



جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب
Ain Témouchent University Belhadj Bouchaib



كلية العلوم الاقتصادية، التجارية والعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص: إدارة الأعمال

مذكرة مقدمة للحصول على شهادة ماستر أكاديمي

الذكاء العاطفي ودوره في تحسين جودة التعامل مع الزبائن

- دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA -

تحت اشراف أستاذ:

بوسعد نايت إبراهيم

من اعداد:

_ بن سليمان ياسين

_ بن صالح سليمان

لجنة المناقشة

الأستاذ	بوسعد نايت إبراهيم	مشرفا
الأستاذ	عدادي توفيق	رئيسا
الأستاذ	بن وسعد زينة	ممتحنا

الدفعة 2025/2026

اَفَرَأَيْتُمُ الْخَلْقَ الَّذِي
خَلَقْنَا مِنْكُمْ ثُمَّ كُنَّا
عِندَهُمْ عَاكِفِينَ يَنْظُرُونَ

شكر وعرفان

الحمد لله أولاً وآخراً، الذي وفقنا وأعاننا على إتمام هذا العمل المتواضع.

نتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان إلى الأستاذ المشرف بوسعد نايت ابراهيم على ما قدمه لنا من توجيهات ونصائح قيمة، وعلى دعمه ومتابعته طوال إنجاز هذه الدراسة.

كما نتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى السيد المدير كادي كريم على مساعدته وتعاونته، وتسهيله لنا عملية إنجاز الجانب التطبيقي للدراسة داخل بنك CPA.

ولنا يفوتنا أن نتقدم بالشكر إلى كافة أساتذة وموظفي كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية لجامعة بلحاج بوشعيب، على ما بذلوه من جهود في سبيل تكويننا العلمي.

كما نتوجه بالشكر إلى جميع أصدقائنا وكل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل.

وفي الأخير، نسأل الله التوفيق والسداد وأن يجعل هذا العمل نافعا ومفيدا.

الاهداء

أولاً اهدي هذا العمل الى نفسي أهني نفسي على هذا المشوار الطويل، على كل تعبٍ وصبرٍ وسهرٍ وعزيمة، وعلى كل لحظةٍ ضعفٍ تجاوزتها بالإصرار والإيمان بأن النهاية الجميلة تستحق طول الطريق. هذا النجاح ليس سوى ثمرة سنواتٍ من الاجتهاد، ورسالة فخرٍ لكل خطوةٍ لم تتراجع، ولكل حلمٍ بقي حياً رغم الصعاب.

إلى منبع فخري وسندي، أبي الغالي. يا من علمتني أن القمم تُنال بالصبر، وأن اسمك هو وسامي الذي أعتز به في كل محفل. إليك يا من كنت ولا تزال قدوتي في الكفاح.

إلى جنة الأرض وقرة عيني، أمي الحبيبة. إلى دعواتك الصادقة التي كانت تفتح لي الأبواب المغلقة، إلى حنانك الذي كان الملاذ والملجأ. هذا الغرس هو ثمرة دعائك وصبرك.

إلى رفقاء الدرب وعضدي في الحياة. إخوتي الأوفياء، ياسر ومعاذ، أنتما السند الذي أتكئ عليه، والقلب الذي يشاركني كل نجاح وفرح.

إلى بناء العقول. أساتذتي الكرام في جميع الأطوار، من بساطة الابتدائي إلى عمق الجامعة، شكراً لمن غرس فيّ حرفاً، وأنار في عقلي فكراً.

إلى رفيق الكفاح والبحث، بن صالح سليمان. كنت خير صديق وخير شريك طيلة خمس سنوات من التعب والمشاركة، لم تكن مجرد زميل مذكورة، بل كنت الأخ الذي شاركني الحلو والمر في ممرات الجامعة، دمت فخراً وصديقاً.

وإلى أصدقاء الدفعة...

إلى الوجوه التي شاركنني تفاصيل السنوات الجامعية، من لحظات التعب والضغط إلى أجمل الذكريات والضحكات التي خفت عنا صعوبة الطريق.

إلى من أنار لي طريق البحث بتوجيهاته القيمة، الأستاذ المشرف شكراً لك على سعة صدرك، وعلى نصائحك التي كانت بمثابة البوصلة التي وجهت هذا العمل إلى بر الأمان. لقد كنت نعم الموجه والمعلم، ولك مني كل التقدير والامتنان.

بن سليمان ياسين

الاهداء

أهدي هذا العمل أولاً إلى نفسي...

إلى تلك الرحلة الطويلة التي بدأت بخطوات صغيرة، ومرت بمحطات من التعب والسهر والضغط، لكنها لم تتوقف يوماً عن الإيمان بأن الوصول يستحق كل هذا العناء.
أهدي هذا النجاح لنفسي التي صبرت رغم كل الظروف حتى وصلت إلى هذه اللحظة التي أفخر بها اليوم.

إلى أبي الغالي...

إلى الرجل الذي كان سندي وقوتي، والذي تعلمت منه أن النجاح لا يأتي إلا بالصبر والعمل والاجتهاد.

إلى أمي الحبيبة...

إلى القلب الذي منحني الطمأنينة في أصعب أيامي، وإلى الدعوات التي كانت ترافقني في كل خطوة من هذا المشوار كل نجاح أصل إليه أرى فيه أثر حبك وصبرك وحنانك.

إلى أخي عبد الحق

إلى السند الحقيقي ورفيق الحياة، إلى من كان مشاركته لفرحي ودعمه في لحظات التعب دافعاً للاستمرار، دمت نعمة لا تزول

إلى صديقي ورفيق هذا المشوار، بن سليمان ياسين...

كنت خير رفيق طوال خمس سنوات من الدراسة والتعب والعمل المشترك، تشاركنا لحظات الضغط قبل الفرع، وذكريات الجامعة قبل نهاية الطريق، فشكراً لصداقتك الصادقة.

وإلى أصدقاء الدفعة...

إلى الوجوه التي شاركتني تفاصيل السنوات الجامعية، من لحظات التعب والضغط إلى أجمل الذكريات والضحكات التي خفت عنا صعوبة الطريق.

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذ المشرف، على دعمه وتوجيهاته القيمة وصبره طوال إنجاز هذا العمل، وعلى كل النصائح التي ساعدتني في إتمام هذه الدراسة، فله مني كل الاحترام والامتنان.

بن صالح سليمان

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر الذكاء العاطفي في تحسين جودة التعامل مع الزبائن، إلى جانب ذلك معرفة واقع ممارسة مهارات الذكاء العاطفي لدى موظفي بنك القرض الشعبي الجزائري (CPA) ومدى انعكاس ذلك على مستوى جودة التعامل المدركة من وجهة نظر الزبائن.

للإجابة على الإشكالية، تم الاعتماد على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، بالإضافة إلى ذلك تم تصميم استبانة تم توزيعها على عينة من الدراسة مكونة من 109 فرداً، وقد اعتمدنا في تحليل بياناتها على برنامج (SPSS) من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة.

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن في البنك محل الدراسة، كما أظهرت النتائج وجود أثر إيجابي لأبعاد الذكاء العاطفي (كالوعي بالذات، والتعاطف، والمهارات الاجتماعية) على جودة التفاعل الخدمي، مما يؤكد أن الكفاءة العاطفية للموظف تساهم بشكل مباشر في تجويد أساليب التعامل مع الزبائن داخل وكالات بنك. (CPA)

الكلمات المفتاحية: الذكاء العاطفي - جودة التعامل - رضا الزبائن - بنك القرض الشعبي الجزائري (CPA) - المهارات العاطفية - جودة الخدمة.

Abstract :

This study aimed to identify the impact of emotional intelligence on improving the quality of customer interaction, as well as to explore the reality of emotional intelligence skills among employees of the Credit Populaire d'Algérie (CPA) and how this reflects on the quality of interaction perceived by customers. To address the research problem, both descriptive and analytical approaches were employed. Additionally, a questionnaire was designed and distributed to a study sample consisting of 109 individuals. The data was analyzed using the SPSS software to ensure accurate and reliable results.

The study concluded that there is a statistically significant impact of emotional intelligence on the quality of customer interaction within the investigated bank. The results also revealed a positive impact of emotional intelligence dimensions (such as self-awareness, empathy, and social skills) on the quality of service interaction. This confirms that the emotional competence of the employee directly contributes to enhancing the methods of dealing with customers within CPA bank branches

.Keywords: Emotional Intelligence, Quality of Interaction, Customer Satisfaction, CPA Bank, Emotional Skills, Service Quality.

قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

شكر وعرفان	
الاهداء	
ملخص الدراسة:	
قائمة المحتويات	1
المقدمة	أ
الفصل الأول: الإطار النظري للذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن	1
المبحث الأول: المفاهيم الأساسية حول الذكاء العاطفي	1
المطلب الأول: نشأة وتطور مفهوم الذكاء العاطفي	1
المطلب الثاني: مفهوم الذكاء العاطفي وأهميته	2
المطلب الثالث: نماذج الذكاء العاطفي وطرق قياسه	4
المبحث الثاني: المفاهيم الأساسية حول جودة التعامل مع الزبائن	8
المطلب الأول: ماهية جودة الخدمة وجودة التعامل	8
المطلب الثاني: أهمية جودة التعامل مع الزبائن	9
المطلب الثالث: أبعاد جودة التعامل مع الزبائن	10
المبحث الثالث: العلاقة النظرية بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن	11
المطلب الأول: أثر الذكاء العاطفي على جودة التعامل	11
المطلب الثاني: النماذج والنظريات المفسرة للعلاقة	12
المطلب الثالث: نتائج الدراسات النظرية والتطبيقية حول العلاقة	13
الفصل الثاني: الإطار التحليلي والمنهجي للدراسة	18

المبحث الأول: الدراسات السابقة.....	18
المطلب الأول: دراسات سابقة حول الذكاء العاطفي	18
المطلب الثاني: دراسات سابقة حول جودة التعامل مع الزبائن	20
المطلب الثالث: دراسات سابقة حول العلاقة بين المتغيرين	21
المبحث الثاني: النموذج المفاهيمي وفرضيات الدراسة.....	23
المطلب الأول: النموذج المفاهيمي للدراسة	24
المطلب الثاني: متغيرات الدراسة	25
المطلب الثالث: فرضيات الدراسة	25
المبحث الثالث: المنهجية وبناء أداة القياس	26
المطلب الأول: منهج الدراسة	26
المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة	26
المطلب الثالث: بناء أداة القياس وصدقها وثباتها	27
الفصل الثالث: الدراسة الميدانية وعرض ومناقشة النتائج	33
المبحث الأول: تقديم مؤسسة الدراسة بنك CPA	33
المطلب الأول: نشأة وتطور بنك CPA	33
المطلب الثاني: نبذة عامة عن بنك CPA	33
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك CPA.....	35
المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة	38
المطلب الأول: صدق الأداة الدراسة	38
المطلب الثاني: عرض وتحليل الوصفي لمحاوَر الدراسة	46
المطلب الثالث: اختبار الفرضيات	63
المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة	71

71.....	المطلب الأول: مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري
72.....	المطلب الثاني: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
74.....	المطلب الثالث: دلالات النتائج التطبيقية في القطاع البنكي
79.....	الخاتمة العامة :
81.....	التوصيات:
81.....	آفاق البحث المستقبلية
83.....	المراجع
84.....	قائمة المراجع
87.....	الملاحق

قائمة الجداول

جدول 1	أساليب قياس الذكاء العاطفي	6
جدول 2	توزيع ليكرت الخماسي	28
جدول 3	يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الأول	38
جدول 4	يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الثاني	39
جدول 5	يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الثالث	40
جدول 6	يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الرابع	41
جدول 7	يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الأول	42
جدول 8	يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الثاني	43
جدول 9	يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الثالث	44
جدول 10	يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الرابع	45
جدول 11	معامل ثبات الفا كرونباخ	46
جدول 12	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	47
جدول 13	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن	48
جدول 14	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير وتيرة الزيارة	49
جدول 15	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	50
جدول 16	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل	51
جدول 17	يوضح تحليل نتائج بعد الوعي الذاتي	53
جدول 18	يوضح تحليل نتائج بعد إدارة الذات	54
جدول 19	يوضح تحليل نتائج بعد تعاطف	55
جدول 20	يوضح تحليل نتائج بعد إدارة العلاقات	56
جدول 21	يوضح نتائج بعد التواصل	58

59.....	جدول 22 يوضح تحليل نتائج بعد الثقة
60.....	جدول 23 يوضح تحليل نتائج بعد الثقة
61.....	جدول 24 يوضح تحليل نتائج بعد اللباقة والاحترام
63.....	جدول 25 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية
65.....	جدول 26 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية 01
66.....	جدول 27 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية 02
67.....	جدول 28 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية 03
68.....	جدول 29 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية 04
70.....	جدول 30 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية 05
74.....	جدول 31 المقارنة مع دراسات العلاقة بين المتغيرين

قائمة الاشكال

رسم توضيحي 1 لنموذج المفاهيمي للدراسة.....	Erreur ! Signet non défini.
رسم توضيحي 2 للهيكل التنظيمي.....	35
رسم توضيحي 3 لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.....	47
رسم توضيحي 4 لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن.....	49
رسم توضيحي 5 لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن.....	50
رسم توضيحي 6 لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.....	51
رسم توضيحي 7 لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل.....	52

المقدمة

المقدمة

يُعدّ الذكاء العاطفي من المفاهيم الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد في مجال الإدارة والخدمات، لما له من دور في تحسين التواصل وفهم احتياجات الزبائن وضبط الانفعالات أثناء تقديم الخدمة، وهو ما ينعكس مباشرة على جودة التعامل داخل المؤسسات الخدمية، وخاصة المؤسسات البنكية وفي ظل اشتداد المنافسة وتزايد توقعات الزبائن، أصبحت جودة التعامل مع الزبائن عاملاً أساسياً في بناء الرضا وتعزيز الولاء، الأمر الذي يدفع المؤسسات إلى البحث عن الآليات التي ترفع من مستوى هذا التعامل.

أن بيئة العمل البنكية بما تحمله من ضغط وتنوع في حاجات الزبائن تجعل من الموظف عنصراً حاسماً في نجاح العملية الخدمية، وهنا تبرز أهمية الذكاء العاطفي بوصفه قدرة تساعد الموظف على التعرف على مشاعره وتنظيمها وفهم مشاعر الآخرين والتفاعل معها بصورة إيجابية. فكلما كان موظف البنك أكثر قدرة على إدارة انفعالاته والتواصل بلباقة وتعاطف، كان ذلك أدعى إلى تحسين جودة التعامل وتكوين صورة إيجابية لدى الزبون عن المؤسسة.

وفي هذا السياق، تتدرج هذه الدراسة ضمن محاولة استكشاف دور الذكاء العاطفي في تحسين جودة التعامل مع الزبائن، من خلال دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة عين تموشنت، وذلك بهدف معرفة مدى إسهام المهارات العاطفية للموظفين في تعزيز جودة التفاعل الخدمي داخل المؤسسة. كما تسعى الدراسة إلى تقديم إطار علمي وتطبيقي يساعد على فهم طبيعة العلاقة بين المتغيرين، واستخلاص ما يمكن أن يفيد إدارة البنك في تطوير أدائها وتحسين علاقتها بزبائنها

أ) الإشكالية الرئيسية:

- إلى أي مدى يؤثر الذكاء العاطفي المدرك لدى موظفي بنك CPA وكالة عين تموشنت في تحسين جودة التعامل مع الزبائن من وجهة نظرهم؟

ب) الأسئلة الفرعية:

1. ما مستوى الذكاء العاطفي المدرك لدى موظفي بنك CPA وكالة عين تموشنت من وجهة نظر الزبائن؟
2. ما مستوى جودة التعامل مع الزبائن في بنك CPA وكالة عين تموشنت من وجهة نظر الزبائن؟

3. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظفين وجودة التعامل مع الزبائن؟
4. هل يؤثر ضبط الانفعالات لدى الموظفين في جودة التعامل مع الزبائن؟
5. هل يؤثر التعاطف لدى الموظفين في جودة التعامل مع الزبائن؟
6. هل تؤثر مهارات التواصل لدى الموظفين في جودة التعامل مع الزبائن؟
7. هل تؤثر إدارة العلاقات لدى الموظفين في جودة التعامل مع الزبائن؟
8. ما أكثر أبعاد الذكاء العاطفي تأثيراً في جودة التعامل مع الزبائن ببنك CPA وكالة عين تموشنت؟

ت) الفرضية الرئيسية:

- يؤثر الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.

ث) الفرضيات الثانوية:

- 1- يؤثر ضبط انفعالات الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.
- 2- يؤثر تعاطف الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.
- 3- تؤثر مهارات التواصل لدى الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.
- 4- تؤثر قدرة الموظف على إدارة العلاقات إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.
- 5- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل تعزى للمتغيرات الديموغرافية للزبائن.

ج) أسباب اختيار الموضوع: هناك عدة اسباب أدت بنا الى اختيار الموضوع أهمها ما يلي :

- يُعد هذا الموضوع قابلاً للبحث والدراسة نظراً لإمكانية جمع البيانات وتحليلها والوصول إلى نتائج علمية ملموسة.

- الميول الشخصي وطبيعة التخصص المدروس
- تسليط الضوء على محاور مهمة جداً في الذكاء العاطفي وجودة التعامل
- حداثة الموضوع ومدى أهمية متغيرات الدراسة

ح) أهداف الدراسة:

- التعرف على مستوى الذكاء العاطفي المدرك لدى موظفي بنك CPA.
- التعرف على مستوى جودة التعامل مع الزبائن داخل بنك CPA.

- بيان أثر الذكاء العاطفي في تحسين جودة التعامل مع الزبائن.
- تحليل أثر أبعاد الذكاء العاطفي المدرك على جودة التعامل مع الزبائن

(خ) أهمية الدراسة:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية العنصر البشري في تحسين الأداء داخل المؤسسات الخدمية، خاصة في القطاع المصرفي الذي يعتمد بدرجة كبيرة على جودة التعامل مع الزبائن. فنجاح البنوك لا يرتبط فقط بتقديم الخدمات، بل يتأثر أيضاً بطريقة تفاعل الموظفين مع الزبائن وقدرتهم على بناء علاقات إيجابية معهم. وتبرز أهمية الذكاء العاطفي باعتباره من المهارات التي تساعد الموظف على فهم مشاعر الزبائن والتحكم في انفعالاته والتعامل بفعالية مع مختلف المواقف المهنية، مما ينعكس على تحسين جودة التعامل والخدمة المقدمة.

كما تكتسب الدراسة أهميتها العلمية من خلال مساهمتها في إثراء الدراسات التي تناولت العلاقة بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن في البيئة الجزائرية، خاصة في القطاع البنكي، إضافة إلى أهميتها التطبيقية من خلال تقديم نتائج وتوصيات قد تساعد بنك CPA على تحسين جودة التعامل مع الزبائن وتطوير مهارات العاملين فيه

(د) حدود الدراسة: تتمثل في ما يلي:

- من حيث البعد المكاني: يتضمن بحث الدراسة ميدانية كانت على مستوى وكالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA
- الحدود الزمانية: تمت الدراسة في الفترة التي تم من خلالها الدراسة الميدانية
- الحدود البشرية: يتشكل من عينة عشوائية لزبائن الوكالة حيث تمثل هذه الدراسة تحقيق أولي من خلال عملية استطلاع آراء هذه الفئة حول الموضوع الحالي وبلغت 109 زبون
- الحدود الموضوعية: تتمثل المتغيرات في الذكاء العاطفي وجودة التعامل

ذ) المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات :

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي لتحقيق أهداف البحث. فقد تم استخدام المنهج الوصفي في الجانب النظري من خلال مراجعة وتحليل مختلف المصادر العلمية، من كتب ومقالات علمية ورسائل جامعية ودراسات سابقة، وذلك بهدف بناء الإطار النظري المتعلق بموضوع الذكاء العاطفي ودوره في تحسين جودة التعامل مع الزبائن.

كما تم الاعتماد على المنهج التحليلي في الجانب الميداني، حيث أُجريت دراسة ميدانية لاختبار فرضيات البحث وتحليل العلاقات بين متغيراته. وتم جمع البيانات باستخدام الاستبيان باعتباره الأداة الرئيسية للدراسة، ثم معالجتها وتحليلها بالاعتماد على الأساليب الإحصائية المناسبة باستخدام برنامج SPSS 26 v .

ولتحقيق أهداف الدراسة، تم اتباع الخطوات المنهجية الآتية:

- مراجعة الأدبيات والدراسات الحديثة المرتبطة بموضوع البحث المتمثل في الذكاء العاطفي ودوره في تحسين جودة التعامل مع الزبائن.
- بناء الإطار النظري للدراسة بما يتوافق مع مشكلة البحث وأهدافه وفرضياته، وذلك بالاستناد إلى الدراسات العربية والأجنبية ذات الصلة.
- تصميم استبيان لجمع البيانات الميدانية من أفراد عينة الدراسة.
- استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة واستخلاص النتائج.
- تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات في ضوء النتائج المتوصل إليها.

ر) نموذج الدراسة:

يقوم نموذج المفاهيمي لهذه الدراسة على تفسير العلاقة بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن في المؤسسة المصرفية، انطلاقاً من فرضية أساسية مفادها أن القدرات العاطفية والسلوكية التي يظهرها الموظف أثناء التفاعل مع الزبون تنعكس مباشرة على تقييم الزبون لجودة هذا التعامل.

وعليه، فإن المتغير المستقل يتمثل في الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف، ويُقاس من خلال أربعة أبعاد رئيسية هي: الوعي الذاتي، إدارة الذات، التعاطف، وإدارة العلاقات. أما المتغير التابع فيتمثل في جودة التعامل مع الزبائن، ويُقاس من خلال أربعة أبعاد هي: التواصل، الثقة، الاستجابة، واللباقة والاحترام.

وبناءً على ذلك، يفترض النموذج أن ارتفاع مستوى الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف يؤدي إلى تحسن جودة التعامل مع الزبائن، من خلال تعزيز وضوح التواصل، سرعة الاستجابة، حسن المعاملة، وبناء الثقة في العلاقة الخدمية. كما يفترض النموذج وجود فروق في تقييم جودة التعامل تعزى إلى الخصائص الديموغرافية للزبائن.

ز) صعوبات الدراسة:

- صعوبة تطبيق الدراسة في مؤسسة جزائرية
- قلة المراجع المتغير التابع جودة التعامل
- صعوبة في استرجاع الاستبيان
- انعدام المراجع التي تجمع المتغيرين معا

س) هيكل الدراسة:

انقسمت الدراسة الى جانبين رئيسيين:

لقد احتوى الجانب النظري على فصل واحد تناول فيه الباحثان الدراسة والتحليل المتغيرين حيث عرضت المفاهيم والنظريات السابقة ذات صلة مع التركيز على أوجه الاختلاف بين النتائج الدراسات السابقة وتوضيح كيفية استفادة البحث الحالي منها

اما الجانب التطبيقي فقد خصص له الفصل واحد حيث تناول هذا الجانب توصيف المؤسسة وهيكلها التنظيمي، ثم يعالج البيانات الإحصائية وصفيًا وتحليليًا لاختبار فرضيات الدراسة، وصولاً إلى المبحث الختامي الذي يخصص لمناقشة النتائج الميدانية وتفسيرها في ضوء الأدبيات السابقة، مما يسمح باستخلاص دلالات عملية تسهم في تطوير كفاءة التفاعل الخدمي داخل القطاع البنكي".

الفصل الأول: الإطار
النظري للذكاء العاطفي
وجودة التعامل مع الزبائن

الفصل الأول: الإطار النظري للذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن

يُعدّ الذكاء العاطفي من المفاهيم الحديثة التي نالت اهتماماً متزايداً في مختلف المجالات، ولا سيما في مجال الخدمات والتعامل مع الزبائن، نظراً لدوره الفعّال في تحسين التواصل، وفهم مشاعر الآخرين، وضبط الانفعالات أثناء تقديم الخدمة. كما تُعد جودة التعامل مع الزبائن أحد أهم العوامل التي تعتمد عليها المؤسسات في كسب رضا الزبون وتعزيز ولاءه، خاصة في ظل اشتداد المنافسة بين المؤسسات الخدمية.

وانطلاقاً من ذلك، يتناول هذا الفصل الإطار النظري لكلّ من الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن، من خلال عرض المفاهيم الأساسية المرتبطة بهما، وتوضيح أهميتهما وأبعادهما، إلى جانب إبراز طبيعة العلاقة القائمة بين الذكاء العاطفي وتحسين جودة التعامل مع الزبائن داخل المؤسسات الخدمية.

المبحث الأول: المفاهيم الأساسية حول الذكاء العاطفي

المطلب الأول: نشأة وتطور مفهوم الذكاء العاطفي

بعد أن اختلف العديد من الباحثين حول تعريف الذكاء خلال النصف الثاني من القرن العشرين، شرعوا في البحث عن طرق جديدة لتعريف هذا المصطلح تعريفاً وافياً. وقد قادهم ذلك إلى اكتشاف أن التصنيفات التقليدية للذكاء لا تعكس أنواع الذكاء الضرورية في السياقات الاجتماعية والمهنية والأكاديمية. واليوم، يشمل مفهوم "الذكاء" أبعاداً متعددة مرتبطة بالطبيعة البشرية. (نداء عقلة للعلوم ، 2014)

ينبثق مفهوم الذكاء العاطفي من مفهوم الذكاء الاجتماعي (ثورندايك، 1930)، الذي وُصف بأنه القدرة على التفاعل مع الآخرين. كما أشار كيسلر (1940) إلى أهمية العوامل غير الفكرية إلى جانب العوامل الفكرية، بما في ذلك العوامل الشخصية والاجتماعية والعاطفية. وقد عززت هذه الفكرة بنظرية الذكاءات المتعددة، التي قدمت رؤية متكاملة للذكاء والعاطفة، مما ساهم في تطوير مفهوم الذكاء العاطفي (Dhani, P & Sharma, T, 2016)

أوضح نموذج بيزان العلاقة بين الجوانب المعرفية والعاطفية من خلال وظائف نصفي الدماغ الأيمن والأيسر. فالنصف الأيسر مسؤول عن التفكير المنطقي وتحليل الحقائق وتنظيمها، بينما النصف الأيمن مسؤول عن الخيال والسلوك الاستجابي والتنظيم العاطفي. ظهر مصطلح "الذكاء العاطفي" لأول مرة عام 1986، على يد واين

باين، الذي طوره في أطروحته للدكتوراه. كان هدفه استكشاف خصائص وطبيعة العواطف، وبناء إطار نظري وفلسفي يُبرز أهمية العواطف في التفاعل البشري وفي التخفيف من حدة المشكلات الاجتماعية كالاكتئاب والإدمان.

كان بار-أون أول من طور أداة لقياس الذكاء العاطفي عام 1988، (السمدوني و السيد ، 2007) بينما كان ماير وسالوفي من أوائل الباحثين الذين رسّخوا هذا المفهوم من خلال سلسلة أبحاثهم منذ عام 1990 (Mayer, J. D & Salovey, P, 1997)

ومع ذلك، يُعزى الانتشار الواسع لمفهوم الذكاء العاطفي إلى حد كبير إلى دانيال جولمان، الذي نشر كتابه الشهير "الذكاء العاطفي: لماذا قد يكون أكثر أهمية من الذكاء المعرفي"، والذي جمع فيه العديد من الدراسات التي تبحث في تأثير مراكز الدماغ على العواطف والأداء والعلاقات الاجتماعية.

ونتيجة لذلك، أصبح الذكاء العاطفي أحد أكثر المفاهيم شيوعاً وتطبيقاً في المجالات التعليمية والأكاديمية والمهنية. (سعيدة، 2015)

المطلب الثاني: مفهوم الذكاء العاطفي وأهميته

لغة: ميل وشفقة وحنو ورقة، يقال: حرّك العواطف بكلامه العذب وهي استعداد نفسي ينزع بصاحبه إلى الشعور بانفعالات معينة، والقيام بسلوك خاص حيال فكرة معينة عاطفة دينية / نبيلة، أو عواطف الاحترام (أحمد مختار عمر، 2008)

اصطلاحاً: الرابطة أو العلاقة النفسية بين الإنسان من جهة، ثم الناس والأشياء التي تحيط بالإنسان من جهة أخرى، فهذا الاتجاه النفسي هو الذي يحدد الموقف النفسي للإنسان من ذاته وغيره، وهو الذي يكون نوع الرابطة (محمد مصلح الزغبى ، 2013)

تعريف الذكاء العاطفي:

تعريف: يعرف ماير وسالوفي مصطلح الذكاء العاطفي بأنه قدرات أساسية، تستخدم أثناء التغذية العكسية في المواقف الاجتماعية كالوعي الذاتي والضبط الذاتي، هذه القدرات تعكس مهارة الذكاء العاطفي للفرد. (Mayer, J. D & Salovey, P, 1997)

تعريف Goleman: الذكاء العاطفي يتضمن معرفة وإدارة المشاعر الشخصية، والتعاطف مع الآخرين، والتلاعب في الاتصالات لتحقيق الرضا مع الآخرين (Cherniss, C & Goleman, D, 2001)

تعريف Goleman, Boyatzis, and McKee (2002): الذكاء العاطفي هو عنصر حاسم لفعالية القيادة ، كون القادة الأذكياء عاطفياً تفيد الفرق بطريقتين من خلال تحفيز أعضاء الفريق على العمل معاً، والتأثير التحولي على أعضاء الفريق لتحقيق أهدافه. (Goleman, D, Boyatzis, R. E, & McKee, A., 2002)

تعريف BarOn (1997): يقدم بارون تعريف أكثر وضوحاً وشاملاً من خلال إعتباره أن الذكاء العاطفي الاجتماعي هو مجموعة متعددة العوامل من القدرات العاطفية والشخصية والاجتماعية المترابطة فيما بينها والتي تؤثر على قدرتنا الشاملة، للتعامل بفعالية وبشكل فعال مع مطالب الضغوطات اليومية (نوال، 2019)

أهمية الذكاء العاطفي

وفقاً لكتاب (The Emotionally Intelligent Workplace (Cherniss & Goleman, 2001) ، يعد الذكاء العاطفي عاملاً حاسماً في التمييز بين الأداء الوظيفي المتوسط والأداء المتميز عبر مختلف المستويات التنظيمية. إذ تشير الدراسات إلى أن الذكاء العاطفي يساهم بنسبة كبيرة قد تصل إلى 85-90% من نجاح القادة داخل المؤسسات، حيث يتطلب الأداء الاستثنائي توفر "كتلة حرجية" من الكفاءات العاطفية لا تقل عن ست كفاءات تتجاوز مستوى "نقطة التحول".

كما أظهرت النتائج أن برامج التدريب القائمة على الذكاء العاطفي تحقق عائداً على الاستثمار يفوق البرامج التقليدية بما يقارب ثمانية أضعاف، مع حجم تأثير أكبر بنسبة 1.7 مرة، مما يعكس القيمة الاقتصادية المضافة التي يحققها الذكاء العاطفي للمؤسسات من خلال رفع الإنتاجية وتسريع عملية التعلم.

وفي السياق التنظيمي، تساهم معايير الذكاء العاطفي الجماعي في تعزيز التعاون وتقليل الصراعات، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على جودة اتخاذ القرار في المواقف المعقدة. ويُنظر إلى الذكاء العاطفي الجماعي باعتباره أكثر من مجرد مجموع الذكاء العاطفي للأفراد، إذ يُنتج "عملية عاطفية جماعية" تدعم العمل التعاوني الفعال.

أما في مجال الموارد البشرية، فإن تبني ممارسات قائمة على الذكاء العاطفي في عمليات التوظيف والتدريب وتقييم الأداء يساهم في تحسين العائد على الاستثمار في رأس المال البشري. كما أن استخدام الذكاء العاطفي في اختيار القيادات التنفيذية يقلل من مخاطر الاختيار الخاطئ، ويُعد مؤشراً أدق للتنبؤ بالنجاح المهني مقارنة بالخبرة أو معامل الذكاء التقليدي. (Cherniss, C & Goleman, D, 2001)

المطلب الثالث: نماذج الذكاء العاطفي وطرق قياسه

توجد ثلاثة نماذج رئيسية للذكاء العاطفي: نموذج غولمان للأداء، ونموذج بارون للكفاءة، ونموذج ماير وسالوفي وكارسو للقدرة. ركزت هذه النماذج على القدرات والمهارات والإمكانيات المعرفية وغير المعرفية للفرد لفهم سبب كون العواطف هي المحرك الأساسي للسلوك البشري.

نموذج (1995) Goleman يركز هذا النموذج على أربع قدرات

الوعي الذاتي والإدارة الذاتية الوعي الاجتماعي والإدارة العلاقات هذه الكفاءات الأربعة للذكاء العاطفي هي الأساس لاثني عشر من المستويات الرعية له والتي تشمل الوعي الذاتي العاطفي، ضبط النفس، والقدرة على التكيف، والتوجه نحو الانجاز، والنظرة الإيجابية والنفوذ والتدريب والتوجيه والتعاطف وإدارة الصراع والعمل الجماعي والتوعية التنظيمية والقيادة المهمة

نموذج BarOn

يركز نموذج Baron على خمسة مقاييس للذكاء العاطفي تتمثل في : التصور الذاتي، والتعبير عن الذات، والعلاقات الشخصية، وصنع القرار، وإدارة القلق، و خمسة عشر قدرات فرعية: الاعتبار الذاتي، وتحقيق

الذات، والوعي الذاتي العاطفي، والتعبير العاطفي، تأكيد الذات والاستقلال والعلاقات بين الأشخاص، والتعاطف، والمسؤولية الاجتماعية، وحل المشكلات، واختبار الواقع، السيطرة على الانفعالات والمرونة، والتأكيد على التسامح، والتفاؤل، وقيادة السلوك البشري والعلاقات، من خلال ضبط السلوك المترابط الذي يقود الكفاءات العاطفية والاجتماعية التي تؤثر على السلوك و الأداء

نموذج Mayer & Salovey

يركز النموذج الأخير نموذج القدرة للذكاء العاطفي، على فهم وإدراك وإدارة العواطف، واستخدام تلك المعلومات لتسهيل التفكير، وتوجيه قراراتنا، ويتركز إطار عملهم على أربعة فروع للقدرة البشرية، إدراك المشاعر وتسهيل الفكر، وفهم العواطف، وإدارة العواطف، حيث تسعى هذه القدرات الى تعزيز العلاقات وبناء الثقة (لزرقي، 2019)

و بعد التطرق للنماذج المختلفة نجد أنها لها أوجه تشابه حيث تشترك نماذج golmen، بار-أون، وماير وسالوني في رؤيتها للذكاء العاطفي كعنصر أساسي في نجاح الفرد على المستويين الشخصي والاجتماعي جميعها تجمع على أن القدرة على فهم العواطف الذاتية والتفاعل مع مشاعر الآخرين بطريقة فعالة تعد من المهارات الجوهرية كما تؤكد هذه النماذج على أهمية تنظيم المشاعر والتحكم فيها، وبناء علاقات إيجابية، واتخاذ قرارات مدروسة في ظل الضغوط والانفعالات رغم اختلاف تركيز كل نموذج (قدرة عقلية، سمات شخصية، أو مزيج بينهما)، إلا أنها تتفق في اعتبار الذكاء العاطفي عاملاً حاسماً في التكيف النفسي والاجتماعي.

أساليب قياس للذكاء العاطفي

يشكل الذكاء العاطفي عنصراً أساسياً في تفسير الأداء والسلوك الاجتماعي، مما أدى إلى تطوير عدة مقاييس لقياسه. وتختلف هذه المقاييس حسب النماذج النظرية المعتمدة، فبعضها يركز على القدرات العاطفية، والبعض الآخر على السمات الشخصية، مما يستدعي الوقوف عند أهم هذه المقاييس وتحليلها.

جدول 1 أساليب قياس الذكاء العاطفي

المقاييس الشائعة لاستخدام الذكاء العاطفي	شرح موجز	نموذج القياس القائم
الاختبار الشامل للذكاء العاطفي (MSCEIT) Mayer-Salovey-Caruso	قياس مستوى القدرة لكل فرع من فروع الذكاء العاطفي	الأداء القائم
جرد حاصل العاطفي BarOn (EQ-i)	قياس 133 فقرة من عناصر التقرير الذاتي المكون من خمس أبعاد	التقرير الذاتي
جرد الكفاءة العاطفية (ECI) Goleman	الأداء المتعددة التصنيفات التي توفر درجات لسلسلة من المؤشرات السلوكية للذكاء العاطفي	التقرير الذاتي وغيرها من التقارير
تقييم مستوى الذكاء العاطفي Goleman	تقيم لمدة سبع دقائق يعني قياس مدى وجود المكونات الأربعة للذكاء العاطفي	التقرير الذاتي وغيرها من التقارير
تقييم الذكاء العاطفي من خلال العمل (WPQei) Goleman	يحتوي على سبع مستويات وفقا لكفاءات يعتقد بأنها الأكثر أهمية للأداء الفعال للعمل	التقرير الذاتي وغيرها من التقارير
مستويات الوعي الذاتي (LEAS) Lane and Schwartz	يتعلق بقياس كل المستويات الهرمية لمعرفة ميول الأفراد في العمل.	التقرير الذاتي
اختبار 360 درجة Benjamin Palmer and Con Stough	يقيس عدد المرات التي تعرض فيها الأفراد للسلوك الذكي عاطفيا في مكان العمل.	التقييم المتعدد

التقرير الذاتي	يتضمن المقياس 57 بند التي تقيس الأبعاد التسعة المتمثلة في معايير تحسين فعالية المجموعة ، من خلال طرق بناء رأس المال الاجتماعي ، الذي ييسر المشاركة في السلوكيات والعمليات الفعالة للمهام.	جرد الكفاءة العاطفية للمجموعة Vanessa Druskat and Steven Wolff
التقرير الذاتي	يشمل بعدين من الذكاء العاطفي: القدرة على التعامل مع العواطف الخاصة والقدرة على التعامل مع عواطف الآخرين.	تقرير حول الذكاء العاطفي لعمل الفريق (WEIP) Jordan et al
التقرير الذاتي	يتكون من جزأين: الجزء الأول يحتوي على 20 من السيناريوهات ويطلب من المستجيبين لاختيار خيار واحد الذي يعكس أفضل رد فعل المحتمل في كل سيناريو بينما الجزء الثاني يحتوي على 20 زوجا من القدرات ويطلب من المشاركين إختيار أحد هاذين النوعين من القدرات التي تمثل أفضل مواطن القوة لديهم.	قياس المواطن القوة في الذكاء العاطفي Wrong et al

المصدر : نوال لزرق أهمية الذكاء العاطفي في الممارسات القيادية أطروحة دكتوراة ص36

نظراً لما أظهرته مقاييس الذكاء العاطفي من ارتباط واسع بمجموعة كبيرة من السلوكيات المهنية في بيئة العمل، فإن الحاجة تبرز إلى مواصلة البحث العلمي في هذا المجال بشكل أعمق، من أجل فهم كيفية ارتباط الذكاء العاطفي بمستويات مختلفة من التحليل، وكذلك بعمليات التدريب والتطوير داخل المؤسسات. كما ينبغي التوسع في دراسة قضايا أخرى ذات صلة، خاصة ما يتعلق بكيفية إدارة الانفعالات والعواطف ضمن إجراءات العمل اليومية والروتينية في المنظمة.

المبحث الثاني: المفاهيم الأساسية حول جودة التعامل مع الزبائن

المطلب الأول: ماهية جودة الخدمة وجودة التعامل

تعتبر جودة الخدمة هي الإطار العام الذي يقيم من خلاله الزبون ما يقدمه البنك، لكن جودة التعامل تمثل الجانب الإنساني في هذه الخدمة، فهي تركز أساساً على اللقاء الذي يجمع بين الموظف والزبون وما يدور بينهما من تواصل ومعاملة مباشرة. ويمكن تعريف كل منهما كما يلي:

تعريف جودة الخدمة: تماشياً مع ما قدمه و A. Parasuraman وآخرون، تُعرف جودة الخدمة بأنها الفجوة بين توقعات الزبائن قبل الحصول على الخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها بعد استخدامها، حيث تتحدد الجودة المتصورة للخدمة من خلال مدى توافق الأداء الفعلي مع تلك التوقعات. فإذا كان الأداء الفعلي للخدمة يساوي أو يفوق توقعات الزبون فإن ذلك يؤدي إلى إدراك مستوى مرتفع من جودة الخدمة، أما إذا كان الأداء أقل من التوقعات فإن الزبون يدرك انخفاضاً في جودة الخدمة. (Zeithaml, V. A, Berry, L. L, & Parasuraman, A, 1988)

تعريف جودة التعامل: أشار برادي وكرونين إلى أن جودة التعامل تشير إلى مستوى التفاعل الذي يحدث بين الزبون والموظف الذي يمثل المؤسسة أثناء عملية تقديم الخدمة، حيث يتم تقييم هذا التفاعل من خلال السلوك الظاهر للموظف واتجاهاته النفسية ومستوى خبرته المهنية أثناء التعامل مع الزبائن (Brady, M. K & Cronin Jr, J. J, 2001)

من خلال التعريفين نستنتج أنه يمكن اعتبار جودة التعامل أحد العوامل الأساسية التي يعتمد عليها الزبون في تقييم جودة الخدمة، نظراً لأنها تمثل لحظة التفاعل المباشر بين الموظف والزبون أثناء تقديم الخدمة؛ فهي تحول النشاط الإداري من مجرد عملية آلية إلى تجربة إنسانية متكاملة. ويكمن جوهرها في أن الزبون لا يقيم المؤسسة بناءً على دقة الخدمة فحسب، بل أيضاً على أسلوب تعامل الموظف وطريقة استجابته لاحتياجات الزبون أثناء

تقديم الخدمة. وبناءً عليه، كما تعد جودة التعامل من العوامل التي يمكن أن تسهم في تقليل الفجوة بين توقعات الزبائن وإدراكهم لمستوى الخدمة المقدمة، كونها تركز على مهارات الموظف الشخصية وقدرته على إدارة المواقف بذكاء وتعاطف.

المطلب الثاني: أهمية جودة التعامل مع الزبائن

تكتسب جودة التعامل أهمية بالغة في المؤسسات المصرفية المعاصرة، حيث لم يعد التميز يقتصر على نوع الخدمة المقدمة، بل على "كيفية" تقديمها. وتتجلى هذه الأهمية في النقاط التالية:

- **نمو قطاع الخدمات:** في ظل تزايد أهمية قطاع الخدمات، أصبحت جودة التعامل مع الزبائن عنصراً أساسياً في تقييم المؤسسات الخدمية، حيث يشكل التفاعل المباشر بين الموظف والزبون أحد أهم العناصر التي تؤثر في إدراك الزبون لجودة الخدمة. فجودة التعامل هي التي تمنح الخدمة قيمتها المضافة وتجعلها تجربة فريدة لا يمكن تكرارها آلياً.

- **اشتداد حدة المنافسة:** في ظل تشابه الخدمات البنكية وتطابق العروض التقنية، تمثل جودة التعامل أحد العوامل المهمة التي يمكن أن تمنح المؤسسة ميزة تنافسية في سوق الخدمات. فاللباقة والذكاء العاطفي للموظف يخلقان فارقاً لا تستطيع المنافسة السعريّة تعويضه.

- **الفهم الأعمق لاحتياجات العملاء:** جودة التفاعل تسمح ببناء جسور تواصل فعالة، مما يمكن البنك من استيعاب توقعات الزبائن وتفضيلاتهم بدقة. الموظف الذكي عاطفياً هو الأقدر على قراءة احتياجات الزبون غير المعلنة من خلال نبرة صوته وإيماءاته.

- **المدلول الاقتصادي لخدمة العملاء:** أثبتت الدراسات أن تكلفة الحفاظ على زبون حالي عبر "جودة التعامل" أقل بكثير من تكلفة استقطاب زبون جديد. فالتعامل الراقي يؤدي إلى "الولاء"، والولاء يترجم مباشرة إلى زيادة في الأرباح واستدامة في الحصة السوقية. (الدرادكة، 2006)

نستنتج مما سبق أن جودة التعامل ليست مجرد أسلوب مهذب في الكلام، بل هي وسيلة مهمة تساعد البنك على البقاء في السوق والمنافسة. فالموظف الذي يعرف كيف يتواصل مع الزبون ويقدر مشاعره، يساعد في كسب ثقة هذا الزبون وجعله يتعامل مع البنك لفترة أطول. وهذا يوضح لنا لماذا يحتاج الموظف في البنك إلى الذكاء العاطفي؛ لأنه هو الذي يجعله قادراً على تحويل مقابلة بسيطة مع الزبون إلى علاقة جيدة ومستمرة.

المطلب الثالث: أبعاد جودة التعامل مع الزبائن

قدم Michael Brady و Joseph Cronin Jr. (2001). لنموذجاً هرمياً لتفسير جودة الخدمة في المؤسسات الخدمية، حيث يقسمان جودة الخدمة إلى ثلاثة أبعاد رئيسية هي: جودة التفاعل (Interaction Quality)، وجودة البيئة المادية (Physical Environment Quality)، وجودة المخرجات (Outcome Quality). ويُقصد بجودة البيئة المادية الظروف المادية التي تقدم فيها الخدمة مثل تصميم المكان ووسائل الراحة والتنظيم، في حين تشير جودة المخرجات إلى النتيجة النهائية التي يحصل عليها الزبون بعد تقديم الخدمة. وبما أن هذه الدراسة تركز على دور الذكاء العاطفي لدى الموظفين، فإنها تهتم بشكل خاص ببعد جودة التفاعل الذي يعكس طبيعة العلاقة المباشرة بين الموظف والزبون أثناء عملية تقديم الخدمة وانطلاقاً من هذا الطرح، يشير Brady & Cronin (2001) إلى أن جودة التفاعل تتكون من ثلاثة أبعاد رئيسية هي: بُعد الموقف، وبُعد السلوك، وبُعد الخبرة

بُعد الموقف: (Attitude) يشير هذا البعد إلى الانطباع النفسي والوجداني الذي يتركه الموظف لدى الزبون؛ حيث يقيّم الزبائن الجودة بناءً على الحالة الشعورية للموظف. ويتجسد هذا البعد إجرائياً في اللباقة والاحترام، ودرجة التعاطف التي يبديها الموظف، ومدى استعداده النفسي للمساعدة. فالموقف الإيجابي هو الذي يمهّد لبناء الثقة وتضييق الفجوة الإدراكية لدى الزبون.

بُعد السلوك: (Behavior) يركز على الأداء العملي والمهارات الحركية واللفظية للموظف أثناء عملية الخدمة. ويظهر هذا البعد بوضوح من خلال أسلوب الموظف في التواصل وسرعة الاستجابة لطلبات الزبون. فالسلوك هو الترجمة الملموسة لموقف الموظف، ومن خلاله يدرك الزبون مدى احترافية المؤسسة واهتمامها الفعلي بمتطلباته.

بُعد الخبرة: (Expertise) يعكس الكفاءة المعرفية والمهارية التي يتمتع بها الموظف. ويرى الباحثان أن الزبون يشعر بجودة أعلى عندما يجد موظفاً متمكناً يمتلك الإجابات الدقيقة، ويظهر القدرة على فهم مشاعر الزبون وإدارة المواقف الصعبة بذكاء. فالخبرة هنا ليست مجرد معرفة تقنية، بل هي توظيف لتلك المعرفة لإضفاء صبغة من الأمان والموثوقية على التفاعل. (Brady, M. K & Cronin Jr, J. J)

وفي الختام، يلخص الباحث إلى أن الأبعاد التي حددها (Brady & Cronin, 2001) في نموذجهما الهرمي تتقاطع بشكل مباشر مع الممارسات السلوكية اليومية للموظف؛ حيث يشتمل (بُعد الموقف) على اللباقة

والتعاطف، بينما يتضمن (بُعد السلوك) أسلوب التواصل وسرعة الاستجابة، في حين يركز (بُعد الخبرة) على الكفاءة في إدارة المواقف وفهم احتياجات الزبون. ومن خلال هذه الأبعاد يتضح أن جودة التفاعل ترتبط بشكل مباشر بالسلوكيات المهنية والوجدانية للموظف، الأمر الذي يجعل هذا النموذج مناسباً لدراسة العلاقة بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن في المؤسسات المصرفية.

المبحث الثالث: العلاقة النظرية بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن

المطلب الأول: أثر الذكاء العاطفي على جودة التعامل

تُعدّ جودة خدمة العملاء عاملاً أساسياً يؤثر على تقييم العملاء، لا سيما في المؤسسات الخدمية التي تعتمد على التفاعل المباشر بين الموظفين والعملاء. وفي هذا السياق، يلعب الذكاء العاطفي دوراً بالغ الأهمية، فهو مجموعة من القدرات التي تُمكن الأفراد من فهم وإدارة مشاعرهم ومشاعر الآخرين بفعالية في مختلف المواقف. ويؤثر الذكاء العاطفي بشكل مباشر على سلوك الموظفين عند التعامل مع العملاء، مما يؤثر بدوره على جودة التعامل وجودة الخدمة بشكل عام (Wong, C. S & Law, K. S, 2002).

ومن أبرز جوانب تأثير الذكاء العاطفي على جودة خدمة العملاء قدرة الموظف على إدراك مشاعره وإدارتها في العمل. فالموظفون الذين يتمتعون بمستوى عالٍ من الوعي الذاتي يكونون أكثر قدرة على التحكم في مشاعرهم، كالغضب والتوتر، خاصةً تحت الضغط أو عند التعامل مع عميل غير راضٍ. وهذا يساعد على الحفاظ على سلوك مهني وهادئ، مما يعزز ثقة العملاء بالمؤسسة ويكوّن انطباعاتاً إيجابية عن الخدمة المُقدّمة.

كما يلعب التعاطف دوراً حيوياً في تحسين جودة خدمة العملاء، إذ يُتيح للموظفين فهم احتياجات العملاء ومشاكلهم بشكل أفضل. عندما يشعر العميل بأن الموظف يستمع إليه باهتمام ويسعى لفهم وضعه، يشعر بالاحترام والتقدير، مما يسهم في زيادة رضاه عن الخدمة. فالتعاطف عنصر أساسي في بناء علاقة إيجابية بين الموظف والعميل.

علاوة على ذلك، تُسهم المهارات الاجتماعية المرتبطة بالذكاء العاطفي في تحسين التواصل مع العملاء. فالموظف الذي يتمتع بمهارات تواصل قوية يستطيع شرح المعلومات بوضوح والتعامل مع الاستفسارات والشكاوى بلباقة، مما يوفر تجربة خدمة إيجابية. وفي المؤسسات المصرفية تحديداً، حيث يتعامل الموظفون

مع عملاء ذوي احتياجات متنوعة، تُصبح هذه المهارات ضرورية لضمان جودة الخدمة والحفاظ على علاقات العملاء.

وهذا ما أكدته دراسة (Wong & Law, 2002) إحصائياً، حيث أثبتت وجود علاقة طردية قوية بين قدرة الموظف على تنظيم عواطفه وبين مستويات الأداء الوظيفي والرضا عن الخدمة، خاصة في البيئات التي تتطلب جهداً عاطفياً عالياً [1]

ويتضح مما سبق أن الذكاء العاطفي يُعد عاملاً مهماً في تحسين جودة خدمة العملاء؛ فهو يُساعد الموظفين على فهم مشاعرهم ومشاعر الآخرين والتصرف بشكل مناسب في مختلف مواقف الخدمة. وهو ما أشارت إليه دراسة (Padmanathan, M, Lingaraja, K, Arun Prasath, R, Madheswaran, M, & Eswaran, L., 2025) التي قدمت أدلة حديثة من القطاع المصرفي، حيث بينت أن تنمية مهارات الذكاء العاطفي لدى الموظفين تنعكس إيجاباً على مستويات رضا العملاء وتعزز من جودة التفاعل والخدمة داخل المؤسسة.

المطلب الثاني: النماذج والنظريات المفسرة للعلاقة

يستند هذا التحليل إلى تكامل الرؤى بين مدرسة جودة الخدمة التقليدية والتوجهات الحديثة في الإدارة؛ حيث يمكن فهم تأثير الذكاء العاطفي من خلال إسقاط مهارات الموظفين على الأبعاد الثلاثة التي حددها برادي وكورنين (Brady, M. K & Cronin Jr, J. J, 2001)، والتي جاءت كتطوير لنموذج الفجوات والأبعاد الخمسة الذي وضعته زيتهامل (Zeithaml, V. A, Berry, L. L, & Parasuraman, A, 1988) ويظهر هذا التكامل في النقاط التالية:

بعد الموقف: يرتبط هذا البعد ارتباطاً مباشراً بقدرة الموظف على تحفيز نفسه وتنظيم مزاجه. يُظهر الموظف ذو الذكاء العاطفي العالي موقفاً إيجابياً، يتجلى في البهجة واللباقة والقدرة على إظهار تعاطف حقيقي مع العميل. هذا الموقف الإيجابي ليس مجرد استجابة تلقائية، بل هو نتيجة قدرة الموظف على إدارة عواطفه الداخلية لتقديم استجابة ودية تعزز ثقة العميل.

بعد السلوك: هنا، يظهر تأثير الذكاء العاطفي جلياً في مهارات التواصل الاجتماعي والقدرة على التكيف. يمتلك الموظف ذو الذكاء العاطفي مرونة سلوكية تمكنه من فهم الحالة النفسية للعميل وتكييف تواصله وتفاعله وفقاً

لذلك. علاوة على ذلك، يضمن التنظيم العاطفي سلوكاً مهنيًا مستقرًا واستجابة سريعة لطلبات العملاء، حتى تحت ضغط شديد، مما يقلل من احتمالية حدوث نزاعات أو سوء فهم.

بعد الخبرة: في هذا النموذج، لا تقتصر الخبرة على الجوانب التقنية فحسب، بل تشمل أيضاً القدرة على إدارة المواقف التفاعلية. فالذكاء العاطفي يزود الموظف بالمهارات الاجتماعية اللازمة للتعامل مع الشكاوى المعقدة وإدارة الحوار بذكاء، مما يعزز الطمأنينة والثقة لدى العميل. لذا، تصبح الخبرة هنا مزيجاً من الكفاءة المهنية والقدرة العاطفية لإتمام المعاملة بنجاح.

ومن خلال ما سبق يتضح أن الذكاء العاطفي يسهم في تحسين مختلف أبعاد جودة التعامل، سواء من حيث الموقف الذي يظهره الموظف، أو السلوك الذي يتبعه أثناء التعامل مع الزبائن، أو الخبرة التي يوظفها في إدارة المواقف الخدمية، مما يعكس إيجاباً على مستوى جودة التعامل مع الزبائن (Brady, M. K & Cronin Jr, J. J, 2001).

المطلب الثالث: نتائج الدراسات النظرية والتطبيقية حول العلاقة

أ. الدراسات الكلاسيكية: (Cherniss & Goleman) تؤكد دراسات "The Emotionally Intelligent Workplace" أن "الكفاءات العاطفية كانت أكثر شيوعاً بمرتين من المهارات التقنية والقدرات المعرفية المجردة مجتمعة" في تمييز الأداء المتفوق. (Goleman, Ch. 3, p. 22) كما تشير البيانات إلى أن 85% من الكفاءات التي تميز القادة في المستويات العليا هي كفاءات ذكاء عاطفي (EI-based)، وتبرز من بينها كفاءة "التوجه نحو الخدمة (Service Orientation)" كعامل أساسي للنجاح التنظيمي.

ب. الدراسات الشمولية الحديثة: (Miao et al., 2017) وفي دراسة حديثة وشاملة (Meta-analysis) قام بها (Miao et al., 2017)، تم تقديم أرقام دقيقة تدعم هذه التوجهات، حيث خلصت إلى النتائج التالية:

1. التأثير على الرضا والتزام: سجلت الدراسة معاملات ارتباط تتراوح بين 0.32 و 0.39 (بالنسبة للرضا الوظيفي، بينما بلغت نسبة الارتباط بالتزام التنظيمي 0.43)، مما يعني أن الموظف الملتزم عاطفياً هو الأقدر على تقديم خدمة زبائن متميزة.

2. الاستقرار المهني: وجدت الدراسة علاقة عكسية واضحة بقيمة (-0.33) بين الذكاء العاطفي ورغبة الموظف في الاستقالة، حيث يساعد EI على تجنب "الاحتراق النفسي" الناتج عن ضغوط التعامل مع الجمهور.

3. التفوق الوظيفي: أثبتت النتائج أن الذكاء العاطفي يتنبأ بنجاح الموظف في المهن التي تتطلب "عملاً عاطفياً" (مثل البنوك) بشكل أفضل من اختبارات الذكاء التقليدية (IQ)، نظراً للحاجة لامتصاص غضب الزبائن وإدارة المواقف التفاعلية بذكاء. (Miao, C, Humphrey, R. H, & Qian, S, 2017)

ج. النتائج والاثار الاقتصادية: تتطابق هذه النتائج مع ما أورده (Spencer, 2001) من أن برامج تدريب EI تحقق حجماً للأثر (Effect Size) أكبر بـ 1.7 مرة، وعائداً على الاستثمار (ROI) يصل إلى 8 أضعاف البرامج التقليدية، مما يضيف قيمة اقتصادية مضافة (EVA) كبيرة للمنظمات من خلال تحسين "التوجه نحو الخدمة" واختصار منحى التعلم. (Cherniss, C & Goleman, D, 2001)

بناءً على هذه الحقائق المستمدة من الأدبيات الكلاسيكية والدراسات الإحصائية الحديثة، يتضح أن الذكاء العاطفي هو المحرك الفعلي لأداء الموظف واستقراره. فالموظف الذي يمتلك هذه الكفاءات يكون أكثر رضا وقدرة على إدارة الانفعالات، مما ينعكس بشكل تلقائي على جودة استجابته لطلبات الزبائن، وهو الجوهر الذي تسعى الدراسة الميدانية لاستكشافه في بنك CPA.

خاتمة الفصل الأول:

تناول هذا الفصل الإطار النظري لمتغيري الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن، باعتبارهما من المفاهيم الحديثة ذات الأهمية البالغة في تحسين أداء المؤسسات الخدمية. حيث تم التطرق في البداية إلى الذكاء العاطفي من حيث نشأته وتطوره، ثم مفاهيمه الأساسية وأهميته، إضافة إلى أبرز نماذجه وطرق قياسه، مما أبرز دوره كمهارة سلوكية ومعرفية تؤثر في طريقة تفاعل الفرد مع محيطه المهني.

كما تم التطرق إلى مفهوم جودة التعامل مع الزبائن من خلال توضيح ماهية جودة الخدمة وأبعادها وأهميتها في تعزيز رضا الزبائن وبناء علاقة طويلة الأمد معهم، باعتبارها أحد أهم عناصر التنافسية في المؤسسات الحديثة.

وفي الأخير، تم تحليل العلاقة النظرية بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن، حيث بينت الأدبيات والدراسات السابقة وجود ارتباط وتأثير إيجابي واضح، يتمثل في أن ارتفاع مستوى الذكاء العاطفي لدى العاملين ينعكس بشكل مباشر على تحسين جودة التعامل مع الزبائن ورفع مستوى رضاهم.

وبناءً على ما سبق، يمكن اعتبار أن الذكاء العاطفي يمثل عاملاً محورياً في تعزيز جودة التعامل داخل المؤسسات الخدمية،

الفصل الثاني: الإطار التحليلي
والمنهجي للدراسة

الفصل الثاني: الإطار التحليلي والمنهجي للدراسة

المبحث الأول: الدراسات السابقة

حتى نتمكن من الربط المنطقي بين الإطار النظري ولمفاهيمي لدراستنا المتعلقة بدور ذكاء العاطفي في تحسين جودة التعامل مع الزبائن، يتوجب علينا اتباع منهجية ملائمة، لذلك نحاول من خلال هذه الدراسة توضيح الأسس المنهجية الواجب اتباعها.

المطلب الأول: دراسات سابقة حول الذكاء العاطفي

1 دراسة (Mayer & Salovey, 1997)

تناولت هذه الدراسة النظرية موضوع "ماهية الذكاء العاطفي"، وهدفت إلى تقديم تعريف علمي دقيق للذكاء العاطفي كقدرة ذهنية متميزة عن السمات الشخصية، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي من خلال بناء نموذج هرمي، وتوصلت إلى أن الذكاء العاطفي يتكون من أربع قدرات أساسية هي: إدراك العواطف، وتسهيل التفكير، وفهم العواطف، وإدارة العواطف (Mayer, J. D & Salovey, P, 1997).

2 دراسة (Cherniss & Goleman, 2001)

تناولت هذه الدراسة (ضمن كتاب علمي) موضوع "بيئة العمل الذكية عاطفياً"، وهدفت إلى استعراض كيفية اختيار وقياس وتطوير الذكاء العاطفي في المنظمات، واعتمدت على المنهج الوصفي والتحليلي باستخدام مراجعات شاملة لنتائج الأبحاث، وتوصلت إلى أن الذكاء العاطفي هو المحرك الأساسي للأداء المتميز في العمل، وأن المؤسسات التي تستثمر في تطويره تحقق عوائد اقتصادية وإنتاجية أعلى (Cherniss, C & Goleman, D, 2001).

3 دراسة (كوثر غالي 2013)

تناولت أطروحة الدكتوراه بجامعة محمد خيضر بسكرة موضوع "مهارات الذكاء الوجداني وعلاقتها بالتوافق الدراسي"، وهدفت إلى البحث في أثر الذكاء الوجداني على التوافق الأكاديمي، واعتمدت على المنهج الوصفي باستخدام مقاييس الذكاء الوجداني والتوافق الدراسي على عينة من تلاميذ الثانوي بمدينة الوادي، وتوصلت إلى أن امتلاك مهارات الذكاء الوجداني يعد مؤشراً قوياً على نجاح الفرد في التوافق الاجتماعي والمهني (غالي، 2013).

4دراسة (بن غربال سعيدة 2015)

تناولت مذكرة الماجستير بجامعة محمد خيضر بسكرة موضوع "الذكاء العاطفي وعلاقته بالتوافق المهني"، وهدفت إلى استقصاء طبيعة العلاقة بين المهارات العاطفية ومستوى التوافق، واعتمدت على المنهج الوصفي باستخدام مقاييس الذكاء العاطفي والتوافق المهني على عينة من أساتذة جامعة بسكرة، وتوصلت إلى أن الذكاء العاطفي يسهم بفعالية في تعزيز تقبل المهنة والاندماج مع الزملاء. (سعيدة، 2015)

5 دراسة (الزرق نوال 2019)

تناولت أطروحة الدكتوراه بجامعة مصطفى اسطنبولي معسكر موضوع "أهمية الذكاء العاطفي في الممارسات القيادية"، وهدفت إلى تبيان أثر ممارسة القدرات العاطفية في الأنماط القيادية، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام مقياس (MSCEIT) ونموذج (MLQ) على عينة من 400 قائد بمؤسسات اقتصادية جزائرية، وتوصلت إلى أن القيادة التحويلية التي تدعم جودة الخدمة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالذكاء العاطفي (الزرق، 2019)

6 دراسة (صالحى فاطمة الزهراء 2021)

تناولت أطروحة الدكتوراه بجامعة قاصدي مرباح ورقلة موضوع "فاعلية برنامج علاجي لتنمية الذكاء العاطفي لدى أطفال الأسر المطلقة"، وهدفت إلى تصميم وتجريب فاعلية تدخل علاجي لتنمية المهارات العاطفية، واعتمدت على المنهج شبه التجريبي باستخدام برنامج علاجي مقترح ومقياس الذكاء العاطفي على عينة من أطفال الأسر المطلقة، وتوصلت إلى أن البرنامج حقق فاعلية كبيرة في تحسين قدرة الأطفال على تمييز المشاعر وإدارتها. (صالحى، 2021)

7 دراسة (Edwin Girard 2023)

تناولت أطروحة الدكتوراه بجامعة نورماندي موضوع "الذكاء الانفعالي للمعلمين والطلاب"، وهدفت إلى معرفة محددات الذكاء الانفعالي وآثاره وبرامج تطويره، واعتمدت على المنهج الوصفي والمنهج التجريبي باستخدام برنامج تدريبي يعتمد على الارتجال المسرحي على عينة من المعلمين والطلاب، وتوصلت إلى أن برامج تطوير الكفاءات الانفعالية تحسن الصحة النفسية وتزيد من الدافعية للعمل والنجاح الأكاديمي. (Girard, 2023)

8 دراسة (قطافي كريمة 2024)

تناولت أطروحة الدكتوراه بجامعة محمد خيضر بسكرة موضوع "الذكاء الانفعالي وعلاقته بكل من التفكير الإيجابي والتسامح"، وهدفت إلى تحديد مستويات هذه المتغيرات والعلاقة بينها، واعتمدت على المنهج الوصفي

باستخدام مقاييس الذكاء الانفعالي والتفكير الإيجابي والتسامح على عينة من تلاميذ الثانوي بباتنة، وتوصلت إلى وجود علاقات ارتباطية قوية ومستويات مرتفعة من التفكير الإيجابي المرتبط بالذكاء الانفعالي. (قطافي ، 2024)

المطلب الثاني: دراسات سابقة حول جودة التعامل مع الزبائن

1 دراسة (Parasuraman et al., 1988)

تناولت هذه الدراسة موضوع "مقياس SERVQUAL لقياس إدراك المستهلك لجودة الخدمة"، وهدفت إلى تطوير أداة معيارية لقياس جودة الخدمة، واعتمدت على المنهج الوصفي الاستكشافي باستخدام مقياس مكون من 22 فقرة على عينات من أربعة قطاعات خدمية، وتوصلت إلى أن جودة الخدمة تتحدد من خلال الفجوة بين توقعات الزبون وأدائه الفعلي عبر خمسة أبعاد هي: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف. (Zeithaml, V. A, Berry, L. L, & Parasuraman, A, 1988)

2 دراسة (Brady & Cronin, 2001)

تناولت هذه الدراسة موضوع "تصور جودة الخدمة المدركة"، وهدفت إلى بناء نموذج هرمي يربط أبعاد الجودة بالنتائج النهائية، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية على عينة من العملاء في أربعة قطاعات خدمية، وتوصلت إلى أن إدراك الجودة يعتمد بشكل أساسي على جودة التفاعل بين الموظف والعميل، وجودة البيئة المادية (Brady, M. K & Cronin Jr, J. J, 2001).

3 دراسة (2024 Ji-Hwan Moon)

تناولت هذه الدراسة موضوع تأثير جودة الخدمة الإنسانية لموظفي البنوك على رضا العملاء: الدور الوسيط للعلاقة التفاعلية. هدفت إلى تحليل أثر جودة التفاعل الإنساني المباشر بين الموظف والزبون على رضا العملاء في القطاع البنكي. اعتمدت على المنهج الكمي باستخدام استبيان موجه لعملاء تعاملوا مع الخدمات البنكية الحضرية. وتوصلت إلى أن جودة التعامل الإنساني والقدرة على بناء علاقة تفاعلية إيجابية بين الموظف والعميل تؤثران بصورة مباشرة في رفع مستوى رضا العملاء (Moon, J. H., Kim, M. S, & Roh, T., 2024)

4 دراسة (2024 Olusola Enitan Olowofela)

تناولت هذه الدراسة موضوع أبعاد جودة الخدمة البنكية الإلكترونية وأثرها على رضا العملاء: أدلة من نيجيريا. هدفت إلى تحديد أثر أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية على رضا زبائن البنوك التجارية. واعتمدت على

المنهج الوصفي التحليلي من خلال استبيان موجه للعملاء. وتوصلت إلى أن السرعة، والاعتمادية، والاستجابة، والكفاءة تعد من أهم العوامل المؤثرة في تعزيز رضا العملاء وتحسين تقييمهم لجودة الخدمة البنكية. (Olowofela, O. E., Adelaja, A. J, & Sanusi, A. O, 2024)

المطلب الثالث: دراسات سابقة حول العلاقة بين المتغيرين

1 دراسة (Lyle Spencer, 2001)

تناولت هذه الدراسة موضوع "القيمة الاقتصادية لكفاءات الذكاء العاطفي"، وهدفت إلى قياس العائد المادي من الاستثمار في هذه الكفاءات، واعتمدت على المنهج التحليلي ومنهجية تحليل العائد والتكلفة، وتوصلت إلى أن الموظفين الذين يتمتعون بذكاء عاطفي يحققون قيمة اقتصادية مضافة للمؤسسة من خلال تحسين جودة التعامل والانتاجية (Spencer, 2001)

2 دراسة (Wong & Law, 2002)

تناولت هذه الدراسة موضوع "تأثير الذكاء الانفعالي للقائد والتابع على الأداء"، وهدفت إلى تطوير مقياس للذكاء العاطفي واختبار تأثيره، واعتمدت على المنهج الوصفي الاستكشافي باستخدام مقياس (WLEIS) على عينات من القادة والتابع، وتوصلت إلى أن ذكاء التابع يؤثر على أدائه وجودة خدمته، بينما يؤثر ذكاء القائد على الرضا العام في بيئة العمل (Wong, C. S & Law, K. S, 2002).

3 دراسة (Giardini & Frese, 2006)

تناولت هذه الدراسة موضوع "الكفاءة الانفعالية كمورد في مهن الخدمة"، وهدفت إلى معرفة دور الكفاءة العاطفية في تقليل ضغوط التعامل مع الزبائن، واعتمدت على المنهج الوصفي باستخدام الاستبيانات على عينة من 84 موظف خدمة، وتوصلت إلى أن الكفاءة الانفعالية تحمي الموظفين من الاحتراق النفسي وتضمن استمرار جودة الخدمة المقدمة للزبائن (Giardini, A. & Frese, M, 2006)

4 دراسة (Dhani & Sharma, 2016)

تناولت هذه الدراسة موضوع "العلاقة بين الذكاء الانفعالي والأداء الوظيفي"، وهدفت إلى فحص تأثير الذكاء الانفعالي على كفاءة المديرين، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام مقاييس (DKEIT) و (JPI) على عينة من 685 مديراً في قطاعات منها البنوك، وتوصلت إلى أن الذكاء الانفعالي المرتفع يؤدي لعلاقات عمل أفضل وأداء مهني أكثر جودة (Dhani, P & Sharma, T, 2016).

5دراسة (Miao et al., 2017)

تناولت هذه الدراسة موضوع "الذكاء الانفعالي والاتجاهات نحو العمل"، وهدفت إلى تلخيص نتائج الدراسات السابقة حول الرضا والتزام، واعتمدت على منهج التحليل البعدي (Meta-analysis) بمراجعة عشرات الدراسات، وتوصلت إلى أن الذكاء الانفعالي يرتبط بشكل وثيق وإيجابي بالرضا الوظيفي، وهو المحرك الأساسي لجودة الخدمة (Miao, C, Humphrey, R. H, & Qian, S, 2017).

6دراسة (Meenaprabha et al., 2025)

تناولت هذه الدراسة موضوع "الذكاء الانفعالي وأثره على جودة الخدمة"، وهدفت إلى فحص العلاقة بين الذكاء الانفعالي وأداء الخدمة ورضا العملاء في البنوك، واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استبيان على عينة من 2320 موظفاً وزبوناً في البنوك الهندية، وتوصلت إلى أن تحسين مهارات الذكاء الانفعالي لدى الموظفين هو المفتاح الفعال لرفع جودة الخدمة المصرفية (Padmanathan, M, Lingaraja, K, Arun, Prasath, R, Madheswaran, M, & Eswaran, L., 2025).

7دراسة (Tritami et al., 2025)

تناولت هذه الدراسة موضوع "دور الذكاء الانفعالي في تحسين جودة تفاعل الموظفين"، وهدفت إلى استقصاء تأثير الذكاء الانفعالي على رضا العملاء، واعتمدت على المنهج الكمي باستخدام الاستبيان على عينة من موظفي القطاع الخدمي، وتوصلت إلى أن الذكاء الانفعالي يعزز جودة التفاعل مع الزبائن، خاصة عندما يتوفر توازن بين العمل والحياة للموظف. (Tritami, N, uwaryo, P. A. W., & Fatmawati, D., 2025)

مناقشة نتائج الدراسات السابقة:

أظهرت الدراسات السابقة المعروضة وجود اهتمام متزايد بموضوع الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن، حيث تناولت هذه البحوث الموضوع من زوايا متعددة؛ ففيما يخص الذكاء العاطفي، أسست دراسة (Mayer & Salovey, 1997) للبناء المفاهيمي للمفهوم، بينما أكدت دراسة (Cherniss & Goleman, 2001) أهميته في رفع فعالية الأداء المهني. أما فيما يتعلق بجودة الخدمة، فقد مثلت دراسة (Parasuraman et al., 1988) مرجعاً أساسياً من خلال مقياس (SERVQUAL)، في حين عمقت دراسة (Brady & Cronin, 2001) الفهم بالتأكيد على أن جودة التفاعل الإنساني المباشر هي المحرك الرئيسي لإدراك العميل للجودة. كما عززت الدراسات الحديثة في القطاع البنكي (Meenaprabha et al., 2025) مثل دراسة

al., 2025 وجود علاقة طردية بين المهارات العاطفية وتحسين المخرجات الخدمية. وعلى الرغم من هذا الزخم البحثي، تبرز فجوة بحثية نوعية تسعى دراستنا الحالية لسدها من خلال محورين أساسيين:

الفجوة السياقية: يلاحظ ندرة الدراسات التي تناولت أثر الذكاء العاطفي على "جودة التعامل" تحديداً في البيئة المصرفية الجزائرية؛ حيث ركزت أغلب الدراسات المحلية (مثل لزرقي، 2019) على الجانب القيادي أو التوافق المهني العام، بينما توجهنا في هذه الدراسة نحو "موظف الواجهة" وعلاقته المباشرة بالزبون، وهو ما يمثل جوهر التفاعل الخدمي.

الفجوة النموذجية: تكمن أصالة هذه الدراسة في التميز بالجمع المنهجي بين نموذج (Brady & Cronin) لجودة التفاعل ومهارات الذكاء العاطفي، وهو دمج يقل وجوده في البيئة البحثية الجزائرية، حيث تميل الدراسات العربية إلى التركيز على "جودة الخدمة" بمفهومها التقني والكمي العام، متجاهلة السلوك العاطفي اللحظي.

وبناءً على ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم إضافة نوعية من خلال تقديم توصيات عملية لإدارة بنك (CPA) حول كيفية اختيار وتدريب الموظفين بناءً على كفاءاتهم العاطفية لتعزيز جودة التعامل المباشر، مما يمنح البحث قيمة تطبيقية تفتقر إليها الدراسات التي اكتفت بالتحليل العام لجودة الخدمة.

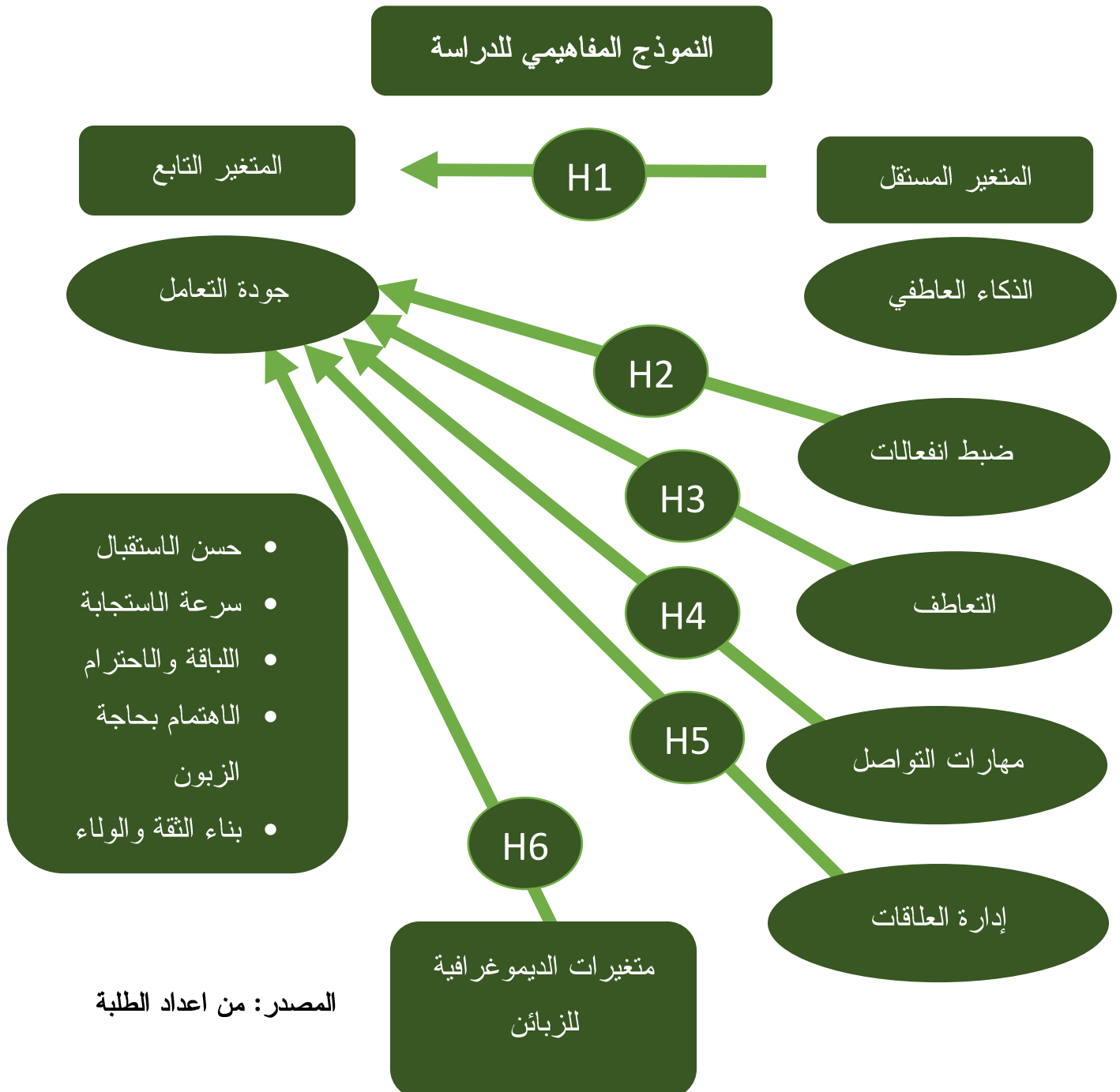
المبحث الثاني: النموذج المفاهيمي وفرضيات الدراسة

يهدف هذا المبحث إلى صياغة الإطار المنطقي للدراسة من خلال بناء نموذج مفاهيمي يوضح طبيعة العلاقة بين الذكاء العاطفي وأبعاده كمتغير مستقل، وجودة التعامل مع الزبائن كمتغير تابع وبناءً على هذا النموذج، سيتم وضع الفرضيات البحثية التي تسعى الدراسة لاختبارها ميدانياً، لتحديد مدى مساهمة مهارات الموظف العاطفية في تحسين مستوى التفاعل الخدمي داخل بنك القرض الشعبي الجزائري (CPA) وكالة عين تموشنت .

المطلب الأول: النموذج المفاهيمي للدراسة

يقوم نموذج المفاهيمي لهذه الدراسة على تفسير العلاقة بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن في المؤسسة المصرفية، انطلاقاً من فرضية أساسية مفادها أن القدرات العاطفية والسلوكية التي يظهرها الموظف أثناء التفاعل مع الزبون تنعكس مباشرة على تقييم الزبون لجودة هذا التعامل.

رسم توضيحي 1 لنموذج المفاهيمي للدراسة



المطلب الثاني: متغيرات الدراسة

تقوم هذه الدراسة على متغيرين رئيسيين، هما: الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف بوصفه متغيراً مستقلاً، وجودة التعامل مع الزبائن بوصفها متغيراً تابعاً. وقد تم اختيار هذين المتغيرين لكونهما يعكسان طبيعة العلاقة التفاعلية داخل المؤسسة المصرفية، حيث يُفترض أن مستوى الذكاء العاطفي الذي يظهره الموظف أثناء التعامل مع الزبون ينعكس على إدراك هذا الأخير لجودة التعامل الذي يتلقاه.

أولاً: المتغير المستقل: الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف

يقصد بالذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف تقدير الزبون لمدى قدرة موظف البنك على فهم مشاعره، وضبط انفعالاته، والتواصل معه بفعالية، وإدارة العلاقة معه بأسلوب مهني يحقق التفاعل الإيجابي. ولا يُقصد به في هذه الدراسة الذكاء العاطفي كصفة داخلية ذاتية عند الموظف، وإنما كما يدركه الزبون من خلال الممارسة الفعلية أثناء تقديم الخدمة.

ثانياً: المتغير التابع: جودة التعامل مع الزبائن

تمثل جودة التعامل مع الزبائن المتغير التابع في هذه الدراسة، وهي تعكس تقييم الزبون لمستوى التفاعل الذي يتلقاه من موظف البنك أثناء تقديم الخدمة. ويُقصد بها هنا جودة التفاعل المباشر بين الموظف والزبون، أي الطريقة التي يتم بها التواصل، والاستجابة، وإظهار الاحترام، وبناء الثقة أثناء تقديم الخدمة.

المطلب الثالث: فرضيات الدراسة

استناداً إلى إشكالية الدراسة وأهدافها، وبناءً على النموذج المفاهيمي الذي يربط بين الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف وجودة التعامل مع الزبائن، تم صياغة الفرضيات الآتية لاختبار العلاقة بين المتغيرات المدروسة.

الفرضية الرئيسية:

H1: يؤثر الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.

وتتنبثق عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

- H2: يؤثر ضبط انفعالات الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.
H3: يؤثر تعاطف الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.
H4: تؤثر مهارات التواصل لدى الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.
H5: تؤثر قدرة الموظف على إدارة العلاقات إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.
H6: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل تعزى للمتغيرات الديموغرافية للزبائن.

المبحث الثالث: المنهجية وبناء أداة القياس

في هذا المبحث سنتطرق الى يتم فيه توضيح المنهج المعتمد وبناء أداة القياس المستخدمة في جمع البيانات، مع التأكد من مدى صدقها وثباتها بما يضمن دقة النتائج وموضوعيتها.

المطلب الأول: منهج الدراسة

ان منهجية الدراسة تعين مجموعة من القواعد العامة التي تهيم على سير العقل وتحدد عملياته من اجل الوصول الى نتيجة معلومة. بحيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي الذي يعين الطريقة المنظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة او موقف او افراد او أوضاع معينة بهدف اكتشاف حقيقة جديدة او التأكد من صحة حقائق قديمة واثارها والعلاقات المنبثقة عنه. ويهدف المنهج الوصفي الى وصف طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة المتمثلة في (الذكاء العاطفي) - كمتغير مستقل، (جودة التعامل كمتغير تابع، حيث لا يقتصر هذا المنهج على وصف الظاهرة وانما يشتمل تحليل البيانات وقياسها وتغيرها والتوصل الى وصف دقيق للظاهرة او المشكلة و نتائجها.

طرق جمع المعلومات: تم الحصول على البيانات من خلال تصميم استبيان وتوزيعه على عينة مكونة من 120 فرداً، حيث تم استرجاع 109 استبيانات صالحة للتحليل الإحصائي، أي بنسبة استجابة بلغت 90.83%. وقد تم الاعتماد على هذه الاستبيانات في معالجة البيانات واستخلاص النتائج. ولتحقيق أهداف الدراسة، تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار 26 من أجل تحليل البيانات وتفسيرها.

المطلب الثاني: مجتمع وعينة الدراسة

1. مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في كل زبائن بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة عين تموشنت

2. عينة الدراسة: يتشكل من عينة عشوائية لزبائن الوكالة حيث تمثل هذه الدراسة تحقيق أولي من خلال عملية استطلاع اراء هذه الفئة حول الموضوع الحالي وبلغت 109 زبون

3. حدود الدراسة: تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

- الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في الوكالة محل الدراسة والمتمثلة في وكالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA عين تموشنت
- الحدود الزمانية: تمت الدراسة في الفترة الممتدة من: 10/04/2025 الى غاية 19/04/2025

المطلب الثالث: بناء أداة القياس وصدقها وثباتها

قصد تسهيل الدراسة تم إعداد استبيان بشكل يساعد على جمع البيانات ويمكن توضيح محتويات الاستبيان واختبار قياس ثباتها وصدقها من خلال العناصر الآتية:

أولاً: أداة الدراسة

محتويات الاستمارة : تم تصميم الاستمارة كأداة أساسية تساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الضرورية لتحقيق أغراض البحث وتحتوي هذه الاستمارة على محاور تتضمن متغيرات الدراسة وعليه فقد تم تقسيم استمارة الاستبيان إلى 34 سؤالاً متسلسلاً صيغت بما يتواءم مع خصائص العينة المستهدفة للإجابة عليها، وبهدف الإحاطة بمعلومات عامة حول أفراد العينة، فقد تم طرح أسئلة تمهيدية لاستمارة الاستبيان وذلك للتعريف بالعينة وتكوين قاعدة معطيات عنها. وقد تم تقسيم استمارة الاستبيان إلى جزئين تتمثل في الآتي:

– الجزء الأول: خاص بالأسئلة المتعلقة بالبيانات الشخصية والوظيفية وتتمثل في الجنس، العمر، المستوى التعليمي، وتيرة زيارة البنك، مدة التعامل مع البنك.

– الجزء الثاني: اشتمل هذا الجزء على محورين أساسيين هما:

المحور الأول: تضمن العبارات الخاصة بالذكاء العاطفي المدرك وتضمن 16 عبارات. موزعة على أربعة أبعاد:

– الوعي الذاتي

– إدارة الذات

– التعاطف

– إدارة العلاقات

المحور الثاني: تم الاعتماد على هذه الأبعاد في التحليل الوصفي لفقرات الاستبيان فقط، دون استخدامها في اختبار الفرضيات. وقد تضمن هذا المحور عبارات خاصة بجودة التعامل مع الزبائن، حيث شمل 18 عبارة موزعة على أربعة أبعاد مختلفة، بهدف وصف وتحليل مستوى هذا المتغير في الدراسة:

– التواصل

– الثقة

– الاستجابة

– اللباقة والاحترام

تم استخدام مقياس الاستبيان لتحويل إجابات أفراد العينة إلى بيانات كمية قابلة للتحليل، حيث تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي، وذلك لكونه أكثر دقة وتنوعاً في قياس الاتجاهات، إضافة إلى أنه يوفر مجالات أوسع للإجابة ويعكس بشكل أفضل درجة موافقة المبحوثين. ويتدرج هذا المقياس على النحو التالي:

جدول 2 توزيع ليكرت الخماسي

المستوى	المتوسط المرجح
غير موافق بشدة	من 1 الى 1.79
غير موافق	من 1.80 الى 2.59
محايد	من 2.60 الى 3.39
موافق	من 3.40 الى 4.19
موافق بشدة	من 4.20 الى 5

المصدر: وليد عبد الرحمن خالد الفراء تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS إدارة البرامج و الشؤون الخارجية الندوة العالمية لشباب الإسلام 1430 هـ ص 26 .

يعرض الجدول مستويات الأهمية ودرجات الاستجابة للمتوسطات الحسابية الخاصة بمحوري الدراسة، وذلك بالاعتماد على المدى الذي يُحسب من خلال الفرق بين أعلى وأدنى قيمة في مقياس الاستجابة. وبما أن الدراسة اعتمدت على مقياس ليكرت الخماسي الذي يتدرج من 1 إلى 5، فإن قيمة المدى تساوي 4، والتي يتم تقسيمها على عدد فئات المقياس للحصول على طول الفئة، حيث تبلغ قيمة طول الفئة حوالي 0.80 تقريباً.

وبناءً على ذلك يتم إضافة هذه القيمة إلى الحد الأدنى لكل فئة من فئات المقياس لتحديد حدودها، مما يسمح بتفسير المتوسطات الحسابية وتحديد مستوى الاستجابة (منخفض، متوسط، مرتفع). وكلما ارتفع المتوسط الحسابي دلّ ذلك على ارتفاع مستوى الموافقة أو الأهمية وفقاً لمعايير التفسير المعتمدة. يُحدد تفسير المتوسطات الحسابية في هذه الدراسة وفق مجالات محددة، حيث إذا كان المتوسط الحسابي محصوراً بين (1.80 – 3.40) فإن ذلك يدل على أن درجة الاستجابة منخفضة جداً، أما إذا تراوح بين (3.40 – 4.20) فيشير إلى درجة استجابة منخفضة. وفي حال كان المتوسط ضمن المجال (4.20 – 5) فإن درجة الاستجابة تُعتبر مرتفعة جداً. كما يُعتمد في تفسير النتائج على المتوسط المعياري الذي يساوي (3)، والذي يُستخدم كمرجع لتحديد مستوى الاستجابة مقارنة بالاتجاه العام للعينة.

ثانياً اختبار ثبات وصدق الاستبيان

لتطبيق الأساليب الإحصائية واختبار الفرضيات كان لابد من اختبار صدق وثبات الاستبيان وقبل ذلك فقد قام الطالبين بعرض استمارة الاستبيان على أربع محكمين وعلى الأستاذ المشرف لإبداء رأيهم وتقديم الملاحظات بالتعديل، ليتم أخذها بعين الاعتبار لوضع الاستبيان في صيغته النهائية وهو ما يعرف بالصدق الظاهري للاستبيان وذلك بهدف معرفة مدى صلاحية استمارة الاستبيان كأداة للقياس قبل استخدامها في الدراسة وذلك للوصول إلى مستوى عال من تعميم النتائج.

ويمكن التحقق من ثبات الاستبيان من خلال حساب معامل الفا كرونباخ وتتراوح قيمة هذا المعامل ما بين 1-0 لتكون أصغر قيمة مقبولة لمعامل الفا كرونباخ هي 0.6

ثالثاً المعالجة الإحصائية:

لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام اختبارات الأساليب الإحصائية لتفريغ وتحليل الاستبانة من خلال الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لمعالجة البيانات والمعلومات وكانت على النحو التالي: عامل ألفا كرونباخ: تم استخدامه للتأكد من درجة ثبات أداة الدراسة المستخدمة. معامل الارتباط بيرسون Pearson: تم استخدامه لقياس قوة الارتباط بين درجات كل فقرة من فقرات الاستبانة والمعدل الكلي للمحور الذي تنتمي إليه أي صدق الاتساق الداخلي. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية تم استخدام المتوسطات الحسابية للتعرف على مدى توجه عينة الدراسة نحو الفقرات التي من خلالها يتم قياس المتغيرات، كما استخدمت الانحرافات المعيارية لبيان مدى تشتت وتقارب إجابات عينة الدراسة. التكرارات والنسب المئوية: تم

استخدامه لإظهار نسب إجابات أفراد عينة الدراسة تحليل التباين ANOVA: لاختبار العلاقة بين المتغيرين المستقل والتابع والانحدار الخطي البسيط والمتعدد لاختبار التأثير.

خاتمة الفصل الثاني:

تناول هذا الفصل الإطار التحليلي والمنهجي للدراسة، حيث تم في البداية عرض مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بالذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن والعلاقة بينهما، وهو ما سمح بتحديد أهم النتائج التي توصلت إليها الأبحاث السابقة، وإبراز نقاط الاتفاق والاختلاف بينها، مما ساعد في دعم الإطار النظري للدراسة الحالية.

بعد ذلك، تم بناء النموذج المفاهيمي للدراسة وتحديد متغيراتها الأساسية، إضافة إلى صياغة الفرضيات التي ستوجه الجانب التطبيقي، بما يعكس طبيعة العلاقة المتوقعة بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن.

كما تم التطرق إلى المنهجية المعتمدة في الدراسة، من خلال تحديد المنهج المناسب، مجتمع وعينة الدراسة، ثم شرح طريقة بناء أداة القياس والتحقق من صدقها وثباتها، بما يضمن دقة النتائج وموضوعيتها.

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية وعرض ومناقشة النتائج

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية وعرض ومناقشة النتائج

بعد ما تطرقنا في الدراسة النظرية لكل من الإطار المفاهيمي ومختلف الدراسات المتعلقة بدور الذكاء العاطفي في تحسين جودة التعامل مع الزبائن وكذا الإطار المنهجي والتحليل للدراسة سنتناول في هذا الفصل الجانب التطبيقي للدراسة نحاول فيه اسقاط المفاهيم النظرية تطبيقيا من خلال الدراسة الميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة عين تموشنت حيث تم الاعتماد على الاستبيان في جمع البيانات حول ابعاد المتغير المستقل المتمثل الذكاء العاطفي المدرك وكذا ابعاد المتغير التابع المتمثل في جودة التعامل

المبحث الأول: تقديم مؤسسة الدراسة بنك CPA

في هذا المبحث سنقوم بتعريف الوكالة، الهيكل التنظيمي، مهامها وخدماتها

المطلب الأول: نشأة وتطور بنك CPA

تم انشاء القرض الشعبي في عام 1966 بموجب المرسوم رقم 78/66 الصادر في 29 ديسمبر و تم اعتماده بموجب المرسوم رقم 78/67 المؤرخ في 11 مارس 1967 و قد ورث أنشطته على خلفية الأنشطة التي كانت تدار من قبل البنوك الشعبية (البنك الشعبي التجاري والصناعي في الجزائر وهران عنابة وقسنطينة) بالإضافة الى البنوك الأجنبية الأخرى : بنك الجزائر مصر الشركة المرسلية للقروض (SMC) و الشركة الفرنسية للاقراض والبنوك (CFCB) . وفي سنة 1985 ساهم في انشاء بنك التنمية المحلية بعد بيع 40 فرعا وتحويل 550 موظفا ومديرا تنفيذيا و89000 حساب عميل. في عام 1989 أصبح القرض الشعبي الجزائري شركة اقتصادية عامة (EPE) تم تنظيمها قانونيا كشركة مساهمة وتمثلت هذه الفترة التزامه بمجال التجارة مدعوما بوضع مالي سليم.

المطلب الثاني: نبذة عامة عن بنك CPA

هو مؤسسة تجارية يتمثل دورها الأساسي في تلقي الأموال الودیعة) الموكلة إليها من قبل أولئك الذين ليس لديهم استخدام فوري للمبالغ الموضوعة تحت تصرفهم، وإقراض (ائتمان) جزء من الأموال المجمعة على هذا النحو لأولئك الذين يحتاجونه ومنه يمكن القول إن P.A.C هو بنك إيداع تم تصميمه سنة 1972 من أجل تمويل الحرف اليدوية وقطاع السياحة والصيد والتعاونيات غير الزراعية في مناطق الإنتاج والتوزيع بشكل

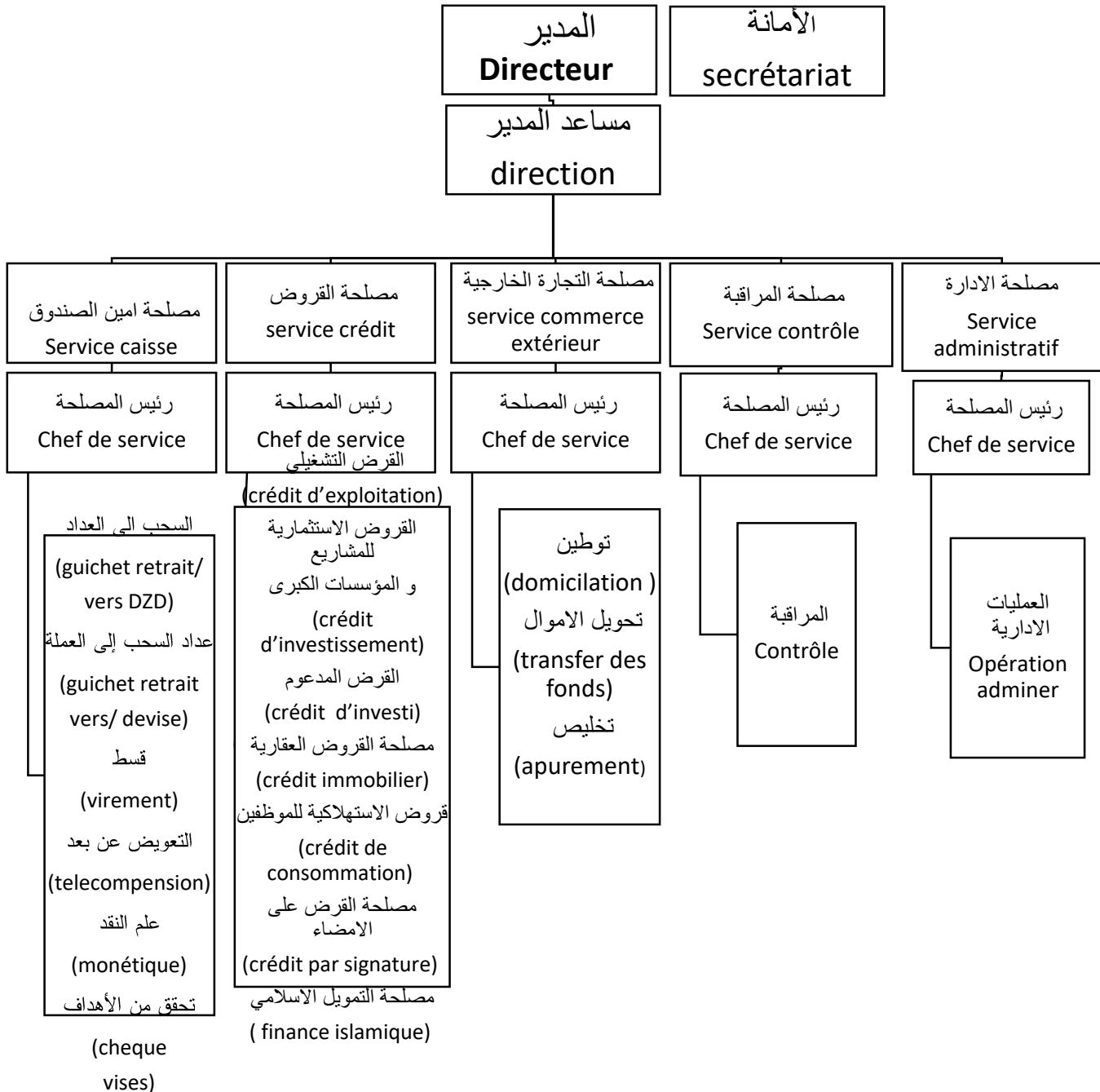
عام.T.P.E PES.(المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة إضافة إلى اعتمادات الاستثمار وائتمانات التشغيل تقديم الوكالة البنكية

تقديم وكالة CPAعين تموشنت:

تعتبر وكالة عين تموشنت نقطة بيع على مستوى الولاية كسائر الوكالات الأخرى على المستوى الوطني تقع هذه الوكالة في شارع أول نوفمبر في وسط المدينة. يتمثل دورها في مساعدة العملاء على بيع هذه المنتجات البنكية (فتح الاعتمادات والتحويلات -الشيكات المختومة -الاعتمادات -التجارة الحسابات الخارجيةإلخ).. (كاوي عبد الكريم، 2026)

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك CPA

رسم توضيحي 2 للهيكل التنظيمي



(كادي عبد الكريم، 2026)

وتتمثل مهام كل مصلحة فيما يلي:

1-مدير الوكالة: وهو الممثل الرسمي لوكالة القرض الشعبي على مستوى الولاية، يسهر على تنفيذ وتحقيق الخطط والأهداف الموضوعة من المديرية العامة للبنك. حيث يتحمل مسؤولية ابرام وتوقيع كل العقود والاتفاقيات، ومن مهامه أيضا مراقبة جميع المصالح التابعة للوكالة والتنسيق بينها.

2-الأمانة: من مهامها تسهيل أعمال المدير، ارسال واستقبال البريد، واجراء المكالمات الهاتفية، وتضم: قسم المستخدمين: وهو قسم يهتم بشؤون المستخدمين مثل وضع سلم الأجور، تنظيم الاجازات، تسجيل الغيابات والمخالفات. قسم المحاسبة: تسجيل العمليات المحاسبية.

3 مصلحة المراقبة: ويقوم بالمراقبة الداخلية لعملية التسيير ومدى تطبيق القوانين الداخلية للبنك.

4 -مصلحة القروض: وتقوم هذه المصلحة بتنفيذ الإجراءات والتعليمات المتعلقة بشؤون القرض، كما تستقبل العملاء وتدير طلباتهم، وتضم:

مصلحة المنازعات ويقوم بمتابعة الحالات المتنازع فيها دراسة الشكاوى وطلبات تحصيل الحقوق. مصلحة التسيير الإداري وتضم قرض، أونساج، كناك، أنجام، والقرض الاستثماري.

5-مصلحة الصندوق وتنقسم إلى:

قسم الودائع: ويشرف على عمليات السحب الالكتروني، وينضم عمليات الإيداع والسحب من الحساب لصالح المودعين، قسم المحفظة.

ثالثا: الخدمات المقدمة من طرف وكالة القرض الشعبي الجزائري عين تموشنت وتنقسم

إلى أربعة أصناف تتلخص فيما يلي:

(أ) - الخدمات البنكية المقدمة للمؤسسات:

قرض الاستثمار: قرض موجه لمختلف النشاطات الاستثمارية.

قرض الاستغلال: ويمنح للمؤسسات في مراحل نشاطها، وفي مرحلة تأسيسها.

القرض العقاري: يستفيد منه أي شخص طبيعي أو اعتباري مسجل قانونا في السجل التجاري ومصرح له بممارسة نشاط التطوير العقاري بعد إثبات صحة ملكية الأرض المحجوزة للمشروع، وتصل مدة هذا القرض إلى 36 شهر.

(ب)- الخدمات البنكية المقدمة للمهن الحرة:

يتطلب القيام بمشروع مهني خاص أو دفع أعمال حالية تكلفة استثمار تتجاوز الميزانية المتوفرة لذلك من الضروري الحصول على قرض مهني، من أجل اقتناء معدات جديدة أو شراء مباني جديدة أو الحصول على تمويل مشترك شراء مباني والمعدات معا.

وللحصول على ائتمان استثماري يخصص القرض الشعبي الجزائر العديد من المنتجات

المخصصة تتمثل فيما يلي:

تمويل أجهزة المساعدة: قرض اونساج، اونجام، كناك.

تمويل المقاولين: هو ائتمان استثماري طويل ومتوسط الأجل، يهدف إلى تمويل شراء

المعدات، وشراء أو تطوير أماكن الاستخدام المهني والشراء المشترك للمباني والمعدات. وهو مخصص للمهنيين المعتمدين الذين يرغبون في تطوير نشاطهم كالمحاسب القانوني، المهندس المعماري.

تمويل المستثمرين في قطاع الصحة: هو ائتمان استثماري متوسط وطويل الأجل يهدف إلى تمويل شراء المعدات الطبية وشراء المباني لاستخدام المهني > تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

وهي حلول تمويلية مخصصة للمؤسسات الناشئة، الصغيرة جدا، الصغيرة والمتوسطة. ويقدم إضافة إلى القرض المالي خدمات استشارية ومرافقة صاحب المشروع.

(ج)-الخدمات المقدمة للأفراد

القرض العقاري.

بطاقة الدفع الإلكتروني.

القرض الاستهلاكي.

القرض التأميني.

(د) خدمات التمويل الإسلامي

الودائع القرض الحسن والقرض الادخاري.

التمويل عقد المراجعة للتجهيزات العقارات السيارات. (كاوي عبد الكريم، 2026)

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة

نهدف من خلال هذا المبحث الى دراسة تحليل نتائج المعلومات الشخصية المكونة للاستبيان، إضافة تحليل نتائج الأسئلة المحاور، صدق الاتساق الداخلي للأسئلة المحاورين، تحقق من ثبات الاستبيان وأخيرا اختبار صحة الفرضيات من عدمها.

المطلب الأول: صدق الأداة الدراسة

أولاً: دراسة صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحاور

1. **الصدق الظاهري:** تم التأكد من صدق أداة الدراسة وثباتها من خلال عرضها على أربعة محكمين مختصين، بالإضافة إلى عرضها على الأستاذ المشرف، الذي قدم مجموعة من الملاحظات والاقتراحات العلمية. وقد تم الأخذ بهذه الملاحظات وإجراء التعديلات اللازمة في ضوءها، بما يضمن تحسين جودة الأداة وملاءمتها لأهداف الدراسة. ويعد اعتماد ملاحظات الأستاذ المشرف وتطبيق التعديلات المقترحة بمثابة تحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة ومؤشراً على صلاحيتها للتطبيق الميداني.

2. **الصدق الاتساق الداخلي لفقرات الاختبار:** تم التأكد من صدق الاتساق الداخلي من خلال دراسة الارتباط لكل محور من محاور الدراسة باستخدام معامل الارتباط بيرسون كما يبني الجداول التالي

دراسة صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الأول: الذكاء العاطفي المدرك

جدول 3 يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الأول

الرقم	العبارات	معامل الارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية Sig
01	يظهر الموظف قدرة عالية على ضبط النفس	**0.688	0.000

		والحفاظ على هدوئه حتى في مواقف الضغط	
0.000	**0.642	يظهر الموظف تماسكاً ولا يبدي تأثراً بمشاعره الشخصية أثناء خدمتي	02
0.000	**0.686	يعرف الموظف نقاط قوته وضعفه في التعامل مع الزبائن	03

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS V26

* علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05

** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط للبعد الأول " الخاصة بمحور (الذكاء العاطفي) دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية. أي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الأول

جدول 4 يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الثاني

الرقم	العبارات	معامل الارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية Sig
04	يحافظ على هدوئه عندما يتعامل مع زبون غاضب	**0.669	0.000
05	يتحكم في انفعالاته تحت الضغط	**0.591	0.000

06	يتكيف بسرعة مع طلبات الزبائن المتغيرة.	**0.621	0.000
----	--	----------------	--------------

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS V26

* علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05

** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط للبعد الثاني " الخاصة بمحور (الذكاء العاطفي) دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية. أي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثاني

جدول 5 يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الثالث

الرقم	العبارات	معامل الارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية Sig
07	يفهم الموظف مشاعر الزبائن من خلال تعبيرات وجوههم	**0.703	0.000
08	يستشعر الموظف مشاعر الزبائن قبل أن يعبروا عنها.	**0.724	0.000
09	يلاحظ الموظف عندما يكون الزبون متوتراً أو محبطاً	**0.631	0.000

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS V26

* علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05

** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط للبعد الثالث " الخاصة بمحور (الذكاء العاطفي) دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية. أي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثالث

جدول 6 يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الرابع

الرقم	العبارات	معامل الارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية Sig
01	يمتلك الموظف قدرة عالية على معالجة الشكاوى بلباقة واحترافية .	**0.408	0.000
02	يُظهر الموظف تعاطفاً حقيقياً مع مشاكل الزبائن	**0.654	0.000
03	يتمتع الموظف بقدرة عالية على امتصاص غضب الزبائن وتجنب التصادم معهم في حالات الاختلاف في وجهات النظر	**0.510	0.000
04	يُظهر الموظف مرونة كبيرة في إقناع الزبائن بحلول بديلة ومناسبة في حال تعذر تقديم الخدمة المطلوبة	**0.474	0.000

05	يسعى الموظف لبناء علاقة ثقة مهنية طويلة الأمد مع الزبائن	**0.436	0.000
06	يشجع الموظف الزبائن على العودة للتعامل مع البنك مرة أخرى	**0.563	0.000
07	يتعامل الموظف بإيجابية مع جميع أنواع الزبائن.	**0.344	0.000

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS V26

*** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05**

**** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05**

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط للبعد الرابع " الخاصة بمحور (الذكاء العاطفي) دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية. أي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الرابع

دراسة صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الثاني: جودة التعامل

جدول 7 يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الأول

الرقم	العبارات	معامل الارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية Sig
01	يشرح لي الإجراءات بطريقة مفهومة	**0.687	0.000
02	يتواصل معي الموظف بوضوح	**0.738	0.000

03	يستخدم الموظف لغة بسيطة خالية من التعقيدات التقنية عند توضيح الخدمات.	**0.639	0.000
04	يتأكد الموظف من فهمي للإجراءات من خلال إعادة الشرح أو طرح أسئلة توضيحية	**0.749	0.000

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS V26

* علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05

** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط للبعد الاول " الخاصة بمحور (جودة التعامل) دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية. أي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الأول

جدول 8 يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الثاني

الرقم	العبارات	معامل الارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية Sig
01	يخبرني الموظفون بالموعد الفعلي لتقديم الخدمة	**0.615	0.000
02	يلتزم الموظفون بإنجاز الخدمة في الموعد المحدد	**0.703	0.000

03	يقدمون الخدمة بدقة من المرة الأولى	**0.696	0.000
04	يحافظون على سجلات معاملاتي بدقة	**0.732	0.000
05	يؤدون الخدمة صحيحاً في كل مرة	**0.669	0.000
06	معاملاتي سرية ومحمية	**0.606	0.000

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS V26

* علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05

** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط للبعد الثاني " الخاصة بمحور (جودة التعامل) دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية. أي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثاني

جدول 9 يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الثالث

الرقم	العبارات	معامل الارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية Sig
01	يقدمون الخدمة في الوقت المناسب	**0.737	0.000
02	دائماً مستعدون لمساعدتي	**0.673	0.000
03	يحرص الموظفون على إنجاز معاملتي في وقت وجيز	**0.721	0.000

04	يستجيب الموظف لطلباتي بسرعة حتى في أوقات الضغط	**0.565	0.000
----	--	----------------	--------------

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS V26

*** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05**

**** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05**

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط للبعد الثالث " الخاصة بمحور (جودة التعامل) دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية. أي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثالث

جدول 10 يوضح صدق الاتساق الداخلي للبعد الرابع

الرقم	العبارات	معامل الارتباط Pearson	القيمة الاحتمالية Sig
01	يتميز تعامل الموظف معي بالأدب واللباقة في كل مراحل الخدمة.	**0.719	0.000
02	يظهر الموظف احتراماً كبيراً لي بغض النظر عن طبيعة طلبي أو رصيدي.	**0.741	0.000
03	يتمتع الموظف بمعرفة كافية للإجابة عن استفساراتي	**0.682	0.000

04	يقدم الموظف معلومات دقيقة وموثوقة حول الخدمات المقدمة	0.727**	0.000
----	---	----------------	--------------

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS V26

*** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05**

**** علاقة ارتباطية كبيرة عند مستوى الدالة 0.05**

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه ان معاملات الارتباط للبعد الرابع " الخاصة بمحور (جودة التعامل) دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية. أي دالة إحصائية عند مستوى المعنوية 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الرابع

ثانيا: تحقق من ثبات الاستبيان من خلال حساب معامل الفا كرونباخ وكانت النتائج كالآتي:

جدول 11 معامل ثبات الفا كرونباخ

معامل الثبات	عدد العبارات	محاور الاستبيان
0.740	16	الذكاء العاطفي
0.879	18	جودة التعامل
0.883	34	الإجمالي

يتضح من الجدول ان معاملات ألفا كرونباخ الخاصة بالمحورين تراوحت بين 0.740 و 0.879 كما بلغت قيمة ألفا كرونباخ لأداة الدراسة 0.883 أي ما يعادل 88.3%. وتشير هذه القيم الى مستوى عالي من الثبات مما يعكس درجة عالية من الاتساق الداخلي بين عبارات الأداة ويؤكد بذلك على تمتع أداة الدراسة بدرجة جيدة من الثبات والمصدقية في القياس.

المطلب الثاني: عرض وتحليل الوصفي لمحاور الدراسة

سنتطرق من خلال هذا المطلب الى تحليل المعلومات الشخصية لأفراد عينة الدراسة وفق متغيرات: الجنس السن، تعليم، مدة التعامل وتيرة الزيارة، تحليل نتائج أسئلة محاور الدراسة.

أولاً: عرض وتحليل الوصفي لمحاور الدراسة محور المعلومات الشخصية والتي نبينها في الجداول والاشكال التالية

في هذا العنصر سنقوم بتحليل إجابات افراد عينة الدراسة حسب المتغيرات المتطرق اليها في الاستبيان الموزع عليهم

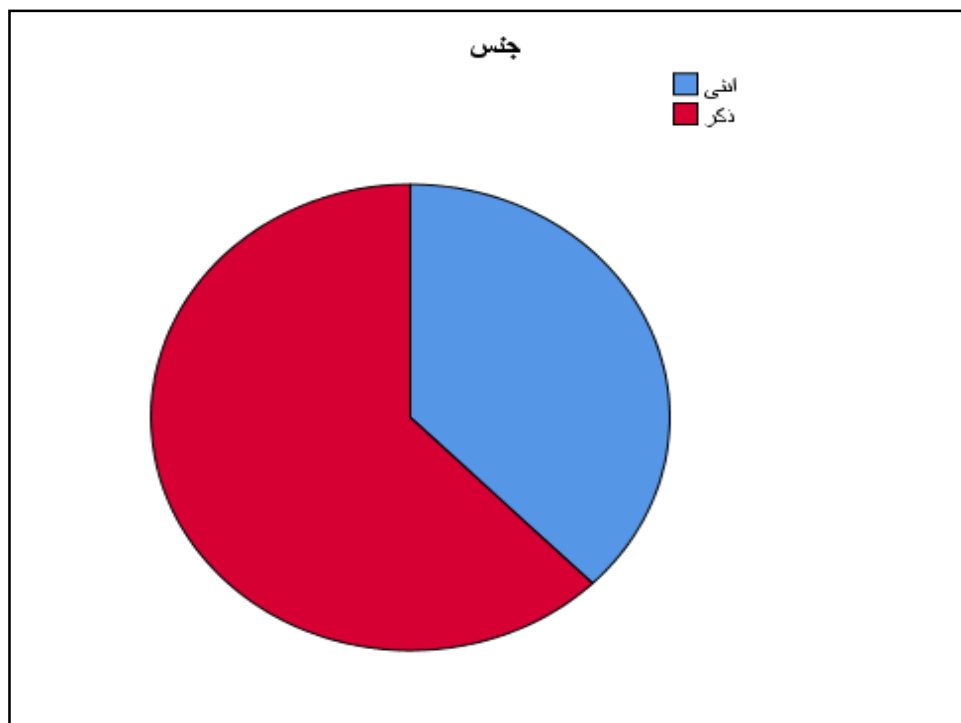
تحليل خصائص العينة للدراسة حسب متغير الجنس

جدول 12 توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	العدد	النسبة المئوية
ذكر	68	62.4%
أنثى	41	37.6%
المجموع	109	100%

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

رسم توضيحي 3 لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

يتضح من النتائج غلبة فئة الذكور بنسبة (62.4%)، وهو ما يعكس واقع المعاملات الميدانية في وكالة (CPA) التي يتردد عليها الرجال بكثرة، مما يتطلب من الموظف تفعيل مهارات "الذكاء الاجتماعي" لامتصاص ضغط العمل. وفي المقابل، فإن تمثيل الإناث بنسبة (37.6%) يؤكد ضرورة الاهتمام بلباقة التعامل والتعاطف، كون الزبون الأنثى تولي أهمية كبيرة للتقدير السلوكي. هذا التنوع يثبت أن موظفي البنك بحاجة لمهارات تواصل مرنة تراعي سيكولوجية الجنسين لضمان جودة تعامل موحدة

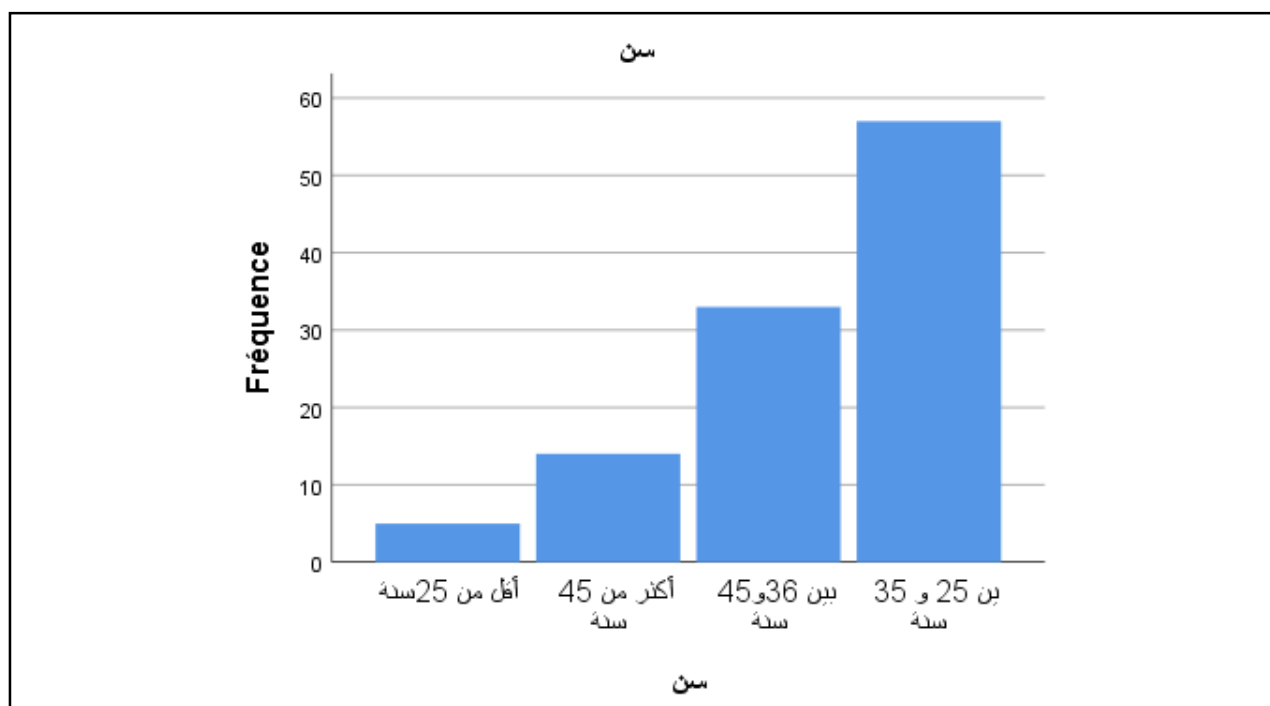
تحليل خصائص العينة الدراسة حسب متغير السن

جدول 13 توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن

السن	العدد	النسبة المئوية
أقل من 25 سنة	5	4.6%
أكثر من 45 سنة	14	12.8%
بين 36 و 45 سنة	33	30.3%
بين 25 و 35 سنة	57	52.3%
المجموع	109	100%

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS V26

رسم توضيحي 4 لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن



المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات SPSS V26

يتضح من خلال الجدول أن الفئة العمرية من 25 إلى 35 سنة تمثل النسبة الأكبر من أفراد العينة، حيث بلغ عددها (57) بنسبة (52.3%)، تليها الفئة من 36 إلى 45 سنة بعدد (33) بنسبة (30.3%). ويشير ذلك إلى أن أغلب أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية النشطة مهنيًا والأكثر تعاملًا مع الخدمات المصرفية. في المقابل، سجلت الفئتان الأقل من 25 سنة والأكثر من 45 سنة نسباً أقل، وهو ما يعكس تركيز الدراسة في فئة عمرية يغلب عليها الاستخدام المنتظم للخدمات البنكية.

تحليل خصائص العينة الدراسة حسب متغير وتيرة الزيارة

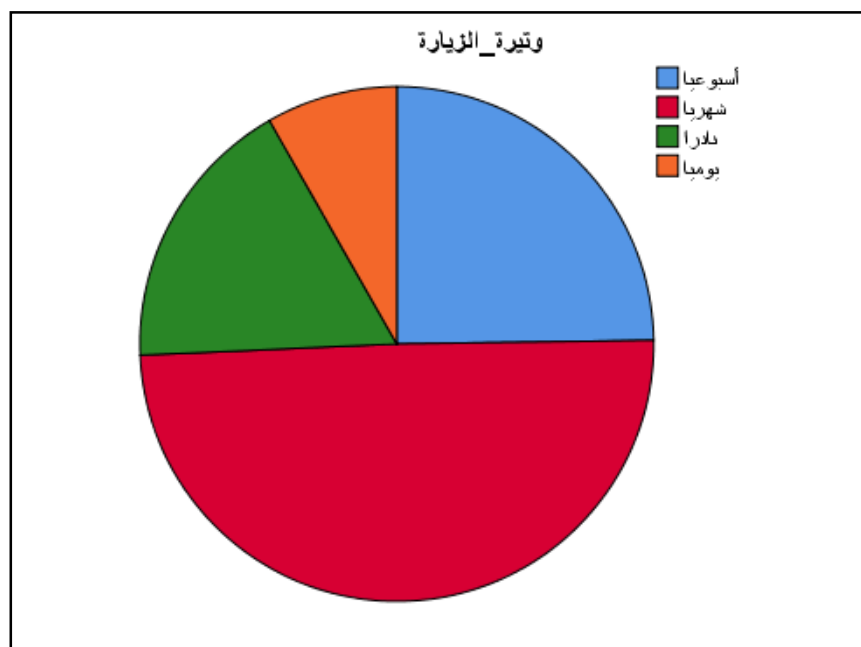
جدول 14 توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير وتيرة الزيارة

المستوى التعليمي	العدد	النسبة المئوية
أسبوعيا	27	24,8%
شهريا	54	49,5%
نادرا	19	17,4%
يومية	9	8,3%

المجموع	109	%100
---------	-----	------

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

رسم توضيحي 5 لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن



المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

يتضح من خلال الجدول أن الزيارة الشهرية تمثل النسبة الأكبر من أفراد العينة، حيث بلغ عدد الذين يزورون البنك شهرياً (54) بنسبة (49.5%)، تليها الزيارة الأسبوعية بعدد (27) بنسبة (24.8%). ويشير ذلك إلى أن غالبية أفراد العينة يرتبط تعاملهم بالبنك بحاجات دورية منتظمة أكثر من كونه تعاملًا يوميًا مستمرًا. كما أن انخفاض نسبة الزيارة اليومية إلى (8.3%) يعكس أن الخدمات البنكية لدى أغلب أفراد العينة تعتمد على معاملات متباعدة نسبياً وليست متكررة بشكل يومي. في حين تشير نسبة الزيارة النادرة إلى (19) بنسبة (17.4%) وجود فئة تلجأ إلى البنك عند الحاجة فقط وليس بصورة منتظمة

تحليل خصائص العينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

جدول 15 توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

عدد الزيارات	العدد	النسبة المئوية
ما دون ثانوي	18	%16.5
ثانوي	29	%26.6

جامعي	62	%56.9
المجموع	109	%100

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

رسم توضيحي 6 لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

يتضح من خلال الجدول أن ذوي المستوى الجامعي يمثلون النسبة الأكبر من أفراد العينة، حيث بلغ عددهم (62) بنسبة (56.9%)، يليهم ذوو المستوى الثانوي بعدد (29) بنسبة (26.6%)، ثم فئة ما دون الثانوي بعدد (18) بنسبة (16.5%). ويشير هذا التوزيع إلى أن أغلب أفراد العينة يتمتعون بمستوى تعليمي يسمح بفهم أفضل لطبيعة الخدمات البنكية وتقييم جودة التعامل بدرجة أوضح، كما يعكس حضوراً أكبر للفئة الأكثر تعليمياً ضمن المتعاملين مع وكالة CPA.

تحليل خصائص العينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل

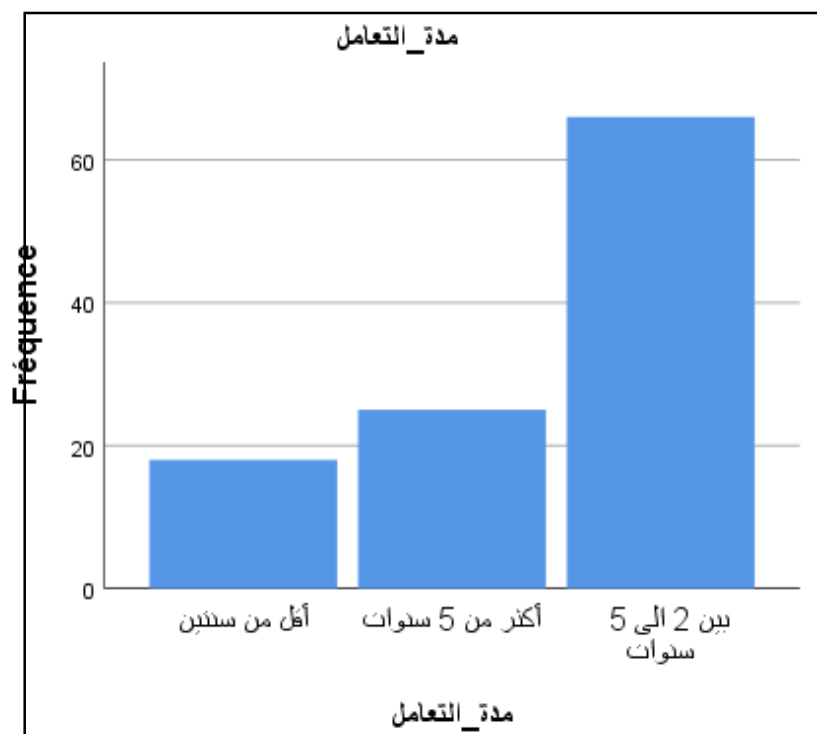
جدول 16 توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل

مدة التعامل	العدد	النسبة المئوية
اقل من سنتين	18	%16.5
بين سنتين الى 5 سنوات	66	%60.6

أكثر من 5 سنوات	25	22.9%
المجموع	109	100%

المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

رسم توضيحي 7 لتوزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل



المصدر: من اعداد الطلبة اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

تضح من خلال الجدول أن الذين تتراوح مدة تعاملهم مع CPA بين سنتين و 5 سنوات يمثلون النسبة الأكبر من أفراد العينة، حيث بلغ عددهم (66) بنسبة (60.6%)، يليهم الذين تزيد مدة تعاملهم عن 5 سنوات بعدد (25) بنسبة (22.9%)، ثم الذين تقل مدة تعاملهم عن سنتين بعدد (18) بنسبة (16.5%). ويشير هذا التوزيع إلى أن أغلب أفراد العينة يمتلكون خبرة تعامل كافية مع البنك، وهو ما يمنحهم قدرة أفضل على تقييم جودة التعامل والخدمة المقدمة.

ثانيا: عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة

سننطلق في هذا الفرع الى تحليل نتائج محاور الدراسة المتمثلة في محور الذكاء العاطفي المدرك والذي يتكون من أربع ابعاد والمحور الثاني جودة التعامل والذي يتكون من أربع ابعاد وقمنا بالتحليل عن طريق التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري

العرض والتحليل الوصفي لنتائج المحور الأول

جدول 17 يوضح تحليل نتائج بعد الوعي الذاتي

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الاستجابة
		1	2	3	4	5				
بعد الوعي الذاتي										
01	يظهر الموظف قدرة عالية على ضبط النفس والحفاظ على هدوئه حتى في مواقف الضغط	17	20	23	28	21	3.15	1.353	1	مرتفعة
		%15.6	%18.3	%21.1	%25.7	%19.3				
02	يظهر الموظف تماسكاً ولا يبدي تأثراً بمشاعره الشخصية أثناء خدمتي	13	23	30	23	20	3.13	1.277	2	مرتفعة
		%11.9	%21.1	%27.5	%21.1	%18.3				
03	يعرف الموظف نقاط قوته وضعفه في التعامل مع الزبائن	21	15	27	27	19	3.07	1.366	3	مرتفعة
		%19.3	%13.8	%24.8	%24.8	%17.4				
الاجمالي							3.11	1.332	مرتفعة	

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

تشير العبارات من (01) إلى (03) إلى البعد الأول المتمثل في "الوعي الذاتي"، وقد بينت نتائج تحليل استجابات أفراد العينة أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.07) و(3.15)، وهي قيم تعكس مستوى متوسطاً يميل إلى الارتفاع، بينما تراوحت قيم الانحراف المعياري بين (1.277) و(1.353)، ما يدل على وجود تباين نسبي في آراء أفراد العينة، لكنه لا يؤثر على الاتجاه العام للإجابات.

وتشير هذه النتائج إلى وجود اتفاق متباين للمستجوبين على أن العاملين بالبنك لديهم مستوى مقبول من الوعي الذاتي من خلال، من خلال قدرتهم على إدراك مشاعرهم وفهم تأثيرها على سلوكهم أثناء التعامل مع الزبائن، وهو ما يعكس اهتمام المؤسسة بهذا البعد باعتباره أحد المكونات الأساسية للذكاء العاطفي المؤثر في تحسين جودة التعامل والخدمة المقدمة.

جدول 18 يوضح تحليل نتائج بعد إدارة الذات

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الاستجابة
بعد إدارة الذات										
04	يحافظ على هدوئه عندما يتعامل مع زبون غاضب	16	31	26	17	19	2.93	1.317	2	مرتفعة
		%14.7	%28.4	%23.9	%15.6	%17.4				
05	يتحكم في انفعالاته تحت الضغط	17	20	30	26	16	3.04	1.283	3	مرتفعة
		%15.6	%18.3	%27.5	%23.9	%14.7				
06	يتكيف بسرعة مع طلبات الزبائن المتغيرة	15	17	26	25	26	3.28	1.353	1	مرتفعة
		%13.8	%15.6	%23.9	%22.9	%23.9				

الاجمالي	3.08	1.317	مرتفعة
----------	------	-------	--------

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

تشير العبارات من (04) إلى (06) إلى البعد الثاني المتمثل في "إدارة الذات"، وقد أظهرت نتائج تحليل استجابات أفراد العينة أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.93) و(3.28)، وهي قيم تعكس مستوى متوسطاً يميل إلى الارتفاع، في حين تراوحت قيم الانحراف المعياري بين (1.283) و(1.353)، مما يدل على وجود درجة من التباين في آراء أفراد العينة مع بقاء الاتجاه العام نحو الموافقة.

وتعكس هذه النتائج توفر مستوى مقبول من القدرة على إدارة الذات لدى العاملين بالمؤسسة محل الدراسة، من خلال التحكم في الانفعالات والتصرف بطريقة متزنة أثناء التعامل مع الزبائن ومختلف المواقف المهنية، وهو ما يشير إلى اهتمام المؤسسة بهذا البعد لما له من دور مهم في تعزيز فعالية الأداء وتحسين جودة التعامل مع الزبائن.

جدول 19 يوضح تحليل نتائج بعد تعاطف

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب	درجة الاستجابة
بعد تعاطف		1	2	3	4	5				
07	يفهم الموظف مشاعر الزبائن من خلال تعبيرات وجوههم	16	26	23	26	18	3.04	1.319	1	مرتفعة
		%14.7	%23.9	%21.1	%23.9	%16.5				
08	يستشعر الموظف مشاعر الزبائن قبل أن يعبروا عنها	22	16	31	21	19	2.99	1.364	2	مرتفعة
		%20.2	%14.7	%28.4	%19.3	%17.4				
09	يلحظ الموظف عندما يكون الزبون متوتراً أو محبطاً	19	21	31	26	12	2.92	1.256	3	مرتفعة
		%17.4	%19.3	%28.4	%23.9	%11.0				

الاجمالي	2.98	1.313	مرتفعة
----------	------	-------	--------

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

تشير العبارات من (07) إلى (09) إلى البعد الثالث المتمثل في "التعاطف"، وقد أظهرت نتائج تحليل استجابات أفراد العينة أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.92) و(3.04)، وهي قيم تعكس مستوى متوسطاً يميل إلى الإيجابية، بينما تراوحت قيم الانحراف المعياري بين (1.256) و(1.319)، مما يدل على وجود تقارب نسبي في آراء أفراد العينة حول هذا البعد.

وتشير هذه النتائج إلى أن العاملين بالمؤسسة محل الدراسة يمتلكون مستوى مقبولاً من التعاطف في تعاملهم مع الزبائن، من خلال تفهم احتياجاتهم ومشاعرهم ومحاولة الاستجابة لها بطريقة مناسبة، وهو ما يعكس اهتمام المؤسسة بتعزيز الجانب الإنساني في التعامل باعتباره عاملاً مهماً في تحسين جودة الخدمة وبناء علاقات إيجابية مع الزبائن.

جدول 20 يوضح تحليل نتائج بعد إدارة العلاقات

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الاستجابة
بعد إدارة العلاقات										
10	يمتلك الموظف قدرة عالية على معالجة الشكاوى بلباقة واحترافية	22	11	34	19	23	3.09	1.391	4	مرتفعة
		%20.2	%10.1	%31.2	%17.4	%21.1				
11	يُظهر الموظف تعاطفاً حقيقياً مع مشاكل الزبائن	20	27	20	24	18	2.94	1.369	7	مرتفعة
		%18.3	%24.8	%18.3	%22.0	%16.5				

مرتفعة	5	1.283	3.04	19	19	33	23	15	يتمتع الموظف بقدرة عالية على امتصاص غضب الزبائن وتجنب التصادم معهم في حالات الاختلاف في وجهات النظر	12
				%17.4	%17.4	%30.3	%21.1	%13.8		
مرتفعة	2	1.415	3.18	29	16	27	20	17	يُظهر الموظف مرونة كبيرة في إقناع الزبائن بحلول بديلة ومناسبة في حال تعذر تقديم الخدمة المطلوبة	13
				%26.6	%14.7	%24.8	%18.3	%15.6		
مرتفعة	3	1.327	3.08	18	29	23	22	17	يسعى الموظف لبناء علاقة ثقة مهنية طويلة الأمد مع الزبائن	14
				%16.5	%26.6	%21.1	%20.2	%15.6		
مرتفعة	6	1.225	2.98	15	22	31	28	13	يشجع الموظف الزبائن على العودة للتعامل مع البنك مرة أخرى	15
				%13.8	%20.2	%28.4	%25.7	%11.9		
مرتفعة	1	1.253	3.20	22	22	31	24	10	يتعامل الموظف بإيجابية مع جميع أنواع الزبائن.	16
				%20.2	%20.2	%28.4	%22.0	%9.2		
مرتفعة		1.320	3.07	الاجمالي						

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

تشير العبارات من (10) إلى (16) إلى البعد الرابع المتمثل في "إدارة العلاقات"، وقد أظهرت نتائج تحليل استجابات أفراد العينة أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (2.94) و(3.20)، وهي قيم تعكس مستوى متوسطاً يميل إلى الارتفاع، في حين تراوحت قيم الانحراف المعياري بين (1.225) و(1.415)، مما يدل على وجود اختلاف نسبي في آراء أفراد العينة، مع بقاء الاتجاه العام نحو الموافقة.

وتعكس هذه النتائج امتلاك العاملين بالمؤسسة محل الدراسة مستوى مقبولاً من مهارات إدارة العلاقات، من خلال قدرتهم على التواصل الإيجابي والتعامل الجيد مع الزبائن والمحافظة على علاقات مهنية فعالة، وهو ما يدل على اهتمام المؤسسة بهذا البعد باعتباره عاملاً أساسياً في تعزيز جودة التعامل وتحقيق رضا الزبائن.

التحليل الوصفي لأبعاد المحور الثاني

جدول 21 يوضح نتائج بعد التواصل

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الاستجابة
17	يشرح لي الإجراءات بطريقة مفهومة	11	16	35	19	28	3.34	1.285	2	مرتفعة
		%10.1	%14.7	%32.1	%17.4	%25.7				
18	يتواصل معي الموظف بوضوح	16	18	23	25	27	3.27	1.385	4	مرتفعة
		%14.7	%16.5	%21.1	%22.8	%24.8				
19	يستخدم الموظف لغة بسيطة خالية من التعقيدات التقنية عند توضيح الخدمات.	11	21	25	27	25	3.31	1.296	3	مرتفعة
		%10.1	%10.3	%22.9	%24.8	%22.9				
20	يتأكد الموظف من فهمي للإجراءات من خلال إعادة الشرح أو طرح أسئلة توضيحية	13	18	21	30	27	3.37	1.338	1	مرتفعة
		%11.9	%16.5	%19.3	%27.5	%24.8				
الاجمالي										
							3.32	1.326		مرتفعة

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات SPSS V26

تشير العبارات من (17) إلى (20) إلى البعد الخامس المتمثل في "التواصل"، وقد أظهرت نتائج تحليل استجابات أفراد العينة أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.27) و(3.37)، وهي قيم تعكس مستوى مرتفعاً نسبياً مقارنة بباقي الأبعاد، في حين تراوحت قيم الانحراف المعياري بين (1.296) و(1.385)، مما يدل على وجود تباين مقبول في آراء أفراد العينة دون أن يؤثر ذلك على الاتجاه العام للإجابات.

وتشير هذه النتائج إلى أن العاملين بالمؤسسة محل الدراسة يتمتعون بمستوى جيد من مهارات التواصل، من خلال قدرتهم على إيصال المعلومات والتفاعل الإيجابي مع الزبائن بطريقة واضحة وفعالة، وهو ما يعكس اهتمام المؤسسة بتعزيز التواصل باعتباره من أهم العوامل المؤثرة في تحسين جودة التعامل وبناء الثقة مع الزبائن.

جدول 22 يوضح تحليل نتائج بعد الثقة

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الاستجابة
		1	2	3	4	5				
21	يخبرني الموظفون بالموعد الفعلي لتقديم الخدمة	22	20	25	18	24	3.02	1.434	6	مرتفعة
		%20.2	%18.3	%22.9	%16.5	%22.0				
22	يلتزم الموظفون بإنجاز الخدمة في الموعد المحدد	15	15	22	28	29	3.38	1.373	1	مرتفعة
		%13.8	%13.8	%20.2	%25.7	%26.6				
23	يقدمون الخدمة بدقة من المرة الأولى	22	18	26	12	31	3.11	1.493	5	مرتفعة
		%20.2	%16.5	%23.9	%11.0	%28.4				
24	يحافظون على سجلات معاملاتي بدقة	22	17	16	25	29	3.20	1.496	3	مرتفعة
		%20.2	%15.6	%14.7	%22.9	%26.6				

مرتفعة	2	1.357	3.30	25	31	20	18	15	يؤدون الخدمة صحيحا في كل مرة	25
				%22.9	%28.4	%18.3	%16.5	%13.8		
مرتفعة	4	1.404	3.19	26	24	21	21	17	معاملاتي سرية ومحمية	26
				%23.9	%22.0	%19.3	%19.3	%15.6		
مرتفعة		1.430	3.20	الاجمالي						

V26 SPSS من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات المصدر

تشير العبارات من (21) إلى (26) إلى البعد السادس المتمثل في "الثقة"، وقد أظهرت نتائج تحليل استجابات أفراد العينة أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.02) و (3.38)، وهي قيم تعكس مستوى متوسطاً يميل إلى الارتفاع، في حين تراوحت قيم الانحراف المعياري بين (1.357) و (1.496)، مما يدل على وجود تباين نسبي في آراء أفراد العينة مع استمرار الاتجاه العام نحو الموافقة.

وتعكس هذه النتائج وجود مستوى مقبول من الثقة في تعامل العاملين مع الزبائن، سواء من خلال المصادقية في تقديم المعلومات أو الالتزام بحسن المعاملة وتلبية احتياجات الزبائن، وهو ما يشير إلى اهتمام المؤسسة محل الدراسة بتعزيز الثقة باعتبارها من الركائز الأساسية لبناء علاقات طويلة الأمد وتحقيق رضا الزبائن.

جدول 23 يوضح تحليل نتائج بعد الاستجابة

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الاستجابة
		1	2	3	4	5				
27	يقدمون الخدمة في الوقت المناسب	13	13	22	29	32	3.50	1.345	2	مرتفعة
		%11.9	%11.9	%20.2	%26.6	%29.4				
28		20	19	20	17	33	3.22	1.499	4	مرتفعة

				%30.3	%15.6	%18.3	%17.4	%18.3	دائماً مستعدون لمساعدتي	
مرتفعة	1	1.405	3.52	36	28	16	15	14	يحرص الموظفون على إنجاز معاملتي في وقت وجيز	29
				%33.0	%25.7	%14.7	%13.8	%12.8		
مرتفعة	3	1.294	3.43	28	30	22	19	10	يستجيب الموظف لطلباتي بسرعة حتى في أوقات الضغط	30
				%25.7	%27.5	%20.2	%17.4	%9.2		
مرتفعة		1.385	3.41	الاجمالي						

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

تشير العبارات من (27) إلى (30) إلى البعد السابع المتمثل في "الاستجابة"، وقد أظهرت نتائج تحليل استجابات أفراد العينة أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.22) و(3.52)، وهي قيم تعكس مستوى مرتفعاً نسبياً، في حين تراوحت قيم الانحراف المعياري بين (1.294) و(1.499)، مما يدل على وجود اختلاف نسبي في آراء أفراد العينة، مع بقاء الاتجاه العام نحو الموافقة.

وتشير هذه النتائج إلى أن العاملين بالمؤسسة محل الدراسة يتمتعون بدرجة جيدة من سرعة الاستجابة والتفاعل مع احتياجات الزبائن واستفساراتهم، وهو ما يعكس اهتمام المؤسسة بتحسين مستوى الخدمة وتلبية توقعات الزبائن في الوقت المناسب، باعتبار أن الاستجابة الفعالة تعد من أهم أبعاد جودة التعامل مع الزبائن.

جدول 24 يوضح تحليل نتائج بعد اللباقة والاحترام

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الاستجابة
	بعد اللباقة والاحترام	1	2	3	4	5				

مرتفعة	4	1.456	3.36	36	16	25	15	17	31	يتميز تعامل الموظف معي بالأدب واللباقة في كل مراحل الخدمة
				%33.0	%14.7	%22.9	%13.8	%15.6		
مرتفعة	3	1.444	3.37	37	14	25	18	15	32	يظهر الموظف احتراماً كبيراً لي بغض النظر عن طبيعة طلبي أو رصيدي.
				%33.9	%12.8	%22.9	%16.5	%13.8		
مرتفعة	1	1.379	3.49	35	24	22	15	13	33	يتمتع الموظف بمعرفة كافية للإجابة عن استفساراتي
				%32.1	%22.0	%20.2	%13.8	%11.9		
مرتفعة	2	1.362	3.41	31	26	22	17	13	34	يقدم الموظف معلومات دقيقة وموثوقة حول الخدمات المقدمة
				%28.4	%23.9	%20.2	%15.6	%11.9		
مرتفعة		1.410	3.41	الاجمالي						

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

تشير العبارات من (31) إلى (34) إلى البعد الثامن المتمثل في "اللباقة والاحترام"، وقد أظهرت نتائج تحليل استجابات أفراد العينة أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين (3.36) و(3.49)، وهي قيم تعكس مستوى مرتفعاً نسبياً، بينما تراوحت قيم الانحراف المعياري بين (1.362) و(1.456)، مما يدل على وجود تباين مقبول في آراء أفراد العينة دون أن يؤثر ذلك على الاتجاه العام للإجابات.

وتعكس هذه النتائج اهتمام العاملين بالمؤسسة محل الدراسة بإظهار اللباقة والاحترام أثناء التعامل مع الزبائن، من خلال حسن الاستقبال والتعامل المهني والأخلاقي، وهو ما يساهم في تكوين صورة إيجابية عن المؤسسة وتعزيز رضا الزبائن وثقتهم بالخدمات المقدمة.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

في هذا المطلب سنناقش فروض الدراسة بعد تحليل البيانات وفقا لهدف موضوع الدراسة المتعلق بدور الذكاء العاطفي في تحسين جودة التعامل مع الزبائن

وجاءت الفروض على النحو التالي: فرضيات الدراسة لتحقيق هذا الغرض تم استخراج معامل الارتباط ومعامل التجديد معامل الانحدار وكذلك اظهر نتائج جميع العبارات المستخدمة لقياس كل فرضية من فرضيات الدراسة وفيما يلي تفصيلا لذلك اختبار الفرضيات:

الفرضية الرئيسية:

➤ يؤثر الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.

الفرضيات الثانوية:

1. يؤثر ضبط انفعالات الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.
2. يؤثر تعاطف الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.
3. تؤثر مهارات التواصل لدى الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن .
4. تؤثر قدرة الموظف على إدارة العلاقات إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل تعزى للمتغيرات الديموغرافية للزبائن.

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية:

ثم استخدام نتائج تحليل التباين للانحدار (variance of Analyses) للتأكد من صلاحية النموذج واختبار الفرضية الرئيسية.

• اختبار الفرضيات الفرعية:

لمعرفة أثر الذكاء العاطفي على جودة التعامل تم اختبار الفرضية الرئيسية التالية من خلال القبول او رفض احدى الفرضيتين المساعدةتين الاتيتين:

- H0 : لا يؤثر الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.
- H1 : يؤثر الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.

جدول 25 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية

المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار				القدرة التفسيرية		المعنوية الكلية لنموذج الانحدار	
مستوى الدلالة Sig	T	B		R2	R	مستوى الدلالة Sig	قيمة F المحسوبة
0.000	6.515	1.246	الذكاء العاطفي	0.284	0.533	0.000	42.440
0.000	3.809	0.682	جودة التعامل				

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

تشير نتائج التحليل الإحصائي في الجدول رقم (25) إلى أن قيمة (T) بلغت 6.515 عند مستوى دلالة 0.000، وهو أقل من المستوى المعتمد 0.05، مما يدل على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لبعـد "الذكاء العاطفي" على "جودة التعامل مع الزبائن". كما أوضحت النتائج أن قيمة (F) بلغت 42.440، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.000، مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار. وقد بلغ معامل التحديد (R2) ما قيمته 0.284، أي أن نحو 28.4% من التغير في المتغير التابع "جودة التعامل" يُعزى إلى التغير في المتغير المستقل "الذكاء العاطفي".

وبناءً على هذه النتائج، يتم قبول الفرضية البديلة (H01)، التي تنص على أنه يؤثر الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن. في البنك محل الدراسة عند مستوى دلالة 0.05. ويمكن صياغة نموذج الانحدار لهذه العلاقة كما يلي:

$$Y = 1.246 + (0.682) X$$

حيث تشير القيمة (0.682) إلى أنه كلما زاد اهتمام الموظف بضبط انفعالاته بمقدار وحدة واحدة، تحسنت جودة التعامل مع الزبائن بمقدار 0.682.

ثانياً: اختبار الفرضيات الفرعية:

ثم استخدام نتائج تحليل التباين للانحدار (variance of Analyses) للتأكد من صلاحية النموذج واختبار الفرضيات الفرعية

الفرضية الفرعية 01 : يؤثر ضبط انفعالات الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن.

• اختبار الفرضيات الفرعية:

لمعرفة أثر الذكاء العاطفي على جودة التعامل تم اختبار الفرضية التالية من خلال القبول او رفض احدى الفرضيتين المساعدةتين التائيتين:

- H0 : لا يؤثر ضبط انفعالات الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن
- H1 : يؤثر ضبط انفعالات الموظف إيجابيا على جودة التعامل مع الزبائن

جدول 26 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية 01

المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار				القدرة التفسيرية		المعنوية الكلية لنموذج الانحدار	
مستوى الدلالة Sig	T	B		R2	R	مستوى الدلالة Sig	قيمة F المحسوبة
0.000	10.802	0.967	الثابت	0.522	0.722	0.000	116.692
0.000	0.417	0.117	ضبط انفعالات				

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات SPSS V26

1. تحليل نتائج الفرضية الفرعية 01 (ضبط الانفعالات):

تشير نتائج التحليل الإحصائي في الجدول رقم (22) إلى أن قيمة (T) بلغت 0.417 عند مستوى دلالة 0.000، وهو أقل من المستوى المعتمد 0.05، مما يدل على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد "ضبط الانفعالات" على "جودة التعامل مع الزبائن". كما أوضحت النتائج أن قيمة (F) بلغت 116.692، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى 0.000، مما يؤكد معنوية نموذج الانحدار. وقد بلغ معامل التحديد (R2) ما قيمته 0.522، أي أن

نحو 52.2% من التغير في المتغير التابع "جودة التعامل" يُعزى إلى التغير في المتغير المستقل "ضبط الانفعالات".

وبناءً على هذه النتائج، يتم قبول الفرضية البديلة (H01)، التي تنص على أنه يؤثر ضبط انفعالات الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن في البنك محل الدراسة عند مستوى دلالة 0.05. ويمكن صياغة نموذج الانحدار لهذه العلاقة كما يلي:

$$Y = 0.967 + (0.117) X1$$

حيث تشير القيمة (0.117) إلى أنه كلما زاد اهتمام الموظف بضبط انفعالاته بمقدار وحدة واحدة، تحسنت جودة التعامل مع الزبائن بمقدار 0.117.

الفرضية الفرعية 02: يؤثر تعاطف الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.

لمعرفة أثر الذكاء العاطفي على جودة التعامل تم اختبار الفرضية التالية من خلال القبول أو رفض إحدى الفرضيتين المساعدةتين اللتين:

- H0 : لا يؤثر تعاطف الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.
- H1 : يؤثر تعاطف الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.

جدول 27 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية 02

المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار				القدرة التفسيرية		المعنوية الكلية لنموذج الانحدار	
مستوى الدلالة Sig	T	B		R2	R	مستوى الدلالة Sig	قيمة F المحسوبة
0.036	13.458	1.160	التأثير	0.629	0.793	0.000	181.111
0.000	2.119	0.570	تعاطف				

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

2. تحليل نتائج الفرضية الفرعية 02 (تعاطف الموظف):

تشير نتائج التحليل الإحصائي في الجدول رقم (23) إلى أن قيمة (T) بلغت 2.119- عند مستوى دلالة 0.000، وهو أقل من 0.05، مما يدل على وجود تأثير جوهري لبعد "التعاطف" على "جودة التعامل". كما أوضحت النتائج أن قيمة (F) بلغت 181.111، مما يؤكد جودة ومعنوية النموذج الإحصائي. وقد بلغ معامل التحديد (R2) ما قيمته 0.629، أي أن بُعد التعاطف يفسر وحده ما نسبته 62.9% من التباين في جودة التعامل، وهي أعلى قدرة تفسيرية بين الأبعاد.

"وبناءً على هذه النتائج، يتم قبول الفرضية البديلة (H01)، التي تنص على أنه يؤثر تعاطف الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن عند مستوى دلالة 0.05. ويمكن صياغة نموذج الانحدار لهذه العلاقة كما يلي:

$$Y = 1.160 + (0.570) X1$$

ورغم ظهور الإشارة سالبة في معامل التأثير، إلا أن المعنوية الإحصائية (0.000) تؤكد الدور الجوهري للتعاطف في التأثير على جودة التعامل".

الفرضية الفرعية 03: تؤثر مهارات التواصل لدى الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.

لمعرفة أثر الذكاء العاطفي على جودة التعامل تم اختبار الفرضية التالية من خلال القبول أو رفض إحدى الفرضيتين المساعدين اللتين:

- H0 : لا تؤثر مهارات التواصل لدى الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن .
- H1 : تؤثر مهارات التواصل لدى الموظف إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن .

جدول 28 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية 03

المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار				القدرة التفسيرية		المعنوية الكلية لنموذج الانحدار	
مستوى الدلالة Sig	T	B		R2	R	مستوى الدلالة Sig	قيمة F المحسوبة
0.13	5.957	0.756	الثابت	0.249	0.499	0.000	35.484
0.000	2.540	1.007	مهارات التواصل				

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

3. تحليل نتائج الفرضية الفرعية 03 (مهارات التواصل):

تشير نتائج التحليل الإحصائي في الجدول رقم (24) إلى أن قيمة (T) بلغت 2.540 عند مستوى دلالة 0.000، وهو أقل من 0.05، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين "مهارات التواصل" و "جودة التعامل". كما أوضحت النتائج أن قيمة (F) بلغت 35.484، وهي قيمة تؤكد معنوية النموذج. وقد بلغ معامل التحديد (R^2) ما قيمته 0.249، أي أن نحو 24.9% من التغير في جودة التعامل مع الزبائن يُعزى إلى مهارات التواصل لدى الموظفين.

"وبناءً على هذه النتائج، يتم قبول الفرضية البديلة (H01)، التي تنص على أن مهارات التواصل لدى الموظف تؤثر إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن عند مستوى دلالة 0.05. ويمكن صياغة نموذج الانحدار لهذه العلاقة كما يلي:

$$Y = 0.756 + (1.007) X1$$

وتشير القيمة (1.007) إلى القوة الكبيرة لمهارات التواصل في رفع مستوى جودة التعامل المدركة لدى الزبائن".

الفرضية الفرعية 04: تؤثر قدرة الموظف على إدارة العلاقات إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.

لمعرفة أثر الذكاء العاطفي على جودة التعامل تم اختبار الفرضية التالية من خلال القبول أو رفض إحدى الفرضيتين المساعدةتين:

- H0: لا تؤثر قدرة الموظف على إدارة العلاقات إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.
- H1: تؤثر قدرة الموظف على إدارة العلاقات إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن.

جدول 29 نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الفرعية 04

المعنوية الجزئية لمعاملات الانحدار	القدرة التفسيرية	المعنوية الكلية لنموذج الانحدار
------------------------------------	------------------	---------------------------------

قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig	R	R2		B	T	مستوى الدلالة Sig
138.637	0.000	0.751	0.564	الثابت	0.780	11.774	0.001
				إدارة العلاقات	0.683	3.301	0.000

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

4. تحليل نتائج الفرضية الفرعية 04 (إدارة العلاقات):

تشير نتائج التحليل الإحصائي في الجدول رقم (25) إلى أن قيمة (T) بلغت 3.301 عند مستوى دلالة 0.000، وهو أقل من المستوى المعتمد 0.05، مما يؤكد وجود تأثير دال إحصائياً لـ "إدارة العلاقات" على "جودة التعامل". كما أوضحت النتائج أن قيمة (F) بلغت 138.637، مما يثبت معنوية النموذج بشكل قوي. وقد بلغ معامل التحديد (R2) ما قيمته 0.564، مما يعني أن قدرة الموظف على إدارة العلاقات تفسر 56.4% من التغيرات في مستوى جودة التعامل مع الزبائن في البنك محل الدراسة.

"وبناءً على هذه النتائج، يتم قبول الفرضية البديلة (H01)، التي تنص على أن قدرة الموظف على إدارة العلاقات تؤثر إيجابياً على جودة التعامل مع الزبائن عند مستوى دلالة 0.05. ويمكن صياغة نموذج الانحدار لهذه العلاقة كما يلي:

$$Y = 0.780 + (0.683) X1$$

وهذا يؤكد أن تمتع موظفي بنك القرض الشعبي الجزائري بمهارات إدارة العلاقات يسهم بشكل فعال في تعزيز جودة الخدمات المقدمة للزبائن

الفرضية الفرعية 05: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل تعزى للمتغيرات الديموغرافية للزبائن.

لمعرفة أثر الذكاء العاطفي على جودة التعامل تم اختبار الفرضية التالية من خلال القبول أو رفض إحدى الفرضيتين المساعدةتين الآتيتين:

- **H0** : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل تعزى للمتغيرات الديموغرافية للزبائن.
- **H1** : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل تعزى للمتغيرات الديموغرافية للزبائن.

جدول 30 نتائج تحليل الانحدار البسيط للاختبار الفرضية الفرعية 05

المتغير الديموغرافي	الاختبار الاحصائي	قيمة الاختبار	مستوى الدلالة	النتيجة (عند 0.05)
الجنس	T/test	-2.110	0.037	توجد فروق ذات دلالة
العمر	Anova	4.877	0.003	توجد فروق ذات دلالة
المستوى التعليمي	Anova	3.252	0.043	توجد فروق ذات دلالة
مدة التعامل	Anova	8.348	0.000	توجد فروق ذات دلالة جدا

المصدر: من اعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات V26 SPSS

يتبين من الجدول الملخص أعلاه أن جميع المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، ومدة التعامل) قد حققت مستويات دلالة إحصائية أقل من (0.05)، مما يؤدي إلى قبول الفرضية العامة لوجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة التعامل تعزى للمتغيرات الديموغرافية للزبائن.

. ونلاحظ أن:

1. **الجنس: (T=-2.110, Sig.=0.037)** الذكور يميلون لتقييم الاستجابة والسرعة أعلى، بينما تقدر الإناث التعاطف واللباقة أكثر، مما يتطلب تدريباً تفضيلاً للموظفين.
2. **العمر: (F=4.877, Sig.=0.003)** الفئة 25-35 سنة (52.3% من العينة) تقيم التواصل أعلى، بينما >45 سنة تركز على الثقة، مما يعكس توقعات جيلية مختلفة.

3. المستوى التعليمي: ($F=3.252$, $Sig.=0.043$) الجامعيون (56.9%) يقيمون جودة التعامل بدقة أكبر، خاصة في التواصل التقني، بينما "ما دون ثانوي" يركزون على البساطة والاحترام.
4. مدة التعامل: ($F=8.348$, $Sig.=0.000$) الخبراء (>5 سنوات، 22.9%) يقيمون الثقة والاستقرار أعلى، مما يؤكد أهمية الاستمرارية في بناء العلاقة مع الزبائن المخلصين.

المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة

يُعد هذا المبحث المحور الأساسي في الدراسة، إذ يهدف إلى تفسير النتائج الإحصائية المستخلصة من تحليل البيانات الميدانية في ضوء الأهداف المرسومة والفرضيات المطروحة، واستكشاف دلالاتها العملية والنظرية. فقد أثبتت التحليلات الوصفية والتفسيرية (الفصول السابقة) مستوى مرتفعاً للذكاء العاطفي المدرك لدى موظفي وكالة بنك القرض الشعبي الجزائري (CPA) عين تموشنت، مع تأكيد وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بجودة التعامل مع الزبائن عبر أبعادها الأربعة

المطلب الأول: مناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري

يهدف هذا المطلب إلى تفسير المخرجات الإحصائية الميدانية التي تم التوصل إليها في الفصل الثالث، وإسقاطها على القواعد النظرية والنماذج التي تم استعراضها في الفصل الأول، وذلك وفق المحاور التالية: نتائج في ضوء الإطار النظري

أولاً: النتائج الوصفية العامة

أظهرت التحليلات الوصفية مستويات مرتفعة لكل من الذكاء العاطفي المدرك وجودة التعامل مع الزبائن لدى موظفي: CPA

- الذكاء العاطفي: تفوق بعد التواصل، تلاه ضبط الانفعالات والتعاطف وإدارة العلاقات بنفس المستوى.
- جودة التعامل: تصدر بعد التواصل، تلاه الثقة والاستجابة واللباقة بنفس المستوى تقريباً.

هذه النتائج تؤكد نظرية الفصل الأول بأن الذكاء العاطفي ليس مجرد قدرة داخلية، بل يترجم إلى سلوكيات ملموسة يدركها الزبون أثناء التفاعل. (Mayer & Salovey, Goleman)

ثانياً: خصائص العينة الديموغرافية

غلبة الذكور (62.4 %) تعكس واقع المعاملات الميدانية في CPA ، مما يبرز الحاجة لـ "الذكاء الاجتماعي" لامتصاص ضغط العمل.

الشباب (25-35 سنة، 52.3%) والجامعيون (56.9%) يُشكّلون الغالبية، مما يُفسّر تركيزهم على التواصل والكفاءة.

مدة التعامل القصيرة (<5 سنوات)، (60.6%) تُشير لتحدي بناء الولاء طويل الأمد.

ثالثاً: مناقشة الفرضيات الرئيسية والفرعية

الفرضية الرئيسية: (H1) تؤكد وجود علاقة إيجابية قوية بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل، مدعّمةً

بـ Cherniss & Goleman (2025) و Meenaprabha (2025).

الفرضيات الفرعية: (H2-H5)

- H2 ضبط الانفعالات: (يُقلّل الفجوة الإدراكية). (Parasuraman)
- H3 التعاطف: (يُجسّد بعد الموقف). (Brady & Cronin)
- H4 التواصل: (أقوى مؤشر، يُمثّل بعد السلوك).
- H5 إدارة العلاقات: (يُعزّز بعد الخبرة والثقة).

فرضية) H6 الفروق الديموغرافية: (تؤكد اختلاف التوقعات حسب الجنس، العمر، التعليم، ومدة التعامل، مدعّمةً بـ Brady مع خصوصية جزائية.

رابعاً: اختبارات الصدق والثبات

ألفا كرونباخ العاليي لكلا المتغيرين يؤكد موثوقية الأداة، متفّقاً مع MSCEIT و SERVQUAL كمعايير قياس.

ومنه فإنّ النتائج الكلية تثبت صحة الإطار النظري تُثبت النتائج الكلية صحة الإطار النظري بالكامل: هذا التكامل يُحقّق الفجوة البحثية بتقديم نموذج جزائري يربط الذكاء العاطفي بجودة التعامل في بنك القرض الشعبي الجزائري.

المطلب الثاني: مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة

يسعى هذا المطلب إلى وضع النتائج الميدانية التي توصلت إليها الدراسة في ميزان البحث العلمي، وذلك من خلال مقارنتها بالرصيد المعرفي المعروف في الفصل الثاني. تهدف هذه المقارنة إلى تحديد نقاط التقارب والاختلاف، وإبراز القيمة المضافة والقيمة التفسيرية التي قدمها البحث الحالي في ظل خصوصية البيئة المصرفية الجزائرية.

أولاً: مقارنة النتائج مع أدبيات الذكاء العاطفي

1. نموذج القدرة: (Mayer & Salovey, 1997) تتلاقى نتائجنا الميدانية مع هذا النموذج في اعتباره الذكاء العاطفي "قدرة ذهنية"؛ حيث أثبتت الدراسة أن "ضبط الانفعالات" و"التعاطف" كانا من أقوى المؤشرات تأثيراً في جودة التعامل. وتكمن الإضافة هنا في انتقالنا من القياس الذاتي للقدرة إلى قياس الإدراك الزبوني، مما يمنح النموذج بُعداً تطبيقياً في بيئة العمل.
2. نموذج الأداء: (Cherniss & Goleman, 2001) دعمت مستويات الذكاء العاطفي المرتفعة لدى موظفي (CPA) طرح "جولمان" بأن هذا المتغير هو المحرك الاستراتيجي للأداء المتميز. وتتميز دراستنا بإسقاط هذا الطرح على القطاع المصرفي الجزائري، مما يوفر دليلاً إحصائياً على العائد النوعي للاستثمار في المهارات العاطفية.
3. الدراسات المحلية (لزرقي 2019، قطافي 2024): تتفق دراستنا مع التوجه المحلي الذي يولي أهمية كبرى للتوافق المهني. إلا أن الفجوة التي ملأتها دراستنا هي الانتقال من دراسة الذكاء العاطفي لدى "القيادة" إلى استهداف "موظفي الواجهة"، كونهم خط التماس الأول مع الزبون.

ثانياً: مقارنة النتائج مع أدبيات جودة التعامل

1. نموذج: (Parasuraman et al., 1988) رغم شمولية مقياس (SERVQUAL)، إلا أن نتائجنا تقاطعت معه في بُعدي "الاستجابة" و"اللباقة". وقد طور البحث الحالي هذا المفهوم من خلال التركيز النوعي على "جودة التفاعل الإنساني" كعنصر مستقل بذاته، وليس مجرد جزء من الخدمة العامة.
2. النموذج الهرمي: (Brady & Cronin, 2001) نجد تقارباً كبيراً مع هذا النموذج في ترتيب أبعاد التفاعل (التواصل، الثقة، الاستجابة). وتتمثل القيمة المضافة في دراستنا بربط هذه الأبعاد الهرمية بـ "الذكاء العاطفي" كمحرك ودافع أساسي لها، وهو ربط منهجي لم يتطرق إليه النموذج الأصلي بشكل مباشر.

ثالثاً: المقارنة مع دراسات العلاقة بين المتغيرين

من خلال الجدول المقارن التالي، يتضح موقع دراستنا من الأبحاث العالمية الحديثة:

جدول 31 المقارنة مع دراسات العلاقة بين المتغيرين

الإضافة الميدانية للبحث الحالي	أوجه التقارب	القيمة العلمية	لدراسة
التركيز على زاوية "إدراك الزبون" للنتيجة	وجود علاقة طردية قوية	على الأداء EI أثر	Wong & Law (2002)
سجلت دراستنا ارتباطاً أقوى نظراً لخصوصية التفاعل البنكي	تأكيد العلاقة الإيجابية	تحليل شمولي (Meta-analysis)	Miao et al. (2017)
إثبات الفرضيات في السياق الثقافي والمهني الجزائري	تطابق تام في قطاع الدراسة	وجود خدمة EI المصرفية	Meenaprabha (2025)

رابعاً: المقارنة مع أحدث التوجهات 2025-2024

تتماشى نتائجنا مع دراسة (Moon et al., 2024) التي أكدت أن جودة التفاعل الإنساني هي المفتاح لرضا العملاء في البنوك الحديثة. كما تتكامل مع دراسة (Tritami et al., 2025) في اعتبار الذكاء العاطفي وسيلة لتحسين التفاعل، لكن دراستنا تفوقت في تحليل أثر الخصائص الديموغرافية للزبائن (مثل مدة التعامل والمستوى التعليمي) على هذا الإدراك، وهو متغير غالباً ما يتم إغفاله في الدراسات الأجنبية.

المطلب الثالث: دلالات النتائج التطبيقية في القطاع البنكي

لما تقتصر أهمية النتائج المتوصل إليها على جانبها الإحصائي فحسب، بل تتعدى ذلك إلى تقديم دلالات تطبيقية ترسم خارطة طريق لتحسين الأداء البشري والتنافسي في القطاع البنكي. وبناءً على ما أفرزته الدراسة في بنك (CPA)، يمكن استخلاص الدلالات التالية:

أولاً: الدلالة المهنية (الذكاء العاطفي كمعيار للتوظيف والترقية)

تشير العلاقة الارتباطية القوية إلى أن المهارات التقنية والبنكية لم تعد وحدها الكافية لضمان جودة التعامل.

الدلالة: يجب على إدارة الموارد البشرية في البنوك دمج "اختبارات الذكاء العاطفي" كمعيار أساسي في توظيف موظفي الواجهة (Front Office).

الآثر الميداني: اختيار موظفين يمتلكون قدرة عالية على "ضبط الانفعالات" سيؤدي بالضرورة إلى تقليل الصدمات مع الزبائن وتشكيل صورة ذهنية إيجابية عن المؤسسة من اللحظة الأولى.

ثانياً: الدلالة التنافسية (جودة التعامل كفارق استراتيجي)

في ظل تشابه الخدمات والمنتجات البنكية في السوق الجزائرية، تظهر "جودة التعامل" كأداة للتميز.

الدلالة: أثبتت النتائج أن الزبون يولي أهمية كبرى لـ "بعد التواصل" و "الثقة".

الآثر الميداني: الاستثمار في "أسنة" التعامل البنكي من خلال التدريب على التعاطف وحسن الاستماع يحول البنك من مجرد "مكان للمعاملات المالية" إلى "شريك موثوق"، مما يعزز الميزة التنافسية للبنك أمام المنافسين.

ثالثاً: الدلالة السلوكية (إدارة ضغوط العمل والاحتراق الوظيفي)

كشفت النتائج أن الموظفين الذين سجلوا مستويات عالية في الذكاء العاطفي كانوا أكثر قدرة على تقديم استجابة سريعة ولبقة.

الدلالة: الذكاء العاطفي يعمل كـ "ممتص للصدمات (Buffer)" ضد ضغوط العمل الناتجة عن كثافة التدفق البشري في البنك.

الآثر الميداني: الموظف الذكي عاطفياً هو الأقل عرضة للاحتراق النفسي، مما يعني استقراراً في جودة الخدمة على مدار ساعات الدوام، وتقليل معدلات الغياب أو الأخطاء المهنية الناتجة عن التوتر.

رابعاً: الدلالة التسويقية (بناء الولاء طويل الأمد)

من خلال الربط بين "مدة التعامل" وإدراك الجودة، يتضح أن التعامل الراقي هو المحرك الفعلي للولاء.

الدلالة: جودة التعامل القائمة على الذكاء العاطفي هي التي تضمن انتقال الزبون من مرحلة "المتعامل العابث" إلى مرحلة "الزبون الوفي".

الأثر الميداني: يؤدي ذلك إلى خفض تكاليف التسويق؛ فالزبون الراضي بأسلوب التعامل يصبح "مروجاً مجانياً" للبنك عبر الكلمة المنطوقة (Word of Mouth) ، وهو ما يدعم استدامة الحصة السوقية لبنك. (CPA)

خامساً: الدلالة التدريبية (الانتقال من التدريب التقني إلى السلوكي)

أظهرت النتائج تفوق بُعد التواصل على الأبعاد الأخرى، مما يوجه بوصلة التدريب في البنوك.

الدلالة: الحاجة ملحة لتصميم برامج تدريبية تركز على "الكفاءات الناعمة (Soft Skills) "، مثل فن الحوار، لغة الجسد، وإدارة الغضب.

الأثر الميداني: هذا التحول في التدريب سيجعل الموظف قادراً على توظيف خبرته التقنية (بعد الخبرة) في قالب من اللباقة والتعاطف (بعد الموقف)، وهو المزيج المثالي لجودة التعامل.

خاتمة الفصل الثالث

خصص هذا الفصل للدراسة الميدانية الرامية إلى اختبار أثر الذكاء العاطفي المدرك لدى موظفي بنك CPA على جودة التعامل مع الزبائن. وقد تم من خلاله عرض منهجية الدراسة، وتحليل خصائص العينة، وقياس الصدق والثبات، ثم اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة.

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء العاطفي وجودة التعامل، مع تفاوت في تأثير الأبعاد الفرعية، كما بينت وجود فروق في تقييم جودة التعامل تبعاً لبعض الخصائص الديموغرافية للزبائن. وتؤكد هذه النتائج أن الذكاء العاطفي يمثل عاملاً مهماً في تحسين جودة التفاعل بين الموظف والزبون داخل البيئة المصرفية.

وبناءً على ذلك، يخلص هذا الفصل إلى أن تنمية الكفاءات العاطفية لدى موظفي الواجهة تمثل مدخلاً عملياً لتحسين جودة التعامل وتعزيز العلاقة مع الزبائن، وهو ما يمنح الدراسة بعداً تطبيقياً مهماً في فهم واقع التفاعل الخدمي داخل بنك القرض الشعبي الجزائري.

الخاتمة

الخاتمة العامة :

في ضوء النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، يتضح أن الذكاء العاطفي لا يمثل مجرد مفهوم نظري في الأدبيات الإدارية، بل يعد عنصراً عملياً مهماً يمكن أن يسهم بفعالية في تحسين جودة التعامل مع الزبائن داخل المؤسسات الخدمية، ولا سيما المؤسسات البنكية. فقد بينت الدراسة أن امتلاك الموظف لقدرات عاطفية مثل فهم المشاعر، وضبط الانفعال، والتواصل الإيجابي، ينعكس بصورة مباشرة على مستوى الخدمة المقدمة، ويعزز رضا الزبون وانطباعه عن المؤسسة.

ومن الناحية التطبيقية، تؤكد النتائج الحاجة إلى إدماج الذكاء العاطفي ضمن السياسات الإدارية وبرامج التكوين داخل بنك القرض الشعبي الجزائري CPA، من خلال العمل على تنمية مهارات التواصل، والتعاطف، وحسن الاستقبال، والقدرة على التعامل مع مختلف أنماط الزبائن بمرونة واحترافية. فهذه المهارات تمثل أساساً مهماً لخلق علاقة إيجابية بين الموظف والزبون، وتقوية الثقة في الخدمة المصرفية، والرفع من جودة التعامل داخل المؤسسة.

وتأسيساً على ما سبق، توصي الدراسة بضرورة تبني مقاربة إدارية تهتم بالجانب الإنساني إلى جانب الجانب التقني، من خلال دعم الموظفين وتطوير كفاءاتهم العاطفية والاجتماعية باعتبارها رافعة أساسية لتحسين الأداء الخدمي. كما تشجع الأبحاث المستقبلية على توسيع نطاق الدراسة ليشمل مؤسسات بنكية أخرى أو قطاعات خدمية مختلفة، من أجل التحقق من عمومية النتائج وتدعيمها في سياقات تنظيمية متنوعة.

الاستنتاجات عامة:

ومن خلال دراستنا الميدانية على مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري CPA بعين تموشنت، توصلنا إلى مجموعة من النتائج المهمة التي تبين أثر الذكاء العاطفي في تحسين جودة التعامل مع الزبائن

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء العاطفي وجودة التعامل مع الزبائن :

النتيجة تُشير إلى وجود علاقة إحصائية معنوية بين الذكاء العاطفي للموظفين ومستوى جودة التعامل مع الزبائن، مما يعني أن اختلافات مستويات الذكاء العاطفي تترجم فعلاً إلى تفاوتات في تقييمات جودة الخدمة؛ ومع ذلك لتحديد مدى أهمية هذا الأثر عملياً ينبغي الإبلاغ عن مقاييس حجم الأثر) مثل

R^2 أو معاملات الانحدار)، لأن الدلالة الإحصائية تؤكد وجود علاقة فقط ولا تُبين دائماً مدى تأثيرها على الأداء اليومي.

- أثر ضبط انفعالات الموظف في تحسين جودة التعامل (أثر إيجابي وذو دلالة إحصائية):

تُظهر النتيجة أن قدرة الموظف على ضبط انفعالاته مرتبطة إيجابياً وبمعنوية إحصائية مع تحسين مؤشرات جودة التعامل، ما يعني أن الموظفين الذين يتحكمون بشكل أفضل بردودهم العاطفية يميلون إلى تقديم خدمة أكثر اتساقاً وهدوءاً، مما يقلل النزاعات ويعزز رضا العملاء ويُحسن نتائج التقييمات المؤسسية للخدمة.

- تأثير تعاطف الموظف مع الزبائن في رفع مستوى جودة التعامل :

تؤكد النتيجة أن التعاطف عامل مؤثر بشكل إيجابي وذو دلالة إحصائية على جودة التعامل، إذ أن الموظفين الذين يقدّمون استجابة متعاطفة لحاجات ومشاعر الزبائن ينجحون في خلق شعور بالاهتمام والاحترام لدى الزبائن، ما ينعكس في تقييمات أعلى للخبرة المصرفية ويعزز الولاء والسلوك الإيجابي تجاه المؤسسة.

- أثر مهارات التواصل في تعزيز جودة التفاعل:

تُبين النتيجة أن مهارات التواصل الفعال (شفهياً وغير شفهياً، والقدرة على الاستماع والوضوح في الشرح) ترتبط إحصائياً بتحسين جودة التفاعل مع الزبائن؛ بمعنى عملي أن تحسين أسلوب الكلام، تبسيط الرسائل، والانتباه للغة الجسد يقلل من سوء الفهم ويسرع إنجاز المعاملات ويزيد رضى العملاء عن الخدمة المقدمة.

- قدرة الموظف على إدارة العلاقات تؤثر إيجابياً وبشكل معنوي على جودة التعامل:

تشير النتيجة إلى أن مهارات إدارة العلاقات —بما فيها متابعة العملاء، بناء الثقة، والحفاظ على تواصل مستمر— لها تأثير معنوي إيجابي على جودة التعامل، ما يدل على أن الاستثمار في بناء علاقات طويلة الأمد يزيد من ولاء العملاء وتكرار التعامل ويُحسن التقييم العام للخدمات المصرفية.

- فروق إحصائية في تقييم الجودة تعزى للمتغيرات الديموغرافية للزبائن:

تكشف النتيجة أن تقييمات جودة الخدمة تختلف بحسب خصائص ديموغرافية للزبائن (مثل العمر، المستوى التعليمي، الجنس أو الدخل)، ما يستلزم تمييز سياسات الخدمة وتكييف أساليب الاتصال لتتناسب مع احتياجات كل شريحة؛ كما توصي بإجراء تحليلات أعمق (تفاعلات أو تصنيف شرائح) لفهم أي المجموعات تتأثر أكثر بمكونات الذكاء العاطفي وأنها يحتاج إلى معالجات مخصصة.

التوصيات:

- إدراج اختبارات السمات السلوكية والعاطفية ضمن شروط اختيار موظفي واجهة التعامل في البنك.
- تنظيم ورش عمل دورية للموظفين حول مهارات ضبط النفس، إدارة الضغوط، وفن التعامل مع الزبائن "الغاضبين".
- ربط جزء من المكافآت الدورية بتقييم الزبائن لأسلوب تعامل الموظف وليس فقط بإنتاجيته التقنية.
- تشجيع الموظفين على تبني أسلوب "الاستماع الفعال" لفهم احتياجات الزبائن وتقديم حلول مخصصة لهم.
- توفير أجواء عمل مريحة تساعد الموظفين على الحفاظ على استقرارهم العاطفي، مما ينعكس إيجابياً على جودة تعاملهم مع الجمهور.
- استخدام ملاحظات الزبائن كأداة لتصحيح المسارات السلوكية للموظفين وتطوير مهاراتهم التواصلية.
- تدريب الموظفين على أهمية لغة الجسد والابتسامة كأدوات أولية لكسر الجمود وتحقيق رضا الزبون.

آفاق البحث المستقبلية

- يمكن توسيع هذه الدراسة لتشمل مؤسسات بنكية أخرى داخل الجزائر، بهدف مقارنة نتائجها والتأكد من مدى تعميمها في بيئات مصرفية مختلفة.
- يمكن إجراء دراسة مماثلة في قطاعات خدمية أخرى مثل الاتصالات، التأمين، البريد، أو شركات توزيع الكهرباء والغاز، لمعرفة ما إذا كان الذكاء العاطفي يؤثر بالطريقة نفسها على جودة التعامل.
- من المفيد دراسة أثر الذكاء العاطفي على رضا الزبون وولائه بشكل مباشر، وليس فقط على جودة التعامل.

- يمكن التعمق أكثر في العلاقة بين الذكاء العاطفي والأداء الوظيفي للموظف داخل المؤسسات البنكية.
- يمكن دراسة دور الذكاء العاطفي بوصفه متغيراً وسيطاً أو معدلاً بين متغيرات أخرى مثل الرضا الوظيفي، الالتزام التنظيمي، أو جودة الخدمة.

المراجع

قائمة المراجع

1. أحمد مختار عمر. (2008). معجم اللغة العربية المعاصرة، عالم الكتب، . القاهرة، مصر.
2. بن غربال سعيدة. (2015). الذكاء العاطفي و علاقته بالتوافق المهني. مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاجتماعية تخصص علم النفس الاجتماعي، 54. جامعة بسكرة، الجزائر.
3. السمدوني ، و ابراهيم السيد . (2007). الذكاء الوجداني. عمان: دار الفكر ناشرون و موزعون.
4. عبد الله محمود ، و محمد خوالدة . (2004). الذكاء العاطفي و الذكاء الانفعالي. 48. دار الشرق للنشر و التوزيع.
5. فاطة الزهراء صالح. (2021). فاعلية برنامج علاجي لتنمية الذكاء العاطفي لدى أطفال الأسر المطلقة. رسالة دكتوراة. ورقلة، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
6. . كادي عبد الكريم. (2026). مدير وكالة CPA عين تموشنت .
7. كريمة قطافي . (2024). الذكاء الانفعالي وعلاقته بكل من التفكير الإيجابي والتسامح. رسالة دكتوراة. بسكرة، الجزائر: جامعة محمد خيضر كلية العلوم الانسانية والاجتماعية.
8. كوثر غالي. (2013). مهارات الذكاء الوجداني وعلاقتها بالتوافق الدراسي. رسالة دكتوراة. بسكرة، الجزائر: جامعة محمد خيضر كلية العلوم الانسانية والاجتماعية.
9. لزرق نوال. (2019). اهمية الذكاء العاطفي في ممارسات القيادة. رسالة دكتوراة ، ص 34. معسكر، الجزائر : جامعة مصطفى اسطنبولي كلية علوم الاقتصادية علوم التسيير و تجارية .
10. مأمون سليمان الدرادكة. (2006). ادارة الجودة الشاملة و خدمة العملاء. عمان: دار الصفاء للنشر و التوزيع.
11. محمد مصلح الزغبي . (2013). الجانب العاطفي و اثره في استقرار الحياة الزوجية في ضوء السنة النبوية. مجلة المنارة للبحوث و الدراسات ، ص139-ص107.
12. نداء عقلة للعلوم . (2014). مستوى الذكاء العاطفي لدى معلمات الصفوف الثلاثة الاولى في محافظة جرش و علاقته باتجاهاتهن نحو مهنة التدريس. رسالة ماجستير. doi:جامعة الشرق الاوسط
13. وليد عبد الرحمن خالد الفراء تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS إدارة البرامج و الشؤون الخارجية الندوة العالمية لشباب الإسلام 1430هـ ص 26 .

14. Brady, M. K, & Cronin Jr, J. J. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 34-39.
15. Cherniss, C, & Goleman, D. (2001). *The emotionally intelligent workplace* . Jossey-Bass.
16. Dhani, P, & Sharma, T. (2016). Effect of Emotional Intelligence on Job Performance of Employees. *journal of Organization & Human Behavior*.
17. Giardini, A., & Frese, M. (2006). Reducing the negative effects of emotion work in service occupations: Emotional competence as a psychological resource. *Journal of Occupational Health Psychology*.
18. Girard, E. (2023). *L'intelligence émotionnelle des enseignants et des élèves*. Normandie.
19. Mayer, J. D, & Salovey, P. (1997). *What is emotional intelligence? In P. Salovey & D. Sluyter (Eds.), Emotional development and emotional intelligence: Educational implications*. New York: Basic Books.
20. Miao, C, Humphrey, R. H, & Qian, S. (2017). A meta-analysis of emotional intelligence and work attitudes. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 177-202.
21. Moon, J. H., Kim, M. S, & Roh, T. (2024). The impact of bank employees' human service quality on customer satisfaction: The mediating role of emotional labor. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
22. Olowofela, O. E., Adelaja, A. J, & Sanusi, A. O. (2024). E-banking service quality dimensions and customer satisfaction: Evidence from an emerging economy. *Journal of Financial Services Marketing*.
23. Padmanathan, M, Lingaraja, K, Arun Prasath, R, Madheswaran, M, & Eswaran, L. (2025). A study on emotional intelligence and its impact on service quality: Evidence from the banking industry. *Future Business Journal*.
24. Spencer, L. M. (2001). The economic value of emotional intelligence competencies and EIC-based HR programs.

25. Tritami, N, uwaryo, P. A. W., & Fatmawati, D. (2025). The role of emotional intelligence in improving employee interaction quality: A study in service-oriented organizations. *International Journal of Applied Business and Management*.
26. Wong, C. S, & Law, K. S. (2002). The effects of leader and follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study. *The Leadership Quarterly*.
27. Zeithaml, V. A, Berry, L. L, & Parasuraman, A. (1988). Communication and control processes in the delivery of service quality. *Journal of Marketing*, 35-48.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية والعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
تخصص: إدارة الأعمال



استبانة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته
أخي الكريم/أختي الكريمة تحية طيبة وبعد
في إطار قيام الطلبة بإعداد مذكرة ماستر لنيل شهادة ماستر تحت عنوان الذكاء العاطفي ودوره في
تحسين جودة التعامل مع الزبائن دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA يسعدنا اختياركم كعينة
الدراسة
ومع شكرنا المسبق لحسن تعاونكم نرجوا منكم التفضل بالإجابة على جميع فقرات هذه الاستبانة بدقة
وموضوعية في الخانة التي تتوافق مع رأيكم وذلك بوضع العلامة (X) كما نحيطكم علما بأن جميع الأسئلة
المطروحة ضمن هذا الاستبيان هي لأغراض البحث العلمي فقط وان اجابتكم سوف تعامل بسرية تامة
تفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

الأستاذ المؤطر:

الطلبة

• بوسعد نايت إبراهيم

• بن سليمان ياسين

• بن صالح سليمان

المحور الأول: البيانات الشخصية

يرجى الإجابة على الأسئلة التي تتضمن معلومات شخصية بوضع إشارة (X)

• الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

• السن:

☐ أقل من 25 سنة ☐ بين 25 و 35 سنة

☐ بين 36 و 45 سنة ☐ أكثر من 45 سنة

• المستوى التعليمي:

☐ ما دون ثانوي ☐ ثانوي ☐ جامعي

• مدة التعامل مع بنك: CPA

☐ أقل من سنتين ☐ بين 2 الى 5 سنوات ☐ أكثر من 5 سنوات

• وتيرة زيارة البنك : CPA

☐ يوميا ☐ أسبوعيا ☐ شهريا ☐ نادرا

المحور الثاني: الذكاء العاطفي المدرك لدى الموظف (Perceived Emotional Intelligence)

يُشير الذكاء العاطفي المدرك (Perceived EI) إلى تقدير الزبون ومدى إدراكه للقدرات العاطفية التي يظهرها موظف البنك أثناء عملية التفاعل الخدمي. وهو لا يعتمد على ما يعتقد الموظف عن نفسه، بل على الصورة الذهنية والناطباع الفعلي الذي يتركه الموظف لدى الزبون فيما يخص قدرته على ضبط انفعالاته، وإظهار التعاطف، وإدارة الموقف بذكاء اجتماعي. وتعتبر هذه المدركات هي المحرك الأساسي الذي يبني عليه الزبون حكمه النهائي حول جودة التعامل.

فيما يلي مجموعة من الفقرات المتعلقة بأبعاد الذكاء العاطفي، يرجى التكرم بوضع علامة (X) أمام العبارة التي تعبر عن درجة موافقتكم، علماً أن إجاباتكم ستسهم بشكل كبير في دقة نتائج الدراسة".

الرقم	الفقرات	5 موافق بشدة	4 موافق	3 محايد	2 غير موافق	1 غير موافق بشدة
1. الوعي الذاتي (Self Awareness)						
1	يظهر الموظف قدرة عالية على ضبط النفس والحفاظ على هدوئه حتى في مواقف الضغط					
2	يظهر الموظف تماسكاً ولا يبدي تأثراً بمشاعره الشخصية أثناء خدمتي					
3	يعرف الموظف نقاط قوته وضعفه في التعامل مع الزبائن					
2. إدارة الذات (Self Management)						
4	يحافظ على هدوئه عندما يتعامل مع زبون غاضب					
5	يتحكم في انفعالاته تحت الضغط					

					يتكيف بسرعة مع طلبات الزبائن المتغيرة.	6
3. تعاطف (Empathy)						
					يفهم الموظف مشاعر الزبائن من خلال تعبيرات وجوههم	7
					يستشعر الموظف مشاعر الزبائن قبل أن يعبروا عنها.	8
					يلحظ الموظف عندما يكون الزبون متوتراً أو محبطاً	9
4. إدارة العلاقات (Relationship Management)						
					يمتلك الموظف قدرة عالية على معالجة الشكاوى بلباقة واحترافية .	10
					يُظهر الموظف تعاطفاً حقيقياً مع مشاكل الزبائن	11
					يتمتع الموظف بقدرة عالية على امتصاص غضب الزبائن وتجنب التصادم معهم في حالات الاختلاف في وجهات النظر	12
					يُظهر الموظف مرونة كبيرة في إقناع الزبائن بحلول بديلة ومناسبة في حال تعذر تقديم الخدمة المطلوبة	13
					يسعى الموظف لبناء علاقة ثقة مهنية طويلة الأمد مع الزبائن	14

					يشجع الموظف الزبائن على العودة للتعامل مع البنك مرة أخرى	15
					يتعامل الموظف بإيجابية مع جميع أنواع الزبائن.	16

المحور الثاني: أبعاد جودة التعامل

تشير جودة التعامل إلى مستوى الخدمة التي يتلقاها الزبون من حيث الثقة، التواصل وسرعة الاستجابة، اللباقة والاحترام ، وهي المقياس الحقيقي لمدى نجاح بنك CPA في تلبية توقعات زبائنه وتحقيق رضاهم. فيما يلي مجموعة من الفقرات المتعلقة بأبعاد جودة التعامل مع الزبائن، يرجى التكرم بقراءتها بعناية ووضع علامة (X) في الخانة التي تعكس تقييمكم الفعلي لتجربكم مع البنك، مع خالص الشكر لتعاونكم

الرقم	الفقرات	5 موافق بشدة	4 موافق	3 محايد	2 غير موافق	1 غير موافق بشدة
1. التواصل (Communication)						
17	يشرح لي الإجراءات بطريقة مفهومة					
18	يتواصل معي الموظف بوضوح					
19	يستخدم الموظف لغة بسيطة خالية من التعقيدات التقنية عند توضيح الخدمات.					
20	يتأكد الموظف من فهمي للإجراءات من خلال إعادة الشرح أو طرح أسئلة توضيحية					
2. الثقة (Reliability)						
21	يخبرني الموظفون بالموعد الفعلي لتقديم الخدمة					
22	يلتزم الموظفون بإنجاز الخدمة في الموعد المحدد					
23	يقدمون الخدمة بدقة من المرة الأولى					
24	يحافظون على سجلات معاملاتي بدقة					

					يؤدون الخدمة صحيحاً في كل مرة	25
					معاملاتي سرية ومحمية	26
3. الاستجابة (Responsiveness)						
					يقدمون الخدمة في الوقت المناسب	27
					دائماً مستعدون لمساعدتي	28
					يحرص الموظفون على إنجاز معاملتي في وقت وجيز	29
					يستجيب الموظف لطلباتي بسرعة حتى في أوقات الضغط	30
4. اللباقة والاحترام (Courtesy & Respect)						
					يتميز تعامل الموظف معي بالآداب واللباقة في كل مراحل الخدمة.	31
					يظهر الموظف احتراماً كبيراً لي بغض النظر عن طبيعة طلبي أو رصيدي.	32
					يتمتع الموظف بمعرفة كافية للإجابة عن استفساراتي	33
					يقدم الموظف معلومات دقيقة وموثوقة حول الخدمات المقدمة	34

قائمة المحكمين للاستبيان:

الاستاذ	قلوش بوعبد الله	جامعة سيدي بلعباس
الاستاذ	رقيق محمد خليفة	جامعة معسكر
الاستاذ	نواله مريم	جامعة عين تموشنت
الاستاذ	صالح سميرة	جامعة وهران