اختيار يحصل على جائزة ماليه ولا يترتب إلى حامل السند عليها أي فوائد.[1]

5. زيادة النمو الاقتصادي:

إن تطور إمكانيات القطاع المصرفي يعزز الدورة التنموي المتمثل في تحويل الأموال من وحدات الفائض إلى وحدات العجز والمقترضين إذ إن وحدات الفائض تسعى إلى صناعة استثمار بديله لتوجيه أموالها وبما إن القطاع المصرفي هو مصدر أموال طويلة الأجل لكل من القطاع العام والخاص الذين يعتمدون على التمويل طويل الأجل في تطوير البنية التحتية وتوسيع الأعمال التي لها دور أهم في زيادة جاذبيه الاقتصاد المستثمرين المحليين أو الأجانب ومن ثم لو غير متطلبات التمويل يزيد من المشاريع الإنتاجية أو توسيع القائم منها ما سببهم في خلق فرص العمل والاستهلاك والاستثمار ومن ثم زيادة إجمالي الناتج المحلي الإجمالي والنمو الاقتصادي.

6. تحقيق أهداف السياسات الاقتصادية:

يعد القطاع المصرفي قناة أساسية لتحقيق أهداف سياسات الاقتصادية المتمثلة في الاستقرار والنمو فعند قيام البنك المركزي بطرح السندات الحكومية في السوق المالية فانه يقوم في التأثير في السيولة النقدية وخفض عارض النقد ومن ثم ارتفاع أسعار الفائدة لخفض الطلب على الائتمان والذي يؤدي إلى انخفاض الطلب الكلي وانخفاض معدل التضخم في الاقتصاد القومي، وبالعكس عند قيام البنك المركزي بشراء السندات لهدف التأثير في سيوله المصارف واحتياطاتها لرفع قدرتها على خلق النقود وما يزيد من قدره المصارف على التوسع في منح الائتمان بسبب زيادة حجم الأرصدة النقدية لدى المصارف التجارية وتوفير النقود ومن ثم زيادة عرض النقد المعروض النقدي وحجم السيولة المحلية الإجمالية للاقتصاد الوطني فعندما تتبع الحكومة سياسات مالية توسيعية أي زيادة الإنفاق الاستثماري والاستهلاكي ما يعني زيادة الناتج المحلي الإجمالي وزيادة الطلب على المنتجات والدخل والاستثمار.[2]

[1] Dirk Herenans and Alessio M. Pacces, Regulation of bankikng and financial market, University of Amsterdam. Holland, SSRN Electronic Journal, 2011, P559

[2] Laurence S Ritter E WillianL.Siller, Principales of money, Banking and Financial Markets،6th edition, USA. Inc, 1988, P 414-415

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية

إنه لمن الصعب حصر جميع الخدمات المصرفية التي أصبحت تقدمها البنوك نظرا لتعددها وتنوعها وأصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية، وعموما يمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية على النحو التالي:

1. قبول الودائع:

تتمثل في مختلف الحسابات والودائع التي تترك لدى البنوك وهي:

1.1 **الودائع الجارية:** (الحسابات الجارية أو حسابات تحت الطلب).

2.1 **الودائع الادخارية:** وهي الودائع لأجل محدد ودائع توزيع، التوفير، وشهادات الإيداع

3.1 **تقديم تسهيلات الائتمانية:** وتتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصيرة، متوسطة، وطويلة الأجل، بالإضافة إلى خطابات لضمان وفتح الإعتمادات المستندة.

2. الخدمات البنكية التقليدية:

هي كل الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية يوميا لزبائنها مقابل حصولها على عمولات مثل :

2-1 صرف الشيكات المسحوبة على البنك بالعملة المحلية والأجنبية .

2-2 تحصيل الشيكات لصالح زبائن البنك.

2-3 فتح الحسابات بالعملة المحلية والأجنبية .

2-4 إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع العملاء.

3. العمليات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية:

3-1 الاستثمار في الأوراق المالية إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح العملاء المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية، خدمات الهندسة المالية، خدمات أمناء الاستثمار لصالح العملاء.

3-2 تقديم الاستثمارات المالية، دراسة الجدول الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء وتصدر الإشارة إلى أن هذه الخدمات تجد محدودة في البنوك الجزائرية نظرا لضعف التعامل بالأدوات المالية الاستثمارية وضعف السوق المالي أي البورصة.[1]

4. الخدمات المصرفية الحديثة:

لقد حدث تطور عام في أسلوب ومجال النشاط البنوك خلال السنوات الأخيرة، فقط تعددت وتنوعت الخدمات التي أصبحت تعتمدها البنوك، وبالتالي أسلوب تقديمها للعملاء، ويرجع ذلك لعده أسباب أهمها:

4-1 الاستفادة من التطورات الهائلة في مجال المعلومات والحاسبات الآلية .

[1] عوض بديو الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، ط1، البيان للطباعة والنشر، مصر، 1999، ص52

4-2 التزايد المستمر في احتياجات ورغبات العملاء.

4-3 التحول في فلسفه العمل المصرفي والتسويق المصرفي حيث أصبحت البنوك تستهدف شريحة واسعة من العملاء ولا تقتصر على فئة محدودة منهم، وتحول الاهتمام من التركيز على أداة الخدمات المصرفية إلى التركيز على العملاء وإشباع حاجيتهم وقد تعددت إشكال تقييم الخدمات المصرفية الحديثة وذلك بالاعتماد على وسائل الدفع الالكترونية والرقمية منظم التمويل الالكتروني للأموال والخدمات كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآلي المصرفية عن بعد والخدمات المصرفية الرقمية عن طريق الانترنت.

المبحث الثاني: رقمنة القطاع المصرفي

تعد رقمنة القطاع المصرفي من أهم التحولات التي يشهدها النظام المالي العالمي في العصر الحديث، حيث تعتمد المؤسسات المصرفية بشكل متزايد على التكنولوجيا المالية (Fin Tech) لتقديم خدمات أكثر كفاءة، أمانا، وسرعة. وتؤثر الرقمنة على مختلف جوانب العمل المصرفي، بدءا من إدارة الحسابات والمدفوعات، وصولا إلى التحليلات المالية المتقدمة باستخدام الذكاء الاصطناعي.

المطلب الأول: عموميات حول الرقمنة

أولا: تعريف الرقمنة

يشير مصطلح الرقمنة إلى العملية التي يتم من خلالها تحويل المعلومات والبيانات من شكلها التقليدي أو المادي إلى شكل رقمي يمكن تخزينه ومعالجته إلكترونيا. وتشمل هذه العملية تحويل النصوص الورقية إلى ملفات رقمية، أو الصور الفوتوغرافية إلى صيغ إلكترونية، أو حتى تحويل التسجيلات الصوتية والفيديوهات إلى بيانات رقمية يسهل تخزينها ومعالجتها عبر الأجهزة الإلكترونية والأنظمة الحاسوبية.

ويُستخدم هذا المصطلح في مجالات متعددة، حيث يختلف معناه باختلاف السياق. فعلى سبيل المثال، في مجال الأرشفة والمكتبات، تعني الرقمنة تحويل الكتب والمخطوطات القديمة إلى نسخ رقمية تتيح سهولة الوصول إليها وحفظها من التلف. وفي مجال الأعمال، تعبر الرقمنة عن انتقال الشركات إلى استخدام التقنيات الرقمية في إدارة العمليات والبيانات، مما يسهم في تحسين الكفاءة وتقليل التكلفة. أما في المجال الصناعي، فترتبط الرقمنة بأتمتة العمليات الإنتاجية وتكامل التقنيات الذكية في سلاسل التوريد والتصنيع.

ومع التطور السريع للتكنولوجيا، أصبحت الرقمنة عنصرًا أساسيًا في التحول الرقمي، حيث تساهم في تحسين جودة الخدمات، وتعزيز سرعة الوصول إلى المعلومات، ودعم الابتكار في مختلف القطاعات.[1]

غير أن هذا المصطلح يأخذ عدة معان حسب السياق الذي يستخدم فيه، حيث يلاحظ أن الرقمنة تعني:

1. **لغة:** تدل مادة "رقم" في المعاجم اللغوية العربية على معانٍ متعددة، من أبرزها التعجيم، والتبيين، والكتابة، والقلم، والخلط. ويقول ابن منظور في لسان العرب: الرقم والتَرقيم تعجيم الكتاب، ورقم الكتاب يرقمه رقما، أي أعجمه وبينه، كما ورد في قوله تعالى"**كتاب مرقوم** أي كتاب مكتوب ومحدد المعالم.

[1] أحمد فرج أحمد، الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات أم خارجها، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، العدد 4، المملكة المتحدة، 2009، ص 11

ويشير "الرقم" أيضا إلى الكتابة والختم، وإلى ضرب معين من الزخرفة والنقوش، حيث يُقال: "رقم الثوب يرقمه رقمًا ورقّمه، أي خططه **وزخرفه**".[1]

2. اصطلاحا:

يعرف سعيد يقطين الترقيم التناظري النمطي بأنه "عملية نقل أي نوع من الوثائق من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي، بحيث تصبح الصورة الثابتة أو المتحركة والصوت أو الملف مشفرا في شكل أرقام، لأن هذا التحويل هو الذي يسمح للوثيقة، أيا كان نوعها، بأن تصبح قابلة للمعالجة الرقمية، قابلة للاستقبال والاستعمال بواسطة الأجهزة المعلوماتية"، وهنا يتضح أن ترقيم النص هو عملية تحويل النص المكتوب أو المطبوع أو المخطوط من صيغته الورقية إلى صيغته الرقمية، ليصبح قابلا للمعاينة على شاشة الحاسوب.[2]

3. في مجال الحاسبات:

يتم تحويل البيانات إلى شكل رقمي بحيث يمكن معالجتها بواسطة الحاسب بطريقة أكثر كفاءة ودقة. تتضمن هذه العملية ترميز البيانات في شكل أرقام ثنائية (0 و1)، مما يسمح بتخزينها واسترجاعها بسرعة، فضلاً عن إمكانية معالجتها باستخدام البرمجيات المختلفة. يمكن أن يشمل هذا التحويل نصوصًا مكتوبة، أو صورًا، أو مقاطع صوتية، أو فيديوهات، أو حتى إشارات حسية مثل بيانات الاستشعار في الأجهزة الذكية.

عند تحويل البيانات إلى شكل رقمي، تصبح قابلة للتحليل والتعديل بسهولة، كما يمكن مشاركتها عبر الشبكات الإلكترونية، وإجراء عمليات حسابية معقدة عليها باستخدام تقنيات مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات. على سبيل المثال، في مجال الطب، يمكن رقمنة صور الأشعة السينية بحيث يتمكن الأطباء من تحليلها بمساعدة برمجيات متطورة، وفي عالم المال، يمكن تحويل السجلات المحاسبية إلى بيانات رقمية تسهل عمليات التدقيق المالي واتخاذ القرارات.

وبفضل هذا التحويل، تصبح البيانات أيضًا أكثر أمانًا، حيث يمكن تشفيرها لحمايتها من الوصول غير المصرح به، كما يمكن نسخها احتياطيًا بسهولة للحفاظ عليها من الفقدان أو التلف.[3]

4. في سياق نظم المعلومات:

يتم تحويل النصوص المطبوعة، مثل الكتب والصور وغيرها من الوثائق التقليدية، إلى أشكال رقمية يمكن للحاسب قراءتها، وذلك باستخدام الإشارات الثنائية. يتم هذا التحويل من

[1] معجم المعاني، على الرابط الالكتروني: https://n9.cl/42xtl2، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2025/03/04، على الساعة: 10:16.

[2] سعيد يقطين، من النص الى النص مدخل إلى جماليات الإبداع التفاعلي، المركز الثقافي العربي، لبنان، 2005، ص 22

[3] https://n9.cl/mpucbp، أطلع عليه بتاريخ: 2025/03/04، على الساعة: 14:18

خـــلال أجهـــزة المســـح الضـــوئي أو الكـــاميرات الرقميـــة، ممـــا ينـــتج عنـــه ملفـــات رقميـــة يمكـــن عرضـــها على شاشة الحاسب ومعالجتها بسهولة[1].

باختصار يمكن القول أن الرقمنة هي عملية تحويل المعلومات والبيانات من شكلها المادي أو التناظري (مثل المستندات الورقية، الأشرطة الصوتية، الصور الفوتوغرافية) إلى شكل رقمي يمكن تخزينه، معالجته، واسترجاعه باستخدام التقنيات الرقمية تهدف إلى تحسين الوصول إلى المعلومات و تسهيل معالجتها وتقليل الاعتماد على الوسائط التقليدية.

ثانيا: نشأة وتطور الرقمنة:

يرتبط مفهوم الرقمنة بتطورات تاريخية مهمة في مؤسسات المعلومات والمكتبات، حيث بدأت بعض الأنشطة المكتبية بالتحول إلى النمط الرقمي بعد إدخال الحاسب الآلي في هذه المؤسسات، وذلك في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا منذ خمسينيات القرن العشرين .ووفقًا لما أشار إليه بعض الباحثين، فقد أدى هذا التطور إلى استبدال السجلات البطاقية الورقية بالسجلات الإلكترونية، مما ساهم في مشاركة المكتبات في شبكات السجلات الموحدة وتبادل البيانات، خاصة في مجال الفهرسة التعاونية والإعارات بين المكتبات.

ومن أبرز المبادرات التي ظهرت في هذا السياق مشروع "المكتبة الكونية"، الذي سعى إلى توحيد الفهارس ونصوصها على مستوى المكتبات العالمية، بتوجيه من القوى الكبرى أو ما يُعرف بـ مجموعة الدول السبع، خلال اجتماعها في يوليو 1994، كان الهدف من هذا المشروع هو جعل جميع المصادر المكتبية متاحة للبحث عبر شبكة الإنترنت، باعتبارها فضاءً للمعلومات والمعرفة في المكتبات.

وقد تواصلت الجهود في هذا الإطار من خلال اجتماعات متعددة بين القوى الكبرى، من أبرزها اجتماع بروكسل عام 1995، الذي ركّز على دعم التنمية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والثقافية .وقد تبنّت الولايات المتحدة الأمريكية هذا التوجه، بتمويل من المؤسسة القومية للعلوم ووكالة الفضاء "ناسا" التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية، حيث شمل المشروع إقامة مكتبات رقمية تهدف إلى دعم البحث العلمي والتعليم العالي، بمساهمة عدد من المؤسسات الرائدة في الولايات المتحدة.

وانتقل هذا التوجه بعد ذلك إلى أوروبا، حيث أطلقت مشاريع مماثلة عُرفت باسم "ذاكرة ميموريا"، بمشاركة المكتبة الوطنية الفرنسية، ومؤسسات بحثية مثل "أرشيف أكسفورد تيست"، ومعهد "تولون "للأبحاث العلمية، بالإضافة إلى مؤسسات متخصصة في المعلوماتية .وقد كان الهدف الأساسي من هذه المبادرات هو حفظ الإنتاج الفكري

[1] عكنوش نبيل، المكتبة الرقمية بالجامعة الجزائرية: تصميمها وإنشاؤها –مكتبة جامعة الأمير عبد القادر نموذجا، أطروحة دكتوراه في علم المكتبات، جامعة منتوري قسنطينة، أفريل 2010، ص 147.

الإلكتروني في قطاعات متنوعة، وربط المكتبات الرقمية في الدول المتقدمة ضمن مشاريع ضخمة تعزز الوصول إلى المعرفة عالميا.

إن تتبع مسار الرقمنة المكتبية يكشف أن هذا التحول جاء نتيجة للتطورات المتسارعة التي شهدتها تقنيات المعلومات والاتصال، والتي مكّنت المكتبات من تعزيز استراتيجياتها لتنمية أدائها. فقد أدى هذا التطور الهائل في مجال المعلومات والاتصال، الذي تحقق في العديد من المجالات نتيجة توظيف البرمجيات والإنترنت، إلى ظهور العديد من المفاهيم والمصطلحات الجديدة

أما فيما يتعلق بما يكتبه ويقوله الباحثون والمتخصصون في مجال المكتبات الرقمية، التي تطور استخدامها في اختزان البيانات الببليوغرافية واسترجاعها وبثها إلى الجهات المستفيدة، فقد بدأت تتعدد المصطلحات المشابهة مثل "المكتبة الافتراضية «المكتبة الإلكترونية"، و"المكتبة الرقمية ."لكن هذه المصطلحات بقيت تحمل بعض الغموض بسبب تعدد مدلولاتها، حيث أطلق ليكليدر عليها اسم "مكتبة المستقبل"، في حين سماها لانكستر بـ "المكتبة دونورق." وعلى الرغم من اختلاف هذه التسميات، فإن الجوهر الأساسي لها واحد، وهو إدخال تطبيقات الحاسوب والشبكات في تنظيم الوثائق وإدارتها واسترجاع المعلومات.

وقد أظهر هذا التطور، الذي استمر لعقود، أن هناك تسميات فرضت نفسها على أدبيات علوم المكتبات والمعلومات، مثل المكتبات الإلكترونية، الرقمية، والافتراضية، مما أدى إلى حدوث خلط فيما بينها. لذا، من الضروري توضيح دلالة هذه المصطلحات وفق ما تعكسه من معانٍ. فبالإضافة إلى الأشكال المختلفة للمحتوى والإشارات التناظرية، تشمل هذه المصطلحات جميع الموارد الرقمية ذات الأصل الإلكتروني، والتي تتطلب أجهزة إلكترونية لقراءتها.

ويجدر بالذكر أن مصطلح "إلكترونية"يشير إلى آلية عمل الأجهزة أكثر من كونه صفة للبيانات التي تعالجها. وعليه، فإن المكتبة الإلكترونية تشمل جميع الموارد الموجودة في المكتبات التي تعتمد على الأجهزة الإلكترونية، والتي قد تتداخل مع مفهوم المكتبة الرقمية .لذا، يمكن اعتبار المكتبة الإلكترونية المصطلح الأوسع، حيث يشمل كلا من البيانات التناظرية والرقمية، ويمتد ليغطي كل الوسائط التي تعتمد على الأجهزة الإلكترونية، مثل آلات الفيديو، قارئات الميكروفيلم، والحواسيب[1].

وعلى الرغم من شيوع هذه المصطلحات، إلا أنها لا تزال تعاني من الخلط والاضطراب، خاصة بسبب غياب الاهتمام الكافي من قبل بعض الباحثين العرب في مجال المكتبات الرقمية، مما أدى إلى عدم تحديد دلالاتها بدقة وضبط حدودها بشكل واضح.

[1] أحمد الكبيس، تطور النظم الآلية في المكتبات من الحوسبة إلى الرقمنة الافتراضية، مجلة العربية، العراق، العدد 300، 2008، ص 6-30.

المطلب الثاني: أهمية الرقمنة

أولا: أهمية الرقمنة بشكل عام

تعتبر الرقمنة ذات قيمة متزايدة لمؤسسات المعلومات على اختلاف أنواعها، كما أنها تحظى بأهمية كبيرة بين العاملين في مجال المكتبات ومختصي المعلومات، حيث إن إنشاء مكتبة رقمية يتطلب أن تكون محتوياتها من مصادر المعلومات متاحة وسهلة الوصول بصيغة إلكترونية.

وقد ظهرت العديد من المبادرات التي تدور حول مفهوم "الطريق نحو المكتبات الرقمية"، والتي تهدف إلى تحويل المصادر التقليدية إلى صيغ رقمية، مما يسهم في تسهيل الوصول إلى المعرفة، وتعزيز حفظ المعلومات على المدى الطويل، بالإضافة إلى دعم التعلم الإلكتروني والبحث العلمي من خلال إتاحة البيانات بشكل أكثر تنظيما وكفاءة.

أدى التطور السريع في مجال المعلومات إلى تسريع عملية التحول الرقمي، مما عزز التوجه نحو تحويل العديد من مصادر المعلومات من شكلها التقليدي إلى مجموعات متاحة على وسائط رقمية حديثة.

وتتميز المجموعات الرقمية بسهولة الوصول إليها من قبل المستفيدين، بالإضافة إلى إمكانية مشاركتها في الوقت نفسه بين عدة مستخدمين .كما أنها قادرة على استيعاب الزيادة المتنامية في أعداد المستفيدين، مقارنة بالمجموعات التقليدية، حيث يمكن إتاحتها من خلال **النشر المباشر** على الشبكة العالمية أو الشبكات الداخلية للمكتبات ومؤسسات المعلومات.

