



جامعة بلحاج بوشعيب عين تموشنت  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



القسم: العلوم الاقتصادية  
تخصص: اقتصاد نقدي و مالي  
مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر  
الموسومة بـ :

جودة الخدمات البنكية و دورها في تحسين الأداء المالي للبنوك  
دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي – وكالة عين تموشنت-

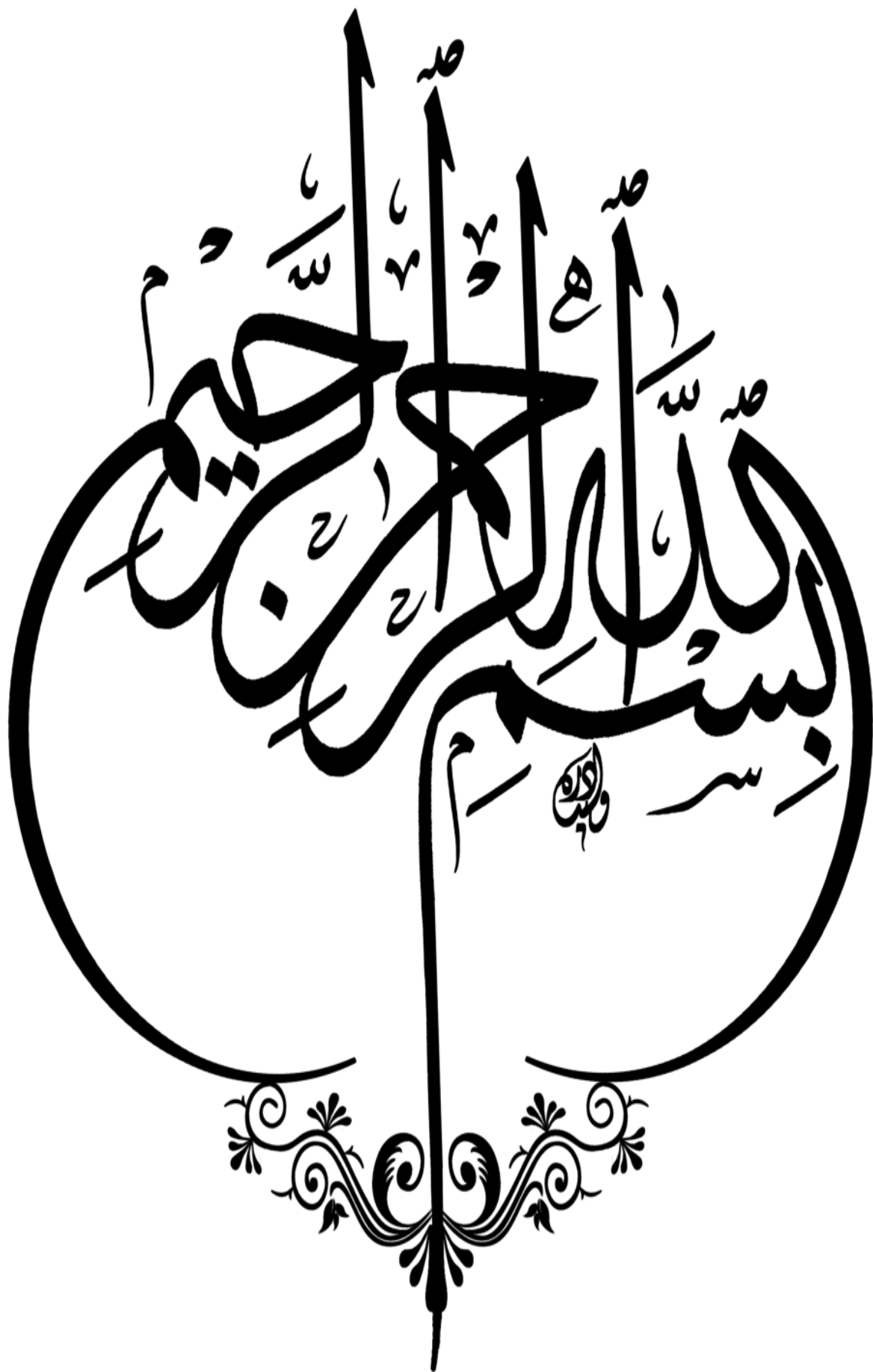
إشراف الاستاذ :  
علي دحمان محمد

من إعداد الطلبة :  
بن صافي فاطنة إيمان  
بن طيبة خديجة

أعضاء لجنة المناقشة

جامعة عين تموشنت « بلحاج بوشعيب »	رئيسا	أ. مخضار سليم
جامعة عين تموشنت « بلحاج بوشعيب »	ممتحنا	أ. دريش زهرة
جامعة عين تموشنت « بلحاج بوشعيب »	مشرفا	أ. علي دحمان محمد

السنة الجامعية: 2024-2025





## شكر و تقدير

قبل كل أحد، وبعد كل أحد الشكر للواحد الأحد، الفرد الصمد، الذي امدنا بالقوة و  
العون و السدد لإنجاز هذا العمل و ندعوه عز وجل أن يجعله خالصاً لوجهة الكريم.  
كما نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف '**علي دحمان**' الذي لم ييخل علينا بأي معلومة  
أو توضيح في شتى مراحل اعداد هذه المذكرة.  
كما نتوجه بالشكر لأعضاء لجنة المناقشة، و أساتذتنا بالقسم العلوم الاقتصادية على  
المجهودات المبذولة لإيصالنا إلى ما نحن عليه.





# إهداء

مهما كتبت من عبارات لن اجد أصدق من قوله تعالى: {يرفع الله الذين آمنوا والذين أوتوا العلم درجات} فالحمد لله حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه.

ها قد انطوت صفحة من صفحات الحياة كان فيها الجهد والاجتهاد.  
الى نفسي التي قالت أنا لها سأنا لها وأخيراً ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجني أقطف ثمار تعبي و ارفع قبعتي بكل فخر.  
الى من جعل الجنة تحت أقدامها و سهلت لي الشدائد بدعائها.  
الى الإنسانية العظيمة التي لظالما تمننت أن تفر عينها في يوم كهذا.

اي.....

الى النور الذي أضاء دربي إلى العزيز الذي حملت اسمه فخراً ، الى معلمي الاول الرجل الذي سعى طوال حياته لنكون الافضل.

أي.....

الى ضلعي الثابت و امان اياي إلى ملهمي نجاحي ....  
الى خير اياي و صفوتها إلى قرّة عيني.

اخي واختي.....

الى صديقة المواقف لا السنين ،شريكة الدرب الطويل من كانت في السنوات العجاف صحابا ممطرا.

صديقتي خديجة....





# إهداء

أحمد الله أولا على نعمة العلم و ثانيا على تسييره في مذكرتنا، فاللهم لا سهل إلا ما جعلته سهلا  
أهدي فصول هذا الإنجاز إلى فقيده قلبي " جدي عائشة " رحمها الله، رأيتني في مشقة هذه الطريق لكن لم  
تشهدي فرحتي في هذا اليوم، لكي فرحتي و كل محبتي يا حبيبتي أنتي و من جاورتيه في رحاب الله أبي  
العزير رحمكما الله و أسكنكم فسيح جناته.  
و لمن منحني القوة للاستمرار و النجاح أمي الغالية، فقد اكتمل فصل الحكاية مبجلا بالتوفيق أدامك الله  
لنا.

و طبعا إلى سندي الدائم لإخوتي وأخي

و إلى من كانت عوننا لي و كانتني لنشق أعوام مسيرتنا الدراسية.... خير من أسندت يدي بيدها

صديقتي ايمان

و إلى كل رفقاء الدراسة من قسم اقتصاد نقدي و مالي وفقكم الله.

إلى كل هؤلاء يكتمل إهدائي.

" اللهم علمنا ما ينفعنا و نفعنا بما علمتنا "



## ملخص :

نستخلص من خلال الدراسة أن الخدمات البنكية تمثل الدور الكبير في القطاع البنكي، و إضافة مفهوم الجودة عليها يؤدي إلى تحسين و تطوير منتجات هذا القطاع، وذلك من أجل خلق ميزة تنافسية تنفرد بها، لمنافسة منافسيها في السوق البنكي، حيث أن تمارس البنوك نشاطها بصفة أساسية في مجال الخدمات البنكية والمالية، وبالتالي يتوجب عليها تقديم خدمات ذات جودة عالية لإشباع حاجات ورغبات العملاء والحصول على ولائهم.

وتستهدف الدراسة التي نحن بصددتها إلقاء الضوء على الدور الذي تلعبه جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحسين الأداء المالي في البنوك التجارية ومدى قدرتها على تحقيق رضا العملاء وخلق وزيادة القدرة التنافسية لهذه البنوك.

**الكلمات المفتاحية:** الخدمات البنكية، جودة الخدمات، الأداء المالي.

## Résumé

Nous concluons à travers l'étude que les services bancaires représentent un rôle majeur dans le secteur bancaire, et leur ajouter le concept de qualité conduit à améliorer et développer les produits de ce secteur, afin de créer un avantage concurrentiel unique pour concurrencer ses concurrents sur le marché bancaire, car les banques exercent leurs activités principalement dans le domaine des services bancaires et financiers, et par conséquent elles doivent fournir un haut-services de qualité pour satisfaire les besoins et désirs des clients et obtenir leur fidélité.

L'étude que nous examinons vise à mettre en lumière le rôle que la qualité des services bancaires joue comme un facteur d'amélioration de la performance financière dans les banques commerciales et l'étendue de leur capacité à atteindre la satisfaction du client et à créer et augmenter la compétitivité de ces banques.

**Mots clés :** Services bancaires, qualité de service, performance financière.



الصفحة	العناوين
	بسملة
	شكر
	اهداء
	ملخص
	فهرس المحتويات
أ-ج	مقدمة
<b>الفصل الأول: مفاهيم عامة حول جودة الخدمات البنكية</b>	
02	تمهيد
03	المبحث الأول عموميات حول الخدمات البنكية
03	المطلب الأول مفهوم الخدمات البنكية و تطويرها
07	المطلب الثاني خصائص الخدمات البنكية و تطويرها
10	المطلب الثالث أنواع الخدمات البنكية
13	المبحث الثاني مدخل عام لجودة الخدمات البنكية
13	المطلب الأول مفهوم جودة الخدمات البنكية
14	المطلب الثاني أهمية جودة الخدمات البنكية
15	المطلب الثالث مستويات و مؤشرات جودة الخدمات البنكية
18	المبحث الثالث نماذج قياس جودة الخدمات البنكية وتأثيرها على الأداء المالي للبنوك
18	المطلب الأول علاقة جودة الخدمات البنكية للأداء المالي للبنوك و رضا الزبون
23	المطلب الثاني نماذج قياس وأبعاد جودة الخدمات البنكية
31	المطلب الثالث طرق استراتيجيات تحسين جودة الخدمات البنكية
35	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: الدراسات السابقة</b>	
37	تمهيد

38	الدراسات السابقة باللغة العربية	المبحث الأول
44	الدراسات السابقة باللغة الأجنبية	المبحث الثاني
47	الفجوة البحثية	المبحث الثالث
55		خلاصة الفصل
الفصل الثالث: دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت		
50		تمهيد
51	تقديم بنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت	المبحث الأول
51	ماهية بنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت	المطلب الأول
53	الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت	المطلب الثاني
54	عرض مهمة كل منصب و مختلف المصالح	المطلب الثالث
55	الإجراءات المنهجية للدراسة	المبحث الثاني
55	منهج و حدود الدراسة	المطلب الأول
55	الأدوات المستعملة في الدراسة	المطلب الثاني
57	مجتمع و عينة الدراسة	المطلب الثالث
71	عرض و مناقشة النتائج و اختبار الفرضيات	المبحث الثالث
71	عرض و مناقشة البيانات الشخصية	المطلب الأول
74	عرض و مناقشة إجابات أفراد عينة الدراسة	المطلب الثاني
81	اختبار الفرضيات	المطلب الثالث
88		خلاصة الفصل
90		خاتمة عامة
93		قائمة المراجع
97		الملاحق

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
57	مقياس ليكارت الخماسي	1.
57	معيار تحديد الاتجاه وفق مقياس ليكارت الخماسي	2.
58	توزيع الاستبانة على عينة الدراسة	3.
59	ارتباط الفقرات و المحور الأول للدراسة ( الملموسية )	4.
60	ارتباط الفقرات و المحور الثاني للدراسة ( الاعتمادية )	5.
61	ارتباط الفقرات و المحور الثالث للدراسة ( الاستجابة )	6.
61	ارتباط الفقرات و المحور الرابع للدراسة ( الأمان )	7.
62	ارتباط الفقرات و المحور الخامس للدراسة ( التعاطف )	8.
63	ارتباط الفقرات و المحور السادس للدراسة ( أثر الجودة على الأداء المالي )	9.
64	نتائج الفاكرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور الأول ( الملموسية )	10.
64	نتائج الفاكرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور الثاني ( الاعتمادية )	11.
64	نتائج الفاكرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور الثالث ( الاستجابة )	12.
64	نتائج الفاكرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور الرابع ( الأمان )	13.
65	نتائج الفاكرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور الخامس ( التعاطف )	14.
66	نتائج الفاكرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور السادس ( أثر الجودة على الأداء المالي )	15.
66	اختبار توزيع الطبيعي للمحور الأول للدراسة ( الملموسية )	16.

67	اختبار توزيع الطبيعي للمحور الثاني للدراسة ( الاعتمادية )	.17
68	اختبار توزيع الطبيعي للمحور الثالث للدراسة ( الاستجابة )	.18
68	اختبار توزيع الطبيعي للمحور الرابع للدراسة ( الأمان )	.19
69	اختبار توزيع الطبيعي للمحور الخامس للدراسة ( التعاطف )	.20
70	اختبار توزيع الطبيعي للمحور الأول للدراسة ( اثر الجودة على الأداء المالي )	.21
71	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	.22
73	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	.23
74	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	.24
75	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة	.25
76	توزيع عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	.26
77	نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور الأول ( الملموسية )	.27
78	نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور الثاني ( الاعتمادية )	.28
79	نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور الثالث ( الاستجابة )	.29
80	نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور الرابع ( الأمان )	.30
82	نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور الخامس ( التعاطف )	.31
83	نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور السادس ( اثر الجودة على الأداء المالي )	.32
84	اختبار الفرضية الرئيسية	.33
85	اختبار الفرضية الفرعية الأولى	.34
86	اختبار الفرضية الفرعية الثانية	.35
87	اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	.36

	اختبار الفرضية الفرعية الرابعة	37.
	اختبار الفرضية الفرعية الخامسة	38.

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
31	أبعاد جودة الخدمة	01
54	الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي	02
71	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	03
72	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	04
72	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	05
73	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة	06
74	توزيع عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	07



شهدت البيئة الاقتصادية في العقد الأخير العديد من التطورات و التغيرات في المحيط العالمي نتيجة للعولمة، خاصة في النظام البنكي الذي مسته التحولات الأخيرة بفضل التقدم العلمي و التكنولوجي السريع الذي يشهده العامل اليوم ، و نظرا لهذه التحولات التي شهدها العالم و كذا دخول الجزائر اقتصاد السوق ، و انضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة أضحي الزما على البنوك الجزائرية في ضوء ما تشهده الساحة البنكية من تغيرات أن تسعى بخطوات متسارعة نحو تطوير جودة الخدمة البنكية المقدمة حتى تستطيع الارتقاء إلى مستوى التحديات المتباينة التي تواجه العمل البنكي من جهة و محاولة زيادة قدرتها التنافسية.

و من جهة أخرى فإن زيادة عدد الفروع و المتعاملين أدى إلى زيادة حجم المعاملات في البنوك ، الأمر الذي دفع إلى اشتداد المنافسة بينها فيما يخص جودة الخدمات البنكية المقدمة و كذلك التنوع فيها ، لذلك اهتم العديد من الباحثين بدراسة الجوانب المختلفة لجودة الخدمات البنكية من حيث مفهومها و محدداتها و أبعادها و طرق قياسها ، كما عملت البنوك في إطار سياسة تقرب الخدمة من العميل على إدخال قنوات الاتصال المختلفة في تقديم خدماتها و كذا التقنيات الإلكترونية و هذا للتأقلم مع الاقتصاد الرقمي. لذا أصبح الزما على هذه البنوك أن تسري جنبا إلى جنب مع التقدم من أجل تحسين أدائها المالي و من أجل تعزيز مكانتها.

ولموضوع الأداء المالي أهمية كبيرة بالنسبة لأي مؤسسة اقتصادية كانت أو مالية، خاصة في الفترة الحالية التي يشهد فيها العامل اخبيار وإفلاس العديد من الشركات الأمريكية والأوروبية، وكذلك في ظل الانفتاح على العالم وتوسع المعاملات البنكية، ويعتبر تقييم أداء البنوك التجارية عملية ضرورية وملحة لما يشهده القطاع المصرفي من تحولات والتي كانت لها أثر على أداء وكفاءة ومردودية البنوك التجارية، ومدى تأثير هذه الأخيرة للمنافسة الإقليمية والدولية.

### إشكالية الدراسة:

.من هنا تظهر إشكالية البحث التي تتمحور حول التساؤل الجوهري:

**ما هو دور جودة الخدمات البنكية في تحسين الأداء المالي لبنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت؟**

إن هذا التساؤل يؤدي إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- كيف تتحقق الجودة في تقديم الخدمة البنكية؟
- هل هناك علاقة طردية بين جودة الخدمة البنكية و الأداء المالي للبنوك ؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد على جودة الخدمات البنكية ؟

## فرضيات الدراسة:

وتدعيما لإشكالية السابقة تم صياغة الفرضيات التالية:

- يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات على الأداء المالي للبنك
- يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لبعء الملموسية على الأداء المالي للبنك
- يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لبعء الاعتمادية على الأداء المالي للبنك.
- يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لبعء الاستجابة على الأداء المالي للبنك.
- يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لبعء الأمان على الأداء المالي للبنك
- يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لبعء التعاطف على الأداء المالي للبنك.

## أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة من خلال :

- معرفة قدرة جودة الخدمة البنكية على تحقيق رضا العميل؛
- إبراز دور وأهمية جودة الخدمات المقدمة من طرف البنوك ودورها في تحسين أداء البنوك؛
- مدى إمكانية البنوك من تقديم خدمات بنكية أكثر جودة

## أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى ما يلي:

- التعرف على وجهة نظر العملاء حول الخدمات المقدمة من طرف البنوك التجارية.
- إبراز العلاقة بين جودة الخدمات البنكية والأداء المالي للبنوك التجارية.
- معرفة نوع الأثر بين جودة الخدمات البنكية وأداء المالي للبنوك التجارية

## أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب ودوافع إلى اختيار هذه الموضوع وأهمها:

- يتعلق الموضوع في المجال تخصصنا؛
- يدخل هذا البحث ضمن اهتماماتنا الشخصية؛
- الرغبة في الخوض في الدراسات المرتبطة في الجودة والأداء؛

## منهج الدراسة:

للإجابة على إشكالية البحث واختبار الفرضيات، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج المناسب في جميع المعلومات والبيانات وذلك من أجل الإلمام بالجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع، حيث تم تجميع المعلومات من الكتب، المجلات، الدراسات، كما تم الاستعانة بأدوات لجمع المعلومات أهمها الاستبيان ومعالجة البيانات عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية.

## حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

- الحدود المكانية : تمثلت الحدود المكانية للدراسة في بنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت .
- الحدود الزمنية: خلال شهر مارس 2025.
- الحدود البشرية: وجه استبيان إلى عينة ( العملاء )

## صعوبات الدراسة:

تمثلت صعوبة الدراسة في إقناع بعض العملاء بالإجابة على الاستبيان في بنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت. محل الدراسة.

## هيكل الدراسة :

سعى لتحقيق الأهداف المسطرة وقصد إعطاء القدر الكافي من الاهتمام، والإجابة على الإشكالية المطروحة، قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاثة فصول كما يلي:

**الفصل الأول بعنوان: الإطار النظري حول مفهوم جودة الخدمات البنكية**

**الفصل الثاني والذي ركزنا فيه على الدراسات السابقة باللغة العربية و الأجنبية**

**والفصل الثالث: كان عبارة عن دراسة ميدانية لبنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت**



## الفصل الأول :

مفاهيم عامة

حول جودة الخدمات البنكية

## تمهيد:

تعتبر الخدمات البنكية العامل الأساسي في تطوير نشاط البنوك إذ أنها تؤدي دورا هاما في تعزيز قدراته من خلال تأثيرها على تفضيلات العملاء، وقد تعددت مفاهيمها بتعدد خصائصها، وذلك راجع لاختلاف الحاجات والرغبات ويعتبر الوصول إلى مزيج من الخدمات المصرفية من الأمور الهامة التي تعكس مدى إدارة التسويق بالبنك من ناحية، ومدى وصول البنك إلى تحقيق أهدافه من ناحية أخرى، فالخدمة المصرفية تمر بمراحل تشكل في مجموعها دورة حياتها والتي تحكمها عدة عوامل تؤثر على سلوكها مما يتيح تقديم خدمة بتكلفة أقل، وتنوع شامل وطريقة سهلة ومناسبة.

## المبحث الأول: عموميات حول الخدمات البنكية

مما لا شك فيه أن جميع فروع النشاط الاقتصادي في الوقت الحالي وبصفة أساسية تعتمد على الخدمات البنكية، والواقع أن هذه الخدمات المتنوعة التي يتيحها الجهاز المصرفي هي التي جعلت من الممكن تطوير الاقتصاديات الحديثة.

## المطلب الأول: مفهوم الخدمات البنكية وتطويرها:

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى تعريف الخدمات البنكية و كيفية تطويرها عبر عدة مراحل.

## أولاً: تعريف الخدمات البنكية :

يمكن تعريف الخدمات البنكية بأنها: "عبارة عن مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة والمقدمة من طرف البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية أو في الوقت ذاته تشكل مصدر لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين"<sup>1</sup>.

كما يعرفها ناجي معلا: " أن الخدمة البنكية مصدرا لإشباع الذي يسعى إلى تحقيقه العميل لحاجاته ورغباته، أما من منظور البنك فإنها تمثل مصدرا للربح"<sup>2</sup>.

وهناك تعريف أشمل قدمه عوض بدير الحداد، حيث عرف الخدمات البنكية من الناحية التسويقية بأنها<sup>3</sup>: "عبارة عن تصرفات وأنشطة تقدم من طرف إلى آخر، وهذه الأنشطة غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يقترن أولاً عند تقديمها بمنتج مادي ملموس".

<sup>1</sup> تيسير العجاردة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2005، ص32.

<sup>2</sup> عبدات سليمة، "تسويق الخدمات البنكية و أثره على رضا الزبون"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، المركز الجامعي العقيد أكلي محند-البويرة، 2011-2012، ص 23.

<sup>3</sup> عوض بدير الحداد، "تسويق الخدمات المصرفية"، البيان للطبع والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 1999، ص48.

ويشمل مفهوم الخدمة البنكية على بعدين أساسيين هم<sup>1</sup> :

**البعد المنفعي:** يشتمل في مجموعة المنافع التي يسعى العميل إلى تحقيقها من استخدامه للخدمة.

**البعد الخصائصي:** ويتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي تتصف بها الخدمة البنكية.

ومن خلال التعاريف السابقة توصلنا إلى تعريف الخدمات البنكية: على أنها تتمثل في مختلف الأنشطة والعمليات المقدمة من طرف البنك إلى العميل لتلبية رغباتهم ولجذب ولائهم بصفة دائمة مع الاهتمام بجانب الربحية بالنسبة للبنك.

### ثانيا: تطور الخدمات البنكية

إن تطور المفهوم التسويقي أثر بطبيعة الحال على تطور الخدمات المقدمة ومنها الخدمات البنكية لذلك نستعرض تطور مفهوم الخدمات عبر مراحل التطور الاقتصادي وتطور أنشطة التسويق، والتي حددت هذه المراحل بما يلي:

#### 1- الخدمات البنكية في مرحلة ما قبل التصنيع : حيث اعتمدت المجتمعات في هذه المرحلة على الزراعة

والصيد في توفير احتياجاتها ولقد تميزت هذه المرحلة بالخصائص التالية<sup>2</sup>:

**الاكتفاء الذاتي :** حيث أن كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات لذلك تتصف هذه المرحلة بعدم وجود أي نشاط تسويقي وعدم وجود أي نشاط مالي أو بنكي.

<sup>1</sup> العايشي مريم، أعماد صفية، "جودة الخدمات البنكية و تأثيرها على المنافسة بين البنوك" مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، جامعة أحمد دراية أدرار - الجزائر، 2016-2017، ص 06.

<sup>2</sup> عبد الرزاق حميدي، "محاضرات في التسويق المصرفي"، مطبوعة مقدمة لطلبة السنوات الثانية والثالثة، مالية وبنوك، بنوك وتأمينات، تسويق، كمية العموم الاقتصادية والعموم التجارية وعموم التسيير، جامعة البويرة - الجزائر، 2015، صص 41-42.

تبادل الفائض من الإنتاج: حيث اتجهت الأسر إلى التخصص بالإنتاج ، مما أحدث فائضا في الإنتاج دفعهما إلى القيام بعملية المبادلة بالسلع، وذلك من خلال مقايضة سلعة بسلعة أخرى، والخدمات المقدمة فكانت بسيطة وشخصية وطوعية، أما الخدمات البنكية فلم تظهر معالمها.

ظهور النقود: نظرا لصعوبة إجراء عملية التبادل والمقايضة وذلك لعدم تكافؤ السلع والخدمات من حيث الجودة والقيمة الحقيقية، فان ذلك دفع إلى إيجاد سلعة وسيطة تمكن الأفراد من التوصل إلى عملية تبادل مرضية ما أدى إلى ظهور النقود، والذي حقق تحول كبير في طبيعة الأنشطة المالية.

الإيداع: بعد ظهور المسكوكات الذهبية والفضية والنقود، وبعد أن أصبح هناك أفراد يمتلكون ثروات وأصبحوا يخشون عليها من السرقة والضياع قاموا بإيداعها في المعابد، وبذلك تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة البنوك والخدمات البنكية بشكل بسيط وهو الإيداع.

الإيداع والقروض: لقد لجأ أصحاب الثروات إلى إيداع ثرواتهم لدى صائعي الذهب وأن هؤلاء أخذوا يقومون بإعطاء القروض لقاء فائدة معينة، ويكون القرض لفترة قصيرة، وفي هذه المرحلة ظهر إيداع القروض والفائدة.

بداية المصارف: تطور عمل الصياغ من الإيداع والقروض والتحصيل على الفائدة، إلى التنسيق والتعاون فيما بينهم وقاموا بإنشاء المصارف وإصدار أوراق البنكنوت لإجراء عملية المقايضة، لذلك فان الأنشطة المصرفية في هذه الفترة اقتصر على الإيداع والقروض، الفائدة.

## 2- الخدمات البنكية في مرحلة التصنيع<sup>1</sup>:

تتميز هذه المرحلة بتراكم رأس المال مما دفع أصحابها إلى استثمارها في المشاريع الصناعية مما أدى إلى زيادة الثروات، وهنا ظهرت الحاجة بشكل أكبر إلى مصارف أكثر تخصصا من الفترة السابقة بالشكل الذي جعلها تمثل مؤسسات

<sup>1</sup> عبد الرزاق حميدي، مرجع سبق ذكره ، ص 42.

ذات كيان، لها تنظيم إداري لديه خبرة بالعمل، وذلك نتيجة لزيادة مبالغ الإيداع وزيادة رأسمال للبنوك ، زيادة إمكانياتها في منح القروض وإعطاء الاستثمارات.

### 3- الخدمات البنكية في مرحلة التقدم الصناعي<sup>1</sup>:

تتميز هذه المرحلة باستخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمات البنكية، ولقد أصبحت المؤسسات تتسابق فيما بينها في استخدام الأساليب الحديثة والتقنيات المتطورة، لكي تتمكن من تلبية حاجات ورغبات الزبائن وجلب أكبر قدر ممكن من الزبائن، لأن عملية الإيداع والاقتراض والاستثمار أصبحت غير مقتصرة على أصحاب الثروات الطائلة، وإنما أصبح أغلب الأفراد يطلبون الخدمات البنكية وذلك من خلال الإيداع، طلب القروض، تحويل الأجور إلى البنوك، طلب بطاقة الائتمان وغيرها من الخدمات البنكية.

### 4- الخدمات البنكية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعية والظروف الحالية : إن ما يميز القطاع المصرفي في

هذه المرحلة، هو تعاظم دور التكنولوجيا البنكية، والعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات البنكية وابتكار تطبيقات، جديدة للخدمة البنكية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء.

وتتميز هذه المرحلة ب:

- تزايد الطلب على الخدمات البنكية.
- زيادة عدد البنوك وتنوع الخدمات المقدمة .
- زيادة عدد الفروع التابعة للبنك.

<sup>1</sup>عبدات سليمة، "تسويق الخدمات البنكية و أثره على رضا الزبون"، مرجع سبق ذكره، ص 27.

المطلب الثاني: خصائص الخدمات البنكية ومميزاتها:

أولاً: خصائص الخدمات البنكية:

ستعرض الآن خصائص الخدمات البنكية حسب وجهات نظر بعض المختصين في مجال التسويق البنكي<sup>1</sup>:

- منتجات غير ملموسة: و هي السمة الأساسية التي تتسم بها الخدمات البنكية، أي أن الخدمات تنتج و تستهلك على نحو مباشر، فهي لا تظهر و لا يمكن بيعها او الاستفادة منها إلا عند حضور الزبون أو طلبه لها.
- عدم تجزئة الخدمة: الخدمة البنكية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها، اذ يفترض أن تستغل أو أن تنجز على نحو متكامل دون نقص في أي طرف من أطرافها سعياً لتحقيق المنفعة الزمانية والمكانية مما يتطلب الاستعانة بالبيع المباشر و عن طريق استخدام أكثر الوسائل تطوراً.
- الخدمات البنكية ليست محمية ببراءة اختراع وكل خدمة جديدة يقدمها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.
- تعتمد الخدمة البنكية في تقديمها على التسويق الشخصي وعلى مهارة وكفاءة مقدم الخدمة.
- لا يمكن إنتاج الخدمة البنكية وتخزينها، فهي تنتج وتستهلك في نفس اللحظة التي يتقدم فيها العميل لطلبه<sup>2</sup>.
- تقديم الخدمة البنكية لا يأخذ شكلاً نمطياً محددًا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة ودرجة تفاعل موظف البنك من زبون لآخر.

<sup>1</sup> عبد الرزاق حميدي، "محاضرات في التسويق المصرفي"، مرجع سبق ذكره، ص 39.

<sup>2</sup> عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، مرجع سبق ذكره، ص 53

■ **التشتت الجغرافي:** حيث يمكن تقديم الخدمات البنكية داخل حدود الدولة عبر مختلف مناطقها وخارج حدود الدولة خاصة خدمات التحويلات المالية، وإصدار البطاقات البنكية والشبكات السياحية، حيث تقدم هذه الخدمات للزبون أين ما وجد.

■ **الموازنة ما بين النمو و المخاطرة:** عندما تكون المنتجات المصرفية ذات مخاطرة، لا بد أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطرة<sup>1</sup>؛

### ثانيا: مميزات الخدمات البنكية:

**جودة الخدمة:** يعمل كل بنك على تقديم منتجاته في أبهى تشكيلة، أي أن تكون كل خدمة متميزة عن الأخرى وفئة العملاء ذوي خصائص ورغبات معينة، وهذا ما يتطلب من موظفي البنك بذل مجهود في سبيل التصدي لهذه المميزات والرغبات ومحاولة الاستجابة لها وتحقيقها للعميل في الوقت والمكان الملائمين وبالسعر المناسب والجهود المطلوبة<sup>2</sup>؛

**التطوير المستمر :** إن الاستمرار في مواجهة المنافسة لن يأتي إلا بتقديم خدمات جديدة أو التطوير المستمر لما يقدم حاليا، كما أن ارتباط الموظف بالزبائن يتطلب منه دائما الارتباط بالتقدم في مفاهيمهم وتسهيل عملية الإشباع بالنسبة لهم، وبما يضمن الولاء من طرف الزبائن لاسم البنك وخدماته وللحصول على زبائن جدد مرتبط أكثر بخدمات جديدة، إذ أن على موظف البنك أن يغير مفاهيمه باستمرار للحصول على زبائن جدد ذوي الأفكار المختلفة والمتحددة، وبالتالي يجب التأكد من<sup>3</sup>:

- تقديم خدمات جديدة ومتطورة للأسواق الحالية.

<sup>1</sup> العايشي مريم، أعماد صفية، "جودة الخدمات البنكية و تأثيرها على المنافسة بين البنوك" مرجع سبق ذكره، ص 10.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 11.

<sup>3</sup> عبدات سليمة، تسويق الخدمات البنكية و أثره على رضا الزبون، مرجع سبق ذكره، ص 30.

- تحسين جودة الأداء أو التقليل من التكلفة.

خلق علاقات طويلة الأجل : حيث كلما نجحت البنوك في صياغة خدمات بنكية ملائمة لرغبات المتعاملين رخيصة التكلفة كلما ضمنت ولاء وعلاقة طويلة الأجل، مع طبقات مختلفة من المتعاملين .وعليه فإنه لا بد من إيجاد علاقات مع العملاء ووضع سياسات تسويقية معهم على أساس أن يتم اتساع حاجاتهم في المراحل الأولى، من حياتهم العملية، أو في بدء نشاط أعمالهم، مثلاً إعطائهم حسابات جارية بلا أي تكلفة.

عنصر الثقة في البنك: حيث أن التقلبات في إحدى العمليات المالية إما ربح أو خسارة، ففي حالة الخسارة قد يولد تخوفاً لدى الزبائن وتحولهم إلى بنوك أخرى توفر لهم الأمان، نظراً إلى العجز في توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية لدى البنك نتيجة تخوف الزبائن. إضافة إلى ذلك فإن عدم قدرة البنك على تحقيق الإيرادات والأرباح المناسبة، قد يؤدي إلى اهتزاز صورة البنك ونقص الثقة لدى الزبائن الذين يتعاملون معهم<sup>1</sup>؛

### المطلب الثالث: أنواع الخدمات البنكية

ان اختلاف حجم البنوك و طبيعة عملها، اقتضى تقديم خدمات بنكية معينة إلى السوق المصرفية، وفقاً لإمكاناتها و قدرتها لتلبية حاجات و رغبات العملاء الحاليين، مما أدى إلى إنتاج أنواع متعددة من تلك الخدمات أهمها:<sup>2</sup>

#### ✚ الخدمات الموجهة لقطاع الافراد: و المتمثلة في:

تحويلات: و تتضمن:

- شيكات عند الطلب وتحويلات سريعة بالتلخيص لمختلف العملات .
- شيكات سياحية بكل العملات (الدولار الأمريكي، الأورو).

<sup>1</sup>العايشي مريم، أعماد صفية، "جودة الخدمات البنكية و تأثيرها على المنافسة بين البنوك" مرجع سبق ذكره، ص 12.

<sup>2</sup>عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، مرجع سبق ذكره ، ص 95.

- بيع وشراء العملات الأجنبية نقدا .
- شراء وتحصيل الشيكات بالعملية الصعبة (الأجنبية) .
- تقبل الحوالات الواردة باسم الزبون من البنوك المرسله من الخارج.

#### خدمات البطاقات: و تتضمن:

- بطاقة الفيزا أي ائتمان تنقل في كافة أنحاء العالم.
- بطاقة البنك الآلي لأي سحب نقدي فوري، والاستفسار عن الرصيد ولطلب كشف الحساب ودفتر الشيكات جديد، وتمويل المبالغ... الخ .
- بطاقة البنك الآلي المميز التي تشمل الخدمات السابقة، بطاقة الفيزا أو البنك الآلي الفوري.
- الودائع بالعملية المحلية أو الأجنبية.
- القروض الشخصية: متوفر للزبائن أصحاب الوظائف الثابتة، وبفوائد منخفضة.

#### الحسابات: و تتضمن:

- الحسابات الجارية بالعملات الأجنبية أو المحلية.
- حسابات التوفير بالعملات الأجنبية أو المحلية .
- حسابات تحت الطلب بالعملات الأجنبية أو المحلية.
- الخدمات المقدمة للتجار والشركات: و تتمثل في:

**الاعتماد المستندي :** وهو تعهد خطي صادر عن البنك، للبائع (المستفيد) لإجراء الدفع لغاية المبلغ المتفق عليه وذلك مقابل تقديم المستندات والشروط المنصوص عليها في كتاب الاعتماد .

**التحصيل المستندي :** وهو طلب البائع إلى البنك القيام بتسليم مستندات للمشتري عند القبول أو الدفع، بفضل التحصيل المستندي يحقق الشحن للمشتري اختيار الدفع عند وصول المستندات أو البضاعة، بموجب الاتفاق مع البائع.

**خطابات الضمان :** هو تعهد خطي صادر عن البنك للمستفيد، ضمانا دفع مبالغ محددة عند المطالبة بها خلال فترة صلاحية الكفالة المتعلقة بإنجاز شيء معين.

## المبحث الثاني: مدخل عام لجودة الخدمات البنكية:

اهتمت المؤسسات البنكية بجودة خدماتها وجعلته أولى الاهتمامات باعتبارها سلاحا تنافسيا هاما لمواجهة المنافسة التي تزداد حدتها يوما بعد يوم في ظل التغيرات التي تحدث في عالمنا اليوم، حيث تمثل المفتاح الذي يمكن المصرف من تحقيق التفوق على المصارف المنافسة.

## المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات البنكية

**الجودة:** هي اقتباس من الكلمة اللاتينية Quality ويقصد بها ماهية الشخص أو السلعة ودرجة صالحيتها، وتعني أيضا الدقة أو الإتقان أو إحسان العمل والإخلاص في صنعه، كما تعني جمالية السلعة والخدمة المقدمة ومدى تلبيتها لحاجات المستهلكين وتوافقها مع المعايير والمتطلبات المعتمدة<sup>1</sup>.

كما تعرف الجودة على أنها المطابقة مع المتطلبات، حيث تنشأ من الأنشطة الوقائية أي الاهتمام بالوقاية من الأخطاء قبل وقوعها، كما أن درجة تحقيق الجودة يمكن قياسها من خلال تكاليف عدم المطابقة، حيث كلما انخفضت هذه التكاليف كلما زادت درجة الجودة والعكس صحيح.

كما عرفت بأنها: الالتزام بالمواصفات والمتطلبات المتفق عليها مع العميل.

وبالتالي عرف طارق طه الجودة المصرفية بأنها قدرة المصرف على توفير مستوى أداء الخدمة المصرفية بما يحقق اشباعا ما للعميل<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>شاكر بن أحمد الصالح، خالد محمد الصريمي، الجودة الشاملة نشأتها وتطورها وأساليبها، ط1، دار الفكر، عمان، 2015، ص 76.

<sup>2</sup>طارق طه، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية، دار الكتب، الإسكندرية، 2000، ص 162.

يعرف **PAYNE** أن جودة الخدمات البنكية: ينظر إليها من وجهة نظر داخلية، وأخرى خارجية، إذ تقوم وجهة النظر الأولى على أساس الالتزام بالمواصفات التي تم تصميم الخدمة المصرفية على أساسها، وهي تعبر عن وجهة نظر الإدارة، فيما تركز وجهة النظر الثانية على جودة الخدمة المصرفية المدركة من قبل الزبائن<sup>1</sup>.

نستنتج من خلال التعاريف السابقة أن جودة الخدمة المصرفية تتمثل في المقدرة أو الإمكانيات التي يمتلكها البنك لتقديم الخدمات المتوقعة من طرف الزبون، وتكون ذات جودة عالية بهدف تحقق الرضا واشباع الحاجات لدى الزبائن.

### المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمات البنكية

تزايدت أهمية جودة الخدمة البنكية المقدمة للعملاء كأساس لتحقيق التميز في مواجهة المنافسين في البنوك، وأصبح مستوى جودة أداء الخدمات المصرفية أحد الأسلحة التنافسية القوية في تأمين الاستمرار والنمو للبنوك للأسباب التالية:

**تحقيق الربح:** إن توفير خدمات مصرفية ترضي العملاء من شأنها أن تزيد من ربحية البنك وذلك من خلال تخفيض تكاليف الخطأ، كما أن الربح يتحقق من خلال الاحتفاظ بالعميل الذي يساعد على جذب عمال، وأن ترسيخ صورة البنك لدى العملاء من شأنه أن يحقق زيادة حجم الودائع؛<sup>2</sup>

**فهم العملاء بشكل كبير:** حيث أن معاملة العملاء بصورة حسنة وخدمتهم تقتضي فهم وإدراك رغباتهم والعمل على تحقيقها.<sup>3</sup>

تكمن أهمية الجودة في تزايد وتطور مجال الخدمة وهو ما يؤدي إلى الزيادة في تعداد المؤسسات المقدمة للخدمات.

<sup>1</sup> العايشي مريم، أعماد صافية، "جودة الخدمات البنكية وتأثيرها على المنافسة بين البنوك" مرجع سبق ذكره ، ص 16.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 16.

<sup>3</sup> وليد بوترة، تأثير أبعاد الصورة الذهنية للبنوك التجارية الجزائرية على ولاء العملاء، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة 08 ماي 1954، 2024-2025، ص 22

الحصول على ولاء العملاء: ويظهر ذلك من خلال إصراره على التعامل مع نفس البنك؛

تخفيض التكاليف التسويقية: تعمل الخدمات ذات الجودة العالية على تخفيض التكاليف التسويقية، حيث تعتبر تكلفة الحصول على زبون جديد عكس أضعاف على ما ينفقه للحصول على زبائن جدد وبالتالي فإن الزبائن الذين يستلمون خدمات بنكية ذات جودة عالية يعملون كمسوقين للبنك عن طريق إخبار تجاربهم للبيئة المحيطة بهم كما أنهم يستمرون بطلب الخدمات من البنك نفسه<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: مستويات و مؤشرات جودة الخدمات البنكية

#### أولاً: مستويات جودة الخدمة البنكية

يمكن التمييز بين خمسة مستويات لجودة الخدمة المصرفية<sup>2</sup>:

الجودة المتوقعة من قبل العملاء: وتتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوب وجودها.

الجودة المتوقعة: وتمثل توقعات العميل لمستوى جودة الخدمة، وتعتمد على احتياجات العميل وخبراته وتجاربه السابقة وثقافته واتصاله بالآخرين؛

الجودة المدركة من قبل الإدارة: وتمثل مدى إدراك البنك للاحتياجات وتوقعات عملائه وتقديم الخدمة المصرفية بالموصفات التي أدركها لتكون في المستوى الذي يرضي العميل ؛

الجودة المرجوة للعملاء: إن مدى الرضا والقبول التي يمكن أن يحصل عليها المصرف من عملائه عن تلقيهم تلك الخدمات؛

<sup>1</sup> طرفاوي الشيخ، رابة امينة، " دور الشمول المالي في تحسين جودة الخدمة البنكية"، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021-2022، ص 42.

<sup>2</sup> خليفي بشرى، أثر جودة الخدمة المصرفية على رضا الزبائن، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي الطور الثاني، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة، 2019-2020، ص 06.

الجودة الفعلية: التي تؤدي بها الخدمة والتي تعبر عن مدى التوافق والقدرة على استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل جيد يرضي العملاء، أي بعبارة أخرى كيف يرفع موظفو المصرف من مستوى توقع العملاء للحصول على الخدمة المصرفية.

### ثانيا: متطلبات جودة الخدمة البنكية

لتحقيق الجودة في تقديم الخدمات يجب إتباع الخطوات التالية<sup>1</sup>:

**جذب الانتباه واثارة الاهتمام بالزبائن:** إن جذب انتباه العملاء و اظهار الاهتمام بهم من خلال المواقف الإيجابية التي يديها مقدم الخدمة، فالاستعداد النفسي والذهني لملاقاة العملاء وحسن المظهر، والابتسامة الجذابة والسلوك الإيجابي الفعال والثقة بالنفس... إلخ تعتبر كلها بمثابة مشير يؤدي إلى إيقاظ الرغبة لدى العملاء من أجل الحصول على الخدمة التي يريدونها إلى جانب ذلك فإنها تعزز الولاء الدائم للزبائن من أجل الحصول على الخدمة وتكرار الحصول عليها باستمرار .

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

**-إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه:** إن عملية إقناع الزبون باقتناء تلك الخدمة ليست بالأمر السهل وإنما تتطلب من مقدم الخدمة العديد من الجهود السلوكية القادرة على خلق القناعة لدى الزبون عند تقديم الخدمات وكذلك معالجة الاعتراضات التي يبدؤها الزبون عند الشراء فوجب على مقدم الخدمة أن يلتزم بالقاعدة الذهنية في فن

<sup>1</sup>بلال أحلام، بودلال فاطمة الزهراء، تقييم جودة الخدمات البنكية باستعمال أدوات النزكاء الاصطناعي، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشنت، 2021-2022، ص 22-23.

التعامل مع الزبون وهي (أن الزبون دائما على حق) بحيث يجب أن يكون مقدم الخدمة دبلوماسيا في الرد على الزبون وال يعمل على تأكيد خطأ.


التأكد من استمرارية الزبائن بالتعامل مع المؤسسة: إن عملية التأكد من استمرارية التعامل مع المؤسسة وخلق الولاء لدى الزبون يأتي من خلال بعض الخدمات البيعية والتسويقية التي تشكل ضمانا لولاء الزبون للمنظمة كالاتمام بشكاوى الزبون وملاحظاتهم، بحيث يجب على مقدمي الخدمات أن يكونوا على درجة عالية من الصبر في استيعاب شكاوى الزبون و توفير خدمات بعد البيع بعد إتمام عملية البيع و التعاقد فعلى مقدمي الخدمات أن يتابعوا باستمرار تقديم قطع الغيار فتقديم هذه الخدمات بكفاءة عالية يساعد على استمرار الزبون في التعامل مع المؤسسة.

المبحث الثالث: نماذج قياس جودة الخدمات البنكية وتأثيرها على الأداء المالي للبنوك

المطلب الأول: علاقة جودة الخدمات البنكية بالأداء المالي للبنوك و رضا الزبون.

إن عملية التطوير والتحسين المستمر في عملية تقييم علاقة الزبائن تكمن في جودة الخدمة البنكية المقدمة من قبل البنك من الارتقاء إلى المستوى المناسب والمرغوب، وكذلك لكسب رضا الزبائن وتمكين البنك من المحافظة على مكانته في السوق واكتساب ميزة تنافسية من خلال جودة خدماته البنكية في خدمة الزبائن بناء على إدارة عالية في العلاقة مع الزبون.

أولاً: رضا الزبون :

تعريف رضا الزبون: 

يعرفه : **Kotler and Killer** بأنه " شعور الشخص بالسعادة أو الخيبة الناتجة عن مقارنة الأداء المدرك للمنتج أو الخدمة مع توقعاته، فإذا كان الأداء أقل من التوقعات فإن الزبون غير راض إذا زادت عن التوقعات فإن الزبون راض جداً أو إذا كان الأداء يوافق التوقعات فإن الزبون راض مبهج"<sup>1</sup>.

نستخلص من هذا التعريف أن الزبون يقوم بعملية تقييم أداء المنتج أو الخدمة ومقارنتها بالقيمة المتوقعة والتي يتم على أساسها الاختيار أو الشراء من بين البدائل، فيتولد لدى الزبون شعور معين سواء بالرضا أو شعور بعدم الرضا.

<sup>1</sup>رهام زين الدين، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية، جامعة النجاح الوطنية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، 2016.ص 65.

- أهمية رضا الزبون: يعد رضا الزبون أهم الأولويات التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها كونه يعد أحد الضمانات الأساسية لبقائها، والتعرف على حاجات الزبائن وتحقيق رضاهم يمكن المؤسسات من الحصول على مركز تنافسي قوي ويظهر هذا الاهتمام بالدراسات الخاصة بالزبون، ويمكن إبراز أهمية رضا الزبائن في النقاط التالية<sup>1</sup>:
- تمكين المؤسسة الخدمية من البقاء والاستمرار في السوق وتحقيق الربحية عن طريق كسب رضا الزبائن؛
  - رضا الزبائن عن خدمات البنك يعزز من قرار العودة للتعامل مع البنك وبالتالي تكرار الشراء مما يخلق ولاء لدى الزبون لخدمات البنك؛

### ثانيا: العلاقة بين الخدمة البنكية و رضا الزبون

أن العلاقة "الرضا تؤدي إلى جودة الخدمة" خاطئة هو " أن الجودة الخدمة البنكية تؤدي إلى الرضا " و الدليل على ذلك فإن البنك بمقابلة احتياجات الزبائن تتضمن رضاهم لذلك أصبح رضا الزبائن هدفا رئيسيا من أهداف جودة الخدمة البنكية على اعتبار أن جودة الخدمة تهدف بالارتقاء بمستوى الخدمة تحقيق رضا الزبائن، لذلك أصبح البنك الناجح هو الذي يأخذ بآراء زبائنه في خدماته المقدمة لهم، حتى أن العديد من البنوك شاركت زبائنها في تصميم خدماتها وفي تطويرها في عمليات تقييم المستمر لها، وذلك من خلال تحديد إجراءات واضحة لشكاوي الزبائن واقتراحاتهم والتعامل معهم وبذل جهد ممكن لتوفير الخدمات لكل زبون (تحسيسه بأنه هو الزبون الوحيد للبنك) كل هذا من أجل رضا عن جودة الخدمة البنكية المقدمة له من طرف البنك وأن الرضا يفي بالنسبة لها مقابلة احتياجات وتوقعات الزبائن سواء كانت هذه الحاجات قد تم الإفصاح عنها أم لا، فعلى الرغم من الوجود العلاقة إلا أن الباحثين يختلفون حول طبيعة العلاقة الترابطية بينهما فيما يلي إيضاحات لبعض الاختلافات في الرؤى لبعض الباحثين:

<sup>1</sup>حاتم غازي شعشاعة، مذكرة ماستر، قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء، الجامعة الإسلامية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، 2004، ص 74.

ميز **Bateson** ما بين الخدمة البنكية ورضا الزبون حيث نذكر أن جودة الخدمة هي موقف يكونه الزبون من خلال تقييمه لغرض الخدمة وأكد أن هذا الموقف يكون مبنيا على سلسلة من خبرات تقييمه سابقة، لذلك فإن جودة أقل ديناميكية قياسا إلى الرضا الذي هو ناتج النهائي الذي يجريه الزبون لعملية تبادل، وكمثال لذلك وجد الزبون عددا من البنوك في المنطقة التي تقدم خدمات ذات جودة عالية، فإن تقسيمه الشامل لجودة الخدمة التي يقدمها البنك الذي يتعامل معه سيكون مستندا على أساس ما تقدمه البنوك الأخرى من خدمات، فالزبون هنا يكون مطلعا على جودة الخدمات هذه البنوك، ولن يقبل بخدمة بنكية أقل مما تقدمه هذه البنوك بعبارة أخرى فإن المستفيد يتوقع أن يحصل من البنك الذي يتعامل معه على خدمة مساوية أو أفضل من قبل البنوك الأخرى<sup>1</sup>.

كما يؤكد كل من **Berry, Parasurman, Zethmerl** أن مفهوم رضا الزبون يختلف عن مفهوم جودة الخدمة البنكية معتبرين أن الرضا ينتج عن المقارنة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، في حين يشير جودة الخدمة إلى المقارنة بين الخدمة المرغوبة من قبل الزبون والخدمة المدركة<sup>2</sup>.

أما **Anderson** وفي محاولة منه التمييز بين رضا الزبون وجودة الخدمة البنكية استخدم مفهومين إثنين لرضا الزبون<sup>3</sup>:

- رضا الزبون المستند على التبادل تجاري محدد: فمستوى الرضا المتحقق من عملية التبادل هذه سيتحدد في ضوء مستوى توقعات الزبون السابقة مع البنك مثلا والنتائج النهائية للخدمة المالية نسبيا فإذا كانت النتائج الفعلية للخدمة تفوق ما كان متوقعا فإنه سيكون راض عن الخدمة البنكية ؛

- رضا الزبون المستند على تبادلات التراكمية: يقوم هذا المفهوم على إجمالي خبرة الشراء والحصول على الخدمة البنكية عبر فترة زمنية معينة، وهذا يعد مؤشرا مهما لتقييم الأداء دور الخدمة البنكية في كل من الحاضر والماضي

<sup>1</sup>عبدون وفاء سعدية، حمدي شريف زينة، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبون، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية 2018-2019، ص 111.

<sup>2</sup>عبدون وفاء سعدية، حمدي شريف زينة، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبون، مرجع سبق ذكره

<sup>3</sup> نفس المرجع

والمستقبل ويمكن لخبرة الزبون أن تحدد مستوى رضا الزبون، وفي ذات الوقت فإن رضا الزبون يعتمد على القيمة التي تمثل مركبا من السعر والجودة ؛

مما عرض نصل إلى نتيجة مفادها أن الرضا أكثر شمولاً من مفهوم جودة الخدمة البنكية لأنه يتضمن محددات أخرى غير الخدمة، والتي عبر عنها بمصطلح القيمة من أجل تحديد الفرق بين جودة الخدمة البنكية ورضا الزبون، فيرى بعض الباحثين في هذا المجال أنه يمكن الفصل بين جودة الخدمة البنكية ورضا الزبون على مستوى التجربة واحدة لكن في المدى الطويل أو حتى المتوسط وفي تقييم إجمالي والمسمى بالمواقف لأن مواقف الزبون اتجاه الخدمة البنكية يتغير بشكل مستمر ففي البداية يكون لديه اتجاهات مسبقة، وبعد تجربة الخدمة ومقارنة الخدمة بالأداء بالتوقعات يتم الحكم على الجودة المدركة، ومن ثم تقييم رضا الزبون عن التجربة التي تقود في النهاية إلى الإقرار بوجود اختلاف بين مفهومي جودة الخدمة البنكية والرضا التراكمي للزبون.

### ثالثاً: أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون

وفقاً لتأكيد الباحثين على أن جودة الخدمة البنكية هي "حجر الزاوية في الجهود المبذولة للوصول إلى إرضاء الزبائن وخدمتهم بمصداقية"، فجودة الخدمة البنكية هي معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة البنكية، مع توقعات الزبائن من هذه الخدمة فإن الزبائن يحكمون على جودة الخدمات البنكية من خلال مقارنة ما يريدون أو ما يتوقعون بما يحصلون عليه فعلاً وتشير الأبحاث والدراسات إلى أن توقعات الزبائن توجد على مستويين مختلفين<sup>1</sup>:

- **المستوى المرغوب**: ويتمثل في المستوى من الخدمة التي تمنى الزبون الحصول عليها فهو خليط مما يعتقد الزبون أنه من الممكن حدوثه وما ينبغي حدوثه.

**المستوى الملائم من التوقعات**: فهو يمثل ذلك المستوى من الخدمة الذي يجده الزبون مقبولاً ويتكون جزئياً من تقدير الزبون لما سيكون عليه مستوى الخدمة . ويوجد بين هذين المستويين نطاق يعرف " باسم منطقة التحمل " أو

<sup>1</sup>عائشة حفصاوي، أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسويق، جامعة أم الدواقي، 2015-2016، ص 63.

"نطاق التسامح" ويقصد به ذلك المدى من مستوى أداء الخدمات الذي يجده الزبون مرضيا، فإذا ما وجد الأداء لفعلي اقل من منطقة التحمل سيشعر بالإحباط والندم، وتنخفض درجة رضاه للخدمات التي يقدمها البنك، لتأخذ مثلا على ذلك يريد الزبون إنهاء خدمته مثلا في مدة معينة (لا تتجاوز 20 دقيقة) فهذا هو مستوى الخدمة المرغوب في الحصول عليها، لكنه ووفقا لخبرته مع البنك ووفقا للعوامل أخرى؛ مثل الزبائن الموجودين في قاعة الانتظار، فإنه يمكن أن يتحمل 40 دقيقة، وهذا يعرف بالمستوى المناسب للخدمة فإن استغرقت الخدمة الفعلية وقتا ما بين 20 إلى 40 دقيقة (منطقة التسامح)، فإن الزبون يكون راضيا، أما إذا تجاوزت 40 دقيقة سيشعر بالإحباط وعدم الرضا لأن الخدمة أخذت منه وقتا أكبر مما اعتبره الحد المناسب.

وتختلف منطقة التحمل من زبون لآخر، كما قد تختلف باختلاف المؤشر المستخدم في تقييم جودة الخدمة من قبل الزبون مثل الثقة والجوانب الملموسة، الاستجابة الموظف في إتاحة الخدمة، الاستمرارية، الكفاءة، ويمكن ضم كذلك مفهوم وقت الانتظار إلى عامل سهولة الحصول على الخدمة.

كما توصلت العديد من الدراسات التي قدمها الباحثون إلى وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمات البنكية والأداء المالي للبنوك ورضا الزبون، ولكن هذه العلاقة ليست علاقة مباشرة، فلقد اشارت العديد من هذه الدراسات إلى وجود متغير وسيط بين جودة الخدمات البنكية والأداء المالي للبنوك وهو رضا الزبون والولاء، حيث تؤثر جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون مما يؤدي إلى بقاءه واستمراره في التعامل مع البنك، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية والإيرادات ومن ثم على ربحية البنك. فتقديم البنك خدمات ذات جودة عالية من شأنه أن يرتك انطبعا إيجابيا لدى الزبون مما سيؤثر على نواياه المستقبلية في التعامل مع البنك وهو ما يدل على خلق ولاء لدى الزبون، إضافة إلى أن المحافظة على ولاء الزبون تعين أن الأنظمة سوف تزيد من المشتريين الجدد من خلال الترويج لسلعها وخدماتها التي سيتحدث عنها الزبون الموالي بإيجابية أمام الآخرين، وأن كسب أي زبون جديد يعني إضافة ربحية للبنك<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> نعيمة فرحي، مفيدة بن عثمان " تأثير جودة الخدمات المصرفية على الأداء المالي للبنوك التجارية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، المجلد 09، العدد 02، 2022، ص 05.

## المطلب الثاني: نماذج قياس وأبعاد جودة الخدمات البنكية

ازدادت الأهمية إلى الخدمات المصرفية والتي بدورها أدت إلى ضرورة وجود جودة في الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء وتطويرها وإعطائها ميزة بالغة الدقة، والتنوع في أدائها والبحث عن طرق فعالة المصرفية وناجعة في تحسين الجودة في الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء وتطويرها.

## أولاً: نماذج قياس جودة الخدمات البنكية

هناك بعض النماذج المقترحة و المقدمة من الباحثين بهدف قياس جودة الخدمة البنكية و هي كالتالي :

## نموذج الفجوة بسيرفيكوال

يسمى نموذج الفجوة بسيرفيكوال ظهر خلال الثمانينات من خلال الدراسات التي قام بها كل من الباحثين بيرى، زيثمال وبا اريو ارمون Berry and Zeithaml, Parasuraman، وذلك بغية استخدامه في تحديد وتحليل مصادر مشاكل الجودة والمساعدة في كيفية تحسينها.

إن تقييم الجودة حسب نموذج الفجوة يعني تحديد الفجوة بين توقعات العملاء لمستوى الخدمة و أدراكهم للأداء الفعلي لها، أي معرف وتحديد مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة ويمكن التعبير عنها بالعلاقة التالية<sup>1</sup>:

$$\text{الجودة} = \text{الادراكات} - \text{التوقعات}$$

ويتضمن هذا النموذج خمسة فجوات وفيما يلي شرح مختصر لهذه الفجوات:

<sup>1</sup> عائشة عتيق، جودة الخدمات الصحية في المؤسسات العمومية، الجزائر حالة، دار خالد اللحيان للنشر و التوزيع، المملكة العربية السعودية، ص 99.

**فجوة المقاييس:** وهي الفرق بين ادراك الادارة لتوقعات الزبائن وقدرة الادارة على ترجمة هذا الادراك الى معايير، وعليه فان مجرد ادراك الادارة لتوقعات الزبائن لا يكفي ولكن يجب ترجمة هذا الادراك الى معايير ومحددات تكفل تقديم الخدمة بالمستوى الذي يتوقعه الزبائن، ومن اهم مسببات هذه الفجوة نجد :

- عدم الالتزام بمفاهيم الجودة،

- اجراءات او عمليات وضع المعايير غير سليمة،

- عدم تحديد اهداف دقيقة

**فجوة الادراك:** وتتعلق بالفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المؤداة، وهذا يعني أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة المدركة وتكون محصلة لجميع الفجوات بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة أداء المؤسسة الخدمية<sup>1</sup>.

**فجوة التقديم:** وتمثل الفرق بين المعايير الموضوعية والخدمة المقدمة بالفعل، ولهذه الفجوة عدد من المسببات منها:

- عدم وضوح الأدوار،

- ضعف اداء الموظفين،

- ضعف التكنولوجيا المستخدمة،

- النظام الرقابي داخل البنك غير فعال .

<sup>1</sup> مرطاني نور الدين، أثر جودة الخدمة المصرفية على أداء البنوك التجارية، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر الأكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 - قالمة، 2020-2021، ص 15-16.

**فجوة المعرفة:** الفجوة بين توقعات الزبون وتصور الإدارة، إن الإدارة قد تفكر أنها تعرف ما يتوقع الزبائن وتشعر في تقديم ذلك في حين أن الزبائن يتوقعون شيئاً مختلفاً تماماً، وهذا راجع إلى نقص في بحوث التسويق أو ان عمليات الاتصال الخارجي التي تجربها الإدارة غير مناسبة.

**فجوة الاتصالات الداخلية:** وتتمثل في فجوة من الخدمة المروجة والخدمة المقدمة، أي أن الوعود المعطاة من خلال الأنشطة الترويجية لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة وذلك لوجود ضعف في التنسيق بين العمليات والتسويق الخارجي للمؤسسة الخدمية.

### أسلوب أداء الخدمة 1992. Taylor and cronin:

في ضوء الانتقادات التي وجهت للأسلوب الأول تبني هذان الباحثان الأسلوب الثاني في قياس جودة الخدمة، إذ يرفض الأسلوب الثاني في قياس جودة الخدمة فكرة الفجوة بين ادراكات العملاء وتوقعاتهم، وقد اطلق على هذا الأسلوب في قياس جودة الخدمة مقياس الأداء الفعلي Servperf ويمكن التعبير عن جودة الخدمة رياضياً وفقاً لهذا المقياس على النحو التالي:

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

ولم يختلف هذا الأسلوب عن سابقه في الأبعاد المستخدمة في قياس مظاهر جودة الخدمة خاصة بالجوانب الملموسة، والاعتمادية، والأمان، واللباقة. ويلاحظ أن مقياس Servperf لجودة الخدمة يعتمد على قياس الجودة بعدها شكلاً من أشكال الاتجاهات نحو الأداء الفعلي للخدمة، ويتميز من وجهة نظر مؤيديه بالبساطة وسهولة الاستخدام، وبزيادة درجة مصداقيته وواقعيته، لأنه يستبعد عمليات الطرح بين توقعات العميل وادراكاته لمستوى الخدمة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>مرطاني نور الدين، أثر جودة الخدمة المصرفية على أداء البنوك التجارية، مرجع سابق، ص 18.

مقياس عدد الشكاوي: يمثل عدد الشكاوي التي يتقدم بها العملاء خلال فترة زمنية معينة مقياسا هاما يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى أو يقدم لهم من خدمات لا يتناسب مع إدراكهم لها والمستوى الذي يريدون الحصول عليه. وهذا المقياس يمكن المنظمات الخدمية من اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنبها حدوث المشاكل وتحسين مستوى جودة ما تقدمه من خدمات لعملائها. إلا أن هذه الطريقة تواجه مجموعة من الانتقادات، من أهمها<sup>1</sup>:

✓ هذه الطريقة لا تظهر الأسباب الحقيقية وراء الشكوى كما أنها لا تفرق بين أهمية الشكاوي المختلفة للعملاء ولا أهميتها لأداء المنظمة الخدمية في السوق.

✓ في كثير من الأحيان اظهرت التجارب أنه حتى ولم يحصل العميل على الرضا المطلوب من الخدمة فإن عددا قليلا منهم فقط سوف يتقدمون بشكوى بينما تتردد الأغلبية في تقديم الشكوى.

مقياس الرضا: ويعتبر من أكثر الطرق استخداما لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة وذلك باستخدام مقياس ليكرت من خمسة نقاط لقياس درجة أهمية عناصر الخدمة من وجهة نظر العملاء، وغالبا ما يتم توجيه الأسئلة التي تقيس الأهمية بعد حصول العملاء على الخدمة وذلك من خلال قائمة استبيان، بطاقات تدوين الملاحظات أو المقابلات الشخصية<sup>2</sup>؛

وتتميز هذه الطريقة في كونها تمد المؤسسة الخدمية بمعلومات هامة تتعلق بشعور العملاء نحو الخدمة المقدمة وجوانب القوة والضعف بها، وبشكل يمكن المؤسسة الخدمية من تبني الاستراتيجيات التسويقية التي تتلاءم مع احتياجات السوق، كما أن فهم اتجاهات العملاء نحو الخدمة سوف يمد المؤسسة الخدمية بمعلومات تساعد في تحسين جهودها لمقابلة احتياجاتهم بشكل أفضل<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> سمية بن خدومة، قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء، مذكرة لاستكمال شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2012-2013، ص 05.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص 05

<sup>3</sup> مرطاني نور الدين، "أثر جودة الخدمة المصرفية على أداء البنوك التجارية"، مرجع سبق ذكره ص 19.

ثانيا: أبعاد جودة الخدمات البنكية: يعتبر التصنيف الذي قدمه prasuruman من أهم الإسهامات فيما يتعلق بجودة الخدمات والأبعاد المحددة لها، ويرى أن أبعاد الجودة متمثلة في<sup>1</sup> :

**الاعتمادية:** تعبر عن درجة ثقة العميل بالبنك، وعن مدى قدرة البنك على الوفاء بالوعود المقدمة من قبله، ويعد هذا البعد الأكثر أهمية للعميل كونه يعكس مستوى الخدمة عموما، فالعميل يأمل من البنك بأن يقدم له خدمة دقيقة، من حيث الوقت والسرعة في إنجازها تماما مثلما وعد، وأن يعتمد على البنك في هذا المجال بالذات فقد يتساءل العميل: هل لي أن أطمئن بأن أموالى المودعة ستكون بأيدي أمينة وأن أتمكن من سحبها في الوقت المحدد؟. وقد نجد عميلا يسأل مدير البنك: إنني أرغب بتحويل مبلغ من المال إلى المستفيد غدا مساء بالتأكيد، فهل يمكن تحقيق ذلك؟. ومن أهم مظاهره:

✓ دقة الحسابات والملفات وعدم حدوث أخطاء.

✓ تقديم الخدمة بشكل صحيح.

✓ تقديم الخدمة في المواعيد المعلن عنها.

### الوصول للخدمة:

وهي تعني مدى توافق الخدمة من حيث الزمان والمكان اللذين يرغب فيهما العميل وبأن يحصل عليها دون انتظارها، وهنا نركز على الوقت المستغرق من قبل العميل في البنك من أجل الحصول على الخدمة، وكذلك ملائمة موقع البنك، وملائمة ساعات العمل، وتوفير العدد الكافي من منافذ الخدمة البنكية التي تكون قادرة على تلبية الطلب.

وهنا يمكن تحديد هذا البعد من خلال الإجابة على الأسئلة التالية:

<sup>1</sup> إبراهيم كثير، حمزة عسال، "دور جودة الخدمات البنكية في تحسين الميزة التنافسية للبنوك"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2011-2012، ص 26.

✓ كم من الوقت الذي يستغرقه العميل للحصول على الخدمة؟.

✓ هل يتوفر البنك على مراكز خدمة كافية؟.

**المصدقية:** يتمثل هذا البعد في قدرة البنك على تقديم الخدمة بعناية فائقة، وأن يلتزم بوعوده وأن يتعامل مع طلبات العميل بسرية تامة. كل هذه العوامل تؤثر بدرجة كبيرة على سمعة البنك، والتي تعتبر من أساسيات العمل البنكي، فمن خلال استخدام السمعة الجيدة للبنك يمكن تقوية الثقة بين الطرفين.

**التسهيلات المادية:** ويعكس المنظر العام لمباني البنك والمعدات ومظهر العاملين، ويجب أن تكون على جودة عالية من الجمال والأداء، وجودة أدوات الاتصال مثل: توفر التكنولوجيا، البنك التليفوني وبطاقة الشراء الفوري، بالإضافة إلى توفر المطبوعات والكتيبات التي يستفيد منها العميل في الحصول على المعلومات اللازمة لاتخاذ القرارات المالية.

وعليه فالبنك الذي لا يمتلك صرافاً ألياً أو معدات التدقيق وحساب النقد، أو لا يمتلك أبسط مستلزمات الراحة للعاملين والعملاء كأجهزة التكييف أو الإضاءة أو المقاعد... إلخ يكون عرضة لتلقي شكاياتهم بشكل سلبي من قبل العميل.

**الاستجابة:** وهي القدرة على تلبية احتياجات الجديدة أو الطارئة للزبائن من خلال المرونة في إجراءات ووسائل تقديم الخدمة، فمثلاً: ما هو مدى استعداد ورغبة المنظمة في تقديم المساعدة للزبون، أو حل مشاكله المحددة؟ ، هل الإدارة مثلاً قادرة ومستعدة وراغبة في لقاء زبون لديه مشكلة عاجلة تتطلب مساعدتها وتدخّلها لتذليل هذه المشكلة؟.

**الجدارة:** وتعكس مستوى الجدارة التي يتمتع به القائمون على تقديم الخدمة، من حيث المهارات والقدرات التحليلية والاستنتاجية، والمعارف التي تمكنهم من أداء مهامهم بشكل أمثل، وفي حالة التعامل مع مقدم خدمة ما

لأول مرة، فإن المستفيد غالباً ما يلجأ إلى معايير مثل: الكفاءات العملية أو عضوية جمعيات معينة لتقييم جودة مقدم الخدمة وجودة خدماته.

**الاتصال:** أي وجود قنوات اتصال واضحة وإجراءات لنقل المعلومات من الزبائن إلى الإدارة حول الاقتراحات أو الاعتراضات المقدمة، لإجراء التعديلات المطلوبة، وإبلاغ الزبائن عن أساليب الإخفاق والتغير في الخدمة للمستفيد.

**درجة فهم مقدم الخدمة للمستفيد:** وتعكس الجهد المبذول للتعرف على احتياجات الزبون، وملائمة الخدمة في ضوء تلك المعرفة، كما يتضمن هذا الجانب توفر الاهتمام الشخصي بالزبون وسهولة التعرف عليه، مثال: كم من الوقت والجهد يحتاج مقدم الخدمة لكي يفهم الزبون؟. هل يفهم مقدم الخدمة المتطلبات الخاصة للزبون؟.

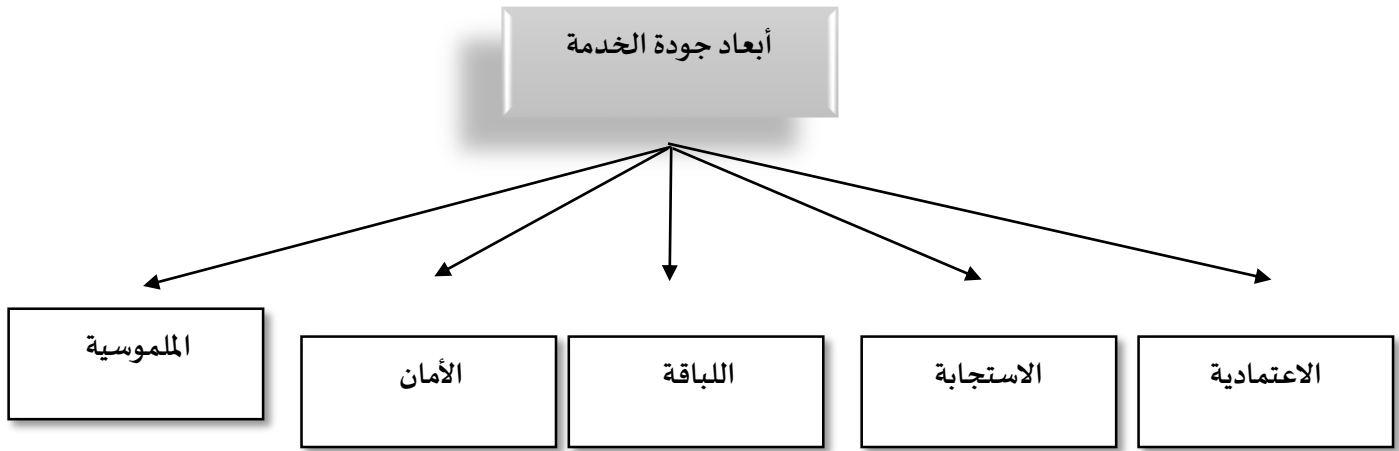
**الأمان:** يعكس ذلك خلو المعاملات مع البنك من الشك والخطورة، ويتضمن الأمان المادي والمالي وسرية المعاملات<sup>1</sup>.

**اللباقة:** وتعني أن يكون مقدم الخدمة على قدر من الاحترام والأدب، وأن يتسم بالمعاملة الودية مع العملاء ومن ثم فإن هذا الجانب يشير إلى الصداقة والاحترام والود بين مقدم الخدمة والعميل.

وقد قامت الدراسات المتلاحقة بتلخيص هذه الأبعاد العشرة في خمسة فقط، أطلق عليها نموذج جودة الخدمة، وتشمل: النواحي المادية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان واللباقة. والشكل رقم التالي: يوضح هذه الأبعاد لجودة الخدمة.

<sup>1</sup>مرطاني نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 12.

الشكل رقم ( 01 ) : أبعاد جودة الخدمة



المصدر: تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2005، ص: 333.

### المطلب الثالث: طرق واستراتيجيات تحسين جودة الخدمات البنكية

توجد العديد من الطرق لتحسين جودة الخدمة المصرفية والتي يتم التطرق إليها على النحو التالي:

#### مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية<sup>1</sup>:

و تتمثل في أهم محاورها:

زيادة الانفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، باعتباره أهم الأسلحة التي تحرص البنوك على اقتناءها

للمصمود في ميدان المنافسة وتقديم خدمات بنكية متطورة.

<sup>1</sup> حيدش فاطمة، دور جودة الخدمات المصرفية في تحسين تنافسية البنوك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017-2018، ص 13-14.

الإسراع في تنفيذ شبكات الاتصال بين المركز الرئيسي لكل بنك و باقي فروعها بما يضمن سرعة تداول البيانات الخاصة بالعملاء و اجراء التسويات اللازمة عليها، بالإضافة الى ارتباط بالشبكات الالكترونية الخاصة بالبنوك و المؤسسات المالية الأخرى.

### الاستخدام المستمر للدراسات والبحوث :

تحرص العديد من المؤسسات الخدمية على تطوير وتحسين مستوى جودة خدماتها إلا أنها تفشل في تحقيق ذلك، لأنها لا تمتلك فهماً واضحاً عما يتوقعه العميل منها. من هنا يأتي استخدام البحوث كوسيلة لتجميع المعلومات وتحقيق الفهم عن توقعات العملاء للخدمة وتقييماتهم للأداء الفعلي لها<sup>1</sup>؛

إن التعرف على دور الخدمة وأبعادها، والتعرف على توقعات العملاء وادراكاتهم للخدمة و مشكلات التعامل فيها، يمثل جوهر أي برنامج فعال لتحسين جودة الخدمة. كذلك فإن قرارات وضع معايير الخدمة لمعاملين وتدريبهم وقياس أدائهم وتحفيزهم يتوقف على نتائج هذه الأبحاث؛

### العمل على استقطاب وتوظيف أفضل الكفاءات<sup>2</sup>:

إن وضع معايير وبرامج لتحسين جودة الخدمة تعتبر غير ذات قيمة ما لم يتوافر لدى البنك قاعدة من الأفراد الذين يتمتعون بالاتجاه الإيجابي والمقدرة على تحقيق تلك المعايير. وتشير نتائج الدراسات إلى أن نحو ثلث مشكلات الجودة تنحصر في ضعف مهارات مقدمي الخدمة أو افتقارهم للرغبة في العمل وتدني نظريتهم للعميل. ويزيد من

<sup>1</sup> - العربي نعيمة، دزاير حنان، "جودة الخدمات المصرفية كآلية لتنفيذ الميزة التنافسية في البنوك التجارية دراسة حالة بنك CPA أ BADR"، مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة أكمي محند ولحاج، البويرة- الجزائر، 2015. ص 25.

<sup>2</sup> أسماء قسوم، دور جودة الخدمة المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك التجارية، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017-2018، ص 13.

خطورة هذا الجانب أنه من وجهة نظر العميل فإن مقدم الخدمة هو البنك، والبنك هو مقدم الخدمة، ولذا فإن إدارة البنك يجب أن تكون حريصة على انتقاء وتوظيف أفضل العناصر التي سوف تقوم بالعرض الفعلي لخدمات البنك؛

### الاهتمام ببرامج التسويق الداخلي<sup>1</sup>:

إن مجرد الحصول على أفضل العاملين قد لا يمكن البنك من تحقيق الأداء المتميز، ولكن يجب أن يتوافر لدى هؤلاء العاملين الرغبة والاتجاه الإيجابي نحو تحسين جودة الخدمة؛

والتسويق الداخلي هو مفهوم حديث بمقتضاه يتم النظر إلى العاملين على أنهم عملاء داخليين ووظائفهم على أنها منتجات داخلية وان إدارة البنك يجب أن تبذل جهود معينة لبيع تلك الوظائف للعاملين، واقتناعهم بيها كشرط مسبق لتحقيق النجاح في تعاملهم مع العملاء الخارجيين.

يعني ذلك أن العاملين يجب النظر إليهم كسوق أول من وجهة نظر البنك، وأن الهدف النهائي للتسويق الداخلي يتمثل في تحفيز مقدم الخدمة وزيادة إدراكاته بأهمية العميل وتحقيق العناية به؛

### سرعة التصدي لمشكلات العملاء:

يؤثر أسلوب التعامل مع الشكوى على احتمالات إعادة الشراء، و بصفة عامة كلما زاد التعامل الفعال مع الشكوى كلما زاد الرضا العميل والعكس صحيح.

تنمية ثقافة تنظيمية تدعم الجودة: يتطلب تحقيق التمييز في الخدمة أن تصبح الجودة شعار يؤمن به جميع العاملين بالبنك ويسعون على التطبيق عملي له، بمعنى أن تصبح الجودة قيمة تنظيمية يتولد عنها الإشباع كالرضا بل كالتحفيز لدى العاملين<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> العايشي مريم، أعماد صفية، " جودة الخدمات البنكية و تأثيرها على المنافسة بين البنوك، مرجع سبق ذكره، ص 24.

<sup>2</sup> أسماء قسوم، مرجع سبق ذكره، ص 14.

## خلاصة الفصل:

تعد الخدمة البنكية أسلوبا فعالا تنافسيا تستعمله البنوك كوسيلة لتمييز خدماتها عن منافسيها ومدخل من مداخل تحسين القدرة التنافسية للبنوك و تعزيز المركز المالي لها ،حيث إن تطبيق النظم الحديثة لتقديم الخدمة البنكية لا يكفي بل يجب توفير مجموعة من الخصائص التي تساهم في تمييز خدمات البنوك عن بعضها، و تتمثل هذه الخصائص في تطبيق الجودة على هذه النظم حيث أن التمييز فيها مرهون بمستوى جودة الخدمة البنكية المقدمة.



الفصل الثاني:

الدراسات السابقة

## تمهيد:

يهدف هذا المبحث إلى استعراض أهم الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث، مع التركيز على مناهجها وأهدافها ونتائجها، إضافة إلى بيان أوجه الاتفاق والاختلاف بينها، ومدى استفادة الدراسة الحالية منها. كما يُبرز هذا المبحث موقع الدراسة ضمن السياق العلمي العام، ويُساعد على تبرير الحاجة إليها وتوضيح إسهامها في تطوير المعرفة في المجال المعني.

## المبحث الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية

1 دراسة العابد برينيس شريفة ( 2024 ) بعنوان دور جودة الخدمات البنكية في تحسين الصورة الذهنية لدى العملاء، دراسة ميدانية بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة الطارف<sup>1</sup>.

تهدف الدراسة إلى إبراز دور جودة الخدمات البنكية في تحسين الصورة الذهنية لدى عملاء بنك القرض الشعب الجزائري بوكالة الطارف، ولتحقيق ذلك تم إعداد نموذج يتضمن متغير مستقل يتمثل في جودة الخدمات البنكية بأبعادها الخمسة ( الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف والأمان) ومتغير تابع يتمثل في الصورة الذهنية لدى العملاء، كما تم تصميم استبيان تم توزيعه على عينة مكونة من 50 عميلا من مجتمع الدراسة، والاختبار الفرضيات تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والأساليب الإحصائية الملائمة. توصلت الدراسة إلى هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات البنكية في تحسين الصورة الذهنية لدى عملاء بنك القرض الشعب الجزائري بوكالة الطارف، وعليه توصي الدراسة بضرورة إعداد استراتيجيات التحسين والتطوير المستمرين لجودة الخدمات البنكية مما يدعم الصورة الإيجابية لدى العملاء.

2 دراسة شعبان فراح ( 2018 ) بعنوان جودة الخدمات البنكية بين تدقيق فعالية الأداء و تعزيز القدرات التنافسية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة سيدي بلعباس<sup>2</sup>

تهدف هذه الدراسة المتعلقة بجودة الخدمات البنكية بين تحقيق فعالية الأداء و تعزيز القدرات التنافسية إلى توضيح مدى مساهمة تطبيق جودة الخدمات البنكية تنافسية من جهة أخرى ، حيث تمّ في تحقيق فعالية الأداء و زيادة القدرات الت استعمال حليل الإحصائي للبيانات الت عن طريق نموذج المعادلات الهيكلية (SEM) قصد دراسة مختلف العلاقات بين المتغيرات المعتمدة . لقد تعرضنا إلى دراسة العلاقة المحتملة بين جودة الخدمة البنكية و فعالية أداء البنك عن طريق مؤشر الرضا لدى العميل من خلال قياس الجودة البنكية عن طريق المعايير التالية : الملموسة،

<sup>1</sup> برينيس شريفة، عبيدات سارة دور جودة الخدمات البنكية في تحسين الصورة الذهنية لدى العملاء، دراسة ميدانية بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة الطارف، مجلة دراسات السابقة، المجلد 24، العدد 02، 2024، ص 116.

<sup>2</sup> شعبان فراح، جودة الخدمات البنكية بين تدقيق فعالية الأداء و تعزيز القدرات التنافسية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة سيدي بلعباس، مجلة الابتكار التسويقي، المجلد 05، العدد 01، 2018، ص 141.

الاعتمادية، التعاطف، الاستجابة و الأمان، كما تمت دراسة العلاقة المحتملة بين جودة الخدمة البنكية و زيادة القدرة التنافسية عن طريق مؤشر الولاء.

### 3 دراسة عبد الكريم حساني ( 2018) بعنوان تقييم أبعاد جودة الخدمة البنكية و أثرها على رضا الزبائن، دراسة حالة وكالة بنك BADR بأم البواقي<sup>1</sup>.

. تستهدف الدراسة الحالية استكشاف أثر أبعاد جودة الخدمة البنكية على رضا الزبائن في القطاع البنكي الجزائري استخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، ولتحقيق هدف هذه الدراسة تم استخدام عينة عشوائية تتكون من 92 مستجوبا من زبائن وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بمدينة أم البواقي، كما استخدم الباحثان أيضا مجموعة من الأساليب الإحصائية مثل تحليل الانحدار البسيط، تحليل الانحدار المتعدد المتوسطات الحسابية ومعامل ارتباط بيرسون لاختبار فرضيات الدراسة توصلت الدراسة إلى أن هناك أثرا ذو دلالة إحصائية عند  $(a < 0.05)$  لجودة الخدمة البنكية المقدمة في البنوك المختارة على رضا الزبائن  $R = 0.737$  كما استنتجت الدراسة أيضا أن جميع أبعاد جودة الخدمة البنكية ( الملموسية الاعتمادية الاستجابة الأمان والتعاطف تؤثر على رضا الزبون، وكان التعاطف والأمان هي أكثر الأبعاد تأثيرا.

اعتمادا على نتائج الدراسة قدم الباحثان مجموعة من التوصيات لمقدمي الخدمات البنكية التي من شأنها أن تعزز رضا الزبون في البنوك الجزائرية.

### 4 دراسة جيج جميلة ( 2020) بعنوان اثر جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون دراسة حالة بنك التنمية المحلية و وكالة مغنية<sup>2</sup>.

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تقييم جودة الخدمات البنكية بالاعتماد على مؤشرات الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف وذلك بالتحقق من العلاقات التي بينهم وبين رضا الزبون ثم تحليل البيانات باستخدام نموذج الأداء حيث تم الاعتماد على الاستبيان وتوزيعه على عينة من زبائن بنك التنمية المحلية وكالة مغنية. وتؤكد النتائج وجود تأثير إيجابي لمؤشرات جودة الخدمات البنكية ورضا الزبائن كما كان تقييمهم لجودة الخدمات البنكية تقييم إيجابي.

<sup>1</sup> عبد الكريم حساني ، تقييم أبعاد جودة الخدمة البنكية و أثرها على رضا الزبائن، دراسة حالة وكالة بنك BADR بأم البواقي، مجلة البحوث الاقتصادية و المالية، المجلد 05، العدد 1، 2018، ص 581.  
<sup>2</sup> جيج جميلة ، اثر جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون دراسة حالة بنك التنمية المحلية و وكالة مغنية، مجلة استراتيجيات ضمان الجودة، المجلد 1، العدد 1، 2020، ص 28.

5 دراسة جعفاري محمد رضا ( 2022) بعنوان أبعاد جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن من وجهة

نظر زبائن بنك التنمية المحلية BDL<sup>1</sup>

تهدف الدراسة إلى تحديد أبعاد جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء من أجل تحقيق هذا الغرض تم تصميم استبيان كأداة لجمع البيانات تم توزيعها على عينة عشوائية تتكون من 96 مستجوبا من زبائن البنك BDL محل الدراسة.

وجدت الدراسة تأثيرا على جودة الأبعاد للخدمات البنكية على رضا الزبائن، وقد كان التعاطف الأكثر تأثيرا.

6 دراسة أحمد خيضر ( 2019) جودة الخدمات المصرفية و دورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف

الخاصة دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد<sup>2</sup>.

يهدف البحث إلى تحديد دور مفهوم جودة الخدمات المصرفية في رضا العملاء في المصارف العراقية الخاصة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة من جميع عملاء في المصارف الخاصة في مدينة بغداد، وقد تم اختيار عينة عشوائية من ( 120 ) وزعت على عليهم استبانة الدراسة و استرجع منها 103 استبانة صالحة لتحليل، وبعد إجراء التحليلات الإحصائية المناسبة لبيانات توصلت الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباط إيجابية طردية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية بأبعادها (جودة الموجودات الملموسة، و سيولة الحصول على الخدمات المصرفية، والاعتمادية، والتفاعل والتعاطف ، والسرية والخصوصية ورضا العملاء في المصارف الخاصة في مدينة بغداد، كما أن مستوى توفر جودة الخدمات المصرفية جاء كبيرا، فقد جاء أكثر الأبعاد توفرا الجوانب الملموسة منها السرية والخصوصية، وتوصلت أيضا أن مستوى رضا العملاء في المصارف الخاصة جاء كبيرا. وأوصت الدراسة بمزيد من الاهتمام بأبعاد جودة الخدمات المصرفية في المصارف الخاصة في مدينة بغداد من قبل الإدارة العليا حول كيفية تحقيقها والوسائل التي تتحقق بها.

7 دراسة حميدي زقاي ( 2021) بعنوان توثيق العلاقة مع العملاء من خلال تبني مفهوم أبعاد جودة

الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على عينة عملاء بنك الخليج الجزائري AGB وكالة سعيدة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> جعفاري محمد رضا أبعاد جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن من وجهة نظر زبائن بنك التنمية المحلية، مجلة مقريري للدراسات الاقتصادية و المالية، مجلد 06، العدد 1، 2022، ص 309.

<sup>2</sup> أحمد خيضر، جودة الخدمات المصرفية و دورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد، مجلة اقتصاد المال و الأعمال، العدد 9، 2019، ص 429.

<sup>3</sup> حميدي زقاي ، توثيق العلاقة مع العملاء من خلال تبني مفهوم أبعاد جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على عينة عملاء بنك الخليج الجزائري AGB وكالة سعيدة، مجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، مجلد 09، العدد 01، 2021، ص 197.

هدفت الدراسة إلى محاولة معرفة دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة مستوى و العلاقة مع العملاء، وذلك من خلال دراسة ميدانية لعينة من عملاء بنك الخليج الجزائري AGB وكالة سعيدة، حيث تكونت عينة الدراسة من (98) عميل، وقد تم الاستعانة بالبرنامج الإحصائي (spss v22), لوصف البيانات الشخصية للعينة، وبرنامج pls - smart لدراسة مختلف العلاقات بين المتغيرات الدراسة. مع استخدام المنهج الوصفي التحليلي للإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فروضها. أظهرت الدراسة أن مستوى و اتجاه العينة البحث لأبعاد جودة الخدمات المصرفية وولاء العملاء كان مرتفعا، كما أثبتت الدراسة على وجود أثر معنوي بين الأبعاد جودة الخدمات المصرفية وعدم وجود أثر معنوي بين بعد الملموسية وولاء العملاء.

**8 دراسة غيلاني ازدهر ( 2022) بعنوان جودة الخدمات البنكية و أثرها على الأداء المالي في البنوك التجارية العاملة في الجزائر مذكرة ماستر، جامعي قاصدي مرباح، ورقة<sup>1</sup>.**

تهدف الدراسة الى معرفة أثر جودة الخدمات البنكية على الأداء المالي للبنوك التجارية و ذلك بتطبيق دراسة على بنوك عاملة بالجزائر. و ذلك باستخدام استبانة تم توزيعها على عملاء بنوك محل الدراسة. حيث توصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات البنكية على الأداء المالي المقاس بمؤشر العائد على الأصول و العائد على حقوق الملكية.

**9 دراسة هاجر محمد مالك، الطاهر محمد أحمد علي ( 2016) بعنوان " جودة الخدمات المصرفية و أثرها على رضا العميل" مقالة منشورة بمجلة العلوم الاقتصادية كلية الدراسات التجارية، جامعة السودان للعلوم التكنولوجية<sup>2</sup>.**

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة أثر جودة الخدمات المصرفية الحديثة على رضا العملاء في القطاع المصرفي من خلال استكشاف تجربة "بنك تنمية الصادرات". اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث جُمعت البيانات الأولية من خلال استبانة وُزعت على عينة قصدية من عملاء بنك تنمية الصادرات.

<sup>1</sup> غيلاني ازدهر ، جودة الخدمات البنكية و أثرها على الأداء المالي في البنوك التجارية العاملة في الجزائر ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح، ورقة، 2022.

<sup>2</sup> هاجر محمد مالك، الطاهر محمد أحمد علي " جودة الخدمات المصرفية و أثرها على رضا العميل" مقالة منشورة بمجلة العلوم الاقتصادية العدد 17، المجلد 01، كلية الدراسات التجارية، جامعة السودان للعلوم التكنولوجية.

تم تطبيق أسلوب التحليل الإحصائي باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

أشارت النتائج الرئيسية للدراسة إلى أن سرعة الاستجابة هي العامل الأكثر جاذبية في جذب عملاء البنك، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية متوسطة بين رضا العملاء وعامل الموثوقية. كما أشارت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية ضعيفة بين رضا العملاء وعامل الملموسية، بالإضافة إلى تأثير عامل الملموسية على رضا العملاء.

أوصت الدراسة بعدد من التوصيات، منها: الاهتمام برعاية العملاء من حيث معرفة متطلباتهم واحترام رغباتهم على أساس من الثقة المتبادلة.

**10 دراسة جمعة زكرياء ( 2022 ) بعنوان قياس جودة الخدمات البنكية الخاصة من وجهة نظر الزبون باستخدام نموذج الأداء الفعلي " دراسة عينة من زبائن البنوك الخاصة العاملة جامعة أبو بقد بلقايد تلمسان<sup>1</sup>.**

تهدف الدراسة الى قياس جودة الخدمة البنكية الخاصة من وجهة نظر الزبائن بالاعتماد على مقياس الأداء الفعلي للخدمة SERVPERF بأبعاد الخمسة. تم استعمال الاستبانة كأداة في جمع البيانات ( 200 ) استبانة قابلة للتحليل و الدراسة ثم استخدام برمجية SPSS لمعالجة احصائيات.

حيث توصلت الدراسة إلى أن البنوك تقدم خدمات ذات جودة مرضية حسب رأي الزبائن في العينة المدروسة، حيث عبر هؤلاء عن رضاهم على مستوى جودة الخدمة البنكية المقدمة لهم وفق أبعاد جودة المجتمعمة.

**11 دراسة نعيمة فرحي، مفيدة بن عثمان ( 2022 ) بعنوان تأثير جودة الخدمات المصرفية على الأداء المالي للبنوك" دراسة لبنوك تجارية بالجزائر، مقال بمجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية<sup>2</sup>.**

تهدف هذه دراسة التعرف على تأثير جودة الخدمات المصرفية على الأداء المالي للبنوك باعتبار ولاء العملاء كمتغير وسيط بين جودة الخدمات المصرفية و الأداء المالي. و تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبانة كأداة أساسية في علم البيانات، من خلال توزيعها على عينة من 512 عميلا من عملاء خمسة بنوك تجارية جزائرية لجمع البيانات حول ولاء الزبائن و جودة الخدمات بالاعتماد على نموذج SERVQUAL بأبعاده الخمسة

<sup>1</sup> جمعة زكرياء بعنوان قياس جودة الخدمات البنكية الخاصة من وجهة نظر الزبون باستخدام نموذج الأداء الفعلي " دراسة عينة من زبائن البنوك الخاصة العاملة"، جامعة أبو بقد بلقايد تلمسان، المجلد 18، العدد 1، 2022.

<sup>2</sup> نعيمة فرحي، مفيدة بن عثمان، تأثير جودة الخدمات المصرفية على الأداء المالي للبنوك" دراسة لبنوك تجارية بالجزائر، مقال بمجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، المجلد رقم 09 العدد 2، 2022،

( اللموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان و التعاطف)، في حين تمت الاستعانة بالتقارير المالية السنوية للبنوك محل الدراسة من سجل البيانات الخاصة بمؤشرات أدائها المالي ( العائد على حقوق الملكية و العائد على الأصول). و ظهرت نتائج الدراسة الميدانية وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية) على ولاء العميل ماعدا بعد الاعتمادية، كما أظهرت النتائج وجود تأثير لولاء العملاء على الأداء المالي للبنوك محل الدراسة مقاسا بالعائد على حقوق الملكية في حين لا يوجد تأثير لولاء العملاء على الأداء المالي لهذه البنوك مقاسا بالعائد على الأصول.

## 12 دراسة مفيدة بن سعادة، محي الدين شبيبة، ( 2022) بعنوان جودة الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا الزبون دراسة حالة بنك CNEP قلمة<sup>1</sup>.

تهدف الدراسة الى التعرف على دور الذي تؤذيه جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا الزبائن صندوق وطني لتوفير و احتياط بوكالة قلمة. تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبانة كأداة أساسية في علم البيانات، من خلال توزيعها على عينة من العملاء من بنك CNEP بقلمة، تم التوصل من خلال هذه الدراسة الى نتائج تمثلت في وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين مؤشرات جودة الخدمات المصرفية و رضا زبائن CNEP .

## 13 دراسة زقاي حميدي، بن علال بلقاسم، أولاد حميودة (2023) بعنوان جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي و انعكاسها على رضا العميل" دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية<sup>2</sup>.

تهدف الدراسة الى تقييم جودة الخدمات البنكية بالتعرف على الأداء الوظيفي في تحسين علاقة بين جودة الخدمات البنكية و رضا العميل تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبانة كأداة أساسية في علم البيانات، من خلال توزيعها على 196 عينة من موظفون ينتمون لهذه الوكالات.

<sup>1</sup> مفيدة بن سعادة، محي الدين شبيبة، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا الزبون دراسة حالة بنك CNEP قلمة، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 10، العدد 2، 2022، ص 450.

<sup>2</sup> زقاي حميدي، بن علال بلقاسم، أولاد حميودة بعنوان جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي و انعكاسها على رضا العميل" دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 23، العدد 1، 2023، ص 771.

حيث توصلت الدراسة الى النتائج و المتمثلة في تحسين جودة الخدمات البنكية و رفع من الأداء الموظفين و العمل أكثر على تحقيق رضا العملاء و معرفة آرائهم من خلال المقابلات و الاستبيانات و نظام الاقتراحات و الشكاوي.

14 دراسة بورديمة سعيدة ( 2022 ) بعنوان أثر جودة الخدمة البنكية على تحقيق رضا العملاء، دراسة حالة وكالات بنك قالم، مقال بمجلة العلوم إنسانية و الاجتماعية، المجلد 8 عدد3 ، جامعة قالم<sup>1</sup>.

تهدف الدراسة تحليل العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة البنكية و رضا العملاء لتحديد البعد ذي أقوى تأثير.

تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبانة كأداة أساسية في علم البيانات، من خلال توزيعها على عينة من عملاء بنك تم الاستعانة بأداة المسح و جمع البيانات و تحليلها برنامج SPSS و نمذجة المعادلة الهيكلية و برنامج AMOS .

توصلت الدراسة الى أن كل الابعاد جودة الخدمة البنكية ذات تأثير كبير على رضا العملاء و أن بعد الأمان ذو تأثير الأكبر ما يظهر نجاعة أنظمة الحماية و الأمان المتبعة في البنوك الجزائرية.

في حين أن الموثوقية أقل تأثيرا لذا وجب عليها التفكير في تطوير و تحسين خدماتها و اهتمام برغبات عملاء و احتياجاتهم أكثر لكسب رضاهم.

<sup>1</sup> بورديمة سعيدة بعنوان أثر جودة الخدمة البنكية على تحقيق رضا العملاء، دراسة حالة وكالات بنك قالم، مقال بمجلة العلوم إنسانية و الاجتماعية، المجلد 8 عدد3 ، جامعة قالم، 2023.

## المبحث الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية

حظي موضوع جودة الخدمات البنكية باهتمام الكثير من الباحثين والمفكرين، وتنوعت دراساتهم من رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه والمقالات والبحوث العلمية التي نشرت في الدوريات المحكمة، وفي بعض الكتب، وفيما يلي سنعرض أهم الدراسات السابقة باللغة الأجنبية.

**1- Quality of banking service and its impact on customer satisfaction Tarzi Amina ( 2022) Journal of Contemporary Business and Economic Studies Vol.(05) No.(3) (2022) <sup>1</sup>.**

هدف هذا البحث إلى تحديد أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، وذلك من خلال عرض أهم الأدوات وأساليب القياس المستخدمة في تقييم رضا العملاء وتقديره، وهو أمر بالغ الأهمية في تحقيق تدفقات نقدية عالية وتعظيم الأرباح في البنوك.

**2- Service Quality and Financial Performance of Banks (A Meta-Analysis) Tafa Mosisa Ijara ( 2020) School of management studies, Punjabi University, Patiala, India International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 10, Issue 5, May 2020<sup>2</sup>.**

تستعرض هذه الدراسة الدراسات السابقة التي أجريت حول العلاقة بين جودة الخدمة والأداء المالي في القطاع المصرفي. وبناءً على ذلك، تم اختيار 40 دراسة من عدة مجالات ومواقع إلكترونية باستخدام أسلوب اختيار مُيسر. وقد تم ترميز الدراسات المختارة وتلخيصها وتحليلها باستخدام الإحصاءات الوصفية. وتُظهر نتائج الدراسة أن جودة الخدمة، بشكل مباشر وغير مباشر (من خلال قياس رضا العملاء وولائهم)، لها تأثير إيجابي وهام على الأداء المالي للبنوك. كما أن لجودة الخدمة تأثيرًا إيجابيًا وهامًا على رضا العملاء وولائهم. وهذا يعني أن تحسين الخدمة يؤدي بشكل مباشر إلى زيادة الربحية، ويزيد من رضا العملاء وولائهم، ومن ثم يؤدي بشكل غير مباشر إلى زيادة ربحية البنوك. ويؤثر رضا العملاء وولائهم بشكل إيجابي وهام على الأداء المالي للبنوك. وبشكل عام، تُظهر النتيجة علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء والأداء المالي للبنوك.

<sup>1</sup> Ghriiss sadouki , Quality of banking service and its impact on customer satisfaction Tarzi Amina Journal of Contemporary Business and Economic Studies Vol.(05) No.(3) (2022)

<sup>2</sup> Tarzi amina, Service Quality and Financial Performance of Banks (A Meta-Analysis) Tafa Mosisa Ijara School of management studies, Punjabi University, Patiala, India International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 10, Issue 5, May 2020 .

**3- The electronic banking services effect on the financial performance of commercial banks in Algeria - an empirical study on a sample of banks Revue Administration et Développement Pour les Recherches et les études , Volume: 11 / N°: 01 Juin (2022) <sup>1</sup>.**

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر اتجاه البنوك درست الشركات التجارية اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء هذه البنوك. عينة إحصائية مكونة من 135 مدير تنفيذي على مستوى الإدارة العليا لهذه البنوك التجارية تم اختيارهم، استخدام الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات. وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة قوية وأخلاقية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وأداء هذه البنوك، ولكن هذه تعاني المؤسسات المصرفية من العديد من العوائق التي تحد من توسعها في تقديم هذا النوع من الخدمات.

**4- Mr. MADOUCHE Yacine ( 2021) , La relation Banque-PME en Algérie : les déterminants de la mise en place d'un financement relationnel et son impact sur les conditions de crédit, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou Faculté des Sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion Département des Sciences Economiques<sup>2</sup>.**

في سياق العلاقة بين البنك والشركات الصغيرة والمتوسطة، والتي تتميز بعدم التماثل في المعلومات مع تعريض الشركات الصغيرة والمتوسطة لمخاطر تقنين الائتمان، نقترح استكشاف محددات إرساء التمويل البنكي في السياق الجزائري تتميز ببنية سوق مصرفية محددة تهيمن عليها البنوك العامة والتطورات الأخيرة تميزت بانفتاحها على البنوك الخاصة ذات رأس المال الأجنبي. يركز منظورنا على العناصر النوعية، أي العلاقات الاجتماعية والثقة بين الأطراف الفاعلة في العلاقة بين البنك والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أي المصرفي و مالك ومدير الشركات الصغيرة والمتوسطة. تسمح هذه التفاعلات بتبادل المعلومات غير الشخصية. رسمية (خاصة)، وهي شرط ضروري لإرساء مناخ من الثقة، وبالتالي، تسهيل الحصول على الائتمان بشروط أفضل. على المستوى النظري، تحليلنا

ويأتي ذلك في إطار استمرارية الدراسات حول قضايا تمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة. بعد تسليط الضوء على عدم كفاية الأساليب التعاقدية، نقوم بتعبئة أساليب جديدة المناهج القائمة على مساهمات نظرية الاتفاقية، ونظرية

<sup>1</sup> Tafa mosisa ijara, The electronic banking services effect on the financial performance of commercial banks in Algeria - an empirical study on a sample of banks Revue Administration et Développement Pour les Recherches et les études , Volume: 11 / N°: 01 Juin (2022) .

<sup>2</sup> Mr. MADOUCHE Yacine, La relation Banque-PME en Algérie : les déterminants de la mise en place d'un financement relationnel et son impact sur les conditions de crédit, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou Faculté des Sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion Département des Sciences Economiques( 2021) .

العقد الاجتماعي، نظرية التضمين الاجتماعي ومفهوم الثقة لفهم العلاقة بشكل أفضل بنك-المشاريع الصغيرة والمتوسطة. منهجياً تتكون الدراسة من مسح استكشافي مزدوج

تم إجراء الدراسة على عينتين مكونتين من 12 مصرفياً و52 شركة صغيرة ومتوسطة الحجم. التحدي هو إظهار، في إطار التمويل العلائقي، أهمية العوامل المحددة مهارات الممثلين والعلاقات الاجتماعية والثقة، كميّار ل مشكلة وصول الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى الائتمان المصرفي بشروط أفضل.

### 5- Déterminants de la performance financière des banques commerciales au Burundi: une analyse empirique avec les données de panel de 2014 à 2022<sup>1</sup>

هدف هذه الورقة إلى تحديد المحددات الرئيسية للأداء المالي للبنوك التجارية في بوروندي. مع عينة من 8 بنك، يتم التركيز على الفترة من 2014 إلى 2022 وتستخدم بيانات القياس الاقتصادي. الأداء يتم قياس الأداء المالي للبنك من خلال معدل العائد على الأصول كمتغير تابع. المتغيرات العوامل المستقلة المستهدفة هي عوامل داخلية وخارجية للبنك. نتائجا تبين أن الأداء المالي للبنوك المدروسة يفسر بأربعة عوامل من بين السبعة التي تم اختبارها، وهي كفاءة إدارة الأصول، والكفاءة التشغيلية، ومعدل فائدة المدينة وكذلك معدل التضخم. الأول له تأثير إيجابي في الوقت الذي وتظهر ثلاثة أخرى تأثيراً سلبياً. حجم ورأس المال ونسبة السيولة فيما يتعلق ب يظنون غير فعالين. ولزيادة أدائها المالي، درست البنوك ينبغي تبسيط التكاليف بشكل أكبر، واعتماد المنتجات المبتكرة وتحقيق الأرباح اقتصاديات الحجم. أما بالنسبة للسلطة النقدية فيجب عليها احتواء التضخم وتخفيضه معدل إعادة التمويل.

### 6- Mohammed Amine HAFIANE, Imane JED The impact of the quality of online banking services on customer loyalty: A study through the mediating. effect of the level of satisfaction of Moroccan customers International Journal of Business and Technology Studies and Research.<sup>2</sup>

في سياق يتسم بالثورة التكنولوجية، يُعدّ القطاع المصرفي قطاعاً تُراقب فيه التطورات التكنولوجية عن كثب وتُستخدم على نطاق واسع. تُقدّم البنوك بشكل متزايد منتجات وخدمات عبر الإنترنت، بفضل الإنترنت وتقنيات المعلومات والاتصالات، مما يتطلب مستوى عالٍ من الجودة في هذه الخدمات لتلبية توقعات العملاء ومتطلباتهم. يهدف عملنا إلى دراسة تأثير جودة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت على ولاء العملاء من خلال التأثير الوسيط للرضا. وبالتالي، تركز مشكلة بحثنا على السؤال التالي: إلى أي مدى تؤثر جودة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت

<sup>1</sup> Dr MUREHA François Xavier, Déterminants de la performance financière des banques commerciales au Burundi: une analyse empirique avec les données de panel de 2014 à 2022, Volume 5 : Numéro 3, 2024.

<sup>2</sup> Mohammed Amine HAFIANE<sup>1</sup>, Imane JED<sup>2</sup> The impact of the quality of online banking services on customer loyalty: A study through the mediating. effect of the level of satisfaction of Moroccan customers International Journal of Business and Technology Studies and Research. Volume 3, Issue 2, July 2021

على ولاء العملاء؟ للإجابة على هذا السؤال، أُجري استطلاع رأي على شكل استبيان بين 385 عميلًا من عملاء البنوك المغربية. يُشير تحليل النتائج إلى أن رضا العملاء وولائهم يرتبطان ارتباطًا وثيقًا بجودة الخدمة، وأن للرضا تأثيرًا وسيطًا جزئيًا على العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وولاء العملاء.

## المبحث الثالث: الفجوة البحثية

بعد استعراض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة نجد أن هناك أوجه تشابه و اختلاف في عدة جوانب بين هذه الدراسات مع الدراسة الحالية.

## 1- أوجه التشابه:

في حدود ما تم الاطلاع عليه من دراسات سابقة بجودة الخدمات البنكية و دورها في تحسين الأداء المالي للبنوك التجارية، فإن دراستنا تشابهت مع دراسات سابقة في اعتماد نموذج يتضمن متغير مستقل يمثل جودة الخدمات البنكية و متغير تابع ألا و هو أداء المالي مع وجود متغير وسيط وجهة نظر العميل و ولاءه.

-و قياس جودة الخدمات البنكية عن طريق أبعادها الخمسة ( الملموسية، الاعتمادية، تعاطف، استجابة و الأمان) و مدى تأثيرهم على رضا الزبون.

-تأثير ولاء العميل على الأداء المالي.

## 2- أوجه الاختلاف:

-ركزت بعض الدراسات السابقة على فهم العلاقة المحتملة بين جودة الخدمات البنكية و زيادة القدرة التنافسية عن طريق مؤشر الولاء كمعيار أولي على أبعاد الجودة.

-نجد الاختلاف في المدة الزمنية و حجم العينة المستهدفة فنجدها كبيرة خاصة في الدراسات.

-معظم الدراسات ركزت على وجهة نظر العميل دون التطرق لموظفي البنك.

## 3- الهدف المشترك:

ان كل من هذه الدراسات قد هدفت إلى التعرف على أحد الجوانب الهامة المتعلقة بالمتغيرين ( جودة الخدمات البنكية و الأداء المالي) من خلال معرفة مدى تأثير أبعاد الجودة على الأداء المالي و كذا علاقة العميل بالبنك و رضاه،

كما ارتكز أيضا موضوعنا على هذين المتغيرين و دراسة تأثيرهما على سير نشاط البنوك التجارية من حيث دور جودة الخدمة في التأثير على الأداء المالي.

## خلاصة الفصل :

من خلال استعراض الدراسات السابقة، تبين أن هناك جهودًا علمية معتبرة تناولت موضوع البحث من زوايا متعددة، وأسهمت في إثراء المعرفة النظرية والتطبيقية حوله. وقد تنوّعت هذه الدراسات من حيث المناهج المتبعة، والأدوات المستخدمة، والسياقات التي أُجريت فيها، مما أتاح للباحث رؤية شاملة ومتكاملة حول الإطار العام للمشكلة محل الدراسة.

ورغم القيمة العلمية الكبيرة التي قدّمها هذه الدراسات، إلا أنها كشفت عن وجود فجوات معرفية وثغرات بحثية لا تزال بحاجة إلى المعالجة، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى الإسهام فيه. كما أن تحليل الدراسات السابقة مكّن الباحث من تجنّب التكرار، والبناء على ما تم التوصل إليه، وتطوير أدوات ومقاربات بحثية تتناسب مع طبيعة الإشكالية المطروحة.



## الفصل الثالث :

دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي

وكالة عين تموشنت

**تمهيد**

تُعَدّ الدراسة الميدانية أحد المحاور الأساسية في البحث العلمي التطبيقي، حيث تتيح للباحث الانتقال من الإطار النظري إلى الواقع العملي، بغرض تحليل الظواهر ودراسة المشكلات في سياقها الحقيقي. وفي هذا الإطار، جاءت الدراسة الميدانية الخاصة بـ بنك الجزائر الخارجي (BEA) لتمثل خطوة منهجية تهدف إلى تعميق الفهم حول واقع عمل البنك، وتقييم ممارساته وإبراز التحديات التي يواجهها في ظل التحولات الاقتصادية والمالية الراهنة.

وقد تم اختيار بنك الجزائر الخارجي نظرًا لأهميته كأحد أبرز الفاعلين في القطاع المصرفي الجزائري، ودوره المحوري في تمويل الاقتصاد الوطني، لا سيما في مجالات التجارة الخارجية، والخدمات البنكية الموجهة للمؤسسات والأفراد. وتهدف هذه الدراسة إلى جمع بيانات ميدانية دقيقة تُمكن من الوقوف على واقع الأداء البنكي، وتحليل السياسات المعتمدة، وقياس مدى نجاعة الاستراتيجيات المطبقة داخل المؤسسة.

وتُشكل هذه الدراسة الميدانية إضافة علمية وعملية، من خلال الربط بين الإطار النظري والتحليل الواقعي، ما يسمح بالخروج بنتائج موضوعية وتوصيات عملية يمكن أن تسهم في تحسين الأداء البنكي وتعزيز كفاءة الخدمات المالية.

**المبحث الأول: تقديم بنك الجزائر الخارجي \_ وكالة عين تموشنت \_**

يعتبر بنك الجزائر الخارجي لوكالة عين تموشنت وليد لتطورات النظام البنكي الجزائري حيث وجد نفسه مجبرا على التكيف مع التطورات العالمية الراهنة التي تشهدها الساحة المصرفية، و من خلال هذا المبحث سنستعرض نشاط و مهام بنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت.

**المطلب الأول: ماهية بنك الجزائر الخارجي \_ وكالة عين تموشنت \_****الفرع الأول: تعريف ونشأة بنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت**

وكالة عين تموشنت واحدة من الوكالات التابعة لبنك الجزائر الخارجي وهي تحمل رقم 072 التابعة لمديرية الجهوية تلمسان وهي شركة ذات أسهم برأس مال يقدر ب 76 مليار دينار جزائري حيث تعتبر وكالة عين تموشنت هي البنية الأساسية للبنك لأنها الوكالة الوحيدة التي يوجد مقرها في قاعدة عين تموشنت ، وقد فتحت أبوابها في 22 ديسمبر 1993 ومنذ ذلك الحين وهي تعمل بشكل كامل من أجل تحقيق أقصى قدر من التمويل لأنشطة عملائها حيث تتعامل مع عدد هام من العملاء سواء كانوا أشخاص ماديين أو معنويين او تجار.

و من أبرز الخدمات التي تقدمها الوكالة ما يلي:

**على المستوى الداخلي:** تشمل أنشطة يومية في :

- تحصيل الأموال من خلال فتح الحسابات للعملاء والفوائد من القروض المقدمة لهم.
- يقوم بمنح قروض بجميع أشكالها سواء قروض بضمانات أو تسبيقات بدون ضمانات من أجل تحقيق نشاطات معنية.

- يتولى جميع العمليات المتعلقة بالاكنتاب الخصم وشراء الأوراق التجارية

- إبداع واستلام الصكوك البريدية

**\*على المستوى الخارجي:** من خلال علاقتها مع البنوك والمؤسسات الأخرى تقوم بما يلي:

- القيام بمختلف العمليات التجارية والمصرفية مع البنوك الأجنبية عن طريق مصلحة التجارة الخارجية التابعة للوكالة بالعملة الصعبة أو ما يعاد لها وحسب نوعية كل معاملة

تمويل عمليات التجارة الخارجية استقبال وديعة مبالغ السندات وأموال ناتجة عن عمليات الدفع والخاصة بالسفحة السند الأمر. الشيك ووثائق التجارة الخارجية الأخرى.

التبادلات فيما بينها وبين البنوك الأخرى في الصكوك البنكية الخاصة بالزبائن المتواجدين لدى هذه البنوك.

ويعود نشاط وكالة عين تموشنت رهينة الدور الذي يمارسه المدير في التوفيق بين المصالح المتواجدة في الوكالة باعتباره المسئول الأول عن تنظيم وتسيير نشاطاتها وقد ينوب عنه نائبه الذي يتكفل بإعداد الميزانية المتوقعة للوكالة، الحفاظ على مستندات الوكالة ووثاقها، إلى جانب التسويات المختلفة وفي الوقت المناسب والتسيير الإداري لموظفيها.

### الفرع الثاني : أهداف البنك الجزائري - لوكالة عين تموشنت-

تعتبر الأهداف التي يسعى البنك تحقيقها والمخاطر التي يتجنبها من العوامل المؤثرة في البناء التنظيمي الخاص به فوكالة BEA كغيرها من المنظمات تسعى إلى تحقيق عدد من الأهداف تذكر منها:

#### الأهداف المالية : البنك كعون اقتصادي تجاري هدفه:

- تحقيق الربح وتحقيق معدل العائد على الاستثمار
- المحافظة على نسبة معقولة من السيولة

#### الأهداف الإنتاجية : تذكر منها:

- تحسين الخدمات المصرفية لمواجهة متطلبات جمهور العملاء وجمع الأموال وتوظيفها.
- تخفيض تكاليف تقديم الخدمات المصرفية.
- تعدد الخدمات وتوفير وسائل الدفع

#### الأهداف الاقتصادية أهمها:

- ترقية الإنتاج الوطني وتسويق المنتج الوطني.
- تسهيل وتمويل العمليات التجارية الخارجية من خلال منح قروض الاستيراد والتصدير.
- ترقية وتطوير العلاقات الاقتصادية بين الجزائر والدول الأخرى.
- تقديم ضمانات لكل من المستوردين والمصدرين بالداخل والخارج وتزويد الطرفين بالمعلومات المتعلقة بالتجارة

الخارجية.

- منح قروض قصيرة الأجل والمتوسطة وطويل الأجل للقطاع الصناعي العام والخاص.
- الأهداف الخاصة بالبقاء والاستمرار وتجنب المخاطر وهي أهداف متعلقة بالنمو والاستقرار والمحافظة على موارده المالية والبشرية

#### 🚩 الأهداف الاجتماعية : تتمثل في ما يلي :

- تحقيق مستويات مرضية في الخدمات للأطراف المتعامل معها داخليا وخارجيا.
- تحقيق الرفاهية للمجتمع

#### الفرع الثالث : وظائف بنك الجزائر الخارجي - وكالة عين تموشنت-

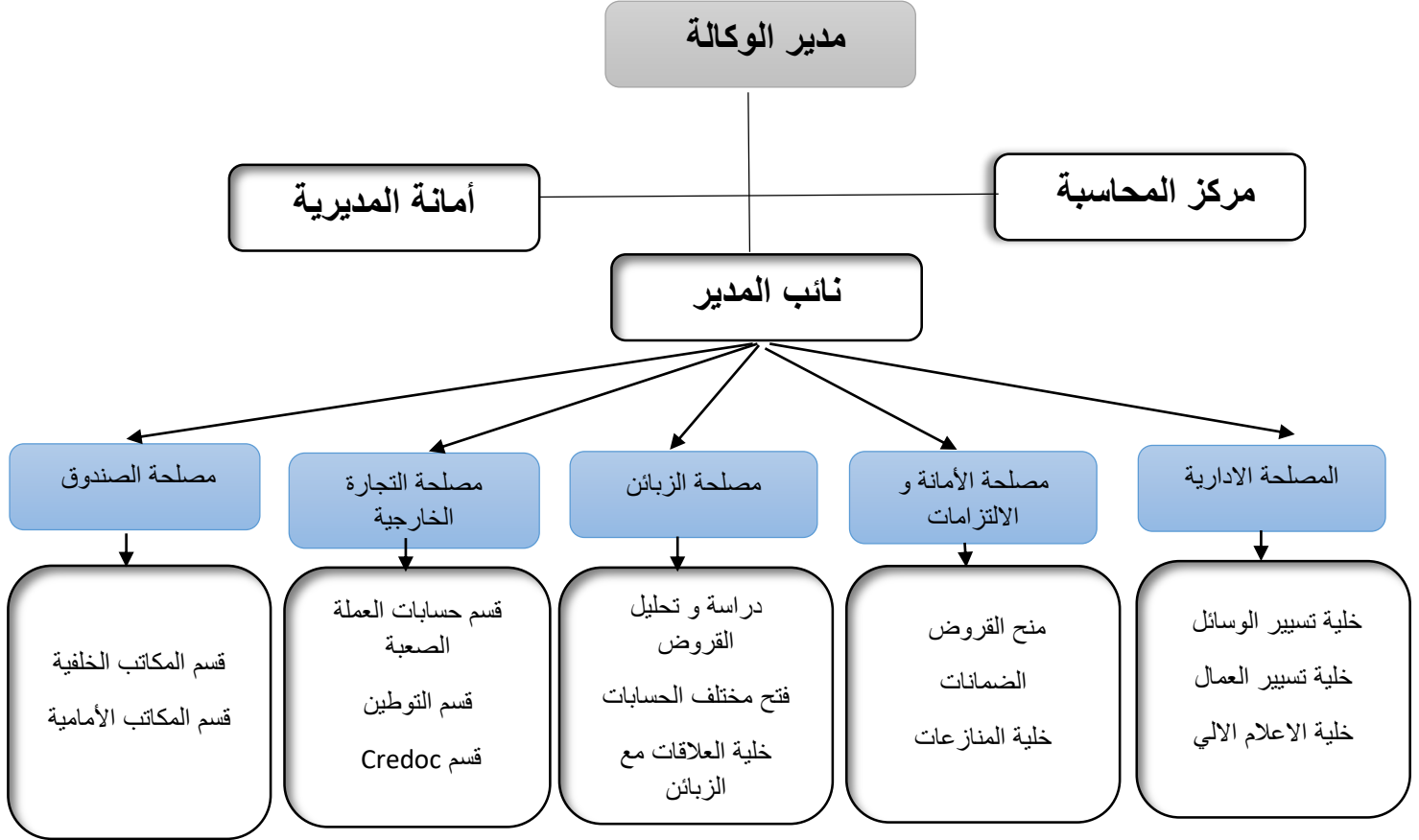
- تسيير العلاقة التجارية مع الزبائن بطريقة ديناميكية.
  - إنشاء وتحليل وإدارة ملفات القرض الممنوحة للأفراد وكذا المؤسسات
  - المعالجة الإدارية والمحاسبية للعمليات البنكية مع زبائن سواء كانت بالعملة المحلية أو الأجنبية.
  - إدارة حسابات التجار وكذا الأفراد.
  - تسوية الشيكات
  - العمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية
  - العمليات المتعلقة بتحويل العملات.
- ونشاط الوكالة مرهون إلى حد كبير بالدور الذي يلعبه المدير في التوفيق بين مختلف المصالح الموجودة في الوكالة باعتباره المسؤول عن تنظيم وتنشيط ومراقبة نشاطات الوكالة.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي و مهامه \_ وكالة عين تموشنت \_

الفرع الأول: الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر وكالة عين تموشنت.

لبنك الجزائر الخارجي هيكل تنظيمي يحدد العلاقات بين الأطراف المكونة له و هذا ما يبرزه المخطط التالي:

الشكل (03-01): الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر وكالة عين تموشنت



المصدر: اعتمادا على وثائق داخلية خاصة ببنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت

المطلب الثالث: عرض مهمة كل منصب ومختلف المصالح

الفرع الأول: عرض مهمة كل منصب

1. المدير العام (المدير التنفيذي): يعطي رأيه بالموافقة أو عدم الموافقة ويرأس اللجنة ويتأكد من ملف القرض ويمضي عليه في حالة الموافقة.

2. نائب المدير: يعطي رأيه بالموافقة أو عدم الموافقة ويرأس اللجنة نيابة عن المدير العام ويقوم بالمراقبة

3. أمانة المدير: تعبر عن همزة وصل بين المدير العام والمصالح الأخرى مهمتها استلام البريد الوارد والصادر

بالإضافة إلى الفاكس

4. مركز المحاسبة تمثل الركيزة الأساسية والقلب النابض للتسيير المالي للمؤسسة حيث تتولى القيام بالجرد المحاسبي كل سنة مراقبة حركة دخول وخروج الأموال والتصريح عن رقم الأعمال.

### الفرع الثاني : مهام مصالح البنك الجزائر الخارجي - لوكالة عين تموشنت-

1. **مصلحة الصندوق والمحفظة** : تقسم هذه المصلحة إلى مصالح أخرى فرعية هذه الأخيرة تتولى مهمة القيام بعمليات السحب والدفع عمليات التحويلات لمصلحة حساب الزبائن المقاصة والمحفظة.

2. **مصلحة التجارة الخارجية** : تقوم هذه المصلحة بمجموعة من المهام الرئيسية لتطوير العلاقات مع الخارج، والتي تتنوع ما بين عمليات السحب والدفع بالعملة الصعبة، تقديم الاعتمادات المستندي في عمليات التجارة الخارجية ( الاستيراد والتصدير ) التحصيلات بالعملة الصعبة.

3. **مصلحة الزبائن** : تقوم هذه المصلحة بدراسة وتحليل القروض و فتح مختلف الحسابات والاهتمام بتوجيه الزبائن وتمويلهم.

4. **مصلحة الأمانة والالتزامات** : لها مكانة رئيسية في الوكالة حيث تهتم خلية الدراسة والتحليل بتسجيل ملف القرض وتحليل الأخطار الناجمة عن القروض المطلوبة، ثم تقوم مصلحة الالتزامات بمتابعة القرض بعد الموافقة عليه، إلى جانب خلية المنازعات التي تتولى تمثيل المؤسسة لدى المصالح القضائية والقانونية والفصل في المنازعات الجماعية والفردية بين العمال والإدارة، أو العمال والإدارة أو العمال فيما بينهم واتخاذ الإجراءات المناسبة. ويقوم البنك بمنح تشكيلة واسعة من القروض من خلال فريق عمل مؤهل ومكلف بتوجيه زبائنه وتمويلهم.

5. **المصلحة الإدارية** : تهتم بتسيير كل ما يتعلق بالوسائل والعمال والإعلام الآلي. و من هنا نستخلص أن البنك المركزي يوجه قرارات أو تعليمات للبنوك الجهوية ويقوم هذا الأخير أيضا بإرسالها إلى مدير الوكالة و الذي يقوم باجتماع مع رؤساء المصالح من أجل التقييد والعمل بتلك المعلومات.

## المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة

## المطلب 01: منهج وحدود الدراسة

اولا . منهج الدراسة: من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف بأنه "أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة.

ثانيا. حدود الدراسة: لقد تمت هذه الدراسة الميدانية أخذا بعين الاعتبار حدودها المتمثلة فيما يلي:

- الحدود الزمانية: تم هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من 27 مارس 2025. الى 03 أبريل 2025
- الحدود المكانية: يتكون المجتمع الإحصائي من مجموعة الأفراد العاملين لدى المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ويتمثل هذه المؤسسة في البنك الخارجي الجزائري لولاية عين تموشنت

## المطلب 02: الأدوات المستعملة في الدراسة

- لتسهيل عملية جمع البيانات يمكن استخدام بعض الأدوات والتي يختلف استعمالها حسب طبيعة البحث، حيث تتمثل هذه الأدوات فيما يلي:

1. الملاحظة: تعتبر الملاحظة من الأدوات التي ساعدتنا على التقصي وجمع المعلومات، وهذا من خلال تواجدها في الشركة وذلك أثناء تنقلنا بين مختلف أقسامها، مما مكنا من جمع العديد من الملاحظات التي
  - ساعدتنا على معرفة واقع التكوين في الشركة محل الدراسة ومدى تأثيره على أداء العاملين فيها.
2. المقابلة: وهي من خلال المحادثة التي قمنا مع بعض العمال ورؤساء المصالح بالتعرف على انطباعات وأراء العمال في مواقف معينة وردة فعلهم تجاهها والوصول إلى بعض الحقائق التي تخص
  - موضوع البحث.
3. الاستبانة: ولقد كانت الوسيلة الأساسية في جمع البيانات ومعلومات الدراسة، وبهدف التأكد من فرضيات البحث، قمنا بتصميم استبانة تتضمن استبيان ووزعناها على عينة عشوائية من العاملين في المؤسسة محل الدراسة وتحتوي الاستبانة على محورين تتعلق بمتغيرات الدراسة.

- واعتمدنا فيها على مقياس ليكارت الخماسي لقياس إجابات أفراد العينة لتكون مجالات الإجابة
- على عبارات الاستبانة على النحو التالي:

## الجدول رقم (01-03): مقياس ليكارت الخماسي

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

## المصدر: من إعداد الباحثين

- ولقد تم تحديد طول فئات مقياس ليكارت الخماسي كما يلي:
- تم حساب المدى من خلال العلاقة (أكبر قيمة في المقياس - أقل قيمة في المقياس)
- المدى = 1-5 ومنه المدى = 4
- ومنه إذن طول الفئة = 5/4 ومنه طول الفئة = 0.8
- ومن كل ما سبق تم تحديد فئات المقياس و تحديد اتجاهها كما في الجدول الموالي:

## الجدول رقم ( 02-03): معيار تحديد الاتجاه وفق مقياس ليكارت الخماسي

الاتجاه	المتوسط المرجح
غير موافق بشدة	من 1.00 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 5.00

## المصدر: من إعداد الباحثين

## المطلب 03: مجتمع وعينة الدراسة

- أولا. المعالجة الإحصائية: قد استخدمت الاختبارات الأساليب الإحصائية لتفريغ وتحليل الاستبانة من خلال الحزمة الاقتصادية spss لمعالجة البيانات وكانت على النحو التالي:
- معامل ألفا كرونباخ: استخدم للتأكد من درجة ثبات المقياس.

- معامل الارتباط سبيرمان: استخدم لقياس قوة الارتباط بين درجات كل فقرة من فقرات الاستبانة والمعدل الكلي المحور الذي تنتمي إليه، أي صدق الاتساق الداخلي.

- المتوسطات والانحرافات المعيارية: استخدمت المتوسطات الحسابية للتعرف على اتجاهات عينة الدراسة نحو الفقرات التي تقيس المتغيرات كما استخدمت الانحرافات المعيارية لبيان مدى تشتت أو تقارب إجابات عينة الدراسة.

- اختبار one sample t.test استخدم هذا الاختبار للمقارنة الثنائية وكذا اختبار الفرضيات

ثانياً مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في جميع عناصر المشكلة أو الظاهرة، ومن خلال دارستنا فإن مجتمع الدراسة يتكون من مجموع العاملين باختلاف جنسهم و مراتبهم الإدارية في الشركة محل الدراسة، المتمثلة في... لكائن مقرها بولاية عين تموشنت.

ثالثاً. عينة الدراسة: بهدف إجراء الدراسة تم توزيع استبيان على مجموعة من أفراد مجتمع الدراسة حيث تم اختيارهم عشوائياً وبدون تحيز والبالغ عددهم : 37 عامل و تمكنا من استرجاع 34 استبيان أي ما يعادل نسبة 100 %، و بعد فحصها و التدقيق فيها فكانت عدد الاستبانة غير الصالحة للتحليل : 02

- استبانة لتتحصل في الأخير على 32.. استبانة صالحة للدراسة أي بنسبة 0.86. %، و الجدول التالي يوضح توزيع الاستبانة على عينة الدراسة.

الجدول (03-03): الجدول التالي يوضح توزيع الاستبانة على عينة الدراسة

الموزعة	المسترجعة	الغير مسترجعة	الغير صالحة للتحليل	الصالحة للتحليل	
العدد	37	34	03	02	32
النسبة	100	0.91	0.08	0.05	0.86

المصدر: من إعداد الباحثين

#### صدق وثبات الإستبانة

أولاً. صدق أداة الدراسة : يعني أن عباراتها تقيس مايريد الباحث قياسه بالفعل ، من أجل ذلك قمنا بعرضها على الأستاذ المشرف من أجل اختبار مدى ملائمتها لجمع البيانات حيث تم تعديلها بشكل أولي ، ثم عرضناها على مجموعة من المحكمين المتمثلين في مجموعة من الأساتذة المختصين في العلوم الاقتصادية و علوم التسيير بجامعة

عين تموشنت ، وقد تم الأخذ بأرائهم و إعادة صياغة بعض العبارات حيث تم إجراء التعديلات المطلوبة و حذف مايجب ، لتخرج في شكلها النهائي من أجل توزيعا على مجموعة من العاملين في المؤسسة محل الدراسة .

ثانيا. ثبات أداة الدراسة: يقصد بثبات أداة الدراسة دقته في ما يقيسه من معلومات و سلوك و إتجاهات المتقضي و لقياس ثبات الأداة تم الإعتماد على معامل الثبات ألفا كرومباخ الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى 0.6 فأكثر، فإذا كانت أقل ترفض أداة القياس.

### 1. اختبار الاتساق الداخلي (Correlations):

يقصد بصدق الاتساق الداخلي قوة الارتباط بين درجات كل فقرة من فقرات الاستبانة مع المجال الذي تنتمي إليه، أي يقيس مدى صدق هذه الفقرات، وتم حساب الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة على عينة الدراسة والبالغة حجمها (35) فقرة وذلك من خلال معاملات الارتباط بين كل فقرة والمعدل الكلي لكل محور كمايلي:

أ/ اختبار الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول: يوضح الجدول رقم (03-04) معاملات الارتباط سبيرمان بين كل فقرة من فقرات المحور الأول والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (03-04) : يوضح ارتباط الفقرات والمحور الأول للدراسة (الملموسية)

الرقم	الفقرات	معامل الارتباط سبيرمان	مستوى الدلالة
01	تموقع البنك الاستراتيجي وسهولة الوصول اليه	0.87	0.00
02	توفر البيانات على مختلف التجهيزات المادية والمحددات الالكترونية	0.86	0.00
03	توفر لوحات ارشادية	0.91	0.00
المعدل الكلي للمحور			0.00

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

انطلاقا من الجدول رقم 03-04 يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الأول والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.87 و 0.91 بمستويات دلالة تساوي 0.00 وهي أقل من 0,05 مما يدل على وجود ارتباط معنوي، هذا ما يؤكد صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الأول.

ب/ اختبار الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني: يوضح الجدول رقم (03-05) معاملات الارتباط سبيرمان بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (03-05) : يوضح ارتباط الفقرات والمحور الثاني للدراسة (الاعتمادية)

الرقم	الفقرات	معامل سبيرمان	الارتباط	مستوى الدلالة
01	يقدم البنك مجموعة متنوعة من الخدمات البنكية	0.83		0.00
02	يسهل البنك على العميل استخدام خدمات بنكية الكترونية	0.93		0.00
03	تقديم الخدمة من قبل العملاء في الوقت المحدد	0.37		0.03
04	يتميز عمال البنك بالكفاءة في اتقان العمل وأداء الخدمة	0.83		0.00
المعدل الكلي للمحور				

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

انطلاقا من الجدول رقم (03-05) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الثاني والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.37 و 0.93 بمستويات دلالة تساوي 0.00 و 0.03. وهي أقل من 0,05 مما يدل على وجود ارتباط معنوي، هذا ما يؤكد صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني

ج/ اختبار الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث: يوضح الجدول رقم (03-06) معاملات الارتباط سبيرمان بين كل فقرة من فقرات المحور الثالث والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (03-06) : يوضح ارتباط الفقرات والمحور الثالث للدراسة (الاستجابة)

الرقم	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	الاستجابة الفورية للاستفسارات العملاء من طرف عمال البنك	0.59	0.00
02	يتطلع البنك الى شكاوي زبائنه والرد عليها	0.85	0.00
03	يحرص البنك على تلبية احتياجات العملاء حتى آخر ساعة من العمل	0.60	0.00
المعدل الكلي للمحور			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

انطلاقا من الجدول رقم (03-06) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الثالث والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.59 و 0.85 بمستويات دلالة تساوي 0.00 وهي أقل من 0,05 مما يدل على وجود ارتباط معنوي، هذا ما يؤكد صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الثالث .

د/اختبار الاتساق الداخلي لفقرات المحور الرابع: يوضح الجدول رقم (03-07) معاملات الارتباط سبيرمان بين كل فقرة من فقرات المحور الرابع والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (03-07) : يوضح ارتباط الفقرات والمحور الرابع للدراