

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت
كلية العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير



مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في

تخصص: إقتصاد بنكي ونقدي

تحت عنوان:

تقييم جودة الخدمات البنكية باستعمال أدوات الذكاء الإصطناعي
- دراسة حالة بنك خارجي جزائري BEA -

❖ من إداد الطالبين :

- بلال أحلام

- بودلال فاطمة الزهراء

❖ تحت اشراف الأستاذ

- بن مسعود نصر الدين

لجنة التقييم:

المشرف: د. بن مسعود نصر الدين مشرفا

الممتحن الأول: أ. بن عامر عبد الكريم ممتحنا

الممتحن الثاني: أ. بو علي عبد القادر رئيسا

السنة الجامعية: 2022/2021

الإهداء

الحمد الكثير والشكر الجزيل الأول والأخير للمولى الكريم الذي أنار عقلنا
ودربنا وألهم قلبنا بنور العلم ووفقنا في مذكرتنا وما كنا لنوفق إلا بآيدنه والصلاة
والسلام على الحبيب المصطفى سيدنا محمد صلى الله عليه و السلام.

نتقدم بإهداء ثمرة دراستنا هذه :

إلى أعز من نملك في الدنيا، إلى نبع الحنان واللفظ والأمان ينبوع الرحمة
والعطف والإحسان

إلى من ربانا صغارا وأرشدانا ونحن كبار ودفعانا إلى النجاح كثيرا إلى من كانت
طاعتها في طاعة الله

إلى :الوالدين الكريمين حفظهما الله وأطال عمرهما.

كما نتقدم بالإهداء والشكر لمن قاسمونا كل لحظة لحظات عمرنا حلو الحياة
ومرها وأحاطونا بمحبتهم واهتمامهم.

أحلام وفاطمة

شكر وعرفان

نحمد الله على جزيل نعمته، ونشكره شكر المعترف بمننه وآلائه ونصلي ونسلم على صفوة أنبيائه، وعلى آله وصحبه وأوليائه أما بعد:

"من لم يشكر الناس، لم يشكر الله" واعترافا منا بالفضل وتقديرا للجميل، لا يسعنا ونحن ننتهي من إعداد هذه المذكرة إلا أن نتوجه بجزيل شكرنا وامتناننا

إلى:

-أستاذنا ومشرفنا،" الدكتور بن مسعود نصر الدين على قبوله الإشراف على هذه المذكرة ولما منحه لنا من وقت و جهد وتوجيه، وإرشاد وتشجيع، ودعم لإنجاز هذا العمل؛
-نتقدم بالشكر الجزيل و العرفان بالجميل إلى أساتذتنا الأفاضل الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة، الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة و كان لهم فضل علينا لإتمام هذه المذكرة والوصول إلى هذه المرحلة؛

-كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الذين تكرموا وتفضلوا بقراءة هذا البحث وتحملوا عناء مناقشته وتقييمه وتقويمه، وتصويب ما بدا من أخطاء و هفوات؛

-عرفاننا الأکید و امتناننا إلى كل زملائنا الذين كانوا عوننا و زرعوا التفاؤل في دربنا، دون نسيان تشجيعاتهم المتواصلة وحرصهم الدائم على إتمام هذه المذكرة فلهم منا كل الشكر؛

-إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد ولو بسؤاله؛ فأملنا أن يرقى هذا العمل إلى تطلعات كل هؤلاء، ويستجيب إلى شروط البحث العلمي، و يصل إلى الغاية التي رسمت له في بدايته؛

فهرس

المحتويات

	إهداء
	- شكر و عرفان
04	- فهرس المحتويات
08	- قائمة الأشكال
09	- قائمة الجداول
10	- مقدمة
الجانب النظري	
13	- الجودة و الخدمة و تقييم جودة الخدمات البنكية
13	- أساسيات حول الجودة
13	- تعريف الجودة.
14	- نشأة و تطور الجودة
16	- أبعاد الجودة
17	- أهمية الجودة
18	- عموميات حول الخدمة
18	- تعريف الخدمة.
18	- خصائص الخدمة.
19	- تصنيفات الخدمة.
20	- أهمية الخدمة.
20	- جودة الخدمات البنكية.
20	- تعريف جودة الخدمات البنكية.
21	- أبعاد جودة الخدمات البنكية.

22	- متطلبات جودة الخدمات البنكية.
23	- أهمية جودة الخدمات البنكية.
23	- قياس جودة الخدمات البنكية و طرق تحسينها.
25	- الذكاء الاصطناعي.
25	- تعريف الذكاء الاصطناعي.
26	- فروع الذكاء الاصطناعي.
27	- أدوات الذكاء الاصطناعي : المنطق الضبابي .
27	- مفهوم المنطق الضبابي
27	- أدوات المنطق الضبابي
28	- نظام الاستدلال الضبابي.
28	- نموذج الاستدلال الضبابي لتقييم جودة الخدمات البنكية.
31	- الدراسات السابقة.
الدراسة الميدانية	
34	- نظرة عامة على البنك الخارجي للجزائر BEA
34	- لمحة عن بنك الجزائر الخارجي
35	- نشأة و تطور بنك الجزائر الخارجي
37	- التنظيم الإداري لبنك الجزائر الخارجي
41	- وظائف بنك الجزائر الخارجي
42	- نشاطات و مهام بنك الجزائر الخارجي
الإطار المنهجي للدراسة	
43	- مجتمع و عينة الدراسة
43	- حدود الدراسة الإستطلاعية

45	- طرق المعالجة الإحصائية
46	- اختبار صدق و ثبات بيانات الدراسة
65	- الدراسة التطبيقية للمنطق الضبابي
69	- الملاحق
72	- خاتمة
74	- قائمة المصادر والمراجع
78	- الملخص Abstract

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم
30	الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي	1
39	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	2
48	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن	3
50	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى العلمي	4
51	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة العمل	5
53	نموذج الاستدلال الضبابي	6
65	نموذج الإستدلال الضبابي لتقييم جودة الخدمات البنكية	7
69	دوال الإنتماء المثلثية الخاصة بمعدل الإعتمادية	8
69	دوال الإنتماء المثلثية الخاصة بمعدل الملموسية	9
69	دوال الإنتماء المثلثية الخاصة بمعدل الإستجابة	10
69	دوال الإنتماء المثلثية الخاصة بمعدل الأمان	11
69	دوال الإنتماء المثلثية الخاصة بمعدل التعاطف	12
70	دوال الإنتماء المثلثية الخاصة بجودة الخدمات البنكية	13
70	القواعد الشرطية الخاصة بنموذج الدراسة	14
71	مخرجات تقنية الإستدلال الضبابي	15

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
44	مقياس تحديد مستوى الأهمية	01
46	قيم معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة	02
47	قيم معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة	03
48	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	04
49	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	05
51	توزيع افراد عينة الدراسة حسب المستوى العلمي	06
52	يمثل توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل	07
54	البيانات المتعلقة باتجاهات افراد عينة الدراسة	08
62	المتوسطات ، الانحرافات المعيارية و قيمة "ت" لجودة الخدمات البنكية حسب متغير الجنس	09
63	التباين ومجموع المربعات ودرجات الحرية ومتوسط المربعات وقيمة "ف" ومستوى الدلالة حسب متغير طبيعة العمل	10
66	مدخلات و مخرجات نموذج الإستدلال الضبابي	11

1. مقدمة :

برز القطاع البنكي كأهم القطاعات الخدمية في النظم الاقتصادية و المالية للدول لما له من تأثير إيجابي على التنمية الاقتصادية وحيث يساهم بنسبة كبيرة في إشباع الاحتياجات المالية و الانتمائية للأفراد .

حيث تقوم البنوك بدور الوساطة المالية بين المدخرين و المستثمرين، كما تقوم بتقديم العديد من الخدمات المالية و المصرفية الأخرى تسعى من خلالها إلى تحقيق أعلى عائد ممكن بغية تمكينها من الاستمرار و النمو و بالمقابل مواجهة مخاطر محتملة و العمل على تقليلها . وقد أدت التطورات و التغييرات التي صاحبت التحولات العالمية خاصة مع ظهور العولمة و ما نتج عنها من إلغاء للقيود على النشاط الاقتصادي إلى خلق منافسة حادة بين البنوك نظرا لكون جميعها تقوم تقريبا بتقديم نفس نوع الخدمات، فيما يظهر الاختلاف في مستوى جودة الخدمات.

ويعتبر موضوع جودة الخدمات و بالتحديد جودة الخدمات البنكية من المواضيع التي شغلت أراء الباحثين و المختصين وذلك على كيفية قياس الجودة بعدما اتفقوا على ضرورة قياس جودة الخدمة كأحد المداخل الأساسية لتطوير الجودة و تحسينها ولقد تركزت جهودهم في إيجاد المنهجية المناسبة لقياس الجودة، و إذا كان من الضروري اللجوء إلى مقاييس جودة الخدمة و الاستعانة بها من أجل تحسين و تطوير الخدمات التي يقدمها البنك لزيائنه، فإنه يتوجب عليه قياس و تقييم جودة هذه الخدمات اعتمادا على أراء هؤلاء الزبائن من حيث ما يقدم لهم من خدمات، لأن مفهوم جودة الخدمة في هذا الاتجاه يمكن البنك من الحصول على المعرفة اللازمة التي تسمح له بإعادة تصميم و تشكيل خدماته بما يلبي حاجات و رغبات العملاء و يتجاوز توقعاتهم، وصولا إلى رضاهم، و استمرارية تعاملهم مع البنك في المدى البعيد.

✓ إشكالية البحث :

انطلاقا مما سبق تتبلور لنا إشكالية البحث على النحو التالي : ما هو مستوى جودة الخدمة المقدمة من طرف بنك الجزائر الخارجي ؟

و للإجابة على هذه الإشكالية تم استخدام أداة من أدوات النكاء الاصطناعي (المنطق الضبابي)
لقياس مستوى جودة الخدمة و ذلك من خلال التعرف على توقعات العملاء و إدراكهم لمستوى جودة
الخدمات التي تقدمها لهم البنوك.

✓ الأسئلة الفرعية:

و للإلمام بمختلف جوانب الموضوع تعرضنا ل طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما لمقصود بجودة الخدمة البنكية ؟
- ماهي المعايير التي يعتمد عليها العملاء في تقييمهم لجودة الخدمات البنكية المقدمة إليهم ؟
- ماهي اهم النماذج المعتمد عليها في قياس جودة الخدمات المصرفية؟
- ماهو مستوى جودة الخدمة البنكية في بنك الجزائري الخارجي؟

✓ فرضيات الدراسة:

وتدعيما للاشكالية السابقة تم صياغة الفرضيات التالية :

- جودة الخدمة تعتبر وسيلة لتحقيق رضا العميل
- تختلف المعايير التي يعتمد عليها عملاء المصرف في أهميتها النسبية عند تقييمهم لجودة الخدمات المصرفية
- هناك عدة أدوات لقياس جودة الخدمات البنكية من بينها نموذج المنطق الضبابي
- يقدم بنك الخارجي الجزائري الخدمة المصرفية بمستوى....

✓ أهمية الدراسة:

يرتبط مصير البنوك بفعالية العلاقة مع العملاء، و خوفا من عدم تحقق ذلك تسعى لتجنبه باتباع كل ما
يرضي العملاء و من بين الميزات التي توصل إلى ما سبق هي الجودة في التعامل مع العملاء و الجودة
في تقديم خدمات مميزة عن خدمات البنوك الأخرى تعد بمثابة العامل الأساسي لنجاح أو فشل البنوك
للوصول إلى أهدافها.

✓ أهداف الدراسة:

- قياس مدى الجودة التي يقدمها البنك
- كشف علاقة الجودة بالخدمة البنكية و مكانتهما في منافسة البنوك الأخرى

✓ تقسيمات الدراسة:

لقد قسمنا الدراسة إلى جانبين جانبيين نظري و جانب تطبيقي.

يحتوي الجانب النظري على مفاهيم عامة حول الجودة و الخدمة و جودة الخدمات البنكية و تطرقنا فيه إلى الذكاء الاصطناعي حيث ابرزنا مفهومه و فروع و أدواته.

أما بالنسبة إلى الجانب التطبيقي.....

و في الاخير ختمنا هذا البحث بخاتمة عامة تلخص نتائج الدراسة.

. الجانب النظري

1.2. الجودة والخدمة وتقييم جودة الخدمات البنكية

1.1.2. أساسيات الجودة:

(أ) تعريف الجودة

الجودة لغة أصلها من الجود والجيد نقيض الرديء، أما الجودة اصطلاحاً فهي مشتقة من الكلمة اليونانية (Qualitas) ويقصد بها طبيعة الشيء ودرجة صلاحه¹.

أما في الفكر الإداري فلقد تباينت وتعددت التعريفات التي أوردها الباحثون والمهتمون، لذلك نجد تنوع وتعدد التعاريف التي تناولت هذا المفهوم، نذكر من بين هذه التعاريف :

- عرفت المواصفة الدولية (ISO 9000:2000) الجودة على أنها: "درجة تلبية مجموعة الخصائص المورثة في المنتج لمتطلبات الزبون."²
 - فيما عرفت لها ا لرابطة الأمريكية لمراقبة الجودة : "الجودة بأنها مجموعة من خواص ومواصفات السلعة أو الخدمات المتعلقة بقدرتها على تلبية المتطلبات الموجودة أو المفترض وجودها فالجودة تحصل ل حين تقدم المنظمة السلعة أو الخدمة حسب المواصفات التي تحقق احتياجات الزبائن."³
 - عرفت الجمعية الأمريكية للجودة : "بأنها المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في مقدرة سلعة أو الخدمة معينة على تلبية حاجات معينة، وأنها أشياء مختلفة تتفق مع محيط الأفراد."⁴
- ومن خلال استعراض التعاريف السابقة نستخلص أن الجودة تعني عرض الخدمة على الزبائن وإظهارها لهم بما يرضي ويشبع حاجاتهم كما يتوقعونها وبأقل التكاليف وبالتالي فهي وسيلة لدعم المنافسة وكسب ولائهم.

1 - السامرائي، مهدي صالح؛ إدارة الجودة الشاملة فالقطاعين الإنتاجي والخدمي، دار جريب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2002 ، ص49

2 - جودة محفوظ احمد، إدارة الجودة الشاملة : مفاهيم وتطبيقات، دار وائل لنشر، 2004 ، ص19

3 - مصطفى محمد محمود، التسويق الاستراتيجي للخدمات، ط 1، دار مناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2003 ، ص 277

4 - حفصاوي عائشة، أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون دراسة استطلاعية من وجهة نظر عينة من زبائن بعض الوكالات البنكية بأم البواقي،مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و التسيير، جامعة أم البواقي، 2014-2015،ص21.

ب) نشأة وتطور الجودة

يمكن إرجاع أصول التفكير في الجودة إلى حقبة زمنية بعيدة فكانت الدقة والإتقان هما المرادف الأساسي للجودة، حيث ظهرت في حضارة متعددة في مقدمتها الحضارة الفرعونية (في بناء الأهرامات) والحضارة الصينية (بناء صور الصين العظيم)، وفي الإسلام كان رسول الله صلى الله عليه وسلم يحث على الاهتمام بالجودة في العمل من خلال الأحاديث حيث يقول صلى الله عليه وسلم: "إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملاً أن يتقنه".

ومنذ بداية القرن العشرين وانطلاق الثورة العلمية والتكنولوجية، بدأت ثورة الجودة في منتصف القرن الماضي عندما ركز اليابانيون على الجودة كسلاح للمنافسة ثم حذت حذوها في ذلك عدد من دول جنوب شرق آسيا (النمور الآسيوية) وبعض الدول الغربية، فظهرت العديد من المفاهيم والمصطلحات التي عكست التطور المتسارع لمفهوم الجودة حيث ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بالإدارة كوظيفة أساسية وقد اتفق معظم الباحثين على المراحل التاريخية التالية⁵:

• المرحلة الأولى: مرحلة مسؤولية العامل (الحرفي) عن الجودة (قبل عام 1900 هـ):

الملاحظ الأساسية لهذه المرحلة أن التحكم في الجودة كان يتم برقابة العامل على عمله اعتماداً على مهارته ودقة أدائه، حيث كان الإنتاج يعتمد على اليدوية كما كان بمعدلات قليلة يسهل السيطرة عليها وتحديد نطاق المسؤولية فيها.

• المرحلة الثانية: مرحلة مسؤولية الملاحظ (رئيس العمال) عن الجودة (1900 إلى 1920 هـ):

مع بداية القرن العشرين ظهر مفهوم التصنيع الحديث و زادت معدلات الإنتاج، وظهرت الحاجة إلى تنميط بعض الأعمال والمنتجات المستخدمة كقطع الغيار لبعض المعدات، ومن هنا أصبح أداء العمالة يتشابه في نوعية العمل، واعتمد أسلوب العمل في هذه المرحلة على تقسيم العمالة إلى مجموعة مسؤولة من أحد الأشخاص كملاحظ لها، ويتحدد عمله الأساسي في مراجعة الأعمال والتأكد من جودة الإنتاج، وبذلك نجد تطوراً في أسلوب الرقابة من حيث التنظيم (مجموعة العمل) والمسؤوليات (عامل/ ملاحظ).

• المرحلة الثالثة: مرحلة رقابة المفتش الفحص (1920 إلى 1940):

⁵ - فوزي بويضان، موجد السعيد، جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر الزبائن دراسة حالة ميدانية بينك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة ميلة-،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ،قسم العلوم الاقتصادية والتجارية،المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، 2019-2020، ص10

خلال هذه الفترة زادت معدلات الإنتاج التطور في التفتيش، ووجود تداخل في خطوات الإنتاج المعتمدة وزيادة حجم العمالة، التي تخضع لرئيس العمال مع تنوع الأعمال التي يقوم بها نفس العامل، مما أدى إلى الحاجة لتخصيص عمالة وتدريبها على أعمال التفتيش، وبذلك ظهرت وظيفة المفتش الذي يقوم بعمل الرقابة والإصلاحات المطلوبة طبقا لخطوات التصنيع، وبذلك نجد تطورا ملحوظا في التنظيم بظهور وظيفة المفتش المستقل عن العامل والملاحظ وتحديد النقاط محددة أثناء الإنتاج تخضع للتفتيش وبذلك تقل تكاليف الإصلاح في التفتيش النهائي.

• المرحلة الرابعة: مرحلة الرقابة الإحصائية (1940 الى 1960)

تميزت هذه المرحلة باستعمال الأساليب الإحصائية و تطويرها، في متابعة عملية الإنتاج، قصد الحصول على منتجات أكثر تماثل في خصائصها، ما أدى إلى تجاوز مرحلة تفتيش الجودة إلى مرحلة الرقابة الإحصائية يقصد بها أنشطة و أساليب العمليات التي تستخدم لإتمام متطلبات الجودة، و اتسمت هذه المرحلة ببناء أساليب إحصائية مستحدثة يمكن من خلالها أداء أنشطة مراقبة الجودة احصائيا، إن التركيز على الإنتاج الكبير أدى إلى ظهور أساليب إحصائية و تطور استخدامها في مجال مراقبة الجودة، فخلال الحرب العالمية الثانية وضعت عدة معايير و مواصفات لتطبيق مراقبة الجودة الإحصائية في مجال صناعة الأسلحة بالولايات المتحدة.⁶

• المرحلة الخامسة: توكيد وضمان الجودة (1960 الى 1980)

نظام يهدف إلى ضمان جودة الإنتاج في جميع مراحل التنفيذ وهو نظام متكامل وفعال، يهدف إلى الاكتشاف الفوري للعيوب ودعم التوافق الذي يؤثر على جودة المنتج أو الخدمة، ووضع الإجراءات التصحيحية لها والضوابط اللازمة لمنع حدوثها مستقبلا، ونظام توكيد(ضمان) الجودة يعتمد على وضع ضوابط و اجراءات في كل مرحلة من مراحل دورة حياة المنتج، من جودة التصميم الذي يغطي احتياجات الزبون وتوقعاته إلى تتبع المنتج بعد خروجه وخدمته والتغذية العكسية لانعكاسات المستهلك بعد الاستخدام. وقد ظهرت الحاجة في هذه المرحلة إلى وجود بنود أساسية وفعالة لتطبيق نظام توكيد الجودة حيث أصدرت المنظمة العالمية للمواصفات القياسية ISO (سلسلة المواصفات 9000) ISO ، التي تشمل على إرشادات للمؤسسات لبناء نظام توكيد الجودة والأسس الفنية والتنظيمية، التي يؤدي تطبيقها إلى منتج جديد في جميع مراحل مع تحديد المهام الوظيفية التي تؤدي في النهاية إلى إرضاء الزبون

⁶ - فوزي بويضان، موجد السعيد، مرجع سابق، ص11

• المرحلة السادسة: إدارة الجودة الشاملة (1980 حتى الان):

شهدت هذه الفترة صراعا تنافسيا، تبين فيه أن تدخّل ضمان الجودة لم يعد قادرا في حدّ ذاته على تحقيق التميّز الواضح في كافة العمليات التي تقوم بها المؤسسة، بما يضمن الجودة المتميّزة للمنتجات والخدمات المؤداة. كما زاد الاهتمام برغبات العملاء بمفهومها الواسع داخل المؤسسة والسعي لتحقيقها، فبات من الضروري البحث عن سبل لتخطيط إستراتيجي يضمن تضافر كافة الجهود لتحقيق مهام محددة وأهداف واضحة في ضوء رغبات وتوقعات العملاء، وأصبح أيضا من الضروري البحث عن فلسفة تنظيمية تحكم العمل بالمؤسسة يكون أساسها التحسّن المستمر في الأداء وتحليل المشكلات وحلّها، فحاولت العديد من المؤسسات تحسين أوضاعها وفق ما أطلق عليه "إدارة الجودة الشاملة" كمدخل إداري حديث أدّى إلى التغيير الجذري في مفاهيم الجودة.⁸

ج) أبعاد الجودة :

يمكن إيجاز أبعاد الجودة من خلال ما يلي⁹:

أ-الإعتمادية :

تعني الإلتزام بتقديم الخدمة حسب الموعد إذ يلتزم بالوعد (يتعهد). ويصفها (Davis) أنها درجة التزام المصرف بالموعد اتجاه الزبون. أي ان المصرف الذي يزود الزبائن بخدمة موثقة جدا.

ب-الإستجابة:

يقصد بالاستجابة الرغبة في المساعدة، والاستجابة هي وجود الإرادة لمساعدة الزبائن وتزويدهم فوراً بالخدمة ويركز هذا البعد على المجاملة واللفظ والأصل في التعامل مع طلبات الزبون من الأسئلة، والشكاوى والمشكلات.

7 - فوزي بويضان، موجد السعيد، مرجع سابق، ص11

8 - فوزي بويضان، موجد السعيد، مرجع سابق، ص12

9 - ايت رابح ليندة، دور جودة الخدمة في خلق ميزة التنافسية للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة ALGERIE BEINX،

شهادة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محند أولحاج البويرة، 2018-2019، ص8

أ.م.د. عبد الأمير عبد الحسين شبايع . م.م رحيم عبد محمد الموسوي أثر عناصر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على

سلوك الزبائن في إختيار المصارف التجارية.المعهد العالي للدراسات المحاسبية و المال - جامعة بغداد

ث- **الملموسية**: تعني الدليل المادي للخدمة ويتم التعرف على الملموسية بسهولة من خلال الزي الرسمي لموظفي المصرف، وتوفير المكان المناسب للموظفين حتى يتمكنوا من تقديم خدمة جيدة للزبون في الوقت اللازم.

ت- **الأمان**: تسعى جميع المنظمات المصرفية لكسب قناعة الزبون وذلك بقدره المصرف على كسب ثقة الزبائن (Kotler, 2000: 59) بالمعلومات ولطف القائمين على تقديم الخدمة، وقدرتهم على استلهاهم الثقة.

ج- **التعاطف**: قدرة مقدم الخدمة على إن يكون على قدر من الاحترام والأدب، وان يتسم بالمعاملة الودية مع الزبون، ومن ثم فان هذا المعيار يشير إلى المودة والاحترام بين مقدم الخدمة والزبون.

د) أهمية الجودة

للجودة أهمية إستراتيجية كبيرة سواء على مستوى الزبائن أو على مستوى المنظمات على اختلاف أنشطتها ويمكن تناول هذه الأهمية كما يلي¹⁰ :

أ) **سمعة المنظمة**: تستمد المنظمة شهرا من مستوى جودة منتجاتها ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط المنظمة مع المجهزين وخبرة العاملين ومهاراتهم ومحاولة تقديم منتجات تلبي رغبات وحاجات عملاء المنظمة؛

ب) **المسؤولية القانونية للجودة**: تزداد باستمرار عدد المحاكم التي تتولى النظر والحكم في قضايا منظمات تقوم بتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة في إنتاجها أو توزيعها لذا فإن كل منظمة صناعية أو خدمية تكون جيدة في إنتاجها أو توزيعها لذا فإن كل منظمة صناعية أو خدمية تكون مسؤولة قانونيا عن كل ضرر يصيب العميل من جراء استخدامه لهذه المنتجات؛

ج) **المنافسة العالمية**: إن التغيرات السياسية والاقتصادية تؤثر في كيفية وتوقيت تبادل المنتجات إلى درجة كبيرة في سوق دولي تنافسي وفي عصر المعلومات والعولمة فتكتسب الجودة أهمية متميزة إذ تسعى كل من المنظمة والمجتمع على تحقيقها بهدف التمكن من تحقيق المنافسة العالمية وتحسين الاقتصاد بشكل عام، والحصول على موطن قديم في السوق العالمية؛

¹⁰ - قواسمية سلمى، مصباح ايمان، قياس جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية دراسة ميدانية: بنك التنمية المحلية - وكالة بوشقوف-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1965، قالمة، 2014-2015، ص5

د) **حماية العميل:** إن تطبيق الجودة في أنشطة المنظمة ووضع مواصفات قياسية محددة تساهم في حماية العميل من الغش التجاري ويعزز الثقة في منتجات المنظمة، عندما يكون مستوى الجودة منخفض يؤدي إلى إحجام العميل عن طلب منتجات المنظمة؛

هـ) **التكاليف وحصة السوق:** تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتيح الفرص لاكتشاف الأخطاء وتلافها لتجنب كلفة إضافية إلى الاستفادة القصوى من زمن المكائن والآلات عن طريق تقليل الزمن العاطل عن الإنتاج وبالتالي تخفيض الكلفة وزيادة ربح المنظمة.

2.1.2. عموميات حول الخدمة

أ) تعريف الخدمة

تعرف الخدمة بأنها نشاط أو أداء غير ملموس يحدث من خلال عملية تفاعل هادفة إلى تلبية توقعات العملاء وإرضائهم وقد تكون هذه العملية مقترنة بمنتج مادي ملموس لكن إنتاجها هو أساس غير ملموس وعند عملية الاستفادة منها ليس بالضرورة ينتج عنها نقل للملكية.¹¹

ب) خصائص الخدمة

تكتسب الخدمة كمنتوج عدة خصائص تميزها عن السلعة وتتمثل هذه الخصائص المميزة في ما يلي:

- **اللاملموسية:** تعتبر القابلية للمس من أهم الخواص التي تفرق بين السلع المادية والخدمات. وتوضح هذه الخاصية أنّ الخدمة ليس لها كيان مادي، وهذه الخاصية تفقد المشتري القدرة على إصدار قرارات وأحكام بنائاً على تقييم محسوس، من خلال لمسها، أو تذوقها، أو شمها أو رؤيتها قبل شرائها لها¹².
- **التلازمية:** هي عبارة عن درجة الترابط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها، حيث أنّ درجة الترابط أعلى بكثير في الخدمات قياساً في السلع المادية. وتشير خاصية التلازمية في هذه الحالة إلى وجود علاقة مباشرة بين مزود الخدمة والمستفيد، فغالبا ما يتطلب الأمر حضور المستفيد من الخدمة عند تقديمها، وهذا ما يحقق لتسويق الخدمات ميزة خاصة. إذ يتم إنتاج الخدمة وتسويقها في آن واحد معا. كما يترتب على خاصية التلازمية ضرورة مساهمة أو مشاركة المستفيد في إنتاجها، وهذه السمة تعد أساسية حيث لا يمكن أداء الكثير من الخدمات دون توافرها¹³.

¹¹ - أعماد صفية، العايشي مريم، جودة الخدمات البنكية وتأثيرها على المنافسة بين البنوك، تخصص مالية و بنوك ، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2016-2017، ص 6

¹² - محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع والدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2002، ص 217 .

¹³ - بوقرة رابح، لعراف فائزة، تقييم جودة الخدمة البنكية المقدمة من منظور الزبائن، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة المسيلة- ، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 12 ، 2013-2014 ، ص 19

- **عدم التماثل أو عدم التجانس في طريقة تقديم الخدمة:** تتميز الخدمات بخاصية التباين أو عدم التماثل ما دامت تعتمد على مهارة أو أسلوب أو كفاءة مزودها وزمان ومكان تقديمها . وتعني هذه الخاصية عدم القدرة على توحيد وتنميط الخدمة المقدمة، إذ تختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لآخر حسب درجة التفاعل بين مقدم الخدمة والزبون، ومكان وزمان تقديمها¹⁴.
- **الزوالية (الهلاكية):** تتعرض الخدمات للزوال والهلاك عند استخدامها، فضلا عن عدم إمكانية تخزينها. حيث لا يمكن تخزين الخدمة قبل بيعها، وهذا على خلاف السلع، فالمقاعد الخالية في طائرة مثلا أو الغرف الغير محجوزة في فندق فإنها تمثل خسائر تستمر طوال عدم شغلها. ويلاحظ أنه لا تشكل هذه الخاصية أي مشكلة ما دام الطلب على الخدمة مستمرا، إلا أن التباين أو التذبذب في الطلب وعدم استمراره بوتيرة واحدة يجعل مؤسسات الخدمة تواجه بعض الصعوبات¹⁵.
- **الملكية:** ويقصد بها ان الخدمة لا تمتلك، أو تنقل ملكيتها من المنتج إلى الزبون.¹⁶

ج) تصنيفات الخدمة

تتم عملية تصنيف الخدمات حسب وجهات نظر مختلفة حيث يمكن تصنيفها على الشكل التالي¹⁷:

1. حسب أهمية حضور المستفيد من الخدمة:

ويمكن تصنيفها في هذه الحالة الى الشكلين التاليين:

- أ- ضرورة حضور المستفيد من الخدمة مثل: العلاج الطبي او خدمات المطاعم أو السياحة وغيرها.
- ب - عدم ضرورة حضور المستفيد من الخدمة مثل : خدمات صيانة الأجهزة بمختلف أنواعها وخدمات الغسيل و خدمات الاستشارة .

2. حسب الغرض من شراء الخدمة:

ويمكن تصنيفها في هذه الحالة الى الشكلين التاليين:

- أ- خدمات مقدمة إلى المستهلك النهائي مثل: الخدمات الطبية والسياحية وخدمات النقل والتأمين.

14 - فوزي بويضان، موجد السعيد، مرجع سابق ، ص 17.

15 - بوقرة رايح، لعراف فائزة، مرجع سابق ، ص 20.

16 - سعيد محمد المصري، محاضرات في إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2001-2002 ، ص 168.

17 - فاطنة قيديري ، واقع تبني مفهوم تسويق الخدمات الصحية، شهادة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2014-2015 ، ص 11

ب - خدمات مقدمة إلى المنظمات والشركات مثل: الخدمات المحاسبية.

3. حسب وجهة النظر التسويقية:

يمكن تصنيفها على الشكل التالي:

- أ-خدمات خاصة: مثل خدمات الحماية الشخصية التي تقدم لبعض الأشخاص وخدمات الحراسة
ب-خدمات سهلة المنال: وهي الخدمات التي يحصل عليها المستهلك النهائي من أيسر السبل و بسهولة
مثل: خدمات المطاعم وخدمات النقل

4. حسب دوافع مقدم الخدمة :

حيث تصنف على الشكل التالي:

- أ-خدمات مقدمة لأغراض الربح مثل: الخدمات المصرفية
ب-خدمات لا تهدف الى الربح مثل: التعليم المجاني والخدمات الصحية المجانية و غيرها.

د) أهمية الخدمة

للخدمات أهمية كبيرة نذكر منها ¹⁸:

- ❖ تعد الخدمات قطاعا داعما للاقتصاد البلاد .
- ❖ كل ما نمى مستوى الخدمات كلما تطور الاقتصاد وازداد نسبة العاملين فيه .
- ❖ تلعب الخدمات دورا داعما للصناعات الأخرى مثل شركات التأمين .
- ❖ تقدم العديد من الجوانب الحيوية في حياة المستهلك علاج طبي تعليم وغيرها.

3.1.2. جودة الخدمات البنكية

أ) تعريف الخدمات البنكية

إن مفهوم الخدمات البنكية لا يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمات بصورة عامة و من أهم تعاريفها ما يلي :
وقد عرفت: " الخدمات البنكية بأنها المنافع، أو الإشباعات غير الملموسة، والتي يقدمها البنك لإشباع الحاجات المالية، أو الائتمانية للزبائن، وأن إنتاجها قد يرتبط أو لا يرتبط بمنتج مادي ملموس " ¹⁹

18 - فوزي بويضان، موجد السعيد، مرجع سابق ، ص 21.

19 - علاء فرحان طالب، وفؤادي حمودي العطار، " المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن "، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010 ، ص60

وتعرف أيضا: " أحد الأنشطة التي يقوم بها البنك بقصد مساعدة زبائنه في نشاطهم المالي واجتذاب

زبائن جدد وزيادة موارده المالية ولا يتعرض عند أدائها لمخاطرة. " 20

وتعرف أيضا على أنها: " مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة، وغير الملموسة، المدركة من قبل الأفراد، أو المؤسسات من خلال دلالتها، وقيمتها المنفعية؛ التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية، والائتمانية الحالية، والمستقبلية، والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية الخدمة البنكية بتغلب العناصر الملموسة " 21

وعلى ضوء ما تقدم يمكن إعطاء تعريف شامل للخدمة البنكية على أنها: كل الأنشطة، والعمليات التي يمارسها البنك. وتكون مصممة لإشباع حاجات، ورغبات الزبائن، وفي نفس الوقت تشكيل مصدر لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الأطراف.

ب) أبعاد جودة الخدمات البنكية

لقد أوضح بعض الباحثين في هذا المجال ان الجودة في قطاع الخدمات وخصوصا المؤسسات البنكية مبنية على ثلاثة أبعاد وهي 22 :

• **الجودة المادية:** تتعلق بالبيئة المحيطة بالتقديم الخدمة

• **جودة المنظمة(البنك) :** تتعلق بصورة البنك والانطباع العام عنه من قبل العملاء

• **الجودة التفاعلية:** تتعلق بمستوى العلاقة ودرجة التفاعل بين العميل ومقدم الخدمة

كما هناك من يصنفها إلى ثلاث 23 هي:

❖ **البعد الوظيفي:** ويتمثل في طريقة وأسلوب تقديم الخدمة إلى الزبون وهو مرتبط أساسا بالتفاعل

الشخصي بين مقدم الخدمة وملتقيها ومن أهم معاييرها التعامل ويتضمن أسلوب بناء وتدعيم وتوطيد

العلاقة مع الزبائن نقادي خسارة الزبون، والكفاءة وهي امتلاك مقدم الخدمة القدرة ومنها ارت

ومعارف تؤهله لأداء الخدمة بمستوى عال.

❖ **البعد الفني:** يتمثل في مستوى جودة الخدمة النهائية التي تحصل عليها الزبون ومن أهم عناصر:

الأمان يعني خلو الخدمة المقدمة من كافة المخاطر ومصادرها:

20 - رشاد نعمان شامع العامري، الخدمات المصرفية الائتمانية في البنوك الإسلامية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية ط

1، مصر، 2013، ص59

21 - موسى أحمد صبيح، "التسويق المصرفي"، بحث مقدم ضمن متطلبات نيل درجة الدكتوراه، قسم العلوم الإدارية،

تخصص تسويق، كلية العلوم الإدارية، جامعة عمان للدراسات العليا، 2009-2010، ص 4 .

22 - صحراوي دنيا، اثر استخدام تكنولوجيا معلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية، مذكرة ماستر أكاديمي،

تخصص تسويق، 2014-2015، ص 43

23 - عصام الدين أبو علقة، التسويق النظرية التطبيق، دار الاسكندرية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص505 -

- الاعتمادية: قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة بمستوى ثابت من الجودة ومن أول مرة يطابق المستوى الذي وعدت به الزبائن مع الأداء الفعلي.
- القيمة: تعني أن تكون مجموع المنافع التي يحصل عليها الزبون أكبر من السعر المدفوع .
- الفورية: تعني سهولة الحصول على الخدمة في المكان والزمان المناسبين من دون انتظار.
- ❖ **الصورة الذهنية المنظمة لدى الزبون:** وتمثل كيفية إدراك الزبون للخدمة التي يتعامل معها في المؤسسة و تكون نتيجة تفاعل جودة الجودة الوظيفية والفنية، فضلا عن مجموعة عوامل منها الاتصال والجوانب الملموسة كالعتاد والأجهزة المستخدمة ومحيط تقديم الخدمة.

(ج) متطلبات جودة الخدمات البنكية

لتحقيق الجودة في تقديم الخدمات يجب إتباع الخطوات التالية²⁴ :

- جذب الانتباه واثارة الاهتمام بالزبائن:

إن جذب إنتباه العملاء و اظهار الإهتمام بهم من خلال المواقف الإيجابية التي يبديها مقدم الخدمة، فالإستعداد النفسي والذهني لملاقاة العملاء وحسن المظهر، والإبتسامة الجذابة والسلوك الإيجابي الفعال والثقة بالنفس... إلخ تعتبر كلها بمثابة مثير يؤدي إلى إيقاظ الرغبة لدى العملاء من أجل الحصول على الخدمة التي يريدها إلى جانب ذلك فإنها تعزز الولاء الدائم للزبائن من أجل الحصول على الخدمة وتكرار الحصول عليها بإستمرار.

- خلق الرغبة لدى الزبون وتحديد حاجاتهم:

إن خلق الرغبة وتحديد احتياجات العملاء تعتمد على المهارات البيعية والتسويقية لمقدم الخدمة كالعرض السليم لمزايا الخدمة المقدمة و اعتماد كافة المعدات البيعية كوسيلة للتأثير على حاسة السمع واللمس والنظر والشم والتذوق... إلخ مع ترك الفرصة للعميل لكي يستفسر عن كافة الأمور التي يجب أن يستوضحها.

- إقناع الزبون ومعالجة الإعتراضات لديه:

إن عملية إقناع الزبون بإقتناء تلك الخدمة ليست بالأمر السهل وإنما تتطلب من مقدم الخدمة العديد من الجهود السلوكية القادرة على خلق القناعة لدى الزبون عند تقديم الخدمات وكذلك معالجة الإعتراضات

²⁴ - خضير كاظم محمود، إدارة الجودة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2002 ، ص

التي يبذلها الزبون عند الشراء فوجب على مقدم الخدمة أن يلتزم بالقاعدة الذهنية في فن التعامل مع الزبون وهي (أن الزبون دائماً على حق) بحيث يجب أن يكون مقدم الخدمة دبلوماسياً في الرد على الزبون ولا يعمل على تأكيد خطأ.

- **التأكد من استمرارية الزبائن بالتعامل مع المؤسسة:**

إن عملية التأكد من استمرارية التعامل مع المؤسسة وخلق الولاء لدى الزبون يأتي من خلال بعض الخدمات البيعية والتسويقية التي تشكل ضماناً لولاء الزبون للمنظمة كإهتمام بشكاوى الزبون وملاحظاتهم، بحيث يجب على مقدمي الخدمات أن يكونوا على درجة عالية من الصبر في إستيعاب شكاوى الزبون و توفير خدمات بعد البيع بعد إتمام عملية البيع والتعاقد فعلى مقدمي الخدمات أن يتابعوا بإستمرار تقديم قطع الغيار فتقديم هذه الخدمات بكفاءة عالية يساعد على إستمرار الزبون في التعامل مع المؤسسة.

(د) أهمية جودة الخدمات البنكية

للجودة الخدمات أهمية بالغة نذكر منها²⁵ :

- **تحقيق الربح:** إن توفير خدمات مصرفية ترضي العملاء من شأنها أن تزيد من ربحية البنك وذلك من خلال تخفيض تكاليف الخطأ، كما أن الربح يتحقق من خلال الاحتفاظ بالعميل الذي يساعد على جذب عملاء، وأن ترسيخ صورة البنك لدى العملاء من شأنه أن يحقق زيادة حجم الودائع
- **الاحتفاظ بالعميلين:** إن تحسين أداء ومهارات العاملين وكفاءتهم واستخدام طاقاتهم الخلاقة والمعاملة الجيدة لهم يساعد على تقليل معدل دورانهم، وتقليل تكاليف تدريبهم، وحقيقة أن البنك الأكثر نجاحاً هو الذي يسعى لتوجيه عمل موظفيه نحو خدمة العملاء وارضائهم؛
- **الاحتفاظ بالعملاء:** لقد أدركت البنوك أهمية التركيز على العميل باعتباره المحور الرئيسي للنشاط المصرفي، وكذا الاحتفاظ به للمنافع التي يمكن أن يجنيها البنك من ذلك؛
- **الحصول على ولاء العملاء:** ويظهر ذلك من خلال إصراره على التعامل مع نفس البنك؛
- خلق صورة إيجابية واضحة للبنك في أذهان العملاء؛
- تحسين التكنولوجيا المستخدمة والعمل على تطويرها باستمرار .

(هـ) قياس جودة الخدمات البنكية و طرق تحسينها

أ- **قياس جودة الخدمات البنكية :**

²⁵ - عبد الرحيم ليلي، " دور التسويق في تطوير الخدمات المصرفية د راسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية" ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف ، 2014-2015 ، ص 80 - 79

تقاس جودة الخدمات المصرفية بالمقاييس المستخدمة في قياس جودة الخدمات بشكل عام و هي كالآتي²⁶:

1- قياس جودة الخدمات من منظور العملاء :

ويمكن التمييز بين خمسة طرق أساسية لقياس جودة الخدمة من منظور العميل:

1-1 مقياس عدد الشكاوي: يعتبر هذا المقياس ذو أهمية في قياس الخدمة حيث تقوم المؤسسة في فترة زمنية بحصر عدد من الشكاوي وتصنيفها حسب نوعها، وتتميز هذه الطريقة بالسهولة في إعطاء مؤشر نحو إدراك العملاء للخدمة المقدمة لهم، التي تقدم دون المستوى وقد يساهم في تحسينها وعليه المؤسسات تشجع المستفيدين من الخدمة على التعبير على شكاوهم بهدف التعرف على جوانب عدم رضا العميل ومن ثم اتخاذ الاجراءات المناسبة لتجنبها مستقبلا.

1-2 مقياس الرضا: يقيس درجة الرضا العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة، ويتم عن طريق توجيه أسئلة تقيس الأهمية بعد حصول العملاء على الخدمة من خلال قائمة استبيان، بطاقات تدوين الملاحظات أو المقابلات الشخصية

1-3 مقياس الفجوة: وهو أداة لقياس جودة الخدمة ويقوم هذا المقياس على افتراض إمكانية قياس جودة الخدمة من خلال الفجوة بين الخدمة التي يتوقعها العملاء والخدمة المؤداة فعلا.

1-4 مقاييس العميل الموجه بالقيمة: بمعنى أن الخدمة المدركة من طرف العميل وتكلفة الحصول على هذه الخدمة تقوم على أساس القيمة التي تقدمها المؤسسة الخدمية للعملاء، ويستخدم باستقصاء مستخدمي الخدمة للحكم على تكلفة الحصول عليها معبرا عنه بمقدار من النقود قياساً بتكلفة الخدمة التي يقدمها المنافسون.

2- قياس الجودة المهنية :

تتناول مقياس الجودة المهنية قدرة المؤسسات على تقديم الخدمة على الوفاء بخدماتها المتنوعة من خلال الاستخدام الأمثل لمواردها المتاحة، وفي إطار هذا المفهوم يمكن التمييز بين أنواع المقاييس التالية²⁷ :

1-2 قياس جودة الخدمات بدولة المدخلات: أن تكون للمؤسسة جميع التجهيزات الخاصة بالبناء والمعدات والعمال الأكفاء والقوانين والأدوات والنظم المساعدة الكافية فضلاً عن الأهداف المحددة والواضحة والعميل المستفيد لتمقي الخدمة، أي إمكانية اعتبار المواد أو المدخلات جوهرية الخدمة، وإذا توفر هذا كانت الخدمة مميزة دون شك.

²⁶ - دزاير حنان ، لعربي نعيمة ، " جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية في البنوك التجارية دراسة حالة بنك CPA و" BADR ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص :اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة أكلي محند ولحاج، البويرة ، 2014-2015 ، ص22

²⁷ - دزاير حنان ، لعربي نعيمة ، مرجع سابق، ص23

2-2 قياس جودة الخدمات بدولة العمليات: ويركز هذا المدخل على جودة العمليات والمراحل المختلفة لتقديم الخدمة المطلوبة، وينطوي هذا المدخل على مجموعة من المؤشرات أو المعايير التي توضح النسب المقبولة لكافة عناصر أنشطة الخدمات المقدمة والتي يجب أن تستوفيها كافة هذه العناصر لكي يتم تصنيف هذه الخدمات كخدمات جيدة.

3-2 قياس الجودة بدولة المخرجات: وهو من المقاييس المتعلقة بالنتائج النهائية، حيث ينظر للنتائج على أنها الانجاز أو عدم الانجاز للنتائج النهائية من الخدمة التي يسعى إليها العميل، ويتم قياس جودة المخرجات من خلال ما يلي:

- **القياس المقارن:** في هذه الطريقة يتم إجراء مقارنات كمية بين المستهدف والأداء الفعلي، بغرض اكتشاف جوانب الضعف ومحاولة تقاؤها مستقبلاً؛
- استقصاء رضا العميل بخصوص الخدمات المقدمة؛
- استقصاء العاملين في مؤسسة الخدمة لموقف عمى كافة المشاكل والمعوقات التي حالت دون تحقق الأداء المنشود.

3- قياس الجودة من المنظور الشامل:

رغم ما ساهمت به كل الطرق السابقة من تقدم في قياس الجودة وتقييماً، إلا أنها جميعها يغلب عليها الطابع الجزئي، وقد أدت هذه الطرق والمقاييس الجزئية إلى إبراز ضرورة المعالجة الشاملة في قياس جودة الخدمة وتقييماً.²⁸

ب- طرق تحسين جودة الخدمات البنكية:

إن أول خطوة لتطوير الجودة المصرفية هي تحديد معايير جودة الخدمة بناء على توقعات العملاء، وهذه المعايير تساعد في تعريف نظام العمل، و علامات لتقييم الأداء، و ترتيب توقعات العملاء حسب أهميتها، كما أنه لا بد من التركيز على نوعية هذه المعايير التي تسمح لمقدم الخدمة فهمها و تطبيقها بشكل جيد.

و الخطوة التالية لتطوير جودة الخدمة المصرفية هي وضع أدوات و وسائل هيكلية تساعد على تحويل الأفكار الجيدة إلى عمل ملموس، و مصدر هذه الأفكار يكون من موظفي الخط الأمامي الذين هم على اتصال مباشر مع العملاء، و إذا ما توفرت هذه الأدوات و الوسائل الهيكلية فإنها تدفع الموظفين للتفكير باستمرار عن جودة الخدمة المصرفية و العمل على تقييم لهذه الأفكار و التوصية بها.²⁹

2.2. الذكاء الاصطناعي:

1.2.2. تعريف الذكاء الاصطناعي

28 - دزاير حنان ، لعربي نعيمة ، مرجع سابق، ص25

29 - نموشي هناء، تأثير التسويق الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية-دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية- مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في التجارة الدولية، تخصص تسويق شامل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015، ص48

عرف الذكاء الاصطناعي من قبل العديد من الباحثين والكتاب على النحو التالي³⁰ :

عرفه O'Brien على أنه: " هو علم و تقنية مبنية على عدد من المجالات المعرفية مثل علوم الحاسبات الآلية و الرياضية و الأحياء و الفلسفة و الهندسة، التي تستهدف تطوير وظائف الحاسبات الآلية لتحاكي الذكاء البشري."

كما يعرفه Levin وآخرون على أنه: "الذكاء الاصطناعي هو الطريقة التي يصبح بها الحاسب مفكراً بذكاء."

أما Rolston فقد عرفه بأنه: "حلول معتمدة على الحاسب الآلي للمشاكل الأكثر تعقيداً من خلال عمليات تطبيقية تماثل عملية الاستدلال الإنساني".

من خلال هذه التعاريف نستنتج أن الذكاء الاصطناعي هو محاولة جعل الآلة تفكر مثل الإنسان و برمجة الحاسبات الآلية على تطبيقات جد متطورة تمكنها من حل المشاكل المعقدة التي يمكن للإنسان حلها لكن بطريقة سريعة و دقيقة.

كما يمكن اعتبار الذكاء الاصطناعي بمثابة العلم و التكنولوجيا المعتمدة على فروع علمية مثل الحاسوب، علم النفس، علم اللغويات، الرياضيات و الهندسة، الذي يهدف إلى تطوير حواسيب تستطيع أن تفكر، تسير تتحرك، فعند ظهور أول حاسوب آلي في العالم كان له الدور الكبير في إنجاز العمليات الحسابية في فترة قصيرة جداً، و تخزين المعلومات فيه بكميات هائلة ، و قد تم تطويره مما جعله يفكر و يقرأ مع محاكاة سلوك الإنسان ، مم سمح بظهور أهم تطبيق له و هو الأنظمة الخبيرة.³¹

2.2.2. فروع الذكاء الاصطناعي

من الفروع الأساسية لعلم الذكاء الاصطناعي³²:

النظم الخبيرة: هي تقليد المنطق البشري على أساس المنطق و المستندات تستعمل في الطب و البيتروكيميا.

-

30 - رقيق أصالة، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة أنشطة المؤسسة دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال المؤسسة، جامعة أم البواقي، 2013-2014 ، ص12

31 - ياسمينة يتسع، دراسة اقتصادية قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الأداء الاقتصادي للمنظمة، دراسة حالة شركة القطن الممتص socothyd ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2010-2011، ص38 .

32 - باي محمد، شهيب سامية، كروش حيزية، الذكاء الاصطناعي بين الواقع و المأمول، الملتقى الدولي " الذكاء الإصطناعي : تحد جديد للقانون؟"، الجزائر، 2018، ص9.

- تمثيل المعارف و الاستدلال: تركز على البيئية و الانطولوجيا و المعرفة يقوم على أساس النمذجة يستخدم في الطب الحيوي و البحث الوثائقي و علوم المكتبات.
- الجبر الحوسبي: و هو الحساب الرمزي الغير رقمي يقوم على أساس علم الحاسوبية يستعمل في البحث العلمي الدقيق.
- معالجة اللغة الطبيعية: و هو الفهم المعنوي و الدلالي للغة يقوم على أساس الانطولوجيا و القواميس الديناميكية تستخدم في الأنظمة الأمنية و المجال الشبه طبي للمعاقين و ذوي الاحتياجات الخاصة
- التعليم الالي: و هو جعل الحاسوب يتعلم كيفية حل المشكلات بنفسه، و يتم ذلك إما بالتعلم من اكتساب الخبرات السابقة أو من خلال تحليل الحلول الصحيحة و استنباط طريقة الحل منها أو التعلم من خلال الأمثلة.³³

- 3.2.2. أدوات الذكاء الاصطناعي: المنطق الضبابي

- (أ) مفهوم المنطق الضبابي
- هو نوع من أنواع المنطق متعدد القيم .وان الغموض هو احد أشكال المنطق المضرب ،ويعد المنطق المضرب نظاما من المبادئ والمفاهيم المستخدمة في طرائق الاستنتاج التقريبي فضلا عن طرائق الاستنتاج الدقيق .ويستخدم في العديد من التطبيقات العملية منها الأنظمة الخبيرة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال صنع القرارات والسيطرة والتحكم (ويمكن استخدامه في مجالات الصناعة والتقنية وأجهزة التحكم بالإنسان الآلي والسيارات الحديثة)، ونشأ هذا المنطق على يد العالم لطفلي زادة عام 1965 في جامعة كاليفورنيا حيث طوره ليستخدمه كطريقة أفضل لمعالجة البيانات ويسمى هذا المنطق أحيانا بمنطق الغموض ليعالج التعابير الأكثر تعقيداً وغموضاً.³⁴

- (ب) أدوات المنطق الضبابي

- يستخدم المنطق الضبابي في الكثير من المجالات العلمية و التطبيقية التي يكون فيها عدم التأكد المصاحب للبيانات سببه الضبابية و ليس العشوائية أو كلاهما الضبابية و العشوائية حيث أنه في هذه المجالات لا يمكن استخدام نظرية المجموعات التقليدية و إنما يتم استخدام نظرية

³³ - إدريس سلطانة، أثر تطبيق الذكاء الاصطناعي على جودة القرار المتخذ داخل المؤسسات الاقتصادية دراسة ميدانية بالمؤسسات الاقتصادية ولاية أدرار، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي، تخصص إدارة أعمال، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020-2021، ص 9.

³⁴ - بن قدور أشواق، محمد فودو، المنطق الضبابي و استخداماته في ترشيد القرارات المالية، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 08 ، العدد 01 ، مارس 2020 ، ص212

المجموعات الضبابية التي تستخدم في حالة كون المتغيرات الضبابية أي أن المتغيرات ليست ثابتة و إنما ارقام ضبابية قياس هذه المتغيرات لا يمثل نقطة و إنما بفترة أو متغيرات لغوية و هذا النوع من المتغيرات موجود كثيرا في الواقع العلمي أن الأداء الرئيسي للمنطقة المضببة المجموعات الضبابية التي تتكون من أداتين ثانويتين هما الدوال المضببة و الأرقام المضببة.³⁵

- (ج) نظام الاستدلال الضبابي

يُنَى نظام الاستدلال الضبابي وفق نموذج رياض ي يهدف إلى نمذجة الأنظمة المعقدة وغير الخطية التي تساهم في حل المشاكل التي تتميز بغموض المعلومات وقتها. يعتمد الاستدلال الضبابي على المجموعات الضبابية لاستنباط نماذج تنفذ على برامج الكمبيوتر، يعني أنه يتم حوار تلقائي بين الانسان والآلة لمعالجة المعلومات النوعية الغامضة، بحيث أن وحدة التحكم تستند إلى قواعد يحددها الخبير البشري وفق سلوكه الرقابي. إن أنظمة الاستدلال الضبابي تنوعت واختلفت. ومن أهمها نظام الاستدلال الضبابي لماداني (mamdani) الذي يعتبر أكثر شيوعا واستخداما، حيث أنه يعد من بين أنظمة التحكم الأولي التي بنيت باستخدام نظرية المجموعات الضبابية، والتي اقترحت من طرف العالم Mamdan سنة 1975 وقد استندت جهوده على ما قدمه العالم L.Zadeh حول الخوارزميات الضبابية للأنظمة المعقدة وعمليات اتخاذ القرار. حيث يظهر هذا النظام الخبير مجموعة من المدخلات (Inputs) والمخرجات (Outputs) وعلاقتها مع بعضها البعض، ويتم تجميع المدخلات الضبابية بالاعتماد على قواعد شرطية (Rules) ودوال الانتماء (Membership Functions) للحصول على النتيجة النهائية بعد إزالة الضبابية من المخرجات. إن الهدف الأساس ي من اللجوء للنظام الضبابي يتمثل في السيطرة على العمليات المعقدة باستخدام استراتيجية التحليل المتتابع القائمة على المعرفة المستمدة من التجربة والخبرة البشرية. تتكون نواة أي نظام خبير من قاعدة معرفة (Knowledge base) تسمى أيضًا ذاكرة طويلة المدى، وقاعدة بيانات (Database) وتسمى ذاكرة قصيرة المدى. حيث تحتوي قاعدة المعرفة على معرفة عامة تتعلق بمجال المشكلة ويتم تمثيلها من خلال مجموعة من القواعد IF توضح المجموعات الضبابية وتربطها بشروط واستنتاجات، أما الغرض من قاعدة البيانات هو تخزين البيانات لكل مهمة محددة لنظام الخبراء، يمكن الحصول على البيانات من خلال حوار بين نظام الخبراء والمستخدم.³⁶ عادة ما تكون هذه البيانات معلمات للمشكلة، ثم تتم عملية تقييم هذه القواعد وفق محرك استدلال لاتخاذ القرار.

(د) نموذج الاستدلال الضبابي لتقييم جودة الخدمات البنكية

35 - بن قدور أشواق، محمد فودو، مرجع سابق، ص 214 .

36 - بلحريزي زينب، بن مسعود نصر الدين، استخدام تقنية الإستدلال الضبابي لتقييم مستوى أداء الموارد البشرية دراسة حالة مؤسسة سونلغاز عين تموشنت، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد/ 21 ، العدد 3 ،ص 130

ويبين نموذج الاستدلال الضبابي وجود أربعة مراحل أساسية والموضحة بشكل مفصل كالآتي³⁷ :

- **التضبيب : Fuzzification** تعد هذه المرحلة أول خطوة في بناء نموذج الاستدلال الضبابي، إذ يتم تحويل المدخلات الحادة crisp inputs إلى مدخلات ضبابية fuzzy inputs عن طريق دوال العضوية، والتي تأخذ أشكال مختلفة منها المثلثية، شبه المنحرف، والغاوسية وتكون قيم انتمائها بين 0 و 1 يعني أنه يتم تحويل المدخلات المعبر عنها بمصطلحات لغوية إلى متغيرات رقمية.
- **تطبيق العمليات الضبابية (Appling fuzzy operator)** قاعدة المعرفة بعد ادخال المدخلات إلى عملية التضبيب، يتم تحديد مجموعة من القواعد الشرطية (if – them) والتي تمثل بشكل عام كالتالي:

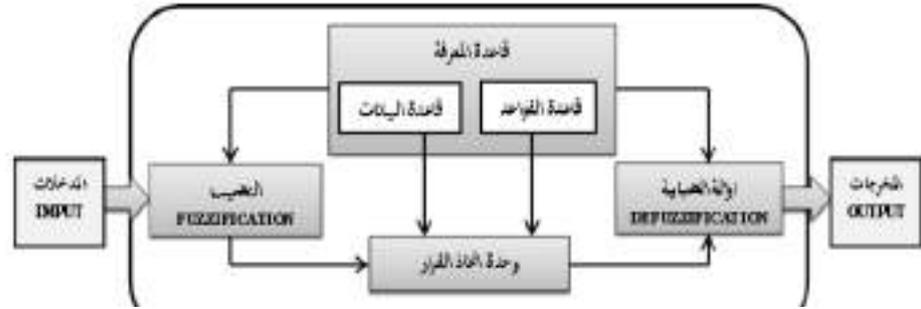
If x is A then y is B

بحيث x يمثل متغير المدخلات و y يمثل متغير المخرجات، أما A و B فهي عبارة عن متغيرات لغوية والتي يتم تعريفها بواسطة مجموعات ضبابية، كما يتم على مستوى هذه المرحلة عملية اعطاء وزن لكل قاعدة محصورة بين 0 و 1

- **تجميع القواعد الضبابية (Aggregation of fuzzy rules)** (وحدة اتخاذ القرار): تتضمن أنظمة الاستدلال عرف عملية الحصول على الناتج الإجمالي النهائي من النتائج الضبابية المستندة إلى القواعد أكثر من قاعدة، بحيث تعرف عملية الناتج الإجمالي النهائي من النتائج الفردية التي ساهمت بها كل قاعدة في قاعدة القواعد باسم تجميع القواعد، يعني أنه سيتم الحصول على مجموعة ضبابية واحدة تمثل المخرجات بعد تجميع المجموعات الضبابية لكل قاعدة، وعند تحديد استراتيجية التجميع يتم تبني حالتين بسيطتين لايجاد الناتج النهائي، إما حالة وجود نظام مشترك للقواعد أو حالة نظام منفصل للقواعد واللتين تعتمدان على العمليات المنطقية في ذلك المتمثلة في التقاطع والاتحاد على الترتيب.

إزالة الضبابية : Defuzzification تعد هذه المرحلة آخر خطوة في نموذج الاستدلال الضبابي بحيث يتم تحليل الناتج النهائي الخاص بمخرجات النموذج، أي أنه يتم تحويل المجموعة الضبابية الخاصة بالمخرجات إلى قيم محددة، وذلك بالاعتماد على إحدى طرق إزالة الضبابية، ومن أهمها طريقة المركز المتوسط والتي يتم من خلالها ايجاد مركز ثقل منطقة المخرجات الضبابية.

³⁷ - بلحريزي زينب، بن مسعود نصر الدين، مرجع سابق، ص130.



الشكل (1) : نموذج الاستدلال الضبابي

1. دراسات سابقة:

- دراسة (بو عنان ، 2013):

هدفت الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية بالاعتماد على مؤشرات الملموسية، و الاعتمادية، و الاستجابة، و الامان و التعاطف و التحقق من العلاقات بينهم و بين رضا وولاء الزبائن ثم تحليل البيانات باستخدام نموذج الأداء حيث تم الاعتماد على استبيان و توزيعه على عينة من زبائن بنك الفلاحة و التنمية الريفية (وكالة القل)،. و تؤكد النتائج وجود تأثير إيجابي لمؤشرات جودة الخدمات المصرفية و رضا وولاء الزبائن، كما كان تقييمهم لجودة الخدمات المصرفية تقييم ايجابي.

- دراسة (بوقرة والعراف، 2014):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى تقييم زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة ميلا - لجودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم .وتمثلت أهميتها في أنها تمكن البنك محل الدراسة من معرفة موقعه في السوق المحلي، من خلال وجهات نظر زبائنه حول جودة الخدمات البنكية المقدمة من طرفه، ومدى رضاهم على هذه الخدمات المقدمة. تم استخدام استبيان تم توزيعه على عينة مكونة من 120 زبون للبنك محل الدراسة حيث أختيرت اختيرت بشكل عشوائي. من أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة، أن تقييم الزبائن لجودة الخدمات البنكية المقدمة لهم من قبل البنك محل الدراسة كان تقييما عاليا جدا، وعليه فإن جودة الخدمة المقدمة من طرف البنك محل الدراسة كانت مرضية لزبائن العينة وفي مستوى توقعاته.

- المصدر : بلحريزي زينب، بن مسعود نصر الدين، استخدام تقنية الإستدلال الضبابي لتقييم مستوى أداء الموارد

البشرية دراسة حالة مؤسسة سونلغاز عين تموشنت، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم

التجارية، المجلد/ 21 ، العدد 3 ، ص 130

- دراسة (قواسمية و مصباح، 2015):

تناولت الدراسة قياس جودة الخدمات المصرفية في المصارف الجزائرية فكانت الإشكالية عن مدى توقع العملاء لجودة الخدمات المصرفية و كيفية قياسها، و تطرقت هذه الدراسة إلى مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة و ركزت بصورة أساسية على جودة الخدمات المصرفية و المفاهيم المتعلقة بقياس جودة الخدمة المصرفية و توقعات العملاء و تم الاستعانة باستبيان حيث تم توزيع 51 استمارة على عملاء بنك التنمية المحلية لووكالة بوشقوف، و كانت النتائج إيجابية تمثلت في وجود انطباع إيجابي و رضا العملاء على الجودة الكلية للخدمة المصرفية المقدمة إليهم.

- (أعماد والعايشي، 2017):

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات البنكية و تأثيرها على المنافسة بين البنوك ، واعتمدت في ذلك على بنك الفلاحة و التنمية الريفية و البنك الوطني الجزائري في تحليل الجودة في خدماتها حيث تم الاستعانة باستبيان موجه لزبائن البنكي عشوائيا و المكونة من 30 مفردة لكل بنك وتوصلت الدراسة إلى أن البنوك تعمل على توطيد العلاقة بينها و بين الزبون و ذلك بخفض التكاليف و زيادة تعظيم الأرباح لتعزيز سمعة البنك و أهمية الجودة في البنوك لما لها من مساهمة في الارتقاء نحو منافسة فعالة في القطاع البنكي.

- دراسة (زكرياء و عكاشة، 2017):

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص مالية و بنوك، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات البنكية في استقطاب الزبائن حيث تمت دراسة ميدانية داخل بنك القرض الشعبي لولاية سعيدة، و ذلك باستخدام استمارة أسئلة مقدمة إلى زبائن البنك، و بعد معالجة البيانات المحصل عليها ثبت وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمات و استقطاب الزبون.

- دراسة (قاسم شاوش، 2018):

هدفت الدراسة إلى تقييم مستوى جودة الخدمة المصرفية و ذلك باستخدام مقياس SERVQUAL بأبعاده الخمسة، حيث تم توزيع 340 استبيان على عينة من عملاء البنوك التجارية العامة بولاية البليدة ، و قد خلصت النتائج إلى وجود فروق

معنوية بين توقعات العملاء نحو أبعاد الخدمات المصرفية المتميزة و إدراكهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية التي يحصلون عليها .كم ضمت الدراسة مجموعة من التوصيات هدفها تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة.

- دراسة (بويضان 2020):

تناولت الدراسة جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر الزبائن دراسة حالة ببنك الفلاحة و التنمية الريفية - وكالة ميلة حيث تهدف هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات البنكية التي يقدمها بنك الفلاحة و التنمية الريفية من وجهة نظر الزبائن، و ذلك من خلال الاعتماد على نموذج الأداء Servper بأبعاده الخمسة، و الذي يركز على قياس الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للزبون، و تقوم مشكلة الدراسة على محاولة قياس جودة الخدمة للزبون بهدف الارتقاء بمستوى جودة الخدمة، حيث تم تطبيق النموذج من خلال استمارة استبيان وزعت على عينة قدرها 110 زبائن البنك، و بعد القيام بمعالجة البيانات كشفت النتائج عن

ارتفاع في مستوى جودة الخدمات البنكية التي يقدمها البنك، كما أشارت النتائج إلى أن زبائن البنك قيمو جودة الخدمات البنكية تقييما إيجابيا.

- دراسة (بلحريزي و بن مسعود ، 2020):

في هذه الدراسة تم استخدام تقنية الاستدلال الضبابي لتقييم مستوى أداء الموارد البشرية لدراسة حالة مؤسسة سونلغاز عين تموشنت، حيث هدفت هذه الأخيرة إلى تقييم مستوى أداء الموارد البشرية بالمؤسسة و تم استخدام أحد تقنيات الذكاء الاصطناعي المتمثلة في المنطق الضبابي Mamdani و بعد معالجة البيانات توصلت الدراسة إلى تقييم الأداء و الذي حددت نسبته ب 54 % و هذا ما يفسر وجود موارد بشرية ذات مهارات و مؤهلات جيدة تساهم في رفع كفاءة المؤسسة و خدماتها.

- دراسة (دراسة مرطاني، 2021):

تناولت هذه الدراسة أثر جودة الخدمة المصرفية على أداء البنوك التجارية حيث تم تسليط الضوء على أهم المفاهيم المتعلقة بالأداء البنكي وجودة الخدمة، والنماذج التي يمكن الاعتماد عليها لقياس الجودة كنموذج

الخدمة ونموذج أداء Servequel المصرفية، إضافة الى نموذج عدد الشكاوي ومقياس رضا العميل، كما ركزت على تقديم أبعاد جودة الخدمة المصرفية ودور تطبيق هذه الأبعاد في تحسين أداء البنوك التجارية خاصة من ناحية تقليل التكاليف، وكسب ولاء الزبون ومواكبة تطعاته وكذا تحقيق الأرباح. كما أجريت دراسة ميدانية لوكالتين اعتمدت على بيانات الاستبانة، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها أن الوكالتين تحققان مستوى جيد من ناحية الأداء وجودة الخدمة المقدمة، لكن تبين أن الأداء البنكي في الوكالتين لا يتأثر بمستوى جودة الخدمة المقدمة وإنما يرجع الى عوامل أخرى.

2. الدراسة الميدانية:

المبحث الأول: نظرة عامة على بنك الجزائر الخارجي (BEA)

يعتمد النشاط البنكي أساسا على إعادة توزيع رؤوس أموال بصفته وسيطا في دوران رؤوس الأموال سواء كان ذلك على المستوى الوطني أو الدولي، فالبنوك لديها زبائن يملكون فائض من رؤوس الأموال و آخرين لديهم عجز (نقص) في رؤوس الأموال.

من هنا يجد البنك سببا لوجوده إذ يلعب دور الوسيط بين مالك رأس المال و طالبها (المقترض). إذن البنوك الجزائرية حاليا معينة أكثر من ذي قبل، و ذلك نتيجة إنتقال الإقتصاد الوطني من موجة و مخطط إلى إقتصاد مفتوح متميز بالإستقلالية.

كان دور البنك سابقا ينحصر في القيام بعمليات مالية انطلاقا من قرارات إدارية لا رجعة فيها (غير قابلة للنقاش)، أما حاليا فقد دخلت في عهد جديد إذ أصبحت تتميز بإستقلالية و مسؤولية أكثر. إذن البنك عون ضروري للنشاط الاقتصادي لبلد ما و تتجسد هذه الضرورة من خلال عمليات القرض التي لها.

المطلب الأول: تقديم البنك الجزائري الخارجي.

من أكثر البنوك التجارية الجزائرية شهرة في العالم نجد بنك الخارجي الذي يعتبر الرائد من حيث التعاملات مع الخارج في ميدان الضمانات البنكية و لذلك أوكلت له الدولة كل الصلاحيات للقيام بمهامه على أحسن وجه، فهو يعتبر بنك من الدرجة الأولى وذوو سمعة عالمية كبيرة.

أولا: لمحة عن بنك الجزائر الخارجي

يعتبر بنك الجزائر الخارجي من البنوك الستة التجارية المتواجدة في الجزائر و هي: البنك الوطني الجزائري، القرش الشعبي الجزائري، بنك الجزائر الخارجي، بنك الفلاحة و التنمية الريفية، بنك التنمية المحلية، صندوق التوفير و الاحتياط، و كانت بداية هذه البنوك تركز على نوع من التخصص فتخصص بنك الجزائر الخارجي في تمويل التجارة الخارجية.

فيما يخص العدد الإجمالي لموظفي الجزائر الخارجي (مقرر و وحدات) بلغ 4378 شخص سنة 2005 بين مديرين و مشرفي، أعوان تحكم، أعوان تنفيذ، موزعين على مستوى شبكة من 82 وكالة ضمن 10 وحدات موزعين عبر أنحاء البلد (التجمعات السكنية الكبرى و المناطق الصناعية و مناطق إنتاج المحروقات)، و نظم 23 من شركات تابعة و مساهمة منها 16 بالخارج و 7 وطنية. أن بنك الجزائر الخارجي له علاقة بشبكة من 1450 مراسل بنكي و موزعين عبر 41 بلد، و يسير بنك الجزائر من التجارة المحلي الخارجي أكثر من 35%. إلى غاية استقلالية المؤسسات العمومية سنة 1988 كان بنك الجزائر من بين أهم بنوك الدولة معناه و كما اشرنا إليه أنفا كان دوره الرئيسي هو الوساطة بين المؤسسات و خزينة الدولة، آخر نشاطاتها اختتمت في ظروف ملائمة للبنك، ميزانية 31 ديسمبر قدرت ب 78489 مليار دج بالمقارنة بنشاط 1993.

نستطيع القول استنادا على ميزانية نشاط بنك الجزائر الخارجي، أنه لم ينقطع عن بذل جهود مختلفة الأشكال اتجاه زبائنه من القطاع العام و الخاص، داخليا أو خارجيا لتوفير خدمات تتوافق و الوضعية الاقتصادية الجديدة، كما يستعمل بنك الجزائر الخارجي وسائل الاتصال و المعالجة المعقدة كالإنترنت الإعلام الآلي و كذا سويفت (SWIF).

ثانيا، نشأة و تطور بنك الجزائر الخارجي

تم إنشاء بنك الجزائر الخارجي في 01 أكتوبر 1967 طبقا للمرسوم رقم 67-204 في شكل جزائرية حدد رأسماله مبدئيا ب 20 مليون دينار جزائري، مقره الجزائر العاصمة، بإمكانه إقامة وكالات و فروع، بموافقة وزير المالية كما يمكنه إقامة وكالات خارج الوطن، و تصنيفها لا يكون إلا بموجب نص تشريعي، و قد تم إنشاؤه على إنقاص المؤسسات البنكية التالية:

- القرض الليوني في 01 أكتوبر 1967 (Lcrédit Lyonnais)
- الشركة العامة في 31 ديسمبر 1967 (Société générale)
- البنك الشمالي للتسليف 30 أفريل 1968 (crédit du nord)
- بنك الصناعي للجزائر و بنك البحر الأبيض المتوسط 31 ماي 1968 (Banque Industrielles d'Algérie et de la méditerrané)
- بنك باركليز الفرنسي في سنة 1968.

و مع إنشاء البنك الجزائري الخارجي تم إرسال أول هيكل تنظيمي و يضم:

- دائرة الشؤون الإدارية
- هيكل المواد الهيدروكربونية.
- دائرة الشؤون الخارجية.
- دائرة دراسات الاستغلال.

تحصل بنك الجزائر الخارجي على هيكله النهائي في 01 جوان 1968، و تاسيسه يمثل المرحلة الأخيرة من إجراءات التاميم البنكي، حيث يسير من طرف و مدير عام مساعد و ثلاث مستشارين، و هم مكلفون بالتسيير و تطبيق السياسة الخاصة بالبنك و تمثيله اتجاه الغير، و منذ 1970، كان بنك الجزائر الخارجي محل ثقة لجميع العمليات البنكية للمؤسسات الصناعية الكبرى مع المؤسسات الأجنبية (سونطراك، شركة النقل البحري، شركات البناء...الخ).

حافظ البنك على نفس الهيكل التنظيمي إلى غاية 1980، بعدها راسي شكل ثاني من تنظيم الهيكل أكثر توافقا مع تقدم عمليات البنك، و ثم استحداث عدة مديريات تحت سلطة مستشار مديرية البنك، يضم الهيكل التنظيمي من مديرتان عامتان مساعدتان و 9 مديريات مركزية عملياتية.

في سنة 1988 تم استحداث تنظيم جديد راسي تحت سلطة المدير الذي أعاد تنظيم وحدات الشؤون الخارجية، و أصبح البنك الخارجي من بين ابرز المؤسسات البنكية الأولى المنفصلة ذاتيا، و ذلك بموجب أحكام القانون 89/61 الصادر في 12 جانفي 1988 و حضي برأس مال اجتماعي قدر ب 24.5 مليون دينار جزائري.

و في سنة 1989 تم الاعتماد على هيكل تنظيمي جديد، و هو تنظيم يضم 3 مديريات عامة مساعدة عملياتية لكل عدد معين من الوحدات المركزية، و بعد 21 سنة خبرة و بفضل تطبيق القانون رقم 88-01 في جانفي 1988 المتعلق باستقلالية المؤسسات، قام بنك الجزائر الخارجي بتغيير شكله و أصبح يوم 5 فيفري 1989 مؤسسة بالأسهم، رأس ماله قفز من 1 مليار دج إلى 24.5 مليار دج، مع المحافظة بشكل عام على هدفه الأساسي المسطر بموجب المرسوم المؤرخ في 1 أكتوبر 1967، كما تم استحداث هيكل تنظيمي آخر سنة 1996 من طرف المدير الجهوي بمقتضى مذكرة المدير العام رقم 01 الصادرة في 02 جانفي 1996.

زود بنك الجزائر الخارجي بدائرة التسويق سنة 1997 (مذكرة المدير العام رقم 02 المؤرخة في 1997/04/21) ملحقة بمديرية الشبكة، و تنفرع هذه الدائرة إلى قطاعين: قطاع "مؤسسي" و قطاع " حيث يقوم بتوزيع مسؤولية Touen, Detoite "شخصي" بالإضافة إلى مكتب المراجعة الدولية

السياسة التجارية و استجابة للسياسة الجديدة للبنك التي تهدف تحقيق الفعالية في التسيير البنكي، تبنى البنك هيكل تنظيميا جديدا سنة 2003، بموجب تم استحداث هياكل جديدة، و نم توسيع و تمديد مهام و اختصاصات الهياكل الموجودة.

حاليا للبنك فرعين في الخارج:

- البنك الدولي العربي (باريس)

- البنك العربي للاستثمار و التجارة الدولية (ابوظبي).

يتم توزيع الرأس المال الاجتماعي على 4 صناديق مساهمة حسب النسب التالية:

35% صندوق مساهمة "الإلكترونيك، المواصلات، الإعلام الآلي "

10% صندوق مساهمة "كيمياء، بتروكيمياء، صيدلو"

و تشير بعض المعطيات حول نشاط بنك الجزائر الخارجي إلى³⁸ :

- تطورات أعباء الاستغلال و مخصصات الامتلاك ب . 10% ، حيث تجاوزت 4.8 مليار دينار .

- أصبح معامل الاستغلال يمثل نسبة . 12% ،مقابل 20بامئة سنة 2004.

تم رفع المؤونات المشكلة لتغطية أخطار المقابلات إلى 33.2 مليار دينار، بمقدار مرتين عما كانت عليه سنة 2004.

- ارتفاع مقدار الأموال الخاصة نهاية 2005 إلى 34.1 مليار دينار، و بإضافة الأموال المخصصة لتغطية الأخطار تسمح باحترام النسب القانونية، باستثناء المتعلقة بتقسيم المخاطر، حيث تجاوزت في بعض المؤسسات العامة المنحلة، مؤهلة لإعادة الهيكلة المالية الحدود المتعارف عليها.

نمو الناتج البنكي الصافي بنسبة 82% بين سنتي 2004 و 2005.

- فاق إجمالي الميزانية نسبة 40%

- بلغ الهامش البنكي ارتفاع بنسبة 86%

من بين العوامل التي ساعدت على بلوغ هذه النتائج، هناك عوامل داخلية تتمثل في المجهود الجماعي الهام للبنك بالنظر للتقدم و التحديث و الانجازات المحققة، أما من بين العوامل الخارجية هو إطلاق برنامج النمو من طرف السلطات العمومية.

المطلب الثاني: التنظيم الإداري لبنك الجزائر الخارجي.

في قمة التسلسل الهرمي نجد على مستوى القمة الرئيس العام و مستشاريه و هم تابعين بشكل مباشر و يعملون تحت إمرته الواحدة، كما نجد مديرية المفتشية العامة و خلية التقنية و التطهير، و المديرية العامة الفرعية التي تضم عدة خلايا إستراتيجية: خلية التنظيم، مديرية المحاسبة، مديرية الإعلام الآلي، مديرية الخزينة، مديرية المراقبة و التسيير، و المديرية العامة الفرعية الدولية تضم، مديرية العلاقات الدولية،

³⁸ Voir :-www.bea.dz/résultas_financieres ,extrait le 14/05/2008.

- www.bea.dz/rapport bea 2005,extrait le 03/06/2008

مديرية التجارة الخارجية، مديرية العمليات مع الخارج، أما الأمانة العامة فتضم: الموارد البشرية و التكوين، مديرية الدراسات القانونية و المنازعات، مديرية الغدارة العامة.

و بمراجعة التقرير السنوي لسنة 1990 و الهيكل الجديد لبنك الجزائر الخارجي لنفس السنة، نلاحظ أن البنك محدد البنية بمديريات مركزية و مديريات شبكات الاستغلال و التي تربط الاطراف ذات الصلة و المنتشرة عبر كامل الإقليم الوطني:

1-مديرية العلاقات الدولية

2-مديرية التجارة الخارجية.

3-مديرية العمليات مع الخارج

4-مديرية الالتزامات مع المشاريع الكبيرة.

5-مديرية تنسيق الشبكة.

6-مديرية الالتزامات مع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

7-مديرية المحاسبة و الخزينة.

8-مديرية التنظيم ز الاعلام الآلي.

9مديرية الإتصال

10-مديرية الموارد البشرية و التكوين.

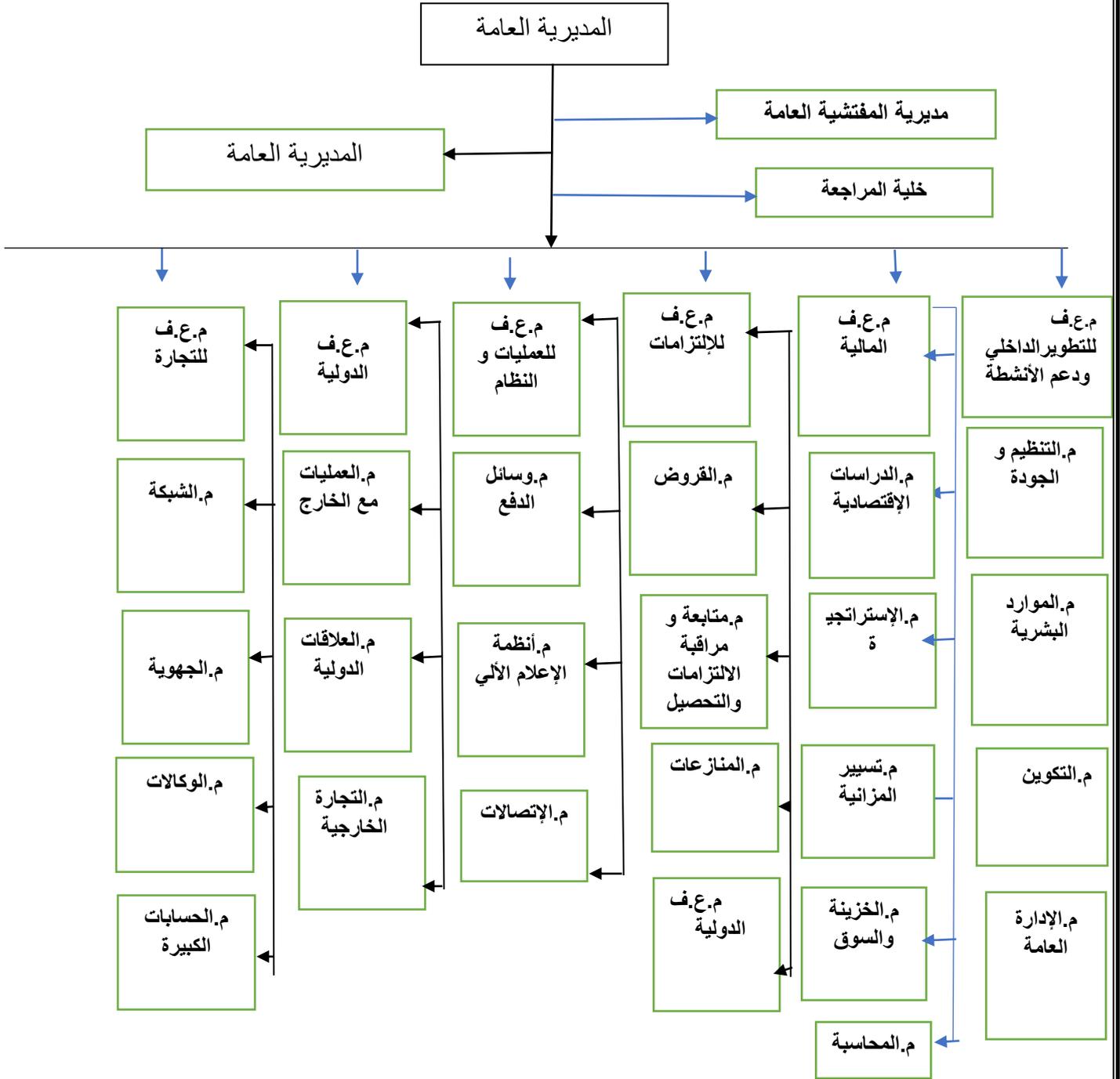
11-مديرية التخطيط.

12-مديرية الدراسات القانونية و المنازعات القضائية

www.bea.dz/rapport bea 2005,extrait le 03/06/2008

Voir :-www.bea.dz/résultas financieres ,extrait le 14/05/2008

الشكل (02): الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي



ثالثا: عرض مهمة كل منصب أو مصلحة

1-المدير العام (مدير التنفيذ): يعطي رايه بالموافقة أو يرأس اللجنة و يتأكد ملف القرض و يمضي عليه في حالة الموافقة.

2-نائب المدير: يعطي تفعيل أو عدم الموافقة و يرأس اللجنة نيابة عن المدير العام و يقوم بالمراقبة.

3-مصلحة الالتزامات: لها مهمة تفعيل القرض، ما أن يرخص هذا الاخير من طرف مصلحة العلاقات مع الزبائن.

4-مصلحة العلاقات مع الزبائن: لها وظيفة جمع و تحليل عوامل التقييم اللازمة لدراسة الملف بالاضافة إلى البحث عن الضمانات المتعلقة بالقروض المطلوبة.

5-مصلحة تسيير الإدارة: عملها يتعلق بكل الجوانب الإدارية على مستوى الوكالة.

6-مصلحة الصندوق: لها وظيفة:

- تلقي الودائع النقدية.

- تنفيذ التحويلات لمصلحة حساب الزبائن.

- القيام بتنفيذ أوامر تسديد الحسابات الموكلة إليها في حدود المبالغ التي تملكها.

و عليه تبين لنا دورها:

- الحفاظ على الاتصال الوثيق و المستمر مع الزبائن القاصدين لهذه الشبايك.

- إدارة العمليات الموكلة من قبل الزبائن.

- إدارة القيم و السهر على الحفاظ على الوثائق التي يحتفظ بها.

7- مصلحة العلاقات مع الخارج: تهتم هذه المصلحة بالعمليات التجارية التي تعطي بالعملية

الصعبة، و تستقبل التحويلات لصالح الزبائن المقيمين في الجزائر.

8-مهمة مصلحة القرض:

- مهمة مصلحة القرض: على مستوى الوكالة مصلحة القرض هي موضوع الدراسة، فهي مكلفة ب :

○ جمع و تحليل كل عناصر التقييم (وثائق محاسبية، تجارية، جبائية، مالية) الضرورية لدراسة الملف.

○ متابعة التزامات البنك و البحث عن الضمانات المرتبطة بالقروض المطلوبة.

- العلاقات الوظيفية و التسلسل الهرمي لمصلحة القرض: بغية ذلك يكون من المفيد تتبع مسار ملف القرض منذ وصول الزبون إلى الاستقبال حتى إشعار قرار البنك لهذا الأخير.
و عموما فإن ملف القرض يجهز في ثلاث نسخات:

- نسخة موجهة إلى وحدة الربط.

- نسخة موجهة إلى مديرية الاستغلال.

- نسخة يحتفظ بها إلى السجلات الوكالة.

المطلب الثالث: وظائف البنك الخارجي

هو البنك التجاري الذي مهمته في جمع رأس مال القصير و المتوسط و الطويل الاجل و منح القروض و جذب عروض الزبائن و خدمة طلباتهم، بنك الجزائر الخارجي بإمكانية القيام بما يلي،

- تسهيل و تطوير العلاقات الاقتصادية بين الجزائر و الدول الأخرى.

- ترخيص جميع أشكال الإقراض، قروض أو تسبيقات مع أو بدون ضمان، و بالمقدار ذاته بالإضافة إلى المشاركة و الوساطة.

- تمويل جميع أشكال عمليات التجارة الخارجية.

- بالإضافة إلى تمويلاتها الخاصة بضمانها و ضمان الوفاء او حتى باتفاقات القرض مع مراسلين أجنب لترقية الصفقات التجارية مع دول أخرى.

- المشاركة في كل نظام أو مؤسسة تامين القروض و يمكن لها أن تكلف بالتسيير أو المراقبة مع الخارج.

- يتخذ تحت أي شكل من الأشكال، فائدة و مشاركة مع أي شركة أو مؤسسة جزائرية أو أجنبية، لها نفس الهدف المشترك أو من نفس الطبيعة لتطوير عملياتها الذاتية.

- معالجة جميع عمليات الصرف العاجلة أو الأجلة المبرمة، المستعارة المقرضة، رهن الحيازة، ربح فروق الاسعار بين العملات الأجنبية.

- تمكنها تنفيذ كل العمليات البنكية الداخلية و الخارجية التي تلائم موضوعها و ذلك في إطار القوانين السابقة المفعول.

- يمكنها إعادة تسيير المخازن العمومية، القيام بالشراء أو القيام بالعمليات العقارية أو الغير العقارية المتصلة بنشاط الشركة، اتخاذ إجراءات اجتماعية لصالح مستفيديها.

- يقدم الخدمات المطلوبة من طرف الزبائن.

• نشاطات و مهام البنك

مهمته الأساسية تسهيل التنمية في إطار التخطيط الوطني و العلاقات المالية للجزائر مع البلدان الأخرى، و في هذا الإطار منح له ثقة في معظم العمليات البنكية لأكبر الشركات الصناعية مع الخارج (ذات النشاط و الحجم الكبير).

1-1 التسهيلات البنكية:

- القروض القصيرة الأجل لمدة لا تتجاوز السنة أو السنتين لتمويل رأس مال العامل.

- القروض المتوسطة الأجل لمدة لا تتجاوز خمس سنوات و القروض الطويلة الأجل لمدة لا تتجاوز عشر سنوات بغايات إحداث نشاطات جديدة أو توسيع النشاطات القائمة.

- يمنح البنك الحسابات الجارية المدينة المتعاملين معه لتأمين احتياجاتهم الضرورية من الأموال النقدية و ضمن حدود ضيقة و يتم العمل بها حسب التعليمات التي يصدرها مجلس الإدارة.

- خصم السندات التجارية.

- شراء الشيكات و السحوبات للاطلاع بالاستناد إلى حاجات المتعاملين و وضعهم المالي و سمعتهم الأدبية.

- الإقراض على عقود التصدير الجارية بين المتعاملين و بين المسنوردين في الخارج بالاستناد إلى حاجة المتعامل و وضعه المالي.

- الإقراض لقاء وثائق الشحن للتصدير، حيث يمنح البنك هذه السلف بالاستناد إلى حاجة المتعامل و وضعه المالي و سمعته الأدبية .

- إصدار الكفالات و القبولات.

• الاطار المنهجي للدراسة :

يعد الاستبيان أحد وسائل جمع بيانات و المعلومات المدونة على أسئلة محددة ، معدة من قبل الباحث

حول موضوع محدد ، من قبل جهات أو أفراد معينين ، أي أنه يمكن تعريف الاستبانة على أنها " أداة

لجمع البيانات / المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة معينة ، تحتوي على عدد من

الأسئلة ، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب ، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها . (دشلي،

2016، صفحة 97). حيث قمنا بتقديم الاستبيان من اجل تقييم جودة الخدمات البنكية باستخدام ادوات الذكاء الاصطناعي.

1.1 - مجتمع و عينة الدراسة:

تم إختيار عينة الدراسة من المجتمع الأصلي المكوّن من 50 موظف لدى البنك الخارجي الجزائري - وكالة عين تموشنت- ، وبلغ حجمها 47 موظف ، تم إختيارهم بطريقة عشوائية بسيطة.

2.1 حدود الدراسة الإستطلاعية:

- المجال الزمني:

أجريت الدراسة الميدانية من تاريخ 02 مارس 2022 الى غاية 08 ماي 2022 .

- المجال الجغرافي:

أجريت الدراسة بالبنك الخارجي الجزائري - وكالة عين تموشنت-

1 ادوات جمع البيانات:

قمنا بجمع المعلومات اللازمة للدراسة من خلال مجموعة من الادوات، كما تم تحليل هذه المعلومات بالاعتماد على أساليب احصائية مناسبة، ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

- الاستبانة: هي مجموعة من الاسئلة المتنوعة والتي ترتبط ببعضها البعض بشكل يحقق الهدف الذي يسعى اليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه، وتكون الاسئلة التي يحتوي عليها الاستبيان كافية ووافية لتحقيق هدف البحث بصرف النظر عن عددها. (النوايسة، 2010، صفحة 79).

- تصميم الاستبيان: تم تصميم الاستبيان انطلاقاً من الجانب النظري للموضوع، بطريقة تخدم اشكالية الدراسة والفرضيات المصاغة، وقد اعتمدنا في صياغة عبارات وأسئلة الاستبيان على لغة بسيطة ومختصرة بحيث تساعد المبحوثين على فهم المقصود من الفقرات المدرجة.
- هيكل الاستبيان : تناولت استمارة الاستبيان جزئين كالآتي:
- - الجزء الاول : يحتوي على البيانات الشخصية المتعلقة بافراد العينة وتمثلت في: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، طبيعة العمل.
- - الجزء الثاني: وقد خصص لمحاور ، حيث شمل الاستبيان على 05 محاور :المحور الاول أسئلة تتعلق بمتغير الملموسية و الذي يضم 5 عبارات، المحور الثاني اسئلة تتعلق بمتغير الاعتمادية و الذي يضم 4 عبارات، المحور الثالث اسئلة تتعلق بمتغير الاستجابة و الذي يضم 4 عبارات ، محور الرابع اسئلة تتعلق بمتغير الامان و الذي يضم 4 عبارات ، المحور الخامس اسئلته تتعلق بمتغير التعاطف و الذي يضم 4 عبارات.
- وقد بلغ مجموع العبارات بين المحاور 21 عبارة، فيما كانت الاجابة على كل عبارة من محاور الدراسة تتم وفق أسلوب ليكارت الخماسي، مقسم إلى خمسة درجات لإبداء الرأي حيث تم تحديد طول الخلايا في هذا المقياس من خلال حساب المدى بين درجات المقياس $5-1=4$ و من ثم تقسيمه على اكبر قيمة في المقياس للحصول على طول خلية $4/5=0.8$ ، كما هو ظاهر في الجدول التالي:

- الجدول رقم(01): مقياس تحديد مستوى الأهمية.:

الفئة	الوزن النسبي	درجة الإجابة
من 1 إلى 1.80	من 20 % إلى 36 %	لا اوفق بشدة

لا أوافق	اكبر من 36 % إلى 52 %	اكبر من 1.80 إلى 2.60
محايد	اكبر من 52 % إلى 68 %	اكبر من 2.60 إلى 3.40
أوافق	اكبر من 68 % إلى 84 %	اكبر من 3.40 إلى 4.20
أوافق بشدة	اكبر من 84 % إلى 100 %	اكبر من 4.20 إلى 5

المصدر : من إعداد الطالبتين

• الملاحظة : الملاحظة أداة من أدوات البحث العلمي و التي يتم بواسطتها مراقبة و مشاهدة الظاهرة

كما هي في الواقع و التعبير عنها كمًا و كيفًا.

4.1 طرق المعالجة الإحصائية

استخدمنا برنامج الحزمة الإحصائي **spss version 24** لتحليل البيانات اعتمدنا فيه على :

أولا : الإحصاء الوصفي من خلال كل من :

✓ التكرارات و النسب المئوية : لمعرفة توزيع المعلومات العامة لأفراد العينة .

✓ معامل الثبات و الصدق الفاكرومباخ : لمعرفة درجة الاتساق بين محاور الإستبانة و كلما كان أقرب

من واحد كلما كانت درجة صدق ثبات ظاهرة و ملائمة لأغراض الدراسة و يمكن تعريفه :

أ- صدق الأداة (الصدق الظاهري): و يقصد به أن المقياس يقيس ما وضع لقياسه، حيث قمنا

بتوجيه الاستبيان للأستاذة المشرفة من أجل التدقيق أكثر وبعد تصحيح الاستبيان وإعطاء

الملاحظات قمنا بأخذ الملاحظات بعين الاعتبار، بعدها تم صياغة الاستبيان بشكله النهائي

وتوجيهه للعينة المختارة في مديرية التربية لولاية سيدي بلعباس و عين تموشنت .

ب- ثبات أداة الدراسة: الثبات يعني استقرار المقياس و عدم تناقضه مع نفسه أي أن المقياس يعطي

نفس النتائج باحتمال مساو لقيمة المعامل إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة.

لقياس مدى ثبات أداة الدراسة تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Alpha de Cronbach) حيث

طبقت المعادلة على العينة لقياس الثبات (RELIABILITY) .

✓ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية :بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة ومعرفة الأهمية

النسبية لكل فقرة من أبعاد الدراسة.

ثانيا : الإحصاء الاستدلالي : نتطرق فيه إلى :

✓ الاختبارات T_Test: للقيام بالمقارنة بين متوسطات عينتين مستقلتين

✓ اختبار التحليل التباين الأحادي ANOVA: للفروق بين متوسطات ثلاث عينات فاكثر

5.1 اختبار صدق و ثبات بيانات الدراسة:

سيتم فيمايلي عرض نتيجة اختبار Cronbachs Alpha للدراسة حيث اخترنا أولا محاور الدراسة

المبينة في الجداول أسفله ثم قمنا بقياس الفاكرومباخ للاستبانة ككل .

الجدول رقم 02: قيم معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة

محاور	العبارات	النتائج
المحور الأول الملموسية	05	0.627
المحور الثاني	04	0.621

		الاعتمادية
0.617	04	المحور الثالث الاستجابة
0.620	04	المحور الرابع الأمان
0.957	04	المحور الخامس التعاطف

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام مخرجات spss version 24

يظهر الجدول اعلاه ان قيم معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان، حيث و التي تمثلت على التوالي في: 0.527، 0.621، 0.517، 0.620، 0.957 ، و هي قيم ذات ثبات مرتفع.

أما معامل ألفا كرومباخ للاستمارة ككل يمكننا توضيحه كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول رقم 03 : قيم معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة

عدد العبارات	معامل ألفا كرومباخ
25	0.786

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام مخرجات spss version 24

يظهر الجدول اعلاه ان قيم معامل ألفا كرونباخ للاستبانة تمثلت في : 0.786 ، و هي قيمة ذات ثبات

مرتفع جدا .

1. المعالجة الاحصائية لبيانات الاستبيان :

سننظر الى المعالجة الاحصائية لبيانات الدراسة التي تم تفرغها في برنامج SPSS والمتعلقة بأجوبة الزبائن في الوكالة البنكية محل الدراسة، ولهذا الغرض ، سنعرض اولاً خصائص عينة الدراسة، ثم تحليل وتفسير اتجاهات افراد العينة نحو متغيرات الدراسة، وفي الاخير سنقوم باختبار فرضيات الدراسة الثبات أو نفي صحتها.

1.1 خصائص عينة الدراسة:

سيتم عرض للبيانات الشخصية للزبائن من خلال دراسة توزيع أفراد العينة وذلك حسب المتغيرات الاتية:

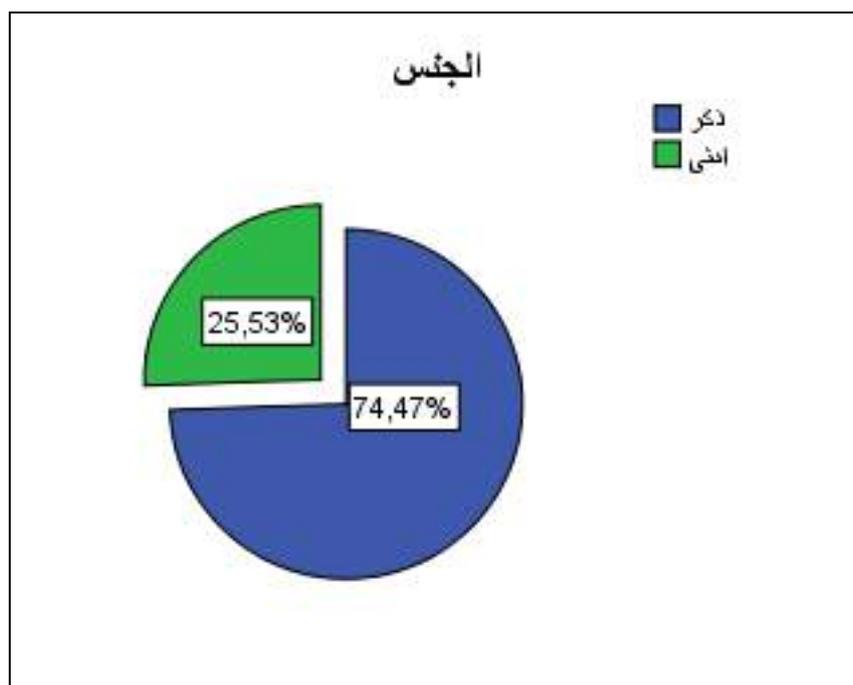
- توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

الجدول رقم (04): يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكور	35	%74.5
إناث	12	%25.5
المجموع	47	%100

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V 24

الشكل رقم (3): توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس:



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V 24

يبين الجدول رقم(04) توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس، حيث تمثلت نسبة الذكور ب 74.5 %، كما تمثلت نسبة الإناث ب 25.5% ، اي ان نسبة الذكور تفوق نسبة الاناث، وهذا ما يدل على ان معظم افراد عينة الدراسة هم من جنس الذكور.

توزيع أفراد العينة حسب متغير السن :

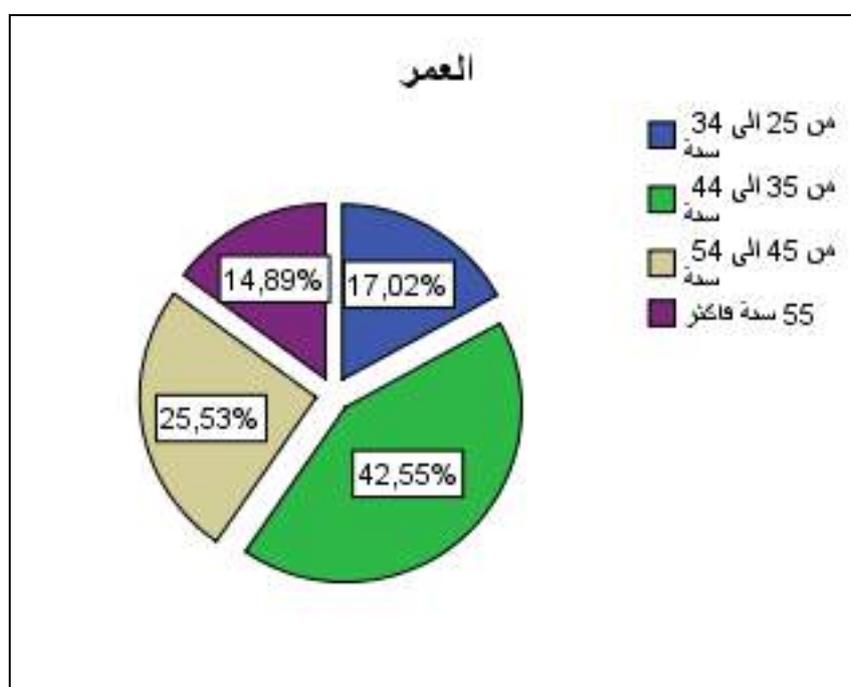
الجدول رقم (05): يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

السن	التكرارات	النسبة المئوية
اقل من 25 سنة	-	-
من 25 الى 34 سنة	08	%17
من 35 الى 44 سنة	20	%42.6

من 45 الى 54 سنة	12	25.5%
55 سنة فما اكثر	07	14.9%
المجموع	47	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V 24

الشكل رقم (4): توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V 24

نلاحظ أن أعمار الأفراد التي تتراوح ما بين 35 حتى 44 سنة حصلت على أعلى نسبة من مجموع أعمار الأفراد و التي تقدر ب 42.6% ، ثم تلتها النسبة 25.5% و التي مثلت فئة الافراد الذين تتراوح اعمارهم بين 45 الى 54 سنة ، بعدها جاءت النسبة 17% لتمثل فئة الافراد الذين يتراوح سنهم ما بين 25 الى 34 سنة، و اخيرا جاءت النسبة 14.9% لتمثل فئة الافراد الذين يبلغ سنهم

55 سنة فاكثر ، في حين لم تسجل اي نسبة لفئة الافراد الاقل من 25 سنة ، و بالتالي نلاحظ ان معظم افراد عينة الدراسة تتراوح اعمارهم بين اقل من 35 سنة الى 54 سنة.

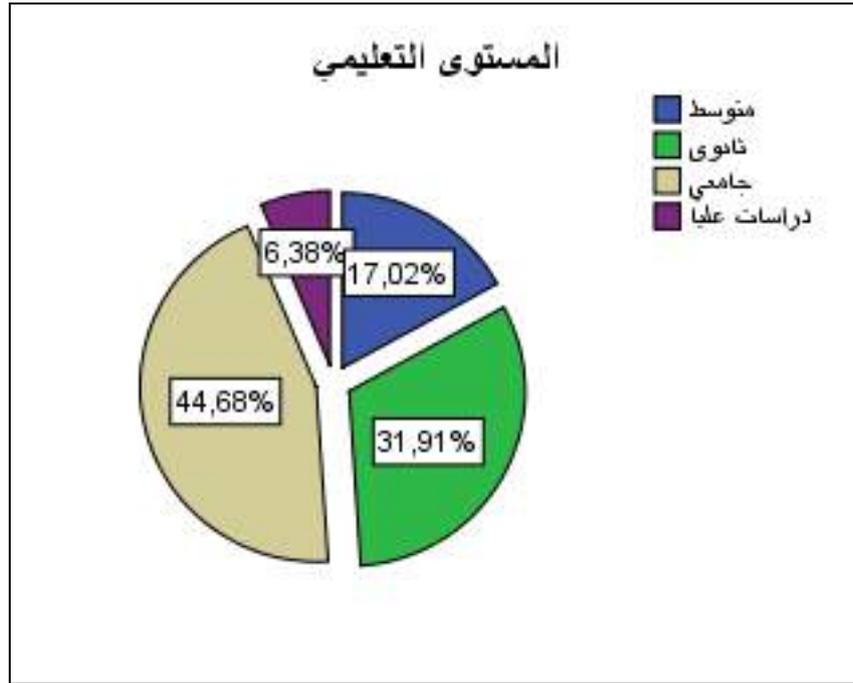
-توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي:

الجدول رقم (06): توزيع افراد عينة الدراسة حسب المستوى العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
-	-	ابتدائي
%17	08	متوسط
%31.9	15	ثانوي
%44.7	21	جامعي
%6.4	03	دراسات عليا
%100	47	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V 24

الشكل رقم (5): توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى العلمي



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V 24

نلاحظ أن المستوى العلمي الغالب في الدراسة هو "الجامعي" و الذي قدر بنسبة 44.7 % أي ما يعادل 21 فرد من افراد عينة الدراسة يحمل شهادة جامعية ، كما لوحظ أن هذه النسبة تفوق المؤهل العلمي "ثانوي" و الذي قدر ب 31.9 % أي ما يعادل 15 فرد من افراد عينة الدراسة يحمل شهادة التعليم الثانوي، كما سجلت نسبة 17 % لتمثل المستوى العلمي "متوسط" و هو ما يعادل 8 افراد، اما المستوى العلمي "دراسات عليا" فقد قدرت نسبته ب 6.4% اي ما يعادل 3 افراد من المبحوثين، في حين لم تسجل اي نسبة لتمثل المستوى العلمي "الابتدائي".

-توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة العمل:

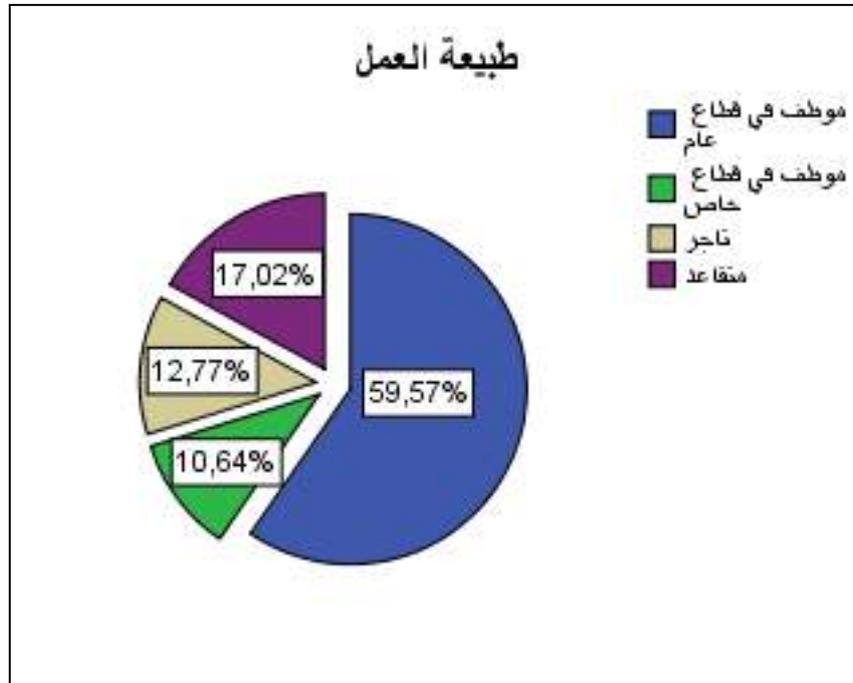
الجدول رقم(07): يمثل توزيع عينة الدراسة حسب طبيعة العمل

طبيعة العمل	التكرارات	النسبة المئوية

موظف في قطاع عام	28	59.6%
موظف في قطاع خاص	05	10.6%
اعمال حرة	-	-
تاجر	06	12.8%
متقاعد	08	17%
المجموع	47	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V 24

الشكل رقم (6): توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة العمل



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V 24

يبين الجدول رقم(07) توزيع افراد العينة حسب متغير طبيعة العمل، حيث نجد ان اغلبية افراد عينة

الدراسة هم موظفون لدى القطاع العام و الذين يمثلون نسبة قدرت ب 59.6% ما يعادل 28 موظف

،اما النسبة 17% فقد مثلت الزبائن المتقاعدین و الذين بلغ عددهم 8 افراد، 12.8% منهم هم تجار، كما ان 10.6% من مجموع هؤلاء الزبائن موظفون لدى القطاع الخاص، في حين لم تسجل اي نسبة لفائدة فئة الاعمال الحرة.

2. تحليل وتفسير اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة:

تم حساب التكرارات ،النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والنح ارف المعياري اليجابات مفردات الدراسة على المحور الأول (جودة الخدمة المصرفية)، وقد تم ترتيب العبارات وفق المتوسط الحسابي لكل عنصر من عناصر المحور، وسنستعرض النتائج من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم(08): البيانات المتعلقة باتجاهات افراد عينة الدراسة

العبارة	التكرارات					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
	لا اوافق بشدة	لا اوافق	محايد	اوافق بشدة	اوافق			
<u>محور الملموسية</u>								
1-المظهر العام للبنك يجب ان يتلاءم مع طبيعة الخدمة المقدمة	00	00	00	41	06	4.13	0.337	اوافق
2-تميز العاملين بحسن المظهر و	00	00	02	40	05	4.06	3.385	اوافق

								اناقة
اوافق	0.351	3.91	01	41	05	00	00	3-يتوافر لدى البنك معدات تساير العصر و تكنولوجيا الحديثة
اوافق	0.486	3.64	00	30	17	00	00	4-يستجيب الموظفون على استفساراتك فورا
اوافق	0.619	3.55	01	26	18	02	00	5-تكامل التصميم الداخلي بين المصالح
محور الاعتمادية								
اوافق	0.538	3.60	01	26	20	00	00	6-يقدم الموظفون الخدمات بشكل صحيح و دقيق
اوافق	0.359	3.96	02	41	04	00	00	7-يمكن الاعتماد على موظفي البنك
اوافق	0.583	3.91	06	31	10	00	00	8-البنك يعلم الزبائن بالخدمات

								الجديدة
أوافق	0.556	3.68	01	31	14	01	00	9- يتعاطف البنك مع العميل عند مواجهة مشكلة ما و يقوم بطمأنته على امكانية حلها
<u>محور الاستجابة</u>								
أوافق	0.522	3.66	01	29	17	00	00	10- تشعر ان موظفين يفهمون طلبك بسهولة
أوافق	0.312	3.89	00	42	05	00	00	11- ان لا يكون موظفو البنك مشغولون لدرجة تمنعهم من تلبية طلباتك
أوافق	0.507	3.70	01	31	15	00	00	12- يستجيب الموظفون لاحتياجاتك الطارئة
أوافق	0.385	4.06	05	40	02	00	00	13- يقوم البنك

								بتقديم بعض الامتيازات للزبائن الاوفياء
محور الأمان								
أوافق	0.463	3.79	01	35	11	00	00	14- يحتفظ البنك بانظمة التسجيل و توثيق دقيقة
أوافق	0.247	4.06	03	44	00	00	00	15- الشعور بالامان عند التعامل مع البنك
أوافق	0.380	4.17	08	39	00	00	00	16- لديك ثقة دائما في عمليات البنك
أوافق	0.481	3.83	02	35	10	00	00	17- يقدم البنك كشوف حسابات واضحة و دقيقة
محور التعاطف								
أوافق	0.498	3.72	01	32	14	00	00	18- يهتم مقدمو الخدمات في البنك بتقديم النصائح و

								الإرشادات للزبون
أوافق	0.529	3.64	01	28	18	00	00	19- يتفهم موظفوا البنك احتياجاتك
أوافق	0.515	3.68	01	30	16	00	00	20- المقابلة بابتسامة كلما طلب الزبون خدمة من الموظف
أوافق	0.507	3.70	01	31	15	00	00	21- يحرص البنك ان يوظف موظفين يتمتعون بقدرة على منح العملاء اهتماما شخصيا

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS V 24

- العبارة رقم 16 جاءت اولاً في الترتيب بمتوسط حسابي قدر ب 4.17 و انحراف معياري قدره 0.380 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل ان الزبائن لديهم ثقة في عمليات البنك بصفة دائمة.
- العبارة رقم 01 جاءت ثانياً في الترتيب بمتوسط حسابي قدر ب 4.13 و انحراف معياري قدره 0.337، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل ان المظهر العام للبنك يجب ان يتلائم مع طبيعة الخدمة المقدمة.

- العبارة رقم 02 جاءت ثالثا في الترتيب بمتوسط حسابي قدر ب 4.06 و انحراف معياري قدره 0.385، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان العاملين بالبنك يتميزون بمظهر حسن و اناقة.

- العبارة رقم 13 جاءت رابعا في الترتيب بمتوسط حسابي قدر ب 4.06 و انحراف معياري قدره 0.385، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل ان البنك يقوم بتقديم بعض الامتيازات للزبائن الاوفياء.

- العبارة رقم 15 جاءت خامسا في الترتيب بمتوسط حسابي قدر ب 4.06 و انحراف معياري قدره 0.385، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل ان الزبائن يشعرون بالامان عند التعامل مع البنك.

- العبارة رقم 7 جاءت سادسا في الترتيب بمتوسط حسابي قدر ب 3.96 و انحراف معياري قدره 0.359، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل ان الزبائن يعتمدون على موظفي البنك.

- العبارة رقم 03 جاءت سابعا في الترتيب بمتوسط حسابي قدر ب 3.91 و انحراف معياري قدره 0.351، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان البنك يتوفر لديه معدات تساير العصر وتكنولوجيا الحديثة.

- العبارة رقم 08 جاءت ثامنا في الترتيب بمتوسط حسابي قدر ب 3.91 و انحراف معياري قدره 0.583، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان البنك يعلم الزبائن بالخدمات الجديدة.

- العبارة رقم 11 جاءت تاسعا في الترتيب بمتوسط حسابي قدر ب 3.89 و انحراف معياري قدره 0.312، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان موظفو البنك لا ينشغلون لدرجة تمنعهم من تلبية طلبات الزبائن.

- العبارة رقم 17 جاءت عاشرا في الترتيب بمتوسط حسابي قدر ب 3.83 و انحراف معياري قدره 0.481 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان البنك يقدم كشوف حسابات واضحة و دقيقة.

- العبارة رقم 14 احتلت الرتبة احدى عشر بمتوسط حسابي قدر ب 3.79 و انحراف معياري قدره 0.463 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان البنك يحتفظ بانظمة التسجيل و توثيق دقيقة.

- العبارة رقم 18 احتلت الرتبة اثنتي عشر بمتوسط حسابي قدر ب 3.72 و انحراف معياري قدره 0.498 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان موظفو الخدمات في البنك يهتمون بتقديم النصائح و الارشادات للزبائن.

- العبارة رقم 12 احتلت الرتبة ثلاثة عشر بمتوسط حسابي قدر ب 3.70 و انحراف معياري قدره 0.507 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان الموظفون يستجيبون لاحتياجات الزبائن الطارئة.

- العبارة رقم 21 احتلت الرتبة اربعة عشر بمتوسط حسابي قدر ب 3.70 و انحراف معياري قدره 0.507، وكان اتجاه الراي بها موافق، وهي تدل على ان البنك يحرص على توظيف موظفين يتمتعون بقدرة على منح العملاء اهتماما شخصيا.

- العبارة رقم 20 احتلت الرتبة خمسة عشر بمتوسط حسابي قدر ب 3.68 و انحراف معياري قدره 0.515 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان الموظفين يتحلون بالابتسامة كلما طلب الزبون خدمة منهم.

- العبارة رقم 09 احتلت الرتبة ستة عشر بمتوسط حسابي قدر ب 3.68 و انحراف معياري

قدره 0.556 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان البنك يقوم بتقديم بعض الامتيازات للزبائن الاوفياء.

- العبارة رقم 10 احتلت الرتبة سبعة عشر بمتوسط حسابي قدر ب 3.66 و انحراف معياري قدره 0.522 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و من خلالها يؤكد الزبائن بان الموظفون يفهمون طلبهم بسرعة.

- العبارة رقم 04 احتلت الرتبة ثمانية عشر بمتوسط حسابي قدر ب 3.64 و انحراف معياري قدره 0.486 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان الموظفين يقدمون اجابات فورية على استفسارات الزبائن.

- العبارة رقم 19 احتلت الرتبة تسعة عشر بمتوسط حسابي قدر ب 3.64 و انحراف معياري قدره 0.529، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان الموظفين يتفهمون احتياجات الزبائن.

- العبارة رقم 06 احتلت الرتبة عشرون بمتوسط حسابي قدر ب 3.60 و انحراف معياري قدره 0.538 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على ان الموظفون يقدمون الخدمات بشكل صحيح و دقيق.

- العبارة رقم 05 احتلت الرتبة واحد و عشرون بمتوسط حسابي قدر ب 3.55 و انحراف معياري قدره 0.619 ، و كان اتجاه الراي بها موافق، و هي تدل على البنك يتوفر على تصميم داخلي متكامل بين المصالح.

اذا يمكن القول أن الوكالة البنكية للبنك الجزائر الخارجي محل الدراسة تعتمد وتحرص على تطبيق أبعاد جودة الخدمة في الخدمات التي تقدمها.

4. اختبار فرضيات الدراسة:

1.4 اختبار الفرضية الاولى:

الجانب النظري

2.4 اختبار الفرضية الثانية:

الجانب النظري

3.4 اختبار الفرضية الثالثة: "لا يوجد فروق معنوية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير

الجنس"

و لاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار (T-Test) لمعرفة اذا كانت هناك فروق جوهرية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير الجنس، وفيما يلي فرض العدم والفرض البديل لهذا الاختبار

- فرض العدم (H0): لا يوجد فروق معنوية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير الجنس

-الفرض البديل(H1) : يوجد فروق معنوية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير الجنس

وذلك كما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم (09) :المتوسطات ،الانحرافات المعيارية و قيمة"ت" لجودة الخدمات البنكية حسب متغير

الجنس

المتغير	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة"ت"	قيمة الدلالة	مستوى الدلالة
جودة	ذكر	35	3.82	0.297	-0.203	0.840	غير دالة

الخدمات البنكية	انثى	12	3.84	0.250		احصائيا
--------------------	------	----	------	-------	--	---------

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام مخرجات spss version 24

من خلال الجدول اعلاه يظهر ان جودة الخدمات البنكية مستوى دلالتها اكبر من 0.05 مما يدل على انها غير دالة احصائيا عند مستوى الدلالة 0.05، وهذا يدل على انه لا يوجد فروق في مستوى جودة الخدمات البنكية وفق متغير الجنس، و بالتالي نرفض الفرضية البديلة و التي تنص على وجود فروق معنوية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير الجنس، و نقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود فروق معنوية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير الجنس.

4.4 اختبار الفرضية الرابعة: "لا يوجد فروق معنوية بين مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير طبيعة العمل"

للإجابة على هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين الاحادي (ONE WAY ANOVA) لمعرفة اذا كانت هناك فروق جوهرية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير طبيعة العمل، وفيما يلي فرض العدم والفرض البديل لهذا الاختبار

فرض العدم (H0): لا يوجد فروق معنوية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير طبيعة العمل
 - الفرض البديل (H1): يوجد فروق معنوية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير طبيعة العمل

و ذلك كما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم (10): التباين ومجموع المربعات ودرجات الحرية ومتوسط المربعات وقيمة "ف" ومستوى

الدلالة حسب متغير طبيعة العمل

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف"	قيمة الدلالة	مستوى الدلالة
جودة الخدمات البنكية	بين المجموعات	0.169	03	0.056	0.686	0.565	غير دالة إحصائياً
	داخل المجموعات	3.533	43	0.082			
	المجموع	3.703	46				

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام مخرجات spss version 24

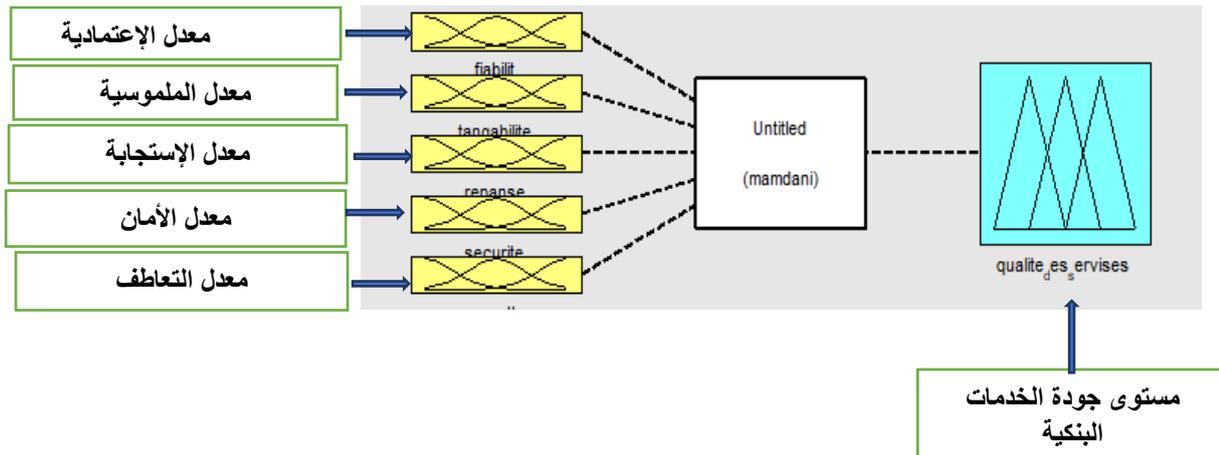
من خلال الجدول اعلاه يظهر ان جودة الخدمات البنكية مستوى دلالتها اكبر من 0.05 مما يدل على انها غير دالة احصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 ، اي انه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير طبيعة العمل .

و بالتالي نرفض الفرضية البديلة و التي تنص على وجود فروق معنوية بين مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير طبيعة العمل، و نقبل فرضية العدم التي تنص على عدم وجود فروق معنوية في مستوى جودة الخدمات البنكية تعزى لمتغير طبيعة العمل.

الدراسة التطبيقية للمنطق الضبابي:

- الدراسة تمت على إحدى البنوك الجزائرية المتمثلة في بنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت والتي تضمن الاستمرارية التي تتميز بجودة عالية للخدمة متميزة بالمساواة في المعاملة لكل الزبائن على مستوى الولاية و من أجل التأكد من مستوى جودة الخدمات لهذا البنك قمنا باتباع الخطوات المشار إليها مسبقا وكما اعتمدنا في الدراسة على خمسة مؤشرات رئيسية لتقييم هذه الجودة تمت العملية من خلال الاعتماد على آلية الاستدلال الضبابي التي قدها العالم mamdani قمنا باتباع الخطوات المشار إليها مسبقا.

- والشكل (7) يبين نموذج الاستدلال الضبابي لتقييم جودة الخدمات البنكية في بنك الجزائر الخارجي لولاية عين تموشنت و ذلك بالاعتماد على برنامج Matlab.



- 1 تحديد المجموعات الضبابية ودوال الانتماء:

- من خلال هذه المرحلة يتم تحديد المجموعات الضبابية لكل مدخلات ومخرجات النموذج، بالإضافة إلى ذلك تحديد دوال الانتماء المثلثية المقابلة لها، حيث تمثل هذه المرحلة العملية الأولى (التضبيب) في نموذج الاستدلال الضبابي.

- وكما ذكرنا سابقا اعتمدنا على خمسة مؤشرات رئيسية لتقييم جودة الخدمات البنكية والتي تمثلت في معدل الاعتمادية بالمؤسسة محل الدراسة .معدل الملموسية. معدل الاستجابة .معدل الأمان و معدل التعاطف.

- حصر معدل هذه المدخلات والمخرجات في مجال بين 1 و 5 وقد قسمت المدخلات إلى خمسة مجموعات ضبابية ، والتي حددت بناء على وثائق المؤسسة وآراء المسؤولين على مستوى بنك الجزائر الخارجي لعين تموشنت و الجدول التالي يلخص مختلف المعلومات :

المدخلات		
المجموعات الضبابية	المدى	
لا أوافق بشدة	من 1 إلى 3.55	الاعتمادية
لا أوافق	من 3.55 إلى 3.64	
محايد	من 3.64 إلى 3.91	
أوافق	من 3.91 إلى 4.06	
أوافق بشدة	من 4.06 إلى 5	
لا أوافق	من 1 إلى 3.60	الملموسية
محايد	من 3.60 إلى 3.68	
أوافق	من 3.68 إلى 3.91	
أوافق بشدة	من 3.91 إلى 5	
لا أوافق	من 1 إلى 3.66	الاستجابة
محايد	من 3.66 إلى 3.70	
أوافق	من 3.70 إلى 3.89	
أوافق بشدة	من 3.89 إلى 5	
لا أوافق	من 1 إلى 3.79	التعاطف
محايد	من 3.79 إلى 3.83	
أوافق	من 3.83 إلى 4.06	
أوافق بشدة	من 4.06 إلى 5	
لا أوافق	من 1 إلى 3.64	الأمان
محايد	من 3.64 إلى 3.68	
أوافق	من 3.68 إلى 3.70	
أوافق بشدة	من 3.70 إلى 5	
المخرجات		
لا أوافق بشدة	من 1 إلى 1.80	جودة الخدمات البنكية
لا أوافق	من 1.80 إلى 2.60	

محايد	من 2.60 إلى 3.40	
أوافق	من 3.40 إلى 4.20	
أوافق بشدة	من 4.20 إلى 5	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على المعلومات المحصلة عليها من بنك الجزائر الخارجي

- والأشكال (8)(9)(10)(11)(12)(13) الموضحة في الملاحق تبيين دوال الإنتماء المثلثية الخاصة بمدخلات ومخرجات تقنية الاستدلال الضبابي.

2-2 بناء القواعد الشرطية

يتم في هذه المرحلة تحديد القواعد الشرطية (if-then) على مستوى قاعدة المعرفة. بحيث تم تشكيل 40 قاعدة على مستوى برنامج Matlab. بحيث تمثلت أول قاعدة شرطية فيما يلي : إذا (IF) كان معدل الاعتمادية منخفض (i) و (end) معدل الملموسية منخفض (i) و (end) معدل الاستجابة منخفض (i) و (end) معدل الأمان منخفض (i) و (end) معدل التعاطف منخفض (i) فإن (then) مستوى جودة الخدمات البنكية ضعيفة. وما تبقى من القواعد موضحة في الشكل (8).

2-3 الحصول على مخرجات تقنية الاستدلال الضبابي:

بعد تجميع المجموعات الضبابية لكل قاعدة يتم الحصول على مجموعة ضبابية واحدة تمثل الناتج النهائي الإجمالي للمخرجات، بحيث تم إزالة الضبابية وتحويل المتغيرات اللغوية إلى قيم محددة كما هو موضح في الجدول (6) والشكل وذلك بالاعتماد على برنامج Matlab.

الجدول (2) نتائج تقنية الاستدلال الضبابي

المخرجات					
معدل	معدل	معدل	معدل	معدل	معدل
مستوى جودة الخدمات	معدل	معدل	معدل	معدل	معدل

البنكية	التعاطف	الأمان	الاستجابة	الملموسية	الاعتمادية
3.998	4	4	3.99	4	4

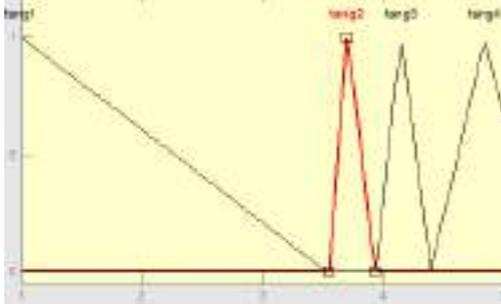
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج Matlab

تحليل النتائج:

يوضح الجدول (6) نتائج تقييم مستوى جودة الخدمات البنكية باستخدام أحد طرق المنطق الضبابي ببنك الجزائر الخارجي لعين تموشنت وذلك لسنة 2022، تم الاعتماد على تقنية الاستدلال الضبابي للعالم Mamdani وذلك بناء على المعلومات المقدمة بالبنك حيث بلغ مستوى جودة الخدمات البنكية معدل 3.998 وهو معدل يعبر عن أداء متوسط ومقبول بالنسبة لبنك الجزائر الخارجي لعين تموشنت وهذا دليل على أن البنك يملك خدمات ذات كفاءات ومؤهلات جيدة ولديها استراتيجية واضحة في رفع مستوى جودة الخدمات البنكية وتحسينها، بحيث بلغ معدل كلا من الإعتماضية، الملموسية، الأمان و التعاطف 4 وهي نسبة مرتفعة وهذا ما يفسر بأن البنك يقوم بتقييم جودة خدماته من فترة إلى أخرى .

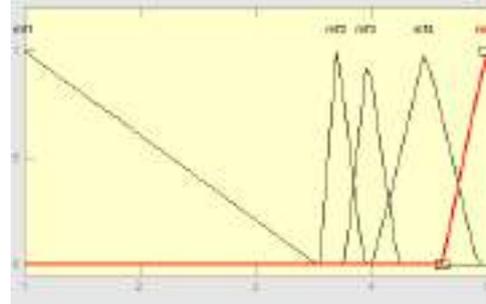
-الملاحق:

الشكل (9) دوال الإنتماء المثلثية الخاصة باللموسية



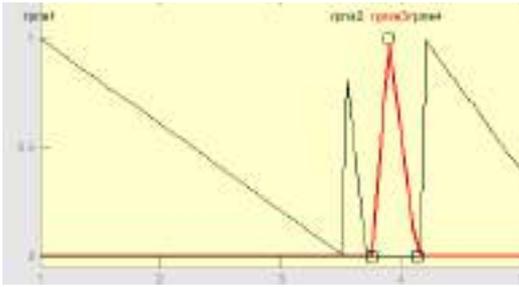
المصدر: اعتمادا على مخرجات Matlab

الشكل (8) دوال الإنتماء المثلثية الخاصة بالإعتمادية

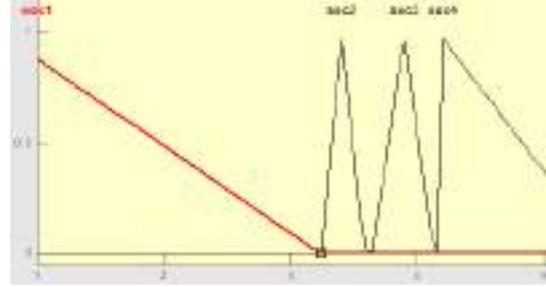


المصدر: اعتمادا على مخرجات Matlab

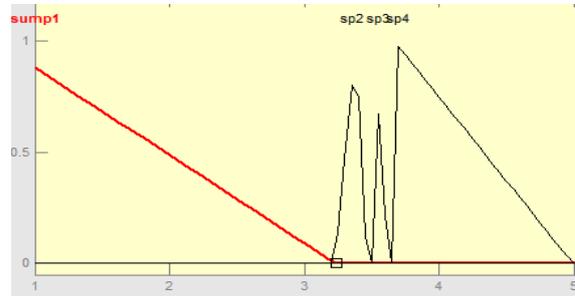
الشكل (11) دوال الإنتماء المثلثية الخاصة بالأمان



الشكل (10) دوال الانتماء المثلثية الخاصة بالاستجابة



الشكل (12) دوال الانتماء المثلثية الخاصة بالتعاطف



الشكل (15): مخرجات تقنية الإستدلال الضبابي



المصدر: اعتمادا على برنامج Matlab

الخاتمة العامة:

إن نجاح البنوك في استقطاب زبائنها من منطلق جودة خدماتها أصبح ضرورة حتمية ومطلبا هاما لا يمكن للبنوك أن تتجاهلها من أجل تحقيق الأداء المتميز كههدف يضمن البقاء و النمو و التنافس ذلك من خلال وجود نظام كفى و فعال مبني على أسس و قواعد تستند إليها البنوك في إنجاز أنشطتها بدقة.

حيث يعتبر العميل من أهم المرتكزات التي تقوم عليها البنوك و سلاح قويا لمواجهة خطر المنافسة من خلال كسب أكبر عدد من العملاء والوصول إلى رضاهم وهذا الرضا يتحقق من خلال الجودة، فالمبرر الأساسي لوجودها هو إشباع حاجات ورغبات العملاء و جعلها تعتبر من استراتيجيات تحقيق الرضا إذ ينصب اهتمام البنك على الاقتراب والبقاء على صلة مع عملائه بغرض التعرف على حاجاتهم ورغباتهم وتقديم خدمة مصرفية تضمن الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد . فالقرار الإستراتيجي الذي يخدم أهداف البنك ويحسن من أدائه لا يأتي من فراغ

بل يتعداه إلى فهم و تحليل جودة الخدمات و المنافسة لفهم طبيعة المنافسة في القطاع الذي يشتغل فيه البنك مقارنة بمنافسيه ، لذا يتطلب من البنك زرع فريق واحد والتعاون على تصميم الأهداف والإستراتيجيات وخلق روح الإبداع بمنافسيه ، لذا يتطلب من البنك زرع فريق واحد والتعاون على تصميم الأهداف والإستراتيجيات وخلق روح الإبداع والابتكار في مجال الخدمات المصرفية إذ يعتبر من الوسائل الإستراتيجية الهامة التي تساهم في ستقطاب الزبائن للبنك وكذا بقائها ونموها وزيادة قدرتها على تحقيق الأهداف المرجوة ، وذلك باستخدام التكنولوجيا المتطورة وكذا المعاملة الحسنة للعميل والاستقبال الجيد ، كلها عوامل تؤدي إلى تقديم البنك لخدمة مصرفية ذات جودة عالية و اكتساب سمعة جيدة ، تميزها عن غيرها من البنوك الأخرى

- تعتبر جودة الخدمة المصرفية مصدرا مهما من مصادر المحافظة على العملاء الحاليين للبنك بإضافة إلى جذب عملاء جدد .

السرعة في أداء العمليات وإجراءات بنكية مما يحقق رضا الزبائن في الوكالة

- اهتمام بالزبون وهذا ما يظهر من خلال المعاملة الحسنة من طرف مقدمي الخدمة

الجودة تعتبر كميزة تنافسية كونها تستخدم كإستراتيجية من بين الاستراتيجيات التي تحقق رضا الزبون.

- ضيق مساحة الوكالة الذي يعتبر عائقا كبيرا أمام الوكالة لعمليها إضافة إلى عدم جاذبيته والذي من شأنه إعطاء نظرة سلبية للزبون الجديد حول أداء الوكالة.

- و في دراستنا هذه إستخدمنا أحد أدوات الذكاء الإصطناعي لتقييم جودة الخدمات البنكية ألا و هو المنطق الضبابي للتأكد من صحة البيانات و من صحة المتغيرات ما إذا كانت ثابتة أو لا .

التوصيات:

وفي الأخير لقد فتحت لنا هذه الدراسة آفاقا وتساؤلات جديدة تصب في مقتضى الموضوع محل الدراسة، حيث يمكن إدراجها كالتالي ضرورة الإعتماد على مبدأ إدارة الجودة الشاملة والإبتعاد عن الطرق التقليدية للإدارة للوصول إلى مستوى عالي من الخدمات.

- على البنوك خلق جو تنافسي من خلال التحسين والتطور المستمر للخدمات المقدمة وبالتالي كسب ولاء المستفيد من الخدمة.

- لابد من العمل على خلق منتجات جديدة ومتطورة عن تلك التي في البنك تحقق متطلبات الزبائن.

- ضرورة إعطاء الأولوية الكبيرة للجودة في البنوك بما يساهم في الإرتقاء نحو منافسة فعالة في القطاع البنكي.

- ضرورة تحسين العلاقة بين مقدم الخدمة والمستفيد منها.

- على البنك تحسين مستوى خدماته بإدخال تكنولوجيايات حديثة من أجل الإستجابة لمتطلبات العمال والزبائن.

- على البنك محل الدراسة أخذ بعين الإعتبار نتائج هذه الدراسة الميدانية. والإهتمام براحة العميل والزبون.

الأفاق:

وفي الأخير نرجو أن نكون قد أوفينا بمتطلبات الموضوع، مع أنه تبين لنا أن الموضوع لا يزال يحتاج إلى دراسات متوسعة بالشكل الكافي، ونرجو أن نكون قد فتحنا طريق البحث في الموضوع بالشكل الأوفى.

المصادر والمراجع

الكتب:

السامرائي، مهدي صالح؛ إدارة الجودة الشاملة فالقطاعين الإنتاجي والخدمي، دار جرير للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2002.

جودة محفوظ احمد، إدارة الجودة الشاملة : مفاهيم وتطبيقات، دار وائل لنشر، 2004.

رشاد نعمان شامع العامري، الخدمات المصرفية الائتمانية في البنوك الإسلامية، دار الفكر الجامعي الإسكندرية ط1 ، مصر، 2013 .

خضير كاظم محمود، إدارة الجودة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2002.

عصام الدين أبو علقه، التسويق النظرية التطبيق، دار الاسكندرية، الإسكندرية، مصر، 2002.

علاء فرحان طالب، وفوادي حمودي العطار، " المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن "، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.

محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع والدار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2002 .

مصطفى محمد محمود، التسويق الاستراتيجي للخدمات، ط 1، دار مناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2003

I. الملتقيات الدولية :

- باي محمد، شهيب سامية، كروش حيزية، الذكاء الاصطناعي بين الواقع و المأمول، الملتقى الدولي " الذكاء الإصطناعي : تحد جديد للقانون؟"، الجزائر، 2018.

II. المقالات :

- بن قدور أشواق، محمد فودو، المنطق الضبابي و استخداماته في ترشيد القرارات المالية، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 08 ، العدد 01 ، مارس 2020.

- بوقرة رابح، لعراف فائزة، تقييم جودة الخدمة البنكية المقدمة من منظور الزبائن، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة المسيلة- ، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 12 ، 2014 .

- بلحريزي زينب، بن مسعود نصر الدين، استخدام تقنية الإستدلال الضبابي لتقييم مستوى أداء الموارد البشرية دراسة حالة مؤسسة سونلغاز عين تموشنت، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد/ 21 ، العدد 3

III. الرسائل و المذكرات الجامعية :

❖ الرسائل الجامعية:

- عبد الرحيم ليلي، " دور التسويق في تطوير الخدمات المصرفية د راسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التقليدية" ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف ، 2014-2015
- موسى أحمد صبيح، "التسويق المصرفي" ، بحث مقدم ضمن متطلبات نيل درجة الدكتوراه، قسم العلوم الإدارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الإدارية، جامعة عمان للدراسات العليا، 2009-2010.

❖ المذكرات الجامعية:

● مذكرات الماجستير:

- ياسمينة يتسع، دراسة اقتصادية قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الأداء الاقتصادي للمنظمة، دراسة حالة شركة القطن الممتص socothyd ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009-2010.

● مذكرات الماستر:

- إدريس سلطانة، أثر تطبيق الذكاء الاصطناعي على جودة القرار المتخذ داخل المؤسسات الاقتصادية دراسة ميدانية بالمؤسسات الاقتصادية ولاية أدرار، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي، تخصص إدارة أعمال، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020-2021.
- أ.م.د. عبد الأمير عبد الحسين شباع . م.م رحيم عبد محمد الموسوي أثر عناصر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على سلوك الزبائن في إختيار المصارف التجارية.المعهد العالي للدراسات المحاسبية و المال - جامعة بغداد.
- أعماد صفية، العايشي مريم، جودة الخدمات البنكية وتأثيرها عمى المنافسة بين البنوك، تخصص مالية و بنوك ، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2016-2017
- ايت رابح ليندة، دور جودة الخدمة في خلق ميزة التنافسية للمؤسسة دراسة حالة مؤسسة ALGERIE BEINX، شهادة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محند أولحاج ، البويرة، 2018-2019.
- حفصاوي عائشة، أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون دراسة استطلاعية من وجهة نظر عينة من زبائن بعض الوكالات البنكية بأم البواقي،مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و التسيير، جامعة أم البواقي، 2014-2015.

- دزاير حنان ، لعربي نعيمة، " جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية في البنوك التجارية دراسة حالة بنك CPA و " BADR ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص :اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة أكلي محند ولحاج، البويرة ، 2014-2015.
- رقيق أصالة، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في إدارة أنشطة المؤسسة دراسة حالة مجموعة من المؤسسات الاقتصادية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال المؤسسة، جامعة أم البواقي، 2013-2014
- صحراوي دنيا، اثر استخدام تكنولوجيا معلومات والاتصال على جودة الخدمة المصرفية، مذكرة ماستر أكاديمي، تخصص تسويق، 2014-2015.
- فاطنة قيديري ، واقع تبني مفهوم تسويق الخدمات الصحية، شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2014-2015
- فوزي بويضان، موجد السعيد، جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر الزبائن دراسة حالة ميدانية ببنك الفلاحة و التنمية الريفية-وكالة ميلة-،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ،قسم العلوم الاقتصادية والتجارية،المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة،2019-2020 .
- قواسمية سلمى، مصباح ايمان، قياس جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية دراسة ميدانية: بنك التنمية المحلية - وكالة بوشقوف-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ٠٨ ماي ١٩٤٥ ، قالمة،2014-2015 .
- نموشي هناء، تأثير التسويق الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية-دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية- مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في التجارة الدولية، تخصص تسويق شامل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014-2015.

IV. محاضرات:

- سعيد محمد المصري، محاضرات في إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2001-2002.

المواقع الإلكترونية:

Voir :-www.bea.dz/résultats financiers ,extrait le 14/05/2008.
- www.bea.dz/rapport bea 2005,extrait le 03/06/2008

المخلص:

نستخلص من خلال الدراسة أن الخدمات المصرفية تمثل الدور الكبير في القطاع البنكي , و إدخال مفهوم الجودة عليها يؤدي إلى تحسين و تطوير منتجات هذا القطاع, ومن هنا تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على إدارة الجودة الشاملة و التمييز البنكي و العلاقة التي تربط الجودة بالذكاء الاصطناعي وقد اعتمدنا في دراستنا على أداة من أدواته و هو المنطق الضبابي لثبات صحة البيانات و المتغيرات الحسابية . و قد إعتدنا في ذلك على بنك الجزائر الخارجي في تحليل الجودة و تقييمها,حيث إستعنا بالإستبيان الموجه لزيائن البنك عشوائيا و المتكونة من 50 عينة.

و قد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:أن البنوك تعمل على توطيد العلاقة بينها و بين الزبون و ذلك بتقديم خدمات بشكل صحيح و دقيق و ملائمة لسمعة البنك و مكانته.

Abstract :

We conclude that banking servies represnt a major role in the banking sector.And the itroduction of the concept of quality on it leads to the improvement And development of the products of this sector and hence this study aims to identify the total quality management, banking discrimination, and the relationship between quality and artificial intelligence. In our study, we relied on one of its tools, which is the fuzzy logic to ensure the validity of the data and the computational variables. In this regard, we relied on the External Bank of Algeria in analyzing and evaluating the quality, as we used the questionnaire directed to the bank's customers at random, and it consisted of 50 samples.

The study reached several results, the most important of which are: that the banks are working to consolidate the relationship between them and the customer by providing services in a correct, accurate and appropriate manner to the reputation and position of the bank.