وفي إطار أهمية عملية الرقمنة، تجدر الإشارة إلى أن تحويل مصادر المعلومات من وسيط تقليدي إلى صيغة رقمية يسهم في زيادة الاستفادة منها، من خلال تيسير الوصول إليها والاطلاع عليها .فقد أصبح من الممكن إجراء عمليات البحث والاستعلام داخل النصوص الكاملة لمصادر المعلومات، والاستفادة من الروابط الشعبية (Hypertext)، التي تتيح للقارئ الانتقال مباشرة إلى المصادر ذات الصلة بموضوع بحثه، سواء داخل النص الرقمي نفسه أو في مصادر خارجية مرتبطة.ومن المهم التأكيد على أن الرقمنة لا تهدف فقط إلى استبدال المقتنيات والخدمات التقليدية بالمجموعات والخدمات الإلكترونية، بل إن هدفها الأساسي يكمن في تحسين الاستفادة من مقتنيات المكتبات، مع تطوير الخدمات المقدمة، بالإضافة إلى حماية الأوعية التقليدية من التلف والضياع، وخاصة المصادر النادرة ذات القيمة التاريخية والعلمية.[1]

[1] نجلاء إبراهيم عبد الرحمن، العوامل المؤثرة على الأداء المالي في شركات التأمين المساهمة السعودية – دراسة تطبيقية على أكبر ثلاث شركات تأمين في المملكة العربية السعودية، مجلة *العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية*، جامعة عبد المالك عبد العزيز، السعودية، المجلد 4، العدد 15، ديسمبر 2020، ص 47.

ثانيا: أهمية الرقمنة في القطاع المصرفي

تساهم الرقمنة بشكل كبير في تعزيز كفاءة وفعالية القطاع المصرفي، حيث تمكن البنوك من تحسين خدماتها وتلبية احتياجات العملاء المتزايدة والمتنوعة من خلال تبني التكنولوجيا الرقمية.

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، أصبحت الرقمنة ضرورة إستراتيجية في القطاع المصرفي، حيث تلعب دورا محوريا في تعزيز الكفاءة التشغيلية، تحسين تجربة العملاء، وضمان الاستدامة التنافسية للمؤسسات المالية.

فتبني الحلول الرقمية لم يعد مجرد خيار، بل أصبح عاملا حاسما في قدرة البنوك على التكيف مع متغيرات السوق وتلبية متطلبات العملاء المتزايدة.

أحد أبرز مخرجات الرقمنة في البنوك يتمثل في تسريع العمليات المصرفية وتبسيطها، مما أدى إلى تحسين جودة الخدمات وتقليل التكاليف التشغيلية. من خلال الأتمتة واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، أصبح بالإمكان معالجة الطلبات بسرعة فائقة، سواء تعلق الأمر بفتح الحسابات، تنفيذ التحويلات المالية، أو إدارة العمليات الائتمانية، مع تقليل الاعتماد على الإجراءات الورقية التقليدية.

على صعيد آخر، أسهمت الرقمنة في تعزيز مستويات الأمان السيبراني، حيث أصبحت البنوك تعتمد على تقنيات متقدمة مثل التشفير متعدد الطبقات، الذكاء الاصطناعي في كشف الاحتيال، والمصادقة البيومترية لضمان حماية البيانات والمعاملات المالية. هذه التدابير أصبحت ضرورية لمواجهة التهديدات الإلكترونية المتزايدة، مما يعزز ثقة العملاء في النظام المصرفي الرقمي[1].

إضافة إلى ذلك، أحدثت الرقمنة تحولا جوهريا في سلوك العملاء، حيث باتوا يعتمدون بشكل متزايد على القنوات الرقمية لإجراء معاملاتهم اليومية. الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، تطبيقات الهاتف المحمول، والمحافظ الإلكترونية أصبحت توفر تجربة سلسة ومرنة، مما قلل الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية. هذا التحول فرض على البنوك ضرورة الاستثمار في البنية التحتية الرقمية وتحسين واجهات المستخدم لتقديم تجربة سلسة تتماشى مع توقعات العملاء.

من جهة أخرى، ساهمت الحلول الرقمية في تعزيز الشمول المالي، حيث مكنت الأفراد غير المشمولين مصرفيا من الوصول إلى الخدمات المالية بسهولة عبر الهواتف الذكية. هذه التطورات فتحت آفاقا جديدة للبنوك لتوسيع قاعدة عملائها وتقديم منتجات مالية مبتكرة تتناسب مع مختلف الفئات الاجتماعية، خصوصا في المناطق التي تعاني من نقص في الفروع البنكية التقليدية.

[1] نجلاء إبراهيم عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص50.

المطلب الثالث: التطبيقات المصرفية والتقنيات المستخدمة في الرقمنة

أولا: تعريف التطبيقات المصرفية.

التطبيقات المصرفية هي برامج إلكترونية مصممة خصيصا للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية تقدمها البنوك لعملائها، والتي تتيح للعملاء الوصول إلى حساباتهم المصرفية وإجراء مجموعة واسعة من الخدمات وإدارة أموالهم بشكل آمن وسريع. وتشمل هذه التطبيقات واجهات سهلة الاستخدام وأدوات مبتكرة تهدف إلى تحسين تجربة العملاء وتلبية احتياجاتهم اليومية. كما تعمل كفرع بنكي افتراضي يمكن العملاء من إجراء العديد من المعاملات المصرفية دون الحاجة لزيارة الفرع.[1]

ثانيا: مزايا التطبيقات المصرفية

1. **سهولة الوصول والراحة والسرعة:** يمكن للعملاء الوصول إلى حساباتهم البنكية على مدار الساعة ومن أي مكان، مما يوفر الوقت والجهد.
2. **التوفير في الوقت والتكاليف:** تقلل التطبيقات المصرفية من التكاليف التشغيلية لكل من العميل والبنك. فلا حاجة لإنفاق الوقت والمال على التنقل إلى الفروع، كما تقلل البنوك من تكاليف إدارة العمليات التقليدية.
3. **الأمان والشفافية:** تستخدم البنوك أحدث تقنيات الأمان لحماية بيانات العملاء ومعلوماتهم المالي، حيث تعمل التطبيقات المصرفية على توفير مستويات عالية من الأمان باستخدام تقنيات مثل المصادقة الثنائية (Two-Factor Authentication) والتشفير القوي لحماية بيانات المستخدمين. كما تُظهر جميع الحركات المالية بشكل فوري، مما يضمن شفافية العمليات.
4. **التنوع في الخدمات:** تقدم التطبيقات مجموعة واسعة ومتكاملة من الخدمات، مثل التحويلات البنكية، ودفع الفواتير، وطلب دفاتر شيكات أو بطاقات بنكية، وشراء وتعبئة الرصيد، وإدارة القروض والتمويل الشخصي، والاستثمار، وغيرها الكثير.
5. **الوصول إلى المعلومات المالية:** يمكن للعملاء الحصول على معلومات تفصيلية حول حساباتهم مثل كشوف الحساب، وسجل المعاملات.
6. **إشعارات فورية:** تقدم التطبيقات إشعارات فورية للتنبيه بأي عملية تمت على الحساب. على سبيل المثال عمليات السحب أو الإيداع، مما يمنح العميل سيطرة أكبر على أمواله.
7. **التخصيص:** يمكن للعملاء تخصيص تطبيقاتهم لتلبية احتياجاتهم الفردية، على سبيل المثال إعداد إشعارات حول المعاملات، وتعيين ميزانيات، وتتبع الإنفاق.[2]

---

[1] التطبيقات المصرفية: ثورة في عالم المال بين يديك، على الرابط الالكتروني: https://n9.cl/mc4t33K، أطلع عليه بتاريخ: 2025/03/10، على الساعة: 10:00.

[2] نجلاء إبراهيم عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 63.

ثالثا: أهمية التطبيقات المصرفية:

أصبحت التطبيقات المصرفية أداة أساسية في تحسين تجربة العملاء وتعزيز كفاءة العمليات البنكية، حيث تتيح للمستخدمين تنفيذ معاملاتهم بسهولة وسرعة، مما يعزز علاقتهم بالبنك عبر تقديم خدمات مخصصة تلبي احتياجاتهم الفردية.

إلى جانب ذلك، ساهمت هذه التطبيقات في تعزيز الشمول المالي من خلال تسهيل فتح الحسابات وإدارة الأموال دون الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية، مما أتاح لعدد أكبر من الأفراد الانضمام إلى النظام المالي الرسمي.

كما تلعب التطبيقات المصرفية دورًا مهمًا في دفع عجلة الاقتصاد الرقمي، إذ تسهّل عمليات الدفع الإلكتروني وتزيد من الاعتماد على المعاملات الرقمية، مما يساهم في تعزيز الابتكار المالي. بالإضافة إلى ذلك تساعد هذه التطبيقات العملاء على تغيير عاداتهم الاستهلاكية من خلال توفير أدوات لمتابعة الإنفاق وإدارة الميزانية بشكل أكثر وعيًا وفعالية.

وفي إطار التحول الرقمي المستمر، تشهد التطبيقات المصرفية تطورًا متسارعًا من خلال دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات وتقديم توصيات مالية مخصصة، بالإضافة إلى الاستفادة من تقنية البلوك تشين لتعزيز الأمان والشفافية. كما يتم العمل على تحسين واجهات المستخدم لتوفير تجربة أكثر سهولة ومرونة، مما يعكس التوجه المستقبلي نحو خدمات مالية أكثر ذكاءً وكفاءة.

رابعا: أنواع التطبيقات المصرفية: تتعدد أنواع التطبيقات المصرفية لتلبية احتياجات العملاء المختلفة، ويمكن تصنيفها إلى الفئات التالية:[1]

1- تطبيقات الخدمات المصرفية للأفراد:

تستهدف هذه التطبيقات العملاء الأفراد، وتوفر لهم إمكانية الوصول إلى حساباتهم المصرفية، وإجراء معاملات مثل تحويل الأموال، ودفع الفواتير، وإيداع الشيكات إلكترونيا، ومتابعة الأرصدة والمعاملات.

2- **تطبيقات الخدمات المصرفية للشركات:**

مخصصة للشركات والمؤسسات، وتتيح إدارة الحسابات التجارية، ومعالجة كشوف الرواتب، وإدارة التدفقات النقدية، ومراقبة المعاملات المالية الكبيرة.

3- **تطبيقات الدفع عبر الهاتف المحمول:**

تركز على تسهيل عمليات الدفع الإلكتروني سواء عبر الإنترنت أو في المتاجر من خلال ربط بطاقات الائتمان أو الحسابات المصرفية بالتطبيق، مما يتيح للمستخدمين إجراء مدفوعات سريعة وآمنة.

[1] https://n9.cl/t8517 ، أطلع عليه يوم 2025/03/19 ، على الساعة 19:18

4- تطبيقات إدارة الثروات والاستثمار:

توفر للمستخدمين إمكانية متابعة استثماراتهم وإجراء عمليات التداول والحصول على تحليلات وتوصيات مالية مما يساعدهم في اتخاذ قرارات استثمارية مستنيرة.

5 - تطبيقات التمويل الشخصي :

تساعد المستخدمين على تتبع نفقاتهم ووضع ميزانيات وتقديم نصائح مالية بهدف تحسين إدارة الأمور المالية الشخصية.

خامسا: التقنيات المستخدمة في رقمنة القطاع المصرفي:

في مجال البنوك، تعتمد الرقمنة على مجموعة من التقنيات الحديثة التي تساعد في تحسين تجربة العملاء، وزيادة الكفاءة التشغيلية، وتعزيز الأمان. ومن أهم هذه التقنيات:

1. الذكاء الاصطناعي (AI) والتعلم الآلي(ML) :

شهدت الآونة الأخيرة انتشارًا واسعًا لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي، وذلك بهدف تقديم الخدمات المالية بطريقة أكثر أمانًا وسهولة، مما يتيح للعملاء الحصول على الخدمات المطلوبة بسرعة وكفاءة. وقد ساهم هذا التطور في تحسين تجربة المستخدمين وتعزيز ثقتهم في المؤسسات المالية الرقمية. كما لعبت الشركات الناشئة دورًا بارزًا في تقديم مجموعة متنوعة من الخدمات المالية، مثل حلول الدفع الرقمي، والعملات الرقمية، وخدمات تحويل الأموال عبر الحدود، إلى جانب تقنيات مالية أخرى حديثة. وقد أدى هذا التطور إلى توسيع نطاق الخدمات المصرفية وجعلها متاحة لفئات أوسع من المجتمع، خصوصًا لأولئك الذين لا يتعاملون مع القطاع المصرفي التقليدي بشكل مباشر، مثل محدودي الدخل، والشباب، وأصحاب المنشآت متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة.وبفضل هذه الابتكارات، أصبح من الممكن تعزيز الشمول المالي وتوفير حلول مالية مبتكرة تلبي احتياجات مختلف الفئات، مما يسهم في دعم الاقتصاد الرقمي وتعزيز النمو المالي المستدام[1].

2. الحوسبة السحابية (Cloud Computing):

هي تكنولوجيا حديثة تتيح للمستخدمين الوصول إلى الموارد الحاسوبية مثل البيانات، والبرمجيات، والتطبيقات، والبنية التحتية عبر الإنترنت، دون الحاجة إلى امتلاك أو إدارة هذه الموارد بشكل مباشر.تُعد الحوسبة السحابية نموذجًا مبتكرًا لتقديم خدمات تكنولوجيا المعلومات، حيث يتم توفير البرمجيات والبيانات والتطبيقات عبر خوادم مزودي الخدمة السحابية، مما يتيح مرونة في الاستخدام، وتقليلا في التكاليف، وسهولة في الوصول من أي مكان وزمان.تُستخدم الحوسبة السحابية في مجموعة واسعة من المجالات، مثل تخزين البيانات، تشغيل البرمجيات، تطوير التطبيقات،

[1] نرمين المجدي، الذكاء الإصطناعي وتعلم الالة، سلسلة الكتيبات التعريفية، العدد 03، الامارات العربية المتحدة، 2020، ص 10

وإدارة البنية التحتية، كما تمكن المؤسسات من تحسين الكفاءة الإنتاجية، وتسريع الوصول إلى التقنيات الحديثة، دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة في المعدات أو الصيانة.[1]

3. تقنية البلوك تشين(Block Chain)

تعتبر تقنية البلوك تشين من أهم أدوات الثورة الصناعية الرابعة التي أثرت بشكل كبير على الاقتصاد، وخاصة في القطاع المالي والمصرفي. إذ ساهمت هذه التقنية في خفض التكاليف وتسريع العمليات المالية من خلال تقليل الاعتماد على الوسطاء. بالإضافة إلى ذلك، فقد ساعدت في تأمين المعاملات المالية والتجارية. وعلى الرغم من أن البيتكوين يعتبر من أشهر العملات الرقمية المبنية على تقنية البلوك تشين، إلا أن البلوك تشين نفسها هي التقنية الأساسية التي تقوم عليها البيتكوين، ويمكن التفريق بينهما بسهولة.[2]

4. إنترنت الأشياء (IoT):

هو مفهوم يشير إلى ربط الأجهزة والآلات المختلفة بشبكة الإنترنت بحيث يمكنها تبادل البيانات والتفاعل مع بعضها البعض دون الحاجة إلى تدخل بشري مباشر. يتيح هذا الاتصال للأجهزة الذكية، مثل الهواتف، والمنازل الذكية، والسيارات، والأجهزة الصناعية، وأدوات الرعاية الصحية، جمع البيانات وتحليلها واتخاذ قرارات تلقائية بناءً على المعلومات التي تتلقاها.[3]

5. الروبوتات البرمجية(RPA– Robotic Process Automation)

هي تقنية تعتمد على برمجيات ذكية لتنفيذ المهام المصرفية المتكررة تلقائيًا دون تدخل بشري، مما يحسن الكفاءة التشغيلية ويقلل من الأخطاء البشرية.

تقوم بتنفيذ العمليات المصرفية الروتينية تلقائيا (مثل مراجعة القروض وفتح الحسابات) وتقليل الأخطاء التشغيلية وتسريع تنفيذ المهام المصرفية.و تحسين خدمة العملاء من خلال الاستجابة السريعة للاستفسارات[4].

---

[1] علي أياد عماد، *الحوسبة السحابية*، البنك المركزي العراقي، دائرة تقنية المعلومات والاتصالات، العراق، 2018، ص 3.

[2] نعيمة خالدي، تأثير البلوك شين على تحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية، الجغرافيا الاقتصادية، المجلد 02، العدد01 ، الجزائر، 2025، ص 75.

[3] عبد الجبار حسين الطرفي، انترنت الأشياء، كلية التكنولوجيا للتعليم والمعلومات، مصر، 2021–2022، ص7.

[4] نسيمة محمود أبو العنين، أثر إعتماد مراقب الحسابات على تقنية أتمتة العمليات الروبوتية على إدراكه لمردودها الإيجابي على جودة المراجعة: دراسة إنتقادية وتجريبية على الجهاز المركزي للمحاسبات، مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، المجل 08، العدد 03، مصر، سبتمبر 2024، ص568

6. الأمن السيبراني(Cybersecurity) :

هو مجموعة من التقنيات والإجراءات المصممة لحماية الأنظمة المصرفية، والبيانات المالية، والمعاملات من التهديدات السيبرانية مثل الاختراقات، والاحتيال، والهجمات الإلكترونية.

يقوم بتطوير تقنيات التشفير لحماية البيانات والمعاملات المصرفية.

7. تقنيات الدفع الإلكتروني والمحافظ الرقمية:

تطور تطبيقات الدفع عبر الهاتف المحمول لتسهيل المعاملات الرقمية.و تدعم تقنيات الدفع اللاتلامسي (NFC) مثل Apple Pay وGoogle Pay وتقديم حلول المحفظة الرقمية لتمكين العملاء من إدارة أموالهم بسهولة[1]

[1] معاد سهى، تطور البنوك الذكية في عصر الاقتصاد الرقمي، إتحاد المصارف العربية، لبنان، 2021، ص 85

المبحث الثالث: دور الرقمنة في تحقيق رضا العميل

تطرقنا في السابق أن الرقمنة تساهم في تحسين تجربة العملاء من خلال تسهيل الخدمات وتعزيز التواصل. فدراسة الرقمنة تهدف إلى معرفة رضا العملاء وفهم مدى تلبيتها لاحتياجاتهما يساعد المؤسسات على تطوير استراتيجيات تعزز ولاء العملاء وتحسن جودة الخدمات المقدمة.

المطلب الأول: مفهوم العميل وأنواعه.

أولا: مفهوم العميل

العميل هو " الشخص الذي يتعامل مع المؤسسة بصورة منتظمة." [1]

عندما يتعلق الأمر بالتعامل مع العملاء، تميل دورات المبيعات إلى أن تكون أطول نسبيا. لذلك، تلعب العلاقة بين الطرفين دورا مهما فيعد العميل أحد الأصول غير الملموسة المهمة للمؤسسة وأداة ضرورية لنجاح المؤسسات وديمومة استمرارها على المدى الطويل وكحجر أساس في بناء ولاء العميل للعلامة والمؤسسة معا, و كثيرا ما يقتصر فهمنا للعميل على أنه ذلك الشخص الذي يتقدم لشراء المنتجات من المؤسسة أو الحصول على خدماتها، ولكن في الحقيقة كل شخص تتعامل معه المؤسسة سواء من الداخل أو الخارج يعتبر عميلا.[2]

ثانيا: أنواع العميل

العملاء ينقسمون إلى فئتين أساسيتين:

1. **العميل الداخلي:** وهم أولئك الأفراد داخل المؤسسة والذين يعتمدون عليها في أداء مهامهم، وتتأثر جودة أدائهم لتلك المهام بمستوى خدمة المؤسسة لهم، من ناحية أخرى فان الفرد يمكن أن يكون عميلا داخليا لزميله في العمل أو في وحدة إدارية أخرى.
2. **العميل الخارجي:** لقد عرفت جمعية التسويق الأمريكية العميل على أنه مشتري المنتجات أو الخدمات الفعلي أو المتوقع. فالعميل الخارجي "هو الذي يتعامل مع السلعة والخدمة التي تنتجها المؤسسة، ويتلقى المخرجات النهائية منها، بحيث تتوفر لديه الرغبة والقدرة" كما يصنف العملاء الخارجي إلى:

2-1 عملاء أفراد: هم الأشخاص الذين يشترون المنتجات او الخدمات لاستخدامهم الشخصي وليس لأغراض تجارية أو إعادة البيع يتميز هذا النوع من العملاء بان قرارات الشراء الخاصة بهم تعتمد على عوامل مثل الجودة السعر الحاجة الشخصية والتفضيلات الفردية.

---

[1] مراد عبد الفتاح، *موسوعة مصطلحات الجات ومنظمة التجارة العالمية*، مصر، دون ناشر، ص507.

[2] سامي ذياب محل. أثر إستراتيجية الاستقرار في رضا العميل –دراسة تحليلية في شركة ألبان تكريت المحدودة، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 03، العدد 07، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، 2007، ص8.

2-2 عملاء التجاريون (الشركات أو المؤسسات) : العملاء التجاريون هم الشركات أو المؤسسات التي تشتري المنتجات أو الخدمات لاستخدامها في أعمالها وليس للاستخدام الشخصي يتميز هذا النوع من العملاء بأن قرارات الشراء تعتمد على احتياجات العمل والجودة والتكلفة والعلاقة مع الموردين.

2-3 العملاء الحكوميون: العملاء الحكوميون هم الجهات أو المؤسسات التابعة للحكومة التي تشتري المنتجات أو الخدمات لدعم العمليات الحكومية والمشاريع العامة يتميز هذا النوع من العملاء بان قرارات الشراء تخضع لقوانين ولوائح محددة وعادة ما تتم من خلال المناقصات والعقود الرسمية.

2-4 الموزعون أو الوسطاء: الموزعون أو الوسطاء هم الجهات التي تشتري المنتجات بكميات كبيرة من المصنعين أو الموردين ثم تقوم بإعادة بيعها إلى تجار التجزئة أو العملاء النهائيين يساهمون في تسهيل وصول المنتجات إلى السوق وتقليل تكاليف التوزيع على الشركات المصنعة.[1]

ثالثا: مفهوم رضا العميل في القطاع المصرفي

رضا العميل من المفاهيم المهمة في علم التسويق حيث يسعى الكثير من المؤسسات إلى معرفة مدى رضا العملاء من خلال ملاحظة ردود أفعالهم وأقوالهم حول المنتج أو الخدمة في مجال التسويق يمكن قياس رضا العميل بشكل علمي من خلال مقارنة مستوى جودة المنتج أو الخدمة مع توقعات العميل إذا كانت الجودة تلبي أو تتجاوز التوقعات فان العميل يكون راضيا أما إذا كانت اقل من التوقعات فقد يشعر بعدم الرضا.[2]

عرف كوتلر رضا العميل على أنه "شعور شخصي بالبهجة أو بخيبة الأمل ناتج عن مقارنة أداء المنتج مع توقعات الزبون بحيث إذا تطابق الأداء مع توقعاته يكون راضيا وإذا كان الأداء أقل من التوقعات يكون غير راض أما إذا كان الأداء يفوق التوقعات بصورة كبيرة جدا فيكون راضيا بدرجة جيدة".[3]

رضا العميل في القطاع المصرفي يشير إلى مدى تحقيق توقعات العملاء وتلبية احتياجاتهم من قبل البنوك والمؤسسات المالية. يعد هذا المفهوم أحد العوامل الحاسمة في نجاح البنوك، حيث يؤثر بشكل مباشر على ولاء العملاء واستمرار تعاملهم مع المؤسسة المصرفية.[4]

---

[1] نجم عبود، المدخل البياني إلى إدارة العمليات الإستراتيجية النظم والأسباب، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص298.

[2] المهيدب رائد عبد العزيز، *رضا العملاء والمستفيدين: أفكار تسويقية للمنظمات الربحية وغير الربحية*، السعودية، مركز استراتيجيات التربية، 2017، ص12.

[3] P. Kotler. *Marketing Management.* Prentice-Hall (10th ed.). (2000), USA, p 7

[4] سامي ذياب محل، أثر إستراتيجية الاستقرار في رضا العميل، مرجع سبق ذكره، ص15.

المطلب الثاني: أدوات قياس رضا العميل

رضا العميل: هو الجهود المنهجية التي تقوم بها المؤسسة لمعرفة مدى رضا زبائنها عن الخدمات والبرامج التي تقدمها، بهدف إجراء التعديلات المؤسسية والبرمجية اللازمة لتكون أكثر استجابة لاحتياجات وتطلعات الأفراد الذين تخدمهم.[1]

ومن أدوات القياس ما يلي:[2]

1. **الاستبيانات والاستطلاعات** :هي أدوات منهجية تستخدم لجمع آراء العملاء وقياس مدى رضا العميل عن المنتجات أو الخدمات من خلال طرح أسئلة محددة تهدف إلى تقييم تجربته وتحليل توقعاته واحتياجاته. تعد من أكثر الأدوات شيوعا لقياس رضا العميل حيث تساعد المؤسسات على جمع البيانات حول تجربة العملاء وتقييم مستوى رضاهم عن المنتجات أو الخدمات المقدمة.
2. **المقابلات الشخصية:** تجرى مع العملاء للحصول على ملاحظات تفصيلية حول تجربتهم المصرفية، مثل مدى استجابتهم لحلول المشكلات.
3. **صناديق الاقتراحات والشكاوى:** وهي أداة تتيح للعملاء التعبير عن آرائهم وتقديم ملاحظاتهم حول جودة الخدمات والمنتجات، مما يساعد المؤسسة على قياس رضا العميل وتحسين أدائها بناء على التغذية الراجعة.
4. **تحليل شكاوى العملاء:** يساعد في تحديد المشكلات الشائعة المؤثرة على رضا العملاء والعمل وتحسينها.

المطلب الثالث: التحديات التي واجهت الرقمنة وتأثيرها على رضا العميل.

إن عملية التحول نحو تفعيل الرقمنة ليس بالأمر الهين بل هو في غاية التعقيد لذا يلزم على المنظمات معرفة التحديات التي تواجه عملية التطبيق، إضافة إلى سعيها لتخطي المعوقات ومن أهمها:

أولا: تحديات تطبيق الرقمنة:[3]

رغم المزايا العديدة التي توفرها الرقمنة في القطاع المصرفي، إلا أن هذا التحول لا يخلو من صعوبات. فقد ظهرت مجموعة من التحديات التي تعيق التبني الكامل والفعال للخدمات الرقمية داخل البنوك. يمكن حصرها في:

- صعوبة إدارة عملية التحول الإلكتروني الكامل لكافة أنشطة وعمليات البنك.
- تحدي تهيئة المنظمة للانتقال إلى نموذج الأعمال الإلكترونية.
- ضعف أو قصور في تنمية وتطوير البنية التحتية للأعمال الإلكترونية.

---

[1] اياد شوكت منصور، إدارة خدمة العملاء، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص40

[2] متوكل صالح أحمد صالح، دور الإشراف الداخلي في الفنادق وأثره في رضا الزبون، رسالة ماجستير في إدارة الفنادق، جامعة شندي، السودان، 2012، ص 91.

[3] عامر إيمان، الصعوبات والتحديات لمواجهة التحول الرقمي في الجزائر دراسة حالة، المجلة الجزائرية للمالية العامة، المجلد 15، ص 451-452.

- تعقيد إدارة موقع البنك على شبكة المعلومات العالمية وضمان فعاليته.

ثانيا: معوقات تطبيق الرقمنة: تنقسم معوقات تطبيق الرقمنة إلى:

1- معوقات إدارية:

1-1- غياب إستراتيجية فعالة لتطبيق الرقمنة.

1-2- غموض في فهم مفهوم الرقمنة لدى بعض القيادات.

1-3- نقص في التخطيط والتدريب المناسب للموظفين.

2- معوقات أمنية:

2-1- مخاوف من اختراق الأنظمة وسرقة أو تدمير البيانات.

2-2- ضعف أنظمة الرقابة والحماية الإلكترونية.

2-3- تحديات فنية وتقنية متعلقة بالبرمجيات وأنظمة الأمن.

3- معوقات بشرية:

3-1- ضعف الثقافة الرقمية والوعي المجتمعي.

3-2- نقص التدريب والخبرات التقنية.

3-3- مقاومة التغيير من قبل الموظفين والمديرين.

3-4- ضعف المهارات اللغوية والخوف من استخدام التقنيات.

3-5- النظرة السلبية للمشاريع التقنية كتكاليف لا كاستثمار.

4- معوقات مالية:

4-1- ارتفاع تكلفة البنية التحتية والاتصال بالإنترنت.

4-2- نقص الموارد المالية للتطوير والتدريب.

4-3- توجيه التمويل لاحتياجات أخرى.

4-4- غياب دراسات الجدوى الاقتصادية.

4-5- ضعف الحوافز المالية للعاملين في المجال الرقمي.

5- معوقات تقنية:

5-1- تقادم الأجهزة والبرمجيات المستخدمة.

5-2- غياب المعايير الموحدة داخل المؤسسات.

5-3- ضعف شبكات الاتصال خاصة في بعض المناطق.

5-4- قلة الكفاءات التقنية والمبرمجين.

5-5- نقص الدورات التكوينية المستمرة.

ثالثا: تأثير الرقمنة على رضا العميل:

رغم الفوائد العديدة التي تقدمها الرقمنة، إلا أن هناك بعض التأثيرات السلبية التي قد تؤثر على رضا العميل في بعض الحالات:[1]

1- قلة التفاعل الشخصي:

قد يؤدي الاعتماد الكبير على الأنظمة الرقمية إلى تقليل التفاعل البشري، مما يترك العملاء في حالة من العزلة أو الإحباط إذا كانت لديهم استفسارات معقدة أو مشاكل تحتاج إلى تفاعل مباشر مع الموظفين.

2- مشاكل في الوصول إلى الخدمات:

بالرغم من توفر الخدمات الرقمية على مدار الساعة، إلا أن بعض العملاء قد يواجهون صعوبة في استخدام الأنظمة الإلكترونية بسبب قلة الخبرة أو عدم توفر الأجهزة المناسبة، مما يؤدي إلى شعورهم بالإحباط والاغتراب.

3- المشاكل التقنية والأعطال:

تعرض الأنظمة الرقمية للمشاكل التقنية مثل التوقف المفاجئ أو الأعطال قد يؤثر سلبًا على رضا العملاء. إذا واجه العملاء تأخيرًا في تنفيذ المعاملات أو فقدان البيانات، فقد يزداد استياؤهم.

4- مخاوف الأمان والخصوصية:

تزايد القلق بشأن الأمان الرقمي قد يؤدي إلى تراجع الثقة في المؤسسات التي تعتمد على الأنظمة الرقمية. شعور العملاء بعدم الأمان بشأن بياناتهم المالية والشخصية قد يؤثر على رضاهم وولائهم للمؤسسة.

5 - التعقيد في الاستخدام:

بعض الأنظمة الرقمية قد تكون معقدة وصعبة الاستخدام، خاصة إذا كانت تستهدف جمهورا غير معتاد على التكنولوجيا. هذا قد يؤدي إلى تقليل الراحة ويجعل العملاء يشعرون بالإحباط.

[1] عيش عبد النور وقطوش إسكندر، تسيير إدارة الموارد البشرية: دراسة حول تطبيقات فعالة في المؤسسات. مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير الأكاديمي في التسيير. جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2021/2020، ص 12.

خلاصة الفصل:

الرقمنة في القطاع المصرفي تلعب دورًا كبيرًا في تحسين تجربة العملاء، حيث توفر تطبيقات مصرفية تسهل الوصول إلى الحسابات المصرفية، إجراء المعاملات بشكل سريع ومن، وتقدم مجموعة من الخدمات المتنوعة مثل التحويلات، دفع الفواتير، إدارة القروض، وغيرها. تعتبر الرقمنة وسيلة لزيادة الشمول المالي وتعزيز الاقتصاد الرقمي، حيث تسهل الوصول إلى الخدمات المالية للأفراد والشركات على حد سواء.

تتعدد أنواع العملاء إلى داخليين وخارجيين، مع تقسيم العملاء الخارجيين إلى فئات مثل الأفراد، الشركات، الحكومات، والموزعين. في السياق المصرفي، يركز رضا العميل على مدى تلبية توقعاته من الخدمات المصرفية، ويعتمد على المقارنة بين الأداء والتوقعات. يمكن قياس رضا العميل باستخدام أدوات مثل الاستبيانات، المقابلات الشخصية، صناديق الاقتراحات، وتحليل الشكاوى.

ومع ذلك، تواجه الرقمنة في القطاع المصرفي تحديات متعددة تشمل الصعوبات الإدارية، الأمنية، البشرية، المالية، والتقنية. تشمل هذه التحديات عدم وجود استراتيجية فعالة، مخاوف من اختراق الأنظمة، ضعف الثقافة الرقمية، وارتفاع التكاليف. رغم هذه التحديات، تلعب الرقمنة دورا حاسمًا في تحسين رضا العميل، ولكن قد تؤثر بعض المشاكل مثل قلة التفاعل الشخصي، الأعطال التقنية، المخاوف الأمنية، وتعقيد الأنظمة على هذه التجربة.

بالتالي، يشير التحول الرقمي إلى ضرورة تبني استراتيجيات شاملة للتغلب على هذه المعوقات وتحقيق رضا العملاء بشكل مستدام وفعال.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي

تمهيد:

بعد تناول الأسس النظرية لمفهوم الرقمنة وأهميتها في القطاع المصرفي من خلال الفصل الأول، يأتي هذا الفصل الثاني ليسلط الضوء على الجانب التطبيقي من الدراسة، والذي يتمثل في تحليل واقع الرقمنة داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية(BNA) كدراسة حالة.

يهدف هذا الفصل إلى تقديم نظرة ميدانية حول مدى تطبيق البنك لمبادئ الرقمنة، من خلال رصد الخدمات البنكية الرقمية المتوفرة، وقياس مدى رضا العملاء عنها، بالإضافة إلى تقييم كفاءة البنية التحتية الرقمية المعتمدة. كما يتطرق الفصل إلى عرض أدوات الدراسة المستخدمة، خاصة الاستقصاء الميداني، وتحليل نتائجه بشكل كمي وكيفي.

وسيمكن هذا الجزء من البحث من ربط الجانب النظري بالممارسات الواقعية، مما يساعد في استنتاج مكامن القوة والضعف، وتقديم توصيات عملية قابلة للتنفيذ لتطوير تجربة الرقمنة داخل البنك، وفي القطاع المصرفي الجزائري بصفة أوسع

المبحث الأول: التعريف بالبنك الوطني الجزائري وخدماته.

سنتطرق في هذا المبحث إلى التعريف بالبنك الوطني الجزائري، الذي يعتبر أحد أقدم البنوك في الجزائر وذلك من خلال التطرق إلى نشأة هذا البنك وتنظيمه إضافة إلى أهم الخدمات التي يقدمها من خلال وكالة تيارت.

المطلب الأول: تقديم عام للبنك الوطني الجزائري(BNA).

أسس البنك الوطني الجزائري بمرسوم 66-178 بتاريخ 13 جوان 1966 على شكل شركة وطنية تسير بواسطة القانون الأساسي لها والتشريع التجاري والتشريع الذي يخص الشركات الخفية ما لم تتعارض مع القانون الأساسي المنشئ لها.

على الرغم من أنها أسست على شركة وطنية برأس مال 20 مليون دج، إلا أن هذه الوضعية أخلت بعض الشيء بمفهوم شركة وطنية ذلك ومن خلال المادة السابعة، سمح للجمهور بالمساهمة في رأس المال بمعدل قدره 5 بالمائة ويمكن أيضا إن يصل إلى حد مبلغ مساهمة الدولة في رأس ماله والذي أشرنا إليه أعلاه.

وتم وضع حد لهذه المساهمات الخاصة في رأس مال البنك بحلول عام 1970، أين تم شراء جميع هذه المساهمات من طرف الدولة ليصبح البنك ملك للدولة ،حسب القانون الأساسي فان جميع البنك يسير من قبل رئيس مدير عام ومجلس إدارة من مختلف الوزارات ويعمل كبنك ودائع قصيرة وطويلة الأجل وتمويل مختلف حاجيات الاستغلال والاستثمارات لجميع الأعوان الاقتصاد لجميع القطاعات الاقتصادية كالصناعة ،التجارة ،الزراعة ...الخ كما أنها استخدمت كأداة لتحقيق سياسة الحكومة في التخطيط المالي بوضع القروض على المدى القصير والمساهمة مع الهيئات المالية الأخرى لوضع القروض الطويلة والمتوسطة الأجل.

وحتى سنة 1982 قام البنك الوطني الجزائري بكل الوظائف كأي بنك تجاري إلا انه كانت له حق الامتياز في تمويل القطاع الزراعي بمد الدعم المالي والقروض وهذا تطبيقا لسياسة الحكومة في هذا المجال.

في 16 فيفري 1989 أصبح البنك الجزائري مؤسسة عمومية اقتصادية على شكل شركة بالأسهم، تسير وفقا لقوانين 88-01 و88-03 و88-04 لـ 12 جانفي 1988 وقانون 88-119 لـ 21 جوان 1988 وقانون 88-177 لـ28 سبتمبر 1988 وبالقانون التجاري، و بقيت تسميته بالبنك الوطني الجزائري.[1]

[1] وثائق خاصة بالبنك الوطني الجزائري

وبالاختصار ب.و.ج وبقي المقر الاجتماعي بالجزائر بـ 8 شارع شيغيفارة وحددت مدته بـ 99 سنة ابتداء من التسجيل الرسمي بالسجل التجاري.

في شهر جوان 2009 تم رفع رأس مال البنك الوطني الجزائري حيث انتقل من 14.600 مليار دينار جزائري إلى 41.600 مليار دينار جزائري و ذلك بإصدار 27.000 سهم جديد يحمل كل سهم قيمة 01 مليون دينار جزائري تم اكتتابها و شرائها من قبل الخزينة العمومية.

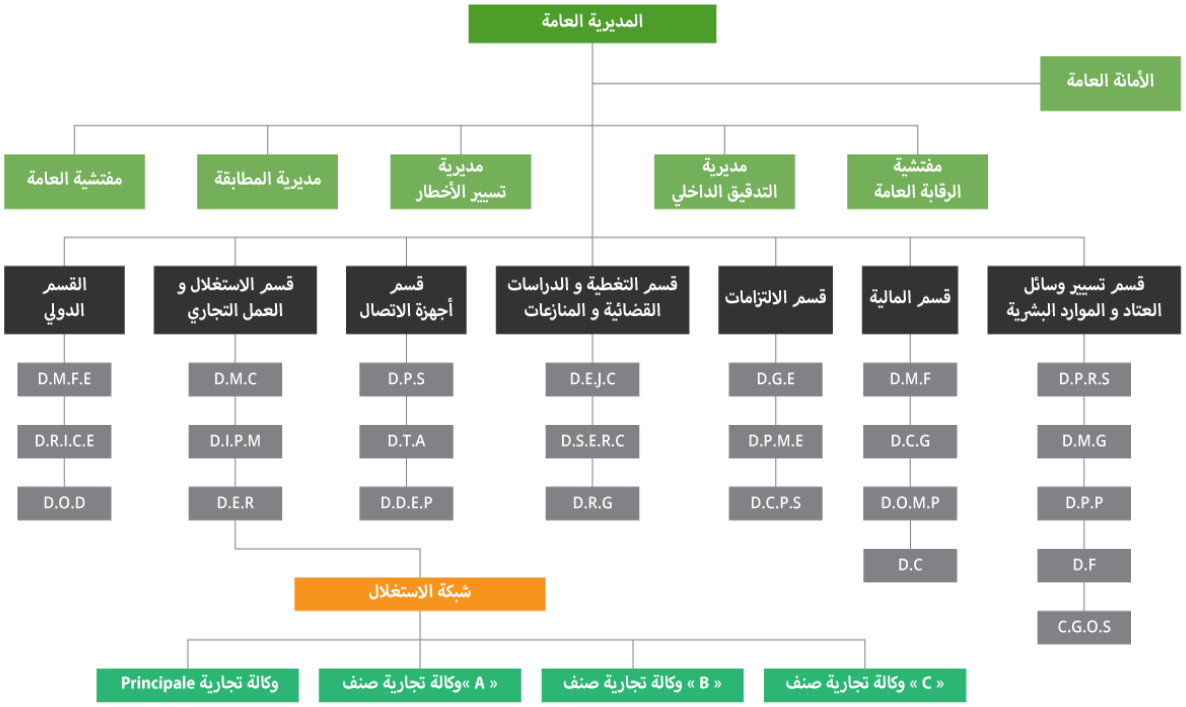
نهاية سنة 2018 تم رفع راس مال لبنك إلى 150 مليار دينار جزائري.[1]

المطلب الثاني: المخطط التنظيمي للبنك الوطني الجزائري (BNA)

أولا: الإدارة التنظيمية للبنك المركزي الجزائري

يتكون البنك المركزي الوطني الجزائري من عدة أقسام وفروع يمكن عرضها من خلال الهيكل التنظيمي التالي:

الشكل (02-01): الهيكل التنظيمي المركزي للبنك الوطني الجزائري.



المصدر: وثائق خاصة بالبنك الوطني الجزائري

[1] الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري http://www.bna.dz، أطلع عليه يوم 2025/04/22 على الساعة 22:32

هياكل البنك الوطني الجزائـــــــري:

1- الهياكل التابعة للقسم الدولي:

1-1- مديرية التحركات المالية مع الخارج (DMFE)

1-2- مديرية العلاقات الدولية والتجارة الخارجية (DRICE)

1-3 مديرية العمليات المستندية (DOD)

2- الهياكل الملحقة بقسم الالتزامات:

2-1 مديرية المؤسسات الكبرى **(DGE)**

2-2 مديرية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة **(DPME)**

2-3 مديرية القروض للأفراد والقروض الخاصة **(DCPS)**

3- الهياكل الملحقة بقسم الاستغلال والعمل التجاري:

3-1 مديرية تأطير الشبكات **(DER)**

3-2 مديرية التسويق والاتصال **(DMC)**

3-3 مديرية وسائل الدفع والنقد **(DIPM)**

4- الهياكل الملحقة بقسم المالية:

4-1 مديرية المحاسبة **(DC)**

4-2 مديرية تنظيم المناهج والإجراءات **(DOMP)**

4-3 مديرية مراقبة التسيير **(DCG)**

4-4 مديرية السوق المالي **(DMF)**

5- الهياكل الملحقة بقسم أجهزة الإعلام:

5-1 مديرية تطوير الدراسات والمشاريع **(DDEP)**

5-2 مديرية التكنولوجيات والهندسة **(DTA)**

5-3 مديرية الإنتاج والخدمات **(DPS)**[1].

6- الهياكل الملحقة بقسم التغطية والدراسات القانونية والمنازعات:

6-1 مديرية المتابعة والتغطية وتحصيل القروض **(DSERC)**

[1] الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائريhttp://www.bna.dz، أطلع عليه يوم 2025/04/24 على الساعة 17:32

6-2 مديرية الدراسات القانونية والمنازعات **(DEJC)**

6-3 مديرية تحصيل الضمانات **(DRG)**

7- الهياكل الملحقة بقسم تسيير وسائل العتاد والموارد البشرية:

7-1 مديرية الموظفين والعلاقات الاجتماعية **(DPRS)**

7-2 مديرية الوسائل العامة **(DMG)**

7-3 مديرية المحافظة على التراث **(DPP)**

7-4 مديرية التكوين **(DF)**

7-5 مركز تسيير الخدمات الاجتماعية **(CGOS)**.[1]

ثانيا: إحصائيات عن البنك الوطني الجزائري إلى غاية 20 أفريل 2025

سنتطرق خلال هذا المطلب إلى إحصائيات رسمية حول البنك الوطني الجزائري من خلال التطرق إلى النتائج المالية والتجارية لهذا المصرف إلى غاية 2025/04/20.

1. إحصائيات مهمة عن البنك الوطني الجزائري إلى غاية 20 من شهر أفريل من سنة 2025:

بعض الأرقام والإحصائيات حول البنك الوطني الجزائري إلى غاية تاريخ 2025/04/20[2]

1-1- 227 وكالة تجارية موزعة على كافة التراب الوطني.

1-2- 21 مديرية جهورية للاستغلال

1-3- 180 موزع آلي للأوراق النقدية(DAB)

1-4- 99 شباك آلي للبنك(GAB)

1-5- 6211 موظف

1-6- المئات من المؤسسات لديها اشتراك في خدمة تبادل المعطيات الإلكترونية(EDI) .

1-7- 473,427 بطاقة بنكية.

1-8- 2,835,000 حساب للزبائن.

1-9-106,231 زبون مشترك في خدمة البنك عن بعد.

1-10- 107 شباك إسلامي.

1-11-34,428 عدد المنخرطين في خدمة الدفع بدون تلامس.

[1] وثائق خاصة بالبنك الوطني الجزائري

[2] الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري http://www.bna.dz، أطلع عليه يوم 2025/04/24 على الساعة 17:32

2. النتائج المالية:

2-1 – المنتج البنكي الصافي: **84.651** مليون دج.

2-2- الناتج الإجمالي للاستغلال: **60.180 مليون**دج

2-3- ناتج الاستغلال: **56.986** مليون دج

2-4- الناتج الصافي: **95.206** مليون دج

3. النتائج التجارية:

3-1- الميزانية الإجمالية: 5.641.639 مليون دج.

3-2- إجمالي موارد العملاء (دون احتساب العملة الصعبة): **1.866.679** مليون دج

3-3- وظائف العملاء: 1.604.714 دج .

3-4- جاري القروض العقارية: 132.398دج.

3-5- جاري قروض المؤسسات: 397 153 مليون دج.

3-4- جاري قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة/ الصناعات الصغيرة والمتوسطة: 179.182 مليون دج.

المطلب الثالث: التعريف بالوكالة البنكية تيارت 540 BNA وخدماتها.

أولا: بطاقة تعريفية لوكالة تيارت 540 للبنك الوطني الجزائري

سنستهل ألان موضوع دراسة الحالة في البداية بتناول تقديم الوكالة بالإضافة إلى دراسة الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري وكالة تبارت 540.

تقديم وكالة تيارت: تعتبر وكالة تيارت وكالة رئيسية صنف A نظرا للأعمال الهامة التي تقوم بها، تحمل وكالة تيارت الرقم 540 تم إنشاؤها مباشرة عقب إنشاء البنك الوطني الجزائري، وتتفرع وكالة تيارت عن مديرية الاستغلال لولاية مستغانم التي بدورها تحمل رقم 198 حيث تشرف على أعمال الوكالة وترعاها، يقع مقرها بشارع الانتصار لمدينة تيارت تضم حوالي 23 موظف موزعين على مختلف المكاتب ومصالح البنك حسب الإحصائيات هم يتوزعون كما يلي:[1]

[1] مقابلة مع رئيس مصلحة القروض، وكالة تيارت 540

الجدول (02-01): توزيع موظفي وكالة تيارت.

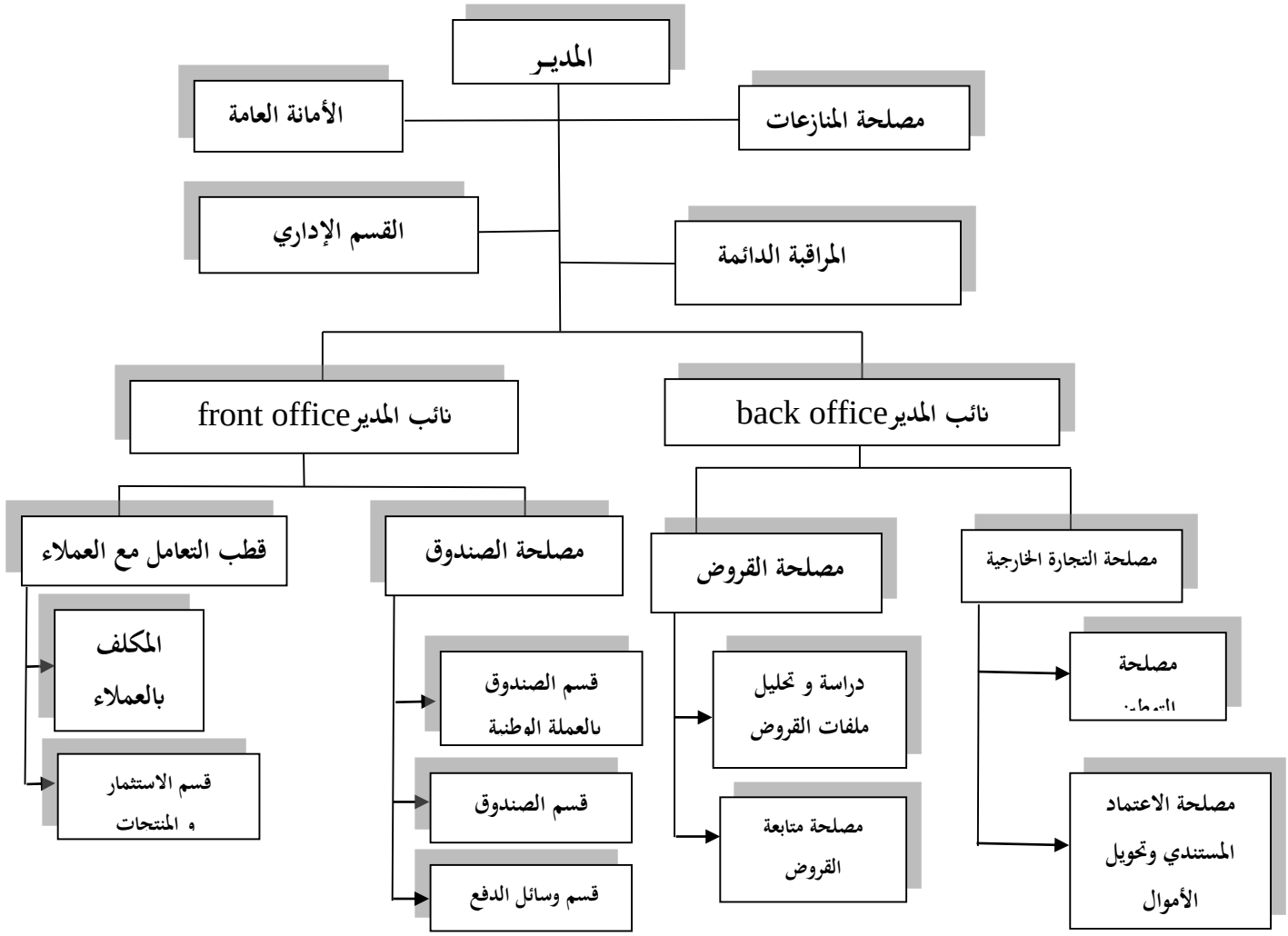
Directeur d'agence	01	المدير
Directeur adjoint	02	المدير المساعد
Chef service	02	رؤساء المصلحة
Chef de section	02	رؤساء الأقسام
Charge d'étude	07	مكلفون بالدراسة
Chargé de clientèle	02	مكلفون بالعملاء
Caissier	02	أمناء الصندوق
Guichier	02	موظفي الشباك
Femme de ménage	01	عاملة النظافة
Total	21	المجموع

المصدر: مقابلة مع نائب المدير، وكالة البنك الوطني الجزائري تيارت 540

يذكر أن وكالة تيارت للبنك الوطني الجزائري عرفت تنظيما إداريا جديدا بداية هذه لسنة 2017، كان القصد منه تحسين أداء الوكالة نحو عملائها من خلال الفصل بين الخدمات المقدمة أمام الشبابيك وتلك الخاصة بمنح القروض وعمليات التجارة الخارجية، في ضل رغبة البنك عصرنة خدماته وتحديد دقيق للمسؤوليات داخل الوكالة وأيضا تسهيل حصول العملاء على خدمات مختلفة ومتنوعة وذات جودة في أفضل الظروف.

ثانيا: الهيكل التنظيمي للوكالة.

الشكل (02-02): الهيكل التنظيمي لوكالة تيارت 540 للبنك الوطني الجزائري



المصدر: مقابلة مع نائب المدير، وكالة البنك الوطني الجزائري تيارت 540

ثالثا :الخدمات التي يقدمها البنك الوطني الجزائري لعملائه

يقدم البنك الوطني الجزائري لعملائهم كأفراد، مهنيون، حرفيين ومؤسسات تشكيلة واسعة من الخدمات، نلخصها فيما يلي:[1]

1.منتجات BNA (للشركات)

1-1 / الحساب الجاري:

الحساب الجاري هو حساب متاح (الأصول المتاحة)، حيث يمكن العميل من الاستفادة من مجموعة من الخدمات التي تسهل إدارة أعماله ومن أبرز نقاط قوته:

1- إجراء عمليات الإيداع والسحب في أي فرع من فروع بنك الوطني الجزائري.

2- احصل على بطاقة CIB Business Card مجانًا.

3- إصدار دفاتر الشيكات مجانًا.

4- رسوم إدارة رمزية تدفع ربع سنويًا.

6 - إدارة الحساب عن بعد عبر الإنترنت أو الهاتف المحمول.

1-2 / بطاقة الأعمال CIB:

هذه البطاقة هي بطاقة بين البنوك مخصصة حصريًا للعملاء المحترفين، يهدف هذا الإجراء إلى تمكين عملاء الأعمال من الاستفادة من أداة الدفع الإلكترونية هذه بنفس الطريقة التي يستفيد منها العملاء الأفراد.

تتيح هذه البطاقة للشركة سحب ودفع ثمن مشتريات السلع والخدمات من الموردين والعمل في جميع أنحاء البلاد.

1-3 / بطاقة الرسائل النصية القصيرة لبطاقة العمل الخاصة بك:

هذه هي خدمة الإشعار عبر الرسائل النصية القصيرة لعملاء البنك بعد إجراء معاملة عبر بطاقة العمل أو تغيير في الحالة، حيث يتم إرسال الرسائل النصية القصيرة في الوقت الحقيقي تقريبًا إلى العميل. (يتم فرض رسوم شهرية على هذه الخدمة بمبلغ 60 DA/HT).

[1] **تم تلخيص خدمات البنك الوطني الجزائري بناء على المعلومات المستقاة من: الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري http://www.bna.dz اطلع عليه يوم 2025/04/24 على الساعة 18:32.**

1-4 / محطة الدفع الإلكترونية (TPE) :

جهاز الدفع الإلكتروني "TPE" هو جهاز يسمح لحامل بطاقة "CIB" بدفع ثمن معاملات الشراء المختلفة، وتسوية الفواتير، وكذلك استرداد المبالغ المدفوعة بسرعة وأمان، كما يقدم بنكBNA أجهزة TPE المحمولة GPRS التي تعمل بشريحة GSM. وتقع مسؤولية التكاليف المتعلقة باشتراك الشريحة في حالة GPRS TPE على عاتق المستفيد، عن طريق رسوم تفعيل الشريحة وإعادة الشحن.

الجدول رقم (02-02) : رسوم تفعيل الشريحة وإعادة الشحن

المتعاملون	أوريدو	جازي	موبليس
رسوم التفعيل (تدفع مرة واحدة)	300 دج	300 دج	300 دج
رسوم إعادة الشحن (شهريا)	500 دج	500 دج	500دج

المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنيت www.bna.dz

وتتميز بنقاط قوة من أهمها:

1- التوفر في أي وقت 7/24.

2- إدارة عملياتك أينما كنت ومن أي جهاز متصل بالإنترنت (الكمبيوتر اللوحي، الكمبيوتر، الهاتف الذكي).

3- توفير الوقت.

4- إدارة العمليات أصبحت سهلة.

5- معالجة معاملاتك المصرفية بشكل آمن.

1-5 /حزم الخدمة:

يتم تقديم خدمات الخدمات المصرفية عن بعد في الباقات التالية:

1-5-1 /الحزمة Net: تتكون باقة الشبكة من الخدمات التالية:

1- عرض أرصدة الحسابات والتاريخ

2- التشاور بشأن أحدث الحركات

3- البحث عن معاملات الحساب

4- تنزيل كشوفات الحساب

5- تحرير كشوفات الحسابات

6- إصدار بيانات هوية البنك

7- خدمة البريد

8- خدمة إشعارات الرسائل القصيرة

1-5-2 /حزمة Net+:

تتكون باقة Net+ من خدمات Net Pack بالإضافة إلى الخدمات التالية:

1- أطلب دفاتر الشيكات.

2- التحويلات من حساب إلى حساب

3- التحويل إلى المستفيدين

4- تحويلات الرواتب للشركات، باستثناء عملاء "EDI"

5- عمليات السحب البنكية

6- الدفع الضريبي إلكترونيًا.

7- طلب بطاقة بنكية.

8- المعارضة على البطاقة.

1-6- الرسوم والعمولات:

1-6-1- حزمة EDI: اشتراك مجاني (عمولة المعاملات لكل تحويل: تحويلDA 10 :BNA بدون ضريبة، التحويل بين البنوك: 30 DA بدون ضريبة)

1-6-2- **الباقة NET:** 800 DA HAلحساب الاشتراك الأول، -50% للحسابات الثانوية.

1-6-3- باقة 1200 DA :+Net بدون ضريبة القيمة المضافة + لحساب الاشتراك الأول، -50% للحسابات الثانوية + (عمولة المعاملات عن طريق التحويل: تحويل 10 DA :BNA بدون ضريبة القيمة المضافة، التحويل بين البنوك: 30 DA بدون ضريبة القيمة المضافة، تحويل ARTS)[1]

1-7- الوديعة لأجل (DAT/BDC) :

من أجل تحسين إدارة فائض العميل النقدي، يقدم البنك الوطني الجزائري إمكانية تنمية أموالهم، من خلال تقديم أسعار جذابة للغاية (حسب حجم واستحقاق استثمارك).

1-8-التمويل:

لتلبية احتياجاتهم الحالية (دورة التشغيل) وكذلك لمشاريعك الاستثمارية (توسيع أو تحديث عملك)، فإن البنك يقدم مجموعة واسعة من التمويل بشروط سداد مرنة تتكيف مع قدرتهم على السداد.

1 موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم 2025/04/24 على الساعة 18:32

2- منتجات BNA (للأفراد)

يقدم البنك الوطني الجزائري مجموعة من الخدمات والمنتجات للأفراد، والتي نذكرها أدناه:

2-1- **الحساب الجاري:** فهو يسمح للعميل بـ:

2-1-1 تلقي التحويلات مثل الراتب أو المعاش التقاعدي أو أي دخل آخر خارج العمليات التجارية.

2-1-2 إجراء عمليات الإيداع والسحب في أي فرع من فروع بنك البحرين الوطني.

2-1-3 دفع جميع الفواتير بالشيك: الكهرباء والمياه والهواتف وغيرها لتجنب حمل النقود وبالتالي خطر السرقة أو الضياع.

2-1-4 احصل على بطاقة CIB مجانًا

2-1-5 توصيل دفتر الشيكات مجانًا.

2-1-6 رسوم إدارة رمزية تدفع سنويا.

2-1-7 إمكانية منح توكيل لطرف ثالث للقيام بجميع العمليات (ما عدا الإغلاق).

2-1-8 إدارة الحساب عن بعد عبر الإنترنت أو الهاتف المحمول

2-2 **دفتر التوفير الكلاسيكي (LEB):**

وهي خدمة توفر لحاملها ميزة الحسابات الجارية (الأموال المتاحة في أي وقت) وميزة الحسابات الآجلة ذات الفائدة (معدل الفائدة 2.5% سنويا)، ويوجد لدى البنك الوطني الجزائري أيضًا حساب توفير كلاسيكي بدون فوائد وبدون تلقي أي مكافأة.[1]

وتتميز بنقاط قوة من أهمها:

1- ضع الأموال بأمان في البنك.

2- الافتتاح والإدارة مجانية.

3- إمكانية زيادة المدخرات مع معدل فائدة جذاب.

4- يتم احتساب الفائدة كل ستة أشهر.

5- الاستفادة من خصم قدره -5.0% عند التقدم بطلب للحصول على قرض عقاري.

6- إجراء عمليات السحب والإيداع في أي وكالة من وكالات BNA دون حدود.

7- منح توكيل رسمي لطرف ثالث للقيام بجميع العمليات (ما عدا الإغلاق).

1 موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم 2025/04/24 على الساعة 18:32

2-3 بطاقة التوفير CIB:

وتسمح لحاملها بإجراء عمليات السحب من كافة أجهزة الصراف الآلي التابعة للبنك الوطني الجزائري والبنوك الشريكة وبريد الجزائر. (تعتمد على خريطة مجانية)

2-4 كتيب الادخار المستقبلي للصغار:

عبارة عن كتيب توفير موجه للآباء والأمهات الذين يرغبون في الادخار وتنمية الأموال لأطفالهم (من 0 إلى 19 عامًا) من أجل بناء رأس المال المالي والتمويل لمشاريعهم المستقبلية، كما يوجد لدى البنك الوطني البحريني حساب توفير خاص بالصغار بدون فوائد وبدون تلقي أي أجر.

2-5 كتيب توفير الشريط المغناطيسي (قريبًا):

تتيح هذه الخدمة لحاملها إجراء عمليات السحب والإيداع في الفرع أو عبر أجهزة الصراف الآلي (7/24)

2-6 بطاقة CIB:

هذه بطاقة بين البنوك تسمح لعملاء البنوك بإجراء معاملات الدفع على TPE أو على الإنترنت والسحب من أجهزة الصراف الآلي (البنك الوطني الجزائري والبنوك الشقيقة وبريد الجزائر)؛ يمكنك الوصول إلى مجموعة من خدمات الخدمة الذاتية في ماكينة الصراف الآلي BNA، المفتوحة على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع يمكن أن يكون: كلاسيكيًا أو ذهبيًا.[1]

2-7 بطاقة الرسائل النصية القصيرة:

هذه هي خدمة الإشعار عبر الرسائل النصية القصيرة لعملاء البنوك بعد إجراء معاملة عبر جميع بطاقات CIB أو تغيير في الحالة يتم إرسال الرسائل النصية القصيرة في الوقت الحقيقي تقريبًا إلى العميل الذي يحمل بطاقة CIB. (يتم فرض رسوم شهرية على هذه الخدمة بمبلغ 60 DA/HT).

2-8 الخدمات المصرفية عن بعد الخدمات المصرفية الإلكترونية/BN@tic/الرسائل النصية القصيرة:

وهي عبارة عن مجموعة من الخدمات المصرفية التي يمكن الوصول إليها عن بعد عبر قناة "الخدمات المصرفية الإلكترونية" وقناة الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول "BN@tic".

يتم تقديم خدمات الخدمات المصرفية عن بعد في الباقات التالية:

2-8-1 الحزمة Net: تتكون باقة الشبكة من الخدمات التالية:

1- عرض أرصدة الحسابات والتاريخ

2- التشاور بشأن أحدث الحركات

[1] موقع البنك الوطني الجزائري على الأنترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم2025/04/26 على الساعة 14:32

3- البحث عن معاملات الحساب

4- تنزيل كشوفات الحسابات

5- تحرير كشوفات الحسابات

6- إصدار بيانات هوية البنك

7-خدمة البريد

2-8-2 حزمة Net+: تتكون باقة Net+ من خدمات Net Pack بالإضافة إلى الخدمات التالية:

1- تحويل داخل الحساب لمرة واحدة إلى حساب العميل نفسه،

2- طلب دفتر الشيكات والبطاقة،

3- المعارضة على البطاقة،

أما بالنسبة للتسعير، يتم فرض رسوم على باقة Net Pack بمبلغ 100 DA/HT شهريًا بينما يتم فرض رسوم على باقة Net+ بمبلغ 200 DA/HT شهريًا[1].

2-8-3 الإستفادة من خدمة BN@tic:

من أجل الاستفادة من خدمة BN@tic، يجب على العميل أن يكون مشتركًا بالفعل في خدمة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأن يكون لديه هاتف ذكي مزود بنظام (IOS IPhone) أو (Android). يمكن تنزيل التطبيق مجانًا، مما يسمح للعملاء بـ:

1- الوصول إلى أرصدة الحسابات وسجل الرصيد

2-استشارة العمليات المصرفية

3- لمتابعة سعر الصرف

4- البقاء على اتصال دائم مع البنك الخاص بك.

5- للاستعلام عن رقم التعريف البنكي (RIB)

6- للبحث عن المعاملات في كشف الحساب

7- إجراء التحويلات من حساب إلى حساب للمستفيدين.

2-9 الخدمات المصرفية عبر الرسائل النصية القصيرة:

يتم تقديم خدمة إشعار الرصيد والمعاملات عن طريق الرسائل النصية القصيرة للعملاء المشتركين في الخدمات المصرفية الإلكترونية. وهذا ينطوي على:

[1] موقع البنك الوطني الجزائري على الأنترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم2025/04/26 على الساعة 14:32

1- الإخطار الدوري بأرصدة الحسابات،

2- تنبيهات عبر الرسائل النصية القصيرة حول رصيد الحد الأدنى ومبلغ المعاملة ورصيد المدين.

3- يتم احتساب رسوم الرسائل النصية القصيرة المرسلة بمبلغ 18 DA/HT.

2-10 الدفع عبر الإنترنت (رسالة نصية قصيرة OTP) (الرقم السري المتغير):

خدمة "الدفع الإلكتروني" هي قناة تتيح لحامل بطاقة CIB تنفيذ عمليات الشراء المختلفة ودفع الفواتير بسرعة عبر الإنترنت (سونلغاز، شركة المياه، AADL.....) وهي خدمة مجانية بدون عمولة للدفع عبر الأنترنت أي رسائل الرقم السري المتغير بكل أمان وسرية (كلمة مرور لمرة واحدة).

2-11 ماكينة الصرف الآلي (ATM):

لدى بنك الوطني الجزائري حاليًا 100 جهاز صراف آلي مثبتة في جميع أنحاء البلاد، ويتم استخدامها حصريًا لعملاء بنك الوطني الجزائري الوظائف المختلفة هي:[1]

1- عمليات السحب

2- استشارة رصيد الحساب

3- التشاور بشأن أحدث العمليات

4- استشارة RIB

5- طلب دفتر شيكات

6- التحويلات من حساب إلى حساب BNA

7- الودائع: نقدًا/شيكات

8- معاملات دفتر البنك (قريبا)

2-12 فوائد لعملاء BNA: تتمثل هذه الفوائد فيمايلي:

1- مساحة مخصصة حصريًا لعملاء BNA

2- أجهزة الصراف الآلي مفتوحة 7/24

3- الوصول المباشر إلى العديد من الخدمات

يتم السحب حسب الرصيد المتوفر وكذلك الحد اليومي المسموح به من طرف البنك المقدر بـ 100000 DA/يوم، مع عمولة 20 DA/HT عن كل عملية سحب، كما أن العمليات الأخرى لا يتم احتساب رسوم عليها (مجانية) مثل: طلب دفتر شيكات، الدفع، التحويل، الخ.

[1] موقع البنك الوطني الجزائري على الأنترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم2025/04/26 على الساعة 14:32

2-13 الائتمان الاستهلاكي:

2-13-1 **ائتمان السيارة:** مخصص لشراء مركبة مصنعة أو مجمعة في الجزائر.

يمكن أن يستفيد من هذه المنحة كل من يتوفر على إقامة ثابتة في الجزائر ويستطيع إثبات دخل ثابت ومنتظم أكبر من أو يساوي ضعفي (02) الأجر الأدنى المضمون ويجب أن يكون راتبه مقيما لدى البنك الوطني الجزائري.

يمكن أن يصل المبلغ إلى 85% من سعر السيارة، لمدة تتراوح بين اثني عشر (12) وستين (60) شهرًا.

التسعير: سعر فائدة تنافسي 8.25% و8% للمدخرين.

السرعة: تتم معالجة الملف خلال مدة أقصاها 5 أيام.

2-13-2 ائتمان الراحة:

تم تصميم Crédit Confort للأجهزة المنزلية أو الأثاث، وهو حل تمويلي يمكنه تغطية ما يصل إلى 100% من احتياجات عملائنا، يمكن أن يستفيد منه كل من يتوفر على إقامة ثابتة في الجزائر ويستطيع إثبات دخل ثابت ومنتظم أكبر من أو يساوي ضعفي (02) الحد الأدنى للأجور[1].

يهدف هذا الائتمان إلى تمويل شراء الأفراد للمنتجات الجديدة التي يتم إنتاجها أو تجميعها في الجزائر.

يبلغ الحد الأقصى لمبلغ الائتمان مليون دينار (DA 1,000,000.00) على ألا يقل عن مائة ألف دينار (DA 100,000.00). يمكن أن تمتد مدة الائتمان على مدى فترة 36 شهرًا دون أن تقل عن 12 شهرًا. يتم تعيينه بناء على طلب المقترض.

2-13-3 الائتمان العقاري: هناك أشكال مختلفة، شراء، بناء، التمديد والتخطيط.

وتتميز هذه الخدمة بخاصية الرهن العقاري تتحقق بالشروط التالية:

1-أن يكون جزائري الجنسية؛

2-أن يكون عمره أقل من 75 عامًا؛

3-أن يكون لديه راتب ثابت ومنتظم، أعلى من الحد الأدنى للأجور؛

4- نطبق معدل 6.25% لغير المدخرين و5.75% لحاملي حسابات التوفير التي يعود تاريخها إلى ثلاثة (03) أشهر على الأقل، حيث يتم تطبيق معدل 1% على LPA، ويتم تطبيق معدل 3% على برنامج LPP، ومن فوائده:

1- مدة تصل إلى 40 عامًا ضمن الحد الأقصى للعمر 75 عامًا

2- تمويل يصل إلى 90% من سعر العقار المراد شراؤه

[1] موقع البنك الوطني الجزائري على الأنترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم2025/04/26 على الساعة 14:32

3- السداد المؤجل

4- جدول المدفوعات الشهرية الثابتة

5- إمكانية السداد المبكر (كليًا/جزئيًا)

2-14التمويل الإسلامي:

2-14-1 حساب الجاري الإسلامي:

الحساب الجاري الإسلامي هو حساب وديعة تحت الطلب يحتوي على أموال يودعها الأفراد (الموظفون) لدى البنك.

2-14-2 حساب التوفير الإسلامي:

حساب التوفير الإسلامي ذو المكافأة هو حساب إيداع يولد ربحًا، والذي يتم بعد توقيع اتفاقية الاستثمار وقبول الشروط وفقًا لمفتاح التوزيع، ويتوفر لدى البنك الوطني الجزائري أيضا دفتر توفير إسلامي بدون مكافأة، مع حق السحب منه في أي وقت بالسحب الجزئي أو الكلي.

2-14-3 حساب التوفير الإسلامي للشباب:

يتيح حساب التوفير الإسلامي للشباب لحاملها تكوين مدخرات مع أو بدون مكافأة.

يتم فتح هذا الحساب من قبل أي شخص بصفته ممثلاً قانونياً، ويتم إدارته من قبل الوصي القانوني نيابة عن القاصر المعني، حتى يبلغ القاصر السن القانوني[1].

2-14-4 حساب استثمار إسلامي غير مقيد:

حساب الاستثمار الإسلامي غير المقيد هو حساب يخول صاحبه البنك باستثمار المبالغ المودعة في سلة مشاريع التمويل التي يلتزم بها البنك، يتم توزيع الأرباح الناتجة عن سلة المشاريع بين البنك وصاحب الحساب الإسلامي بموجب شروط اتفاقية تتبع مفتاح توزيع هذه الأرباح، ومن بين منتجات تمويلية أخرى تتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية[1]:

1- سيارة المرابحة: سيارة المرابحة مخصصة للأفراد والمقيمين الذين تتوفر فيهم الشروط المذكورة أدناه:

1- أن يكون جزائري الجنسية؛ 2 أن يكون عمره أقل من 70 عامًا؛

2- أن يكون لديه راتب أو دخل شهري ثابت ومنتظم بمبلغ يعادل أو يزيد عن أربعين ألف دينار (40.000.00 دينار)

3- أن يتمتع بالأهلية القانونية.

[1] موقع البنك الوطني الجزائري على الأنترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم2025/04/26 على الساعة 14:32

يتم تحديد هامش الربح المطبق عند 9% للمدخرين، و9.5% لغير المدخرين وتكون المدة القصوى لعقد المرابحة للسيارات هي ستون (60) شهرًا ولا تقل عن اثني عشر (12) شهرًا.

2- المرابحة العقارية: تم تصميم المرابحة العقارية للأفراد المقيمين لتمويل شراء مساكن جديدة تم إنجازها من قبل مطور، والسكن الذي تم شراؤه من فرد وللحصول على هذا التمويل يجب على العميل استيفاء المعايير التالية:

1- أن يكون جزائري الجنسية؛

2- أن يكون عمره أقل من 75 عامًا؛

3- أن يكون لديه راتب أو دخل شهري ثابت ومنتظم بمبلغ يعادل أو يزيد عن أربعين ألف دينار (40.000.00 دينار)

4- أن يتمتع بالأهلية القانونية.

3- باقات خدمات بنك الوطني الجزائري:

يُثري البنك الوطني الجزائري عرضه بإطلاق باقات من المنتجات والخدمات البنكية الموجهة لزبائنه من الأفراد، المهنيين والمؤسسات، تجمع هذه الباقات بين مجموعة من الخدمات والمنتجات التكميلية المعروضة بسعر مغري وجذاب، تهدف إلى تلبية الاحتياجات المحددة لكل شريحة من العملاء.

3-1 باقة Pack Basic:

تتضمن جميع المنتجات والخدمات البنكية التكميلية اللازمة للزبائن الأفراد الذين لديهم حساب الشيك بالبنك الوطني الجزائري، حيث تشمل ما يلي:

1- حساب الشيك + دفتر شيكات + البطاقة البيبنكية الكلاسيكية،

2-الدفع عبر الأنترنت (رسائل الرقم السري المتغير)،

3- الاشتراك في خدمة الرسائل النصية القصيرة،

4- الاشتراك في منصة الخدمات البنكية الإلكترونية// + تطبيق" BN @ tic باقة+ "NETخدمة الدفع بدون تلامس Wimpay-BNA[1].

3-2 باقة Pack Serein :

تتمثل الخدمات الموجهة للعملاء الأفراد الذين يرغبون في الاستفادة من منتجات وخدمات مدعومة بحساب الشيك وكذا ادخار مالي لغد أفضل، حيث تشمل ما يلي:[1]

1. حساب الشيك + دفتر شيكات + البطاقة البيبنكية الذهبية،

[1]موقع البنك الوطني الجزائري على الأنترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم2025/04/26 على الساعة 14:32

2. الدفع عبر الأنترنت (رسائل الرقم السري المتغير)،
3. الاشتراك في خدمة الرسائل النصية القصيرة،
4. الاشتراك في منصة الخدمات البنكية الإلكترونية// + تطبيق" tic @ BNباقة + "NET+ خدمة الدفع بدون تلامسWimpay-BNA
5. حساب توفير (دفتر + بطاقة توفير).

3-3/ باقةِ Pack Famille:

تتضمن تشكيلة من منتجات وخدمات البنك الوطني الجزائري، من أجل تسييرٍ أمثل لميزانية العملاء، حيث تشمل ما يلي:

1. حساب الشيك + دفتر شيكات + البطاقة البيبنكية الكلاسيكية أو الذهبية،
2. الدفع عبر الأنترنت (رسائل الرقم السري المتغير)،
3. بطاقة أو عدّة بطاقات مسبقة الدفع،
4. الاشتراك في خدمة الرسائل النصية القصيرة،
5. الاشتراك في منصة الخدمات البنكية الإلكترونية// + تطبيق" tic @ BNباقة+ "NET+ خدمة الدفع بدون تلامسWimpay-BNA
6. حساب توفير،
7. أو عدّة حسابات توفير "مستقبلي" للقصّر.

3-4/ باقة Pack Privilège:

تتضمن مجموعة المنتجات والخدمات عالية الجودة الموجهة لعملاء البنك النخبة، لتلبية متطلباتهم، حيث تشمل ما يلي:

1. حساب الشيك + دفتر شيكات + بطاقة النخبة،
2. الدفع عبر الأنترنت (رسائل الرقم السري المتغير)،
3. الاشتراك في خدمة الرسائل النصية القصيرة،
4. الاشتراك في منصة الخدمات البنكية الإلكترونية// + تطبيق" tic @ BNباقة + "NET+ خدمة الدفع بدون تلامسWimpay-BNA.
5. حساب توفير ذو عائد تصاعدي (بطاقة توفير).[1]

[1] موقع البنك الوطني الجزائري على الأنترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم2025/04/26 على الساعة 14:32

4- البطاقات البيبنكية (+ الرسائل النصية القصيرة)

4-1 البطاقة البيبنكية: هي بطاقة ما بين البنوك للسحب والدفع مدعمة بحساب بنكي للبنك الوطني الجزائري وحسب دخل حامل البطاقة، وتسمح بإجراء العمليات البنكية التالية:

1. السحب على جميع أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة البنكية،
2. الدفع الإلكتروني،
3. الدفع الجواري على أجهزة الدفع الإلكتروني،
4. الاطلاع على رصيد الحساب على أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك الوطني الجزائري)،
5. التحويلات على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،
6. باقة من الميزات الأخرى تجدونها متاحة على أجهزة الصراف الآلي الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية.
7. البطاقة البيبنكية مجانا وصالحة لمدة ثلاث سنوات،
8. تسهل وبشكل آمن معاملات الدفع والسحب،
9. وفرة أموالكم 24/24 ساعة و7/7 أيام على جميع أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية للبنك) المتواجدة على الساحة البنكية،
10. وكذا المزيد من الأمان بفضل الرسائل النصية القصيرة
11. إشعاركم برسالة حول رصيد حسابكم البنكي،
12. إشعاركم برسالة حول العمليات المنجزة في وقتها الفعلي.

الصلاحية: صلاحية كل البطاقات البيبنكية ثلاث (03) سنوات

الجدول (02-03): أسقف البطاقة البيبنكية للبنك الوطني الجزائري

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع اليومي	السقف حسب مبلغ عملية الدفع
البطاقات البيبنكية الكلاسيكية	100.000 دج	150.000دج	100.000دج
البطاقات البيبنكية الذهبية	150.000دج	150.000دج	150.000دج

المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنيت www.bna.dz

4-2 البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع: هي بطاقة سحب ودفع بين البنوك يتم تعبئتها عن طريق التحويل من الحساب الرئيسي للزبون (من الأفراد). ويمكن أن يكون باسم صاحب الحساب أو حامله[1].

حيث تسمح لكم بإجراء نفس عمليات بطاقة CIBالبيبنكية الكلاسيكية أو الذهبية:

1. السحب من جميع أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة المصرفية،
2. الدفع الالكتروني،
3. الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني،
4. الاطلاع على رصيد الحساب عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك الوطني الجزائري)،
5. الدفع على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،
6. التحويلات على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،
7. باقة من الميزات الأخرى تجدونها متاحة على أجهزة الصراف الآلي الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية ومن مزاياها:

1. تتيح البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع للبنك الوطني الجزائري تسيير النفقات بشكل أفضل،
2. يمكن للزبون الذي يتقدم بطلب للحصول على البطاقة المسبقة الدفع منح ما يصل إلى عشرة (10) بطاقات مسبقة الدفع لعشرة (10) أقارب مختلفين،
3. البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع مجانية وصالحة لمدة ثلاث (03) سنوات.

الجدول (02-04): أسقف البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع للبنك الوطني الجزائري

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع اليومي	السقف حسب مبلغ عملية الدفع
80.000,00 دج	80.000,00 دج	80.000,00 دج	80.000,00 دج

المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنيت www.bna.dz

3-4 بطاقة النخبة: هي بطاقة بين البنوك مدعومة بحساب الشيك، من مزاياها:

1. رأس مال حتى مليون دينار،
2. المساعدة على الطريق في حالة حدوث عطل،

[1] موقع البنك الوطني الجزائري على الأنترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم2025/04/26 على الساعة 14:32

3. ضمان النقل والإقامة لزيارة أحد الأقارب في المستشفى،

4. كما تقدم بطاقة النخبة ولوجًا نسقيا بخدمة الرسائل النصية القصيرة إشعار برسالة نصية قصيرة عن رصيد الحساب، وإشعار برسالة نصية قصيرة عن المعاملات التي قمتم بإجرائها باستخدام بطاقتكم في الوقت الفعلي.

5. تسمح لكم بإجراء عمليات السحب والدفع الجواري والدفع عبر الإنترنت وكذا التحويل والتحصيل،

6. كما تتوفر على وظائف أخرى عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية).

7. تقدم بطاقة النخبة أيضًا باقة من الخدمات الإضافية التي تتمثل في المساعدة الصحية، خدمات الاستقبال، الإرشاد والمساعدة في التأمين من الحوادث الجسمانية كلها تجدونها متاحة على الرابط .

وتأتي هذه البطاقة في شكلين:

1 – بطاقة النخبة الموجهة للأفراد،

2 – بطاقة النخبة الأعمال الموجهة للمهنيين والمؤسسات،

الجدول (02-05): أسقف بطاقة النخبة

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع اليومي	السقف حسب مبلغ عملية الدفع
بطاقة النخبة	200.000,00 دج	500.000,00 دج	500.000,00 دج

المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنيت www.bna.dz

4-4 بطاقة التوفير: هي بطاقة سحب مدعومة بحسابات التوفير:

1. حساب التوفير بفائدة أو بدون فائدة،
2. حساب التوفير "مستقبلي" للقصّر بفائدة أو بدون فائدة،
3. حساب التوفير ذو عائد تصاعدي.

تتيح لكم توفير أموالكم في أي وقت وأينما كنتم 24/24 ساعة و7/7 أيام، عبر شبكة أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة المصرفية، كما تسمح لكم بالاطلاع على رصيد حساب التوفير الخاص بكم في أي وقت عبر أجهزة الصراف الآلي، وتتميز بـ:

1. عمليات السحب مؤمنة برمز سري،
2. وفرة رأس المال المدخر في أي وقت،
3. بطاقة التوفير مجانية وصالحة لمدة ثلاث (03) سنوات،

4. الاطلاع على رصيد حساب التوفير دون الحاجة للتنقل إلى الوكالة.

4-5 بطاقة VISA: هي بطاقة سحب ودفع دولية، تتيح لكم القيام بما يلي:

1.المعاملات عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الخاصة ببطاقة VISA: عن طريق السحب النقدي، الاطلاع على الرصيد و تغيير رقم التعريف الشخصي.(code PIN)

2. معاملات الدفع على أجهزة الدفع الإلكتروني الخاصة ببطاقة فيزا بالخارج،

3.عمليات الدفع عبر الإنترنت 24/24 ساعة و7/7 أيام.

الأهلية:

بطاقة فيزا للبنك الوطني الجزائري موجهة لجميع زبائن البنك من الأفراد الذين لديهم حساب بالعملة الصعبة (يورو)، بالإضافة إلى حساب الشيك بالدينار مفتوح على مستوى نفس الوكالة البنكية[1].

الشروط:

1. رصيد دائم متوفر في حساب الشيك بالدينار لا يقل عن ثمانية آلاف دينار (8000.00 دج)،
2. رصيد دائم متاح في حساب العملة الصعبة لا يقل عن مائة (100) يورو،
3. عدم وجود معارضة على الحساب البنكي.

الجدول (02-06): أسقف بطاقة VISA[2]

أسقف بطاقةVISA الكلاسيكية	
السقف اليومي حسب فئة العملاء	1000يورو 3000يورو
أسقف بطاقةVISAالكلاسيكية (التسعيرة المطبقة)	
انشاء / تجديد (دفع الرسوم سنويا)	3.900دينار / لبطاقة بسقف يصل إلى 1000 يورو 4.900دينار / لبطاقة بسقف يصل إلى 3000 يورو

المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنيت www.bna.dz

[1]موقع البنك الوطني الجزائري على الأنترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم2025/05/03 على الساعة 15:20

[2]موقع البنك الوطني الجزائري على الأنترنيت www.bna.dz اطلع عليه يوم2025/05/03 على الساعة 15:20

4-6/ بطاقة "One Pay" البيبنكية: هي بطاقة سحب ودفع مع دفع مؤجل مخصصة لعملاء البنك الأفراد، أصحاب حسابات الشيك الكلاسيكية، تتيح مرونة كبيرة وتسمح بالتحكّم الأمثل في المخاطر المالية غير المتوقعة، من وظائفها:

1. الاطلاع على الرصيد وآخر عشر (10) معاملات.
2. نسخ كشف الهوية البنكية.
3. السحب النقدي، الدفع الجواري، الدفع الآمن عبر الإنترنت.
4. دفع مؤجل في تاريخ محدّد.
5. متابعة المعاملات والتكاليف عبر تطبيق.BNAtic

شروطها:

1. الملاءة المالية،
2. دخل ثابت ومنتظم،
3. حساب موطن لدى البنك الوطني الجزائري.
4. بالإضافة إلى ذلك، يجب على الزبون التأكّد من توّفر الأموال الكافية في تاريخ السحب وعدم وجود أي عوارض على الحساب.
5. **الجدول (02-07): سقف بطاقة "One Pay" البيبنكية**

نوع البطاقة	أسقف السحب اليومية	أسقف الدفع الشهرية
"One pay" بطاقة البيبنكية	000 100دج	من 000 13 دج إلى 000 100 دج (حسب حساب الزبون)

المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنيت www.bna.dz

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للبحث الميداني.

يهدف هذا المبحث إلى إعطاء نظرة واضحة عن مختلف الإجراءات المتبعة في تحديد كل من مجتمع وعينة البحث، بالإضافة إلى تحديد المنهج والمقاييس الإحصائية التي تم استخدامها لتحليل بيانات الدراسة.

المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة.

أولا: مجتمع وعينة الدراسة.

يعرف مجتمع الدراسة على أنه " المجموعة التي يهتم بها الباحث، والتي يريد أن يعمم عليها النتائج التي يصل إليها من خلال العينة".[1]

ويتمثل مجتمع هذه الدراسة لعينة من عملاء [البنك الوطني الجزائري (BNA)] وكالة تيارت، سواء كانوا أفرادا أو مؤسسات، وتم توزيع 150 استمارة استبيان على عملاء البنك، وذلك بالاعتماد على المقابلة الشخصية مع البعض منهم، ووضع باقي الاستمارات عند موظفي قسم الاستقبال لتوزيعها على الآخرين، وتم استرجاع 140 استبانة، من بينها 08 استبانات ملغاة بسبب عدم اكتمال الإجابة، لنتحصل في الأخير على 132 إستبانة صالحة للدراسة وهي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول (02-08): كيفية توزيع وجمع الاستبيان على عينة الدراسة

البيان	عدد
عدد الاستبيانات الموزعة	150
عدد الاستبيانات المسترجعة	140
عدد الاستبيانات الملغاة	08
عدد الاستبيانات الصالحة	132

المصدر: من إعداد الطالبتين

وتعتبر العينة كافية من حيث الحجم لإجراء هذه الدراسة بالرغم من عدم اختيارها بالطرق الإحصائية المناسبة، وفقا لما ورد عن كل من [**Wallen and Fraenkel**] بما يتعلق بالحد الأدنى من حجم العينة المطلوب في الدراسات الميدانية يتمثل فيما يلي:[2]

- 100 فرد كحد أدنى مقبول في الدراسات الوصفية.

[1] صلاح مراد، فوزية هادي، **طرائق البحث العلمي، تعميماتها وإجراءاتها**، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2002، ص 111.

[2] عدنان عوض، **مناهج البحث العلمي**، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات بالتعاون مع جامعة القدس المفتوحة، القاهرة، 2008، ص 215.

- 50 فرد كحد أدنى مقبول في الدراسات التي تبحث في العلاقات.
- أما الحد الأدنى المقبول في كل من الدراسات التجريبية، المقارنة، والسببية فهو 30 فرد.

ثانيا: الحدود المكانية والزمنية للدراسة.

تتمثل الحدود المكانية للبحث في [البنك الوطني الجزائري (BNA)] وكالة تيارت، أين يتواجد العملاء المستهدفين بهذا البحث.

أما الحدود الزمنية، فقد استغرقت فترة الدراسة 01 أفريل إلى 15 ماي 2025، تم من خلالها القيام بمقابلات مع المكلف بالعملاء في مصلحة القروض للبنك الوطني الجزائري– وكالة تيارت– .

المطلب الثاني: أدوات جمع البيانات وتحليلها

أولا: تصميم أداه الدراسة.

نظرا لصعوبة إجراء المقابلة الشخصية مع كافة مفردات العينة التي شملتها دراستنا، اعتمدنا على تصميم استمارة استبيان باللغة العربية [الملحق 01] كطريقة لجمع البيانات المرتبطة بمعرفة مدى تأثير رقمنة القطاع المصرفي على رضا العملاء، والاستبيان هو "وسيلة للحصول على إجابات عن عدد من الأسئلة المكتوبة في نموذج يعد لهذا الغرض ويقوم المجيب بملئه بنفسه".[1] كما يعتبر الاستبيان طريقة لجمع البيانات الأولية عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة إلى المستقصى منهم و يطلب منهم الإجابة عليها، ويتم توجيه الاستبيان إلى المستقصى منهم عن طريق المقابلة الشخصية أو البريد العادي أو الهاتف أو البريد الإلكتروني.

وتم إعداد الاستبيان بشكل يخدم أغراض الدراسة، حيث تضمنت الاستمارة أربع أجزاء رئيسية كما يلي:

1- الجزء الأول: يحتوي على مجموعة من الأسئلة العامة التي تهدف إلى التعرف على المعلومات الشخصية لمفردات العينة المشاركين في الإجابة على الاستبيان التي ترتبط بكل من [صنف العميل، الجنس، السن، المستوى التعليمي، مدة التعامل مع البنك، العمليات المصرفية التي تقام، سبب إختيار البنك].

2- الجزء الثاني: يتضمن أسئلة تهدف لتحديد سلوكيات العملاء اتجاه الخدمات المصرفية الالكترونية.

3- الجزء الثالث: يتضمن الأسئلة التي تتعلق بقياس أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على العملاء.

4- الجزء الرابع: ويتضمن الأسئلة التي تتعلق بقياس رضا العملاء اتجاه الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنك.

[1] عبد الله محمد الشريف، **مناهج البحث العلمي**، دليل الطالب في كتابة الرسائل والأبحاث العلمية، ط1، مكتبة الشعاع للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1996، ص 123.

ولمعرفة مدى استيفاء الاستمارة الاستبيان لسمات الاستبيان الجيد، تم اختبار قائمة الاستبيان على مجموعة تتكون من عشر عملاء للبنك، من أجل التعرف على مدى وضوح الأسئلة وأنها فعلا تحتوي على الإجابات المطلوبة من العملاء.

ثانيا: طريقة جمع الإجابات.

بما أن الدراسة تهتم بعملاء البنك، تم توزيع الاستمارات على مستوى البنك من أجل استجوابهم أين تمّ تقديمها من خلال المقابلات الشخصية مع العملاء، وكذا تم الاعتماد على موظفي الاستقبال من اجل توزيعها عليهم قبل مغادرة البنك، وبعد أسبوع قمنا بجمع الاستبيانات وباشرنا في تجهيز البيانات من خلال مراجعتها، ترميزها، إدخالها، جدولتها وتحليلها.

المطلب الثالث: أساليب المعالجة الإحصائية.

بالاعتماد على النسخة الـ **23.0** من حزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية **[SPSS v.23.0]** قمنا باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة للتحليل الإحصائي للمعطيات الناتجة عن إجابات مفردات العينة المشاركة في الدراسة وللتأكد من صدق فرضيات الدراسة والتي تتمثل فيما يلي:

1- استخدام معامل "ألفا كرونباخ" لاختبار صدق وثبات أسئلة الاستبيان المرتبطة بفرضيات الدراسة.

2- حساب التكرارات والنسب المئوية للكشف عن المعلومات الشخصية لمفردات العينة المشاركة وكذا التعرف على كافة مستويات إجاباتهم عن أسئلة الاستبيان.

3- حساب المتوسط الحسابي وكذا الانحراف المعياري لقياس تجانس إجابات مفردات العينة المختارة حول متوسطات موافقتهم اتجاه المتغيرات المستعملة في الدراسة، إذ يدل على كفاءة الوسط الحسابي في تمثيل مركز البيانات، بحيث يكون المتوسط الحسابي أكثر جودة كلما قلت قيمة الانحراف المعياري.[1]

4- الاعتماد على تحليل التباين الأحادي لإثبات صحة الفرضيات، حيث أنه يعتبر من الاختبارات العلمية التي تناسب البيانات الفئوية، المستخدمة لتحديد ما إذا كان هناك فروق معنوية في إجابات مفردات العينة المختارة، وهل تعد ذات دلالة إحصائية أي أنها فروق حقيقية أو أنها تعود إلى أخطاء الصدفة.[2]

ونظرا لمحاولتنا معرفة رأي مفردات العينة في مدى تأثير متغيرات دراستنا المتمثلة في رقمنة الخدمات المصرفية على رضا العملاء للبنك، تم الاستعانة بمقياس "**ليكرت**" **[Likertscale]** الخماسي المناسب لهذا النوع من المتغيرات ذات

---

[1] فهمي محمد، شامل بهاء الدين، **الإحصاء بلا معاناة، المفاهيم والتطبيقات باستخدام برنامج SPSS**، الجزء الأول، إدارة الطباعة والنشر بمعهد الإدارة العامة، الرياض، 2005، ص 190.

[2] سالم القحطاني وآخرون، **منهج البحث في العلوم السلوكية مع تطبيقات على برنامج SPSS**، المطابع الوطنية الحديثة الرياض،2000، ص258.

المقاس ترتيبي، وبالتالي فإن البيانات التي حصلنا عليها كانت عبارة عن درجات من 01 إلى 05 تم تفريغها في برنامج **[SPSS v.23.0]**، بهدف الوصول إلى دلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم الموضوع.

ويعرض الجدول رقم [1.3] العبارات التي استعملت في الاستبيان عند كل درجة من درجات مقياس "**ليكرت**" **[Likertscale]** الخماسي المستخدم لقياس موقف العملاء من سؤال ترتيبي ورد في الأداة.

الجدول رقم (02-09): العبارات المستعملة عند درجات مقياس ليكرت الخماسي.

الرأي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين.

ونظرا لعدم القدرة على تحديد الرأي العام لمفردات العينة عند استخدام المتوسط الحسابي لإجاباتها عند كل عبارة ترتيبية مستخدمة في الاستبيان، لجأنا إلى تحديد الفئات أو الخلايا الجديدة التي سيدرج فيها كل متوسط من تلك المتوسطات، وذلك من خلال ما يلي:

1- حساب قيمة المدى بإجراء الفرق بين أعلى قيمة في المقياس [5] من جهة وأقل قيمة منه [1] من جهة أخرى، أي أن المدى في هذه الحالة يساوي [5-1=4].

2- تحديد طول الفئة أو الخلية الصحيح لكل اتجاه من خلال قسمة المدى المحسوب بالطريقة أعلاه [4] على أكبر قيمة في مقياس ليكرت الخماسي [5]، أي أن الطول الفعلي لكل موقف يصبح [5/4=0.8].

3- إضافة طول الفئة أو الخلية المحصل عليه أعلاه [0.8] إلى أقل قيمة في مقياس ليكرت الخماسي [1]، لنحصل على [1+0.8=1.8]، ما يشير إلى أن أي وسط حسابي يقع بين القيمة [1] والقيمة [1.8] يدخل ضمن الفئة أو الخلية الأولى والتي تشير إلى الرأي غير موافق بشدة.

4- إضافة طول الفئة المحصل عليه [0.8] إلى أكبر قيمة للخلية الأولى [1.8]، لنحصل على [1.8+0.8=2.6]، وهذا يعني أن أي وسط حسابي قيمته بين [1.81] و [2.6] يدخل في اتجاه الخلية الثانية والتي تشير إلى غير موافق.

5- إضافة طول الفئة المحصل عليه [0.8] إلى أكبر قيمة للخلية الثانية [2.6]، لنحصل على [2.6+0.8=3.4]، وهذا يعني أن أي وسط حسابي قيمته بين [2.61] و [3.4] يدخل في اتجاه الخلية الثالثة والتي تشير إلى محايد.

6- إضافة طول الفئة المحصل عليه [0.8] إلى أكبر قيمة للخلية الثالثة [3.4]، لنحصل على [3.4+0.8=4.2]، وهذا يعني أن أي وسط حسابي قيمته بين [3.41] و [4.2] يدخل في اتجاه الخلية الرابعة والتي تشير إلى موافق.

7- إضافة طول الفئة المحصل عليه [0.8] إلى أكبر قيمة للخلية الرابعة [4.2]، لنحصل على [4.2+0.8=5]، وهذا يعني أن أي وسط حسابي قيمته بين [4.21] و[5] يدخل في اتجاه الخلية الخامسة والتي تشير إلى موافق بشدة.

ومنه نحصل على الاتجاه العام للإجابات المحصل عليها حول كل عبارة من العبارات المستعملة في الاستبيان، في مجال جديد يدعى مجال رأي العينة الموضح في الجدول أدناه.

الجدول رقم (02-10): مجال رأي العينة.

غير موافق بشدة	[1 . 1.8[
غير موافق	[1.8 . 2.6[
محايد	[2.6 . 3.4[
موافق	[3.4 . 4.2[
موافق بشدة	[4.2 . 5]

المصدر: من إعداد الطالبتين.

المبحث الثالث: تحليل أداة الدراسة.

المطلب الأول: صدق وثبات أداة الدراسة.

يقصد بصدق الاستبيان "التأكد من أنه قادر بالفعل على قياس ما أعد لقياسه"، كما يعرف الصدق أيضا بأنه " شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية ثانية، بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها".[1]

ويعرف الثبات على أنه "الاتساق في نتائج الأداة"، كما يعرف على أنه "التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريبا لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات"، والغرض من ذلك التعرف على قدرة هذه الأداة في الحصول على نفس النتائج فيما لو أعيد استخدامها عدة مرات أخرى. فبعد الحصول على إجابات أفراد العينة قمنا بحساب معامل الثبات **[ألفا كرونباخ]**، الذي يعتبر طريقة شائعة تستعمل للحكم على ثبات أداة الدراسة.

وحسب تحليل الثبات باستخدام معامل ألفاكرونباخ توصلنا إلى النتائج التالية:

الجدول رقم (02-11): قياس الصدق والثبات

المحاور	الابعاد	معامل الفا كرونباخ		
المحور 1	البعد 1	0.976	0.901	0.954
	البعد 2	0.963		
	البعد 3	0.741		
	البعد 4	0.831		
المحور 2	البعد 1	0.837	0.921	

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS23.0

تشير البيانات المدرجة في الجدول رقم (11) أن معامل ألفاكرونباخ حقق قيما جد مقبولة لأبعاد ومحاور الإستبيان، إذ سجل على الإجمالي (95.4% = α) وهي تفوق عينة القبول (60%)، وهو ما يدلي إلى أن إجابات الإستبيان المستثبث لو تكرر نفس الإستبيان على نفس العينة، كما حقق محوري الدراسة ثباتا مقبول بالقيم (90.1%)، (90.1%) على التوالي أي أن هناك تناسق في إجابات العينة تبعا للمحورين، وبذلك تم التأكد من صدق وصحة الاستبيان وصلاحيته للتحليل واختبار الفرضيات.

[1] عبيدات ذوقان وآخرون، **البحث العلمي، مفهومه، أدواته وأساليبه**، دار الفكر، عمان، 2001، ص 179.

المطلب الثاني: تحليل البيانات وعرض النتائج

1- وصف المتغيرات الديمغرافية:

إذ نستعرض من خلال ذلك التغيرات الظاهرة للبيانات الديمغرافية لعينة الدراسة تبين كمايلي:

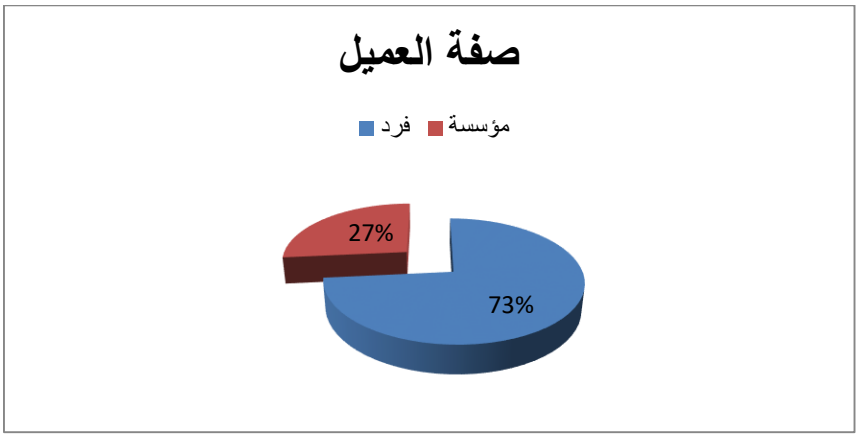
1/ صفة العميل:

الجدول رقم (02-12): توزيع مفردات العينة حسب صفة العميل.

صفة العميل	التكرار [ni]	النسبة المئوية [%]
فرد	96	73
مؤسسة	36	27
المجموع	132	100

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

الشكل رقم (02-03): وصف متغيرة صفة العميل



المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

تبين من خلال الشكل أعلاه أن صفة العميل (فرد)حققت نسبة فاعلة بقوة مع معطيات الإستبيان بنسبة (73%)، بينما سجلت صفة العميل (مؤسسة) نسبة تفاعل (27%) من مجموع حجم العينة البالغ (132) مفردة.

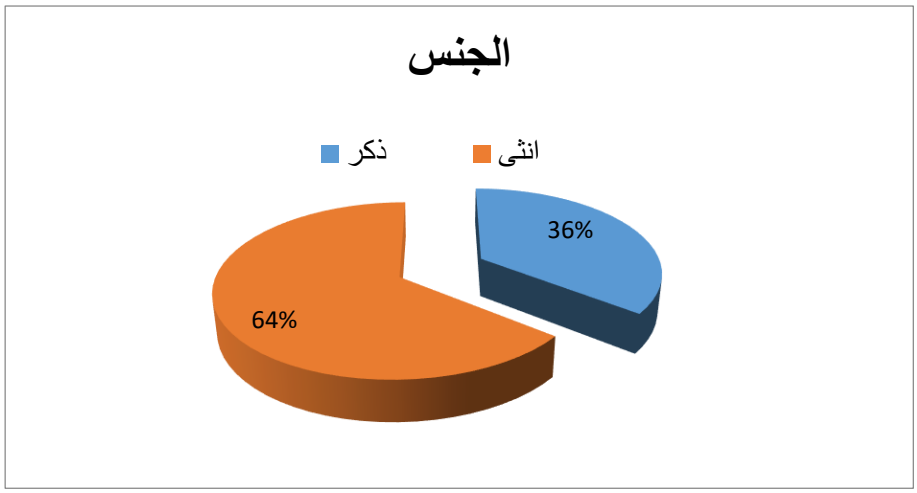
2/ الجنس:

الجدول رقم (02-13): توزيع مفردات العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار [ni]	النسبة المئوية [%]
ذكر	84	64
أنثى	48	36
المجموع	132	100

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

الشكل رقم(02-04) : وصف متغيرة الجنس



المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

تبين من خلال الشكل أعلاه أن جنس الذكور حقق نسبة فاعلة بقوة مع معطيات الإستبيان بنسبة (64%)، بينما سجلت الإناث نسبة تفاعل (36%) من مجموع حجم العينة البالغ (132) مفردة.

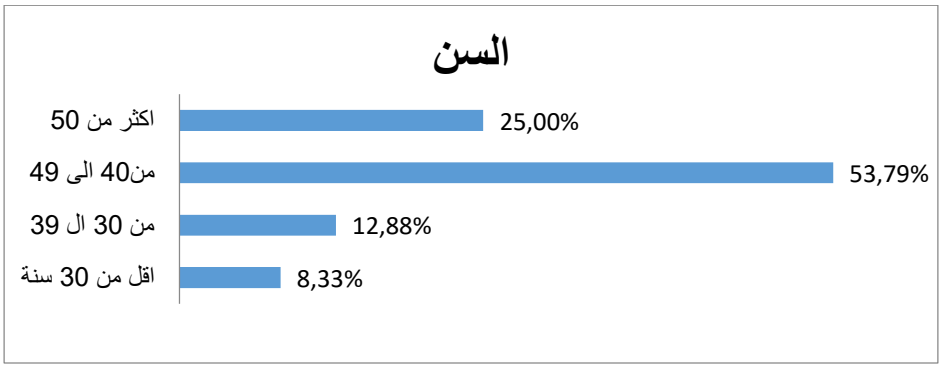
3/ السن:

الجدول رقم (02-14): توزيع مفردات العينة حسب السن

السن	التكرار [ni]	النسبة المئوية [%]
أقل من 30 سنة	11	8.33
من 30 إلى 39 سنة	17	12.88
من 40 إلى 49 سنة	71	53.79
أكثر من 50 سنة	33	25
المجموع	132	100

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

الشكل رقم (02-05): وصف متغيرة السن



المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

يدلي الشكل أعلاه أن الفئة العمرية (من 40 إلى 49) سجلت الشريحة الأقوى في لعينة الدراسة بنسبة (53.79%)، تليها الفئة العمرية (أكثر من 50 سنة) بنسبة (25 %)، واحتلت الرتبة الأخيرة فئة (الأقل من 30 سنة) بنسبة (8.33 %).

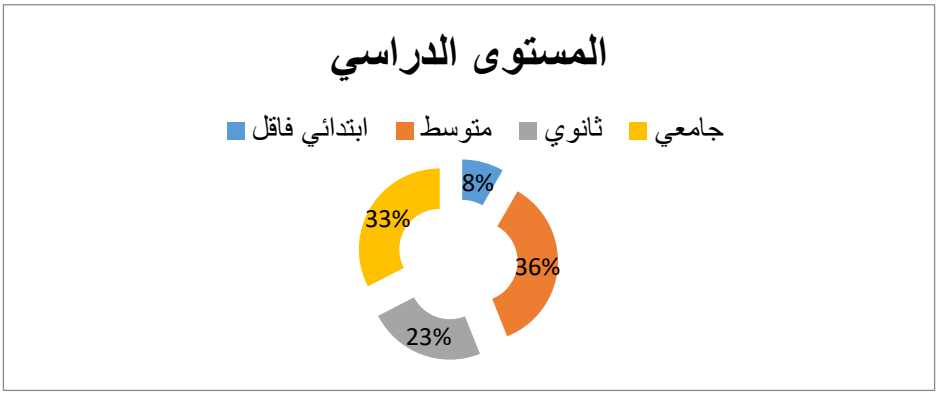
4/ المستوى الدراسي:

الجدول رقم (02-15): توزيع مفردات العينة حسب المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار [ni]	النسبة المئوية [%]
جامعي	44	33
ثانوي	30	23
متوسط	48	36
إبتدائي	10	8
المجموع	132	100

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

الشكل رقم (02-06): وصف متغيرة المستوى الدراسي.



المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

تبين من خلال الشكل أعلاه أن المستوى الدراسي متوسط وثانوي حقق نسبة فاعلة بقوة مع معطيات الإستبيان بنسبة (36%) و(35%) على التوالي، وتليها الفئة ذات المستوى الدراسي جامعي بنسبة (33%)، بينما احتلت الفئة ذات المستوى الدراسي ابتدائي فأقل الرتبة الأخيرة بنسبة تفاعل (8%) من مجموع حجم العينة البالغ (132) مفردة.

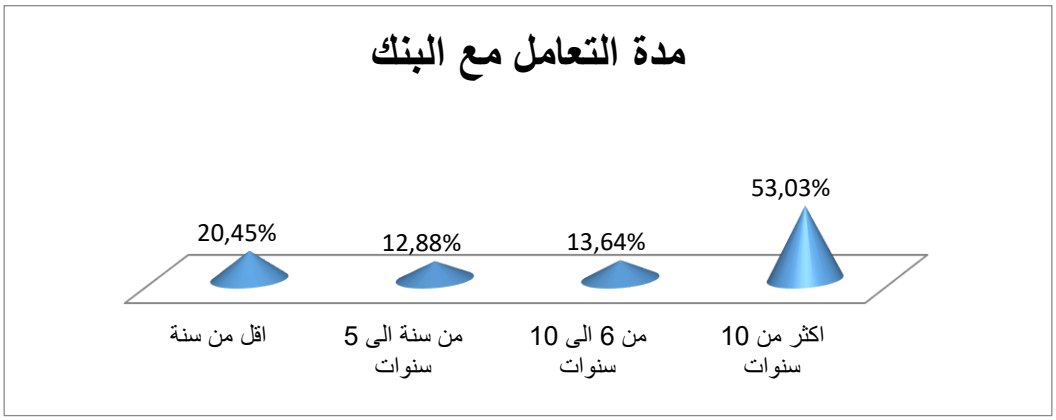
5/ مدة التعامل مع البنك:

الجدول رقم (02-16): توزيع مفردات العينة حسب مدة التعامل مع البنك

مدة التعامل مع البنك	التكرار [ni]	النسبة المئوية [%]
أقل من 01 سنة	27	20.45
من 01 إلى 05 سنوات	17	12.88
من 06 إلى 10 سنوات	18	13.64
أكثر من 10 سنوات	70	53.03
المجموع	132	100

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

الشكل رقم (02-07): وصف متغيرة مدة التعامل مع البنك.



المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

تبين من خلال الشكل أعلاه أن مدة التعامل مع البنك (أكثر من 10 سنوات) حققت نسبة فاعلة بقوة مع معطيات الإستبيان بنسبة (53.03%)، وتليها المدة (أقل من سنة) بنسبة (20.45%)، بينما سجلت المدة (من 6 إلى 10 سنوات) نسبة تفاعل (13.64%)، واحتلت الرتبة الأخيرة المدة (من سنة إلى 5 سنوات) بنسبة (12.88%) من مجموع حجم العينة البالغ (132) مفردة.

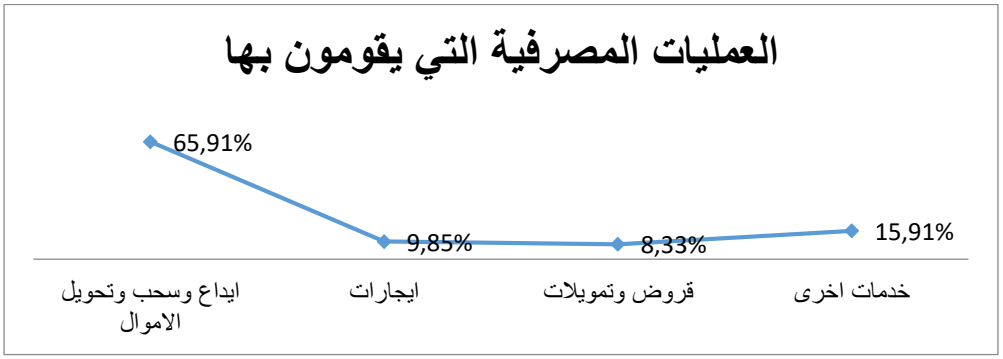
6/ العمليات المصرفية التي يقومون بها:

الجدول رقم (02-17): توزيع مفردات العينة حسب العمليات التي يقومون بها

العمليات مصرفية التي يقومون بها	التكرار [ni]	النسبة المئوية [%]
إيداع و سحب و تحويل الأموال	87	65.91
ايجارات	13	9.85
قروض و تمويلات	11	08.33
خدمات أخرى	21	15.91
المجموع	132	100

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

الشكل رقم (02-08): وصف متغيرة العمليات المصرفية التي تقومون بها.



المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

تبين من خلال الشكل أعلاه أن عملية إيداع وسحب وتحويل الأموال حققت نسبة فاعلة بقوة مع معطيات الإستبيان بنسبة (65.91%)، وتليها عملية خدمات أخرى بنسبة (15.91%)، بينما سجلت عملية إيجارات نسبة تفاعل (9.85%)، واحتلت الرتبة الأخيرة عملية قروض وتمويلات بنسبة (8.33%) من مجموع حجم العينة البالغ (132) مفردة.

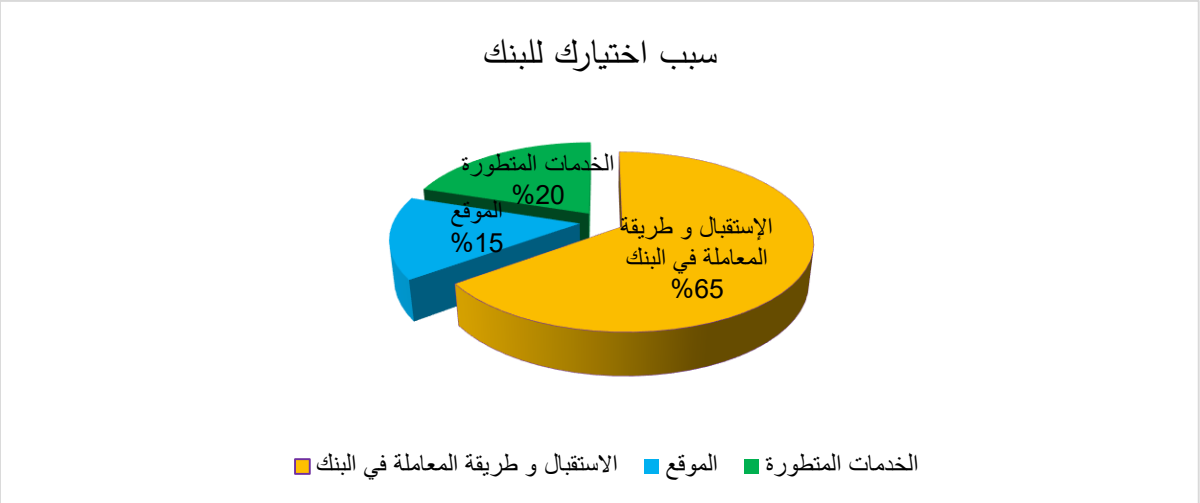
7/ سبب إختيار كل لبنك:

الجدول رقم (02-18): توزيع مفردات العينة حسب سبب إختيار البنك

سبب إختيـار البنك	التكرار [ni]	النسبة المئوية [%]
الاستقبال و طريقة المعاملة	86	65
الخدمات المتطورة	26	20
الموقع	20	15
المجموع	132	100

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

الشكل رقم (02-09): وصف متغيرة سبب إختيار البنك.



المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

تبين من خلال الشكل أعلاه أن سبب الإستقبال وطريقة المعاملة في البنك حقق نسبة فاعلة بقوة مع معطيات الإستبيان بنسبة (65%)، ويليها الخدمات المتطورة بنسبة (20%)، بينما احتل سبب الإختيار للبنك المتمثل في الموقع الرتبة الأخيرة بنسبة تفاعل (15%) من مجموع حجم العينة البالغ (132) مفردة.

3/ تحليل محاور الدراسة: نستدرج من خلاله تحليل اتجاهات إجابات العينة

أولا: المحور الأول: رقمنة القطاع المصرفي: إن معالجة إجابات العينة حول الظاهرة المدروسة أسفر جملة من النتائج الرقمية يتضح بيانها كما في الجدول الموالي:

الجدول رقم (02-19): اتجاهات إجابات محور رقمنة القطاع المصرفي

العبارات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	المتوسط	الانحراف	الاتجاه
العبارة 1	33	34	6	50	9	3,7576	1,36545	موافق
	25	25,8	4,5	37,9	6,8			
العبارة2	17	46	9	52	8	3,9091	1,22602	موافق
	12,9	34,8	6,8	39,4	6,1			
العبارة 3	27	45	15	37	8	3,6515	1,25391	موافق
	20,5	34,1	11,4	28	6,1			
العبارة 4	17	35	24	52	4	3,9318	1,14046	موافق
	12,9	26,5	18,2	39,4	3			
العبارة 5	35	39	11	42	5	3,5682	1,28523	موافق
	26,5	29,5	8,3	31,8	3,8			
العبارة 6	36	37	17	38	4	3,5227	1,25075	موافق
	27,3	28	12,9	28,8	3			
العبارة 7	22	23	15	62	10	3,1136	1,27002	موافق
	16,7	17,4	11,4	47	7,6			
العبارة 8	36	45	13	33	5	3,4394	1,23719	موافق
	27,3	34,1	9,8	25	3,8			
العبارة 9	21	26	14	59	12	3,1136	1,28198	موافق
	15,9	19,7	10,6	44,7	9,1			
العبارة 10	17	39	19	52	5	3,9167	1,16594	موافق
	12,9	29,5	14,4	39,4	3,8			
العبارة 11	4	11	6	59	52	4,0909	1,02231	موافق
	3	8,3	4,5	44,7	39,4			
العبارة 12	2	31	11	72	16	3,5227	1,02983	موافق تماما
	1,5	23,5	8,3	54,5	12,1			
العبارة 13	13	26	10	59	24	3,4167	1,26637	موافق
	9,8	19,7	7,6	44,7	18,2			
العبارة14	5	7	5	86	29	3,9621	0,90297	موافق
	3,8	5,3	3,8	65,2	22			
العبارة 15	7	14	22	62	27	3,6667	1,08189	موافق
	5,3	10,6	16,7	47	20,5			
العبارة 16	5	12	23	64	28	3,7424	1,01606	موافق
	3,8	9,1	17,4	48,5	21,2			
العبارة 17	4	12	15	79	22	3,7803	0,93543	موافق

			16,7	59,8	11,4	9,1	3	
محايد	1,24704	3,0985	10	58	20	23	21	العبارة 18
			7,6	43,9	15,2	17,4	15,9	
موافق	1,22004	3,4924	24	60	19	15	14	العبارة 19
			18,2	45,5	14,4	11,4	10,6	
موافق	1,17545	3,5	21	65	17	17	12	العبارة 20
			15,9	49,2	12,9	12,9	9,1	

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

تبين من خلال الجدول إن المحور الأول "رقمنة القطاع المصرفي " المتكون من أربعة أبعاد وما يعادل عشـ 20رون عبارة ، نسجل على الإجمال قيم متوسطات تتجه نحو درجة موافق إذ تعدت العينة (3.4) حيث سجل أعلى متوسط للعبارة (11) قيمة ($\bar{x}$=4.09) بلغت فيه درجة موافق بشدة (39.4%)تليها درجة (44.7%) أي أن عينة الدراسة وافقت بقوة على تلك الخدمات المصرفية الالكترونية المتوفرة هلال فترة العمل (24/7) ،أما بعد "الموثوقية" يسجل هو الأخر متوسطات متقاربة تراوحت بين (3.65–3.93) وبدرجة موافق، و يترجم ذلك الثقة المعتبرة التي يقدمها في شكل خدمات رقمية، أما بعد "الخصوصية" فقد سجل متوسط (3.81 إجمالا)، و التي تفسر بالموافقة على ما يقدمه البنك من المحافظة على خصوصيات العميل، واحتل في الأخير بعد "الكفاءة" لمتوسط (3.91) سجلت فيه العبارة الثانية متوسط (4.04) كأعلى متوسط ، وهو ما يفضي إلى كفاءة البنك في التمكن من التطورات التكنولوجية و الكفاءة في رقمنة العمليات الإجراءات في مجمل الخدمات.

ثانيا: المحور الثاني: رضا العميل

الجدول رقم (02-20): اتجاهات إجابات محور رضا العميل.

العبارات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	المتوسط	الانحراف	الاتجاه
العبارة 1	32	28	23	38	11	3,7576	1,32574	موافق
	24,2	21,2	17,4	28,8	8,3			
العبارة 2	16	16	31	47	22	3,3258	1,23867	موافق
	12,1	12,1	23,5	35,6	16,7			
العبارة 3	27	35	13	49	8	3,8182	1,29484	موافق
	20,5	26,5	9,8	37,1	6,1			
العبارة 4	8	10	9	71	34	3,8561	1,07811	موافق
	6,1	7,6	6,8	53,8	25,8			
العبارة 5	8	26	29	54	15	3,3182	1,10044	موافق
	6,1	19,7	22	40,9	11,4			
العبارة 6	20	28	21	48	15	3,0758	1,28182	موافق
	15,2	21,2	15,9	36,4	11,4			
العبارة 7	40	42	12	32	6	3,4091	1,27186	موافق
	30,3	31,8	9,1	24,2	4,5			

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

تبين من الجدول أعلاه أن كل عبارات محور رضا العميل سجلت متوسطات مرتفعة نسبيا بلغت أدنى قيمة لها عند العبارة السادسة بـ ($\bar{x}$=3.07)، وأعلى قيمة لها عند العبارة الرابعة ($\bar{x}$=3.85)، بانحرافات معيارية متقاربة، مما يوحي باستقرار إجابات العينة حول المحور وبلغ متوسط المهور ككل (3.63) بدرجة موافق التي تفسر الرضا التام والشبه مطلق لتلك الخدمات الالكترونية الرقمية التي يقدمها البنك والتي تفي بالغرض اتجاه العملاء.

المطلب الثالث: إختبار الفرضيات

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط بين رقمنة القطاع المصرفي ورضا العميل

للإجابة على الفرضية والتي تترجم إلى:

H_0: لا توجد علاقة ارتباط بين رقمنة القطاع المصرفي و رضا العملاء.

H_1: توجد علاقة ارتباط بين رقمنة القطاع المصرفي و رضا العملاء.

الجدول رقم (02-21): معاملات ارتباط لبيرسون بين رقمنة القطاع المصرفي و رضا العملاء.

		البعد1
البعد_1	Corrélation de Pearson	-,047
	Sig. (bilatérale)	,737
	N	132
البعد_2	Corrélation de Pearson	,270
	Sig. (bilatérale)	,050
	N	132
البعد_3	Corrélation de Pearson	,434
	Sig. (bilatérale)	,001
	N	132
البعد_4	Corrélation de Pearson	,442
	Sig. (bilatérale)	,001
	N	132
البعد_5	Corrélation de Pearson	,324
	Sig. (bilatérale)	,018
	N	132

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

تبين من خلال الجدول أعلاه أن كل العلاقات الإرتباطية بين المحور الأول (4 أبعاد) والمحور الثاني سجلت علاقات ارتباطيه ذات دلالة إحصائية حيث بلغت (Sig) قيما أقل من (0.05)، إلا تلك التي سجلتها مع البعد الأول حيث بلغت [(Sig=0.737)>0.05]: أي أن بعد الموثوقية يفتقر إلى الارتباط مع محور رضا العملاء وعلى العموم يمكن قبول صحة الفرضية (H_1) بوجود علاقة ارتباطيه بين رقمنة القطاع المصرفي ورضا العملاء.

الفرضية الثانية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لرقمنة القطاع المصرفي على رضا العميل.

للإجابة على الفرضية نشتق الفرضيتين الإحصائيتين:

H_0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين رقمنة القطاع المصرفي و رضا العملاء.

H_1: يوجد أثر بين رقمنة القطاع المصرفي ورضا العملاء.

الجدول رقم (02-22): معاملات المعنوية لبيرسون بين رقمنة القطاع المصرفي ورضا العملاء.

Axe2=	2.07+	0.245axe11	0.325axe12	0.081axe13	0.402axe14
	Sig= 0.000 T=7.75	Sig=0.00 T=6.82	Sig=0.00 T=1.64	Sig=0.00 T=4.02	Sig=0.00 T=3.27
N= 132	R^2=0.318	Sig f= 0.000			

المصدر: إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS 23.0

تبين من خلال مخرجات SPSS 23.0، وبعد المعادلة المحصل عليها أعلاه أن كل المعاملات سجلت قيما معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى الثقة (95%) حيث (Sig_4, Sig_3, Sig_2, Sig_1)< 0.05 وبلغ معامل التحديد (R^2=0.318) أي أن أبعاد محور رقمنة القطاع تفسر رضا العملاء (31.8%)، وسجلت (Sig_f=0.000) < 0.05 أي إن النموذج مقبول إحصائيا، وأما عن ترتيب الأثر فقد سجلت القيم (0.325, 0.245, 0.081, 0.402) للأبعاد (3،1،2،4) على الترتيب.

وكمجمل للفرضية فإننا نقبل حسب الدراسة الإحصائية بوجود أثر لرقمنة القطاع المصرفي على رضا العملاء بنسبة جد مقبولة.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل، تم تسليط الضوء على الجانب التطبيقي للدراسة المتعلقة برقمنة القطاع المصرفي في الجزائر، وذلك من خلال تحليل تجربة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BNA) كحالة ميدانية. وقد تم جمع المعطيات عبر استبيان موجه إلى عينة من موظفي البنك وعملائه، بهدف تقييم مستوى الخدمات الرقمية، ومدى رضا المتعاملين عنها بالإضافة إلى التعرف على أبرز الصعوبات التي تعترض هذا التحول الرقمي.

أظهرت نتائج الدراسة أن بنك BNA قطع أشواطًا مهمة في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية، على غرار التطبيقات البنكية وخدمات الدفع الإلكتروني، وهو ما انعكس إيجابًا على تقليص الإجراءات وتحسين سرعة المعاملات.

إلا أن النتائج بينت أيضًا وجود بعض التحديات، مثل ضعف الوعي الرقمي لدى بعض العملاء، ونقص التكوين المستمر للموظفين، بالإضافة إلى بعض القيود التقنية والتنظيمية.

يبرز من خلال هذا التحليل الحاجة إلى تفعيل إستراتيجية رقمية شاملة تقوم على تطوير البنية التحتية التكنولوجية، دعم الموارد البشرية بالكفاءات الرقمية، وتعزيز ثقة العملاء في المعاملات الإلكترونية، بما يضمن نجاح التحول الرقمي على مستوى البنك والقطاع المصرفي الوطني بصفة عامة .

خاتمة

يمكن القول إن التحول الرقمي أصبح ضرورة حتمية وليس خياراً للقطاع المصرفي، خاصة في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم في المجال التكنولوجي، وتغير سلوكيات وتوقعات العملاء نحو خدمات أسرع، أكثر أماناً وذات جودة عالية.

لقد أظهرت الدراسة أن الرقمنة، حين تُستعمل بشكل استراتيجي ومدروس، تُسهم بشكل ملموس في تحسين تجربة العملاء من خلال توفير خدمات مرنة، آنية، وشخصية، كما تعزز من كفاءة العمليات الداخلية للبنوك وتقلل من التكاليف التشغيلية على المدى البعيد. ومع ذلك، فإن الرقمنة لا تمثل حلاً سحرياً، إذ تتطلب مرافقتها بجملة من الشروط الأساسية، من أبرزها: توفير بنية تحتية رقمية قوية، حماية البيانات والمعلومات، تدريب الموارد البشرية، وتعزيز الثقة الرقمية لدى العملاء.

أبرز الجانب التطبيقي من المذكرة، من خلال دراستنا الميدانية، وجود علاقة إيجابية واضحة بين مستوى الرقمنة في البنوك ودرجة رضا العملاء، ما يوحي بتعزيز أهمية الاستثمار المستمر في تكنولوجيا المعلومات والتواصل، كذلك كسب ولاء العملاء مع مواكبة المنافسة المتزايدة في السوق المصرفي.

أخيرا، نأمل أن تسهم مذكرتنا المتواضعة، في إثراء النقاش الأكاديمي والمهني حول التحول الرقمي في القطاع المالي، مما يفتح آفاقاً جديدة للباحثين والمهتمين بهذا المجال الحيوي، الذي لا يزال في تطور مستمر.

ومن خلال الدراسة التي أجريناها نستطيع تلخيص الاستنتاجات والتوصيات التالية:

أولا: نتائج الدراسة:

1- الرقمنة أصبحت خياراً استراتيجياً أساسياً للمؤسسات المالية، توفر الكفاءات التشغيلية، مرونة تقديم الخدمات للعملاء، وتنافسية أكبر في السوق.

2- العميل الحديث أصبح يبحث عن خدمات مصرفية سريعة التوفر على مدار الساعة سهلة الاستخدام، وهو ما لا يتحقق إلا من خلال اعتماد أدوات وتقنيات رقمية متطورة.

3- توجد علاقة طردية قوية بين جودة الخدمات الرقمية المقدمة (مثل تطبيقات الهاتف، الخدمات الإلكترونية، والرد الآلي) ومستوى رضا العملاء وثقتهم بالمؤسسة المصرفية.

4- التحديات التي تواجه البنوك أثناء التحول الرقمي مشكلات تتعلق بأمن المعلومات، نقص الكفاءات المتخصصة.

5- تبين أن نسبة كبيرة من المبحوثين يعتمدون على التطبيقات البنكية والمواقع الإلكترونية في إجراء العمليات المالية اليومية، وهو ما يدل على تحول سلوك العملاء نحو الرقمنة.

6- أظهرت التحاليل أن أغلب العملاء راضون عن جودة الخدمات الرقمية المقدمة خاصة من حيث السرعة وتوفر الخدمة.

7- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الرقمنة ومستوى رضا العملاء.

8- تفاوت الرضا حسب الفئة العمرية حيث أظهرت النتائج أن الفئات الشابة أكثر رضاً وتفاعلاً مع الخدمات الرقمية مقارنة بالفئات الأكبر سناً.

ثانيا: التوصيات والاقتراحات:

1- الحاجة إلى مزيد من التوعية والتحسين في الخدمات.

2- تعزيز أمن المعلومات وحماية المعاملات الرقمية.

3- توسيع برامج التوعية الرقمية.

4- الاستثمار المستمر في البنية التحتية الرقمية

ثالثا: آفاق الدراسة:

إن موضوع رقمنة القطاع المصرفي من المواضيع الديناميكية التي تتطور بسرعة وباستمرار نتيجة للتقدّم التكنولوجي، وتحوّلات البيئة الاقتصادية والاجتماعية، وعليه فإن دراستنا تشكّل لبنة أولى في مسار طويل من البحوث العلمية، ويمكن توسيع آفاقها مستقبلاً من خلال التعمّق الأكثر في الجوانب التالية:

1. دراسة أثر الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء في القطاع المصرفي.
2. قياس رضا العملاء في ضوء تطبيقات الدفع الذكية..
3. دراسة تأثير الرقمنة على الموظف البنكي التقليدي.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولا: الكتب

- شكري ماهر، العمليات المصرفية الخارجية، دار الحامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
- عوض بديو الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، ط1، البيان للطباعة والنشر، مصر، 1999.
- سعيد يقطين، من النص الى النص مدخل إلى جماليات الإبداع التفاعلي، لبنان، المركز الثقافي العربي، 2005.
- الفرقة الثانية التكنولوجية.، نظم المعلومات الإلكترونية، المغرب، المركز الثقافي العربي، 2023.
- احمد الكبيسي. تطور النظم الآلية في المكتبات من الحوسبة إلى الرقمنة الافتراضية، مجلة العربية، العراق، العدد 300، 2008.
- نرمين المجدي، الذكاء الإصطناعي وتعلم الآلة، سلسلة الكتيبات التعريفية العدد 03، الامارات العربية المتحدة، 2020، ص 10
- علي أياد عماد، الحوسبة السحابية، البنك المركزي العراقي، دائرة تقنية المعلومات والاتصالات، 2018، العراق.
- عبد الجبار حسين الطرفي، انترنت الأشياء، كلية التكنولوجيا للتعليم والمعلومات، مصر،2021-2022.
- معاد سهى، تطور البنوك الذكية في عصر الاقتصاد الرقمي، إتحاد المصارف العربية، لبنان، 2021.
- مراد عبد الفتاح، موسوعة مصطلحات الجات ومنظمة التجارة العالمية، مصر، دون ناشر.
- نجم عبود، المدخل البياني إلى إدارة العمليات الإستراتيجية النظم والأسباب، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2004.
- المهيد برائد عبد العزيز، رضا العملاء والمستفيدين: أفكار تسويقية للمنظمات الربحية وغير الربحية .السعودية، مركز استراتيجيات التربية، 2017.
- شوكت منصور، إدارة خدمة العملاء، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الأردن. 2008.
- متوكل صالح أحمد صالح، دور الإشراف الداخلي في الفنادق وأثره في رضا الزبون، رسالة ماجستير في إدارة الفنادق، جامعة شندي، السودان، 2012.

ثانيا: المجلات.

- أحمد فرج أحمد، الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات أم خارجها، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 4، المملكة المتحدة، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، 2009.
- نجلاء، إبراهيم عبد الرحمان، وآلاء ناصر الشريمي. العوامل المؤثرة على الأداء المالي في شركة التأمين .مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، جامعة عبد المالك عبد العزيز، السعودية، العدد، ص. 47.

- نعيمة خالدي، تأثير البلوك شين على تحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية، الجغرافيا الاقتصادية، المجلد 2/0 العدد01، الجزائر ،2025، ص 75
- نسيمة محمود أبو العنين، أثر اعتماد مراقب الحسابات على تقنيات أتمتة العمليات الروبوتية على ادراكه لموردوها الإيجابي على جودة المراجعة، مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، العدد الثالث، مصر، 2024، ص568
- سامي ذياب محل .أثر إستراتيجية الاستقرار في رضا العميل –دراسة تحليلية في شركة ألبان تكريت المحدودة– مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 3، العدد 7، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، العراق، 2007.
- عتيق، ش.، عامر، الصعوبات والتحديات لمواجهة التحول الرقمي في الجزائر، دراسة حالة، المجلة الجزائرية للمالية العامة، المجلد 15، ص 451
- البنك المركزي العراقي، نظام المقاصة الالكترونية .(automated clearing house–ACH) 2016، العراق.

ثالثا: المذكرات

- عيش عبد النور وقطوش إسكندر، تسيير إدارة الموارد البشرية: دراسة حول تطبيقات فعالة في المؤسسات. مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير الأكاديمي في التسيير. جامعة محمد بوضياف، المسيلة، السنة الجامعية 2021/2020، ص 12.

رابعا: المواقع الالكترونية

- **http://www.bna.dz**
- https://n9.cl/42xtl2
- https://n9.cl/mc4t33K
- https://n9.cl/mpucbp
- https://n9.cl/t8517

خامسا: المراجع الأجنبية

- Carl E, Walsh, Monetary theory and practice, 3 thed, Mac Donald Event LTD, London, England, 2010, P27
- Poor Mohamed Ibrahim E Adnentairen Al-Namr، Financial Bank، stabs an English 3th edition ، Al Isra University، Jordan، 2003،p12
- Sony kapoor: A simpler، smaller، safer more divers and more stable banking system is what we need! The future of finance،inder،p3
- Laura Alfaro a ،Areendam Chandac،sebnemkalemliozcanbrd،selinsayek- Does foreign direct investment promote groth? Exploring the role of financial markets on linkages، journal of development economics 91 (2010)

- Rose،s peter. Money and capital market. 10thedition . Mc-cjroo. Hill، I runin، USA 2008. P89
- Dirk Herenans and Alessio M. Pacces. Regulation of bankikng and financial market. University of Amsterdam. Holland.2011SSRN Electronic Journal. P559
- Laurence S Ritter E William L. Siller،Principales of money. Banking and Financial Markets،6th edition ، USA. Inc ، 1988،P 414-415
- P. Kotler. *Marketing Management.* Prentice-Hall (10th ed.). (2000), USA, p 7

الملاحق

الملحق رقم (01) :

إستبيان بحث علمي:

الأخ المستجيب / الأخت المستجيبة،

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته،

تقوم الطالبتان حاليًا بإجراء دراسة علمية بعنوان: "رقمنة القطاع المصرفي ودوره في تحقيق رضا العميل: دراسة ميدانية على البنك الوطني الجزائري – تيارت"، وذلك كجزء من متطلبات الحصول على شهادة الماستر في تسويق الخدمات بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير – جامعة إبن خلدون بتيارت.

نثق بكم وباهتمامكم واستعدادكم الدائم لدعم الأبحاث العلمية التي تخدم وتطور المجتمع. نأمل من سيادتكم التكرم بقراءة بنود الاستبيان واختيار الإجابة المناسبة لكافة الأسئلة من وجهة نظركم. علمًا بأن هذه الدراسة لا تتطلب ذكر الاسم، وأن جميع المعلومات ستُستخدم حصرًا لأغراض البحث العلمي. شاكرين لكم تعاونكم المثمر.

مع أطيب التحيات،

مع خالص الشكر والتقدير

إشراف الأستاذة: زقرير نصيرة

إسم الطالبتان:

- وليـــــد آمـــــال
- بوهبتون رانية مليكة

الخصائص الديموغرافية:

1) صفة العميل:

فرد ☐ مؤسسة ☐

---

2) الجنس:

ذكر☐ أنثى☐

---

3) السن:

أقل من 30 سنة ☐ من 30 إلى 39 سنة☐

من 40 إلى 49 سنة☐ من 50 سنة فأكثر ☐

---

4) المستوى الدراسي:

إبتدائي☐ متوسط☐

ثانوي☐ جامعي☐

---

5) مدة التعامل مع البنك:

أقل من سنة☐ من سنة إلى 5 سنوات☐

من 6 إلى 10 سنوات☐ أكثر من 10 سنوات☐

---

6) العمليات المصرفية التي يقومون بها:

إيداع وسحب وتحويل الأموال ☐ إيجارات ☐

قروض وتمويلات☐ خدمات أخرى ☐

---

7) سبب اختيارك للبنك:

الموقع ☐ الخدمات المتطورة ☐ الاستقبال وطريقة المعاملة في البنك جيدة ☐

الرجاء بيان الرأي بالعلامة (X) لتحدي مدى الاتفاق بما يرد في كل عبارة من العبارات التالية:

المحور	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
محور الموثوقية	لدي ثقة عالية للاعتماد على خدمات المصرف الإلكترونية					
	يحرص البنك على التعامل الكترونيا مع عملائه منذ المرة الأولى					
	يقدم البنك خدمة إلكترونية بإنتظام					
	يحرص البنك على عدم وجود مشاكل في منتوجاته الإلكترونية					
محور الأمن و الخصوصية	الخدمات المصرفية الإلكترونية لا تسمح للآخرين بالولوج إلى حساباتي					
	تؤمن خدمة المصرف الإلكترونية حماية عالية للعمليات المصرفية					
	خدمة المصرف الإلكترونية أمنة ومحمية من أي عملية غش أو قرصنة					
	الأجهزة الأمنية لخدمات المصرف الإلكترونية تحمي المعلومات التي يتم إرسالها من قبلي					
	الخدمات المصرفية الإلكترونية توفر الحماية للخصوصية الشخصية					
	أشعر بالأمان خلال قيامي بالعمليات المصرفية بواسطة الأنترنت					
محور الكفاءة	أفضل استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية على زيارة الوكالة للقيام بمعاملاتي					
	توفر البنوك الإلكترونية خدمات سريعة للعملاء					
	التعليمات التي تقدمها أجهزة الصراف الآلي واضحة وسهلة المتابعة					
	تعتبر الخدمات الإلكترونية أكثر ملائمة للعملاء					
محور الإستجابة و التواصل	إدارة البنك تتعاطف مع العملاء عندما يواجهون مشكلة					
	يضع البنك مصلحة عملائه من أولوياته					
	الخدمات المصرفية الإلكترونية متوفرة 24/7					

	الخدمات المصرفية الإلكترونية تستجيب بسرعة لطلبات العملاء					
	المساعدة تتوفر فورا في حال وجود أي مشكلة					
	المصرف يتعامل بلطف مع الشكاوى حول الخدمات الإلكترونية					
محور رضا العملاء	استخدامي للخدمات المصرفية الإلكترونية كان القرار السليم باعتقادي					
	لدي رضا عالي عن الخدمات المصرفية الإلكترونية					
	الخدمات المصرفية الإلكترونية تخطت توقعاتي بالإجمال					
	استخدام الخدمات الإلكترونية أفضل بكثير من زيارة البنك (ربح الوقت ، الجهد و التكلفة)					
	ساهمت الخدمات الإلكترونية بزيادة ولائي للبتك					
	يتم صيانة الاختلالات في أنظمة الدفع الإلكترونية مباشرة عند التعطل					
	تساهم الخدمات البنكية الإلكترونية في تقليص حاجتي إلى النقود السائلة					

الملحق رقم (02) :

بطاقة التوفير بفائدة

الملحق رقم (03) :

بطاقة التوفير للقصر بفائدة

الملحق رقم (04) :

طاقة التوفير للقصر بدون فائدة

الملحق رقم (05) :

بطاقة التوفير بدون فائدة

الملحق رقم (06) :

البطاقة البيبنكية الكلاسيكية

الملحق رقم (07) :

البطاقة البيبنكية الذهبية

الملحق رقم (08) :

البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع

الملحق رقم (09) :

بطاقة النخبة

الملحق رقم (10) :

بطاقة VISA

الملحق رقم (11) :

بطاقة "One Pay" البيبنكية

الملخص:

الملخص بالغة العربية:

تهدف هذه المذكرة إلى دراسة عملية رقمنة القطاع المصرفي في الجزائر، مع التركيز على التحديات والفرص المرتبطة بها، وذلك من خلال تحليل واقع البنوك الجزائرية في ظل التحول الرقمي، خاصة البنك الوطني الجزائري (BNA).

تناولت الدراسة الإطار النظري للرقمنة، مبينة مفهومها وأهميتها في القطاع المصرفي، بالإضافة إلى الأدوات والتقنيات الرقمية المعتمدة مثل الخدمات البنكية عبر الإنترنت، التطبيقات المصرفية، والذكاء الاصطناعي. كما تطرقت إلى أثر الرقمنة على جودة الخدمات البنكية، رضا العملاء، وكفاءة الأداء المصرفي.

اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي، مدعوم باستقصاء ميداني استهدف مجموعة من الموظفين والعملاء ببنك BNA من أجل الوقوف على مستوى الرقمنة في البنك وتقييم مدى فعالية التطبيقات الرقمية المعتمدة.

خلصت المذكرة إلى أن الرقمنة أصبحت ضرورة ملحة للقطاع المصرفي الجزائري لمواكبة التطورات التكنولوجية العالمية، رغم وجود بعض التحديات مثل ضعف البنية التحتية الرقمية، نقص التكوين، وضعف الثقة في المعاملات الإلكترونية. وقد أوصت الدراسة بضرورة تسريع وتيرة الرقمنة من خلال تعزيز الاستثمار في التكنولوجيا والتكوين، وتحديث الإطار القانوني والتنظيمي للعمل المصرفي الرقمي

الكلمات المفتاحية: رقمنة القطاع المصرفي، الخدمات البنكية الإلكترونية، رضا الزبون، التطبيقات المصرفية

Abstract:

This thesis aims to study the digitization process of the banking sector in Algeria, with a focus on the associated challenges and opportunities. It analyzes the current state of Algerian banks amid digital transformation, particularly the case of the Banque Nationale d'Algérie (BNA).

The study explores the theoretical framework of digitization, highlighting its concept and significance in the banking sector, in addition to the digital tools and technologies adopted—such as online banking services, mobile applications, and artificial intelligence. It also addresses the impact of digitization on service quality, customer satisfaction, and banking performance efficiency.

The research adopted a descriptive and analytical methodology, supported by a field survey conducted with a sample of employees and clients of BNA to assess the level of digitization in the bank and the effectiveness of its digital applications.

The thesis concludes that digitization has become an urgent necessity for the Algerian banking sector to keep pace with global technological advancements. However, some challenges persist, including weak digital infrastructure, insufficient training, and low trust in electronic transactions. The study recommends accelerating the pace of digitization by increasing investment in technology and training, and by updating the legal and regulatory framework governing digital banking operations.

Keywords: Digitization of the Banking Sector, Electronic Banking ervices, Customer Satisfaction, Banking Applications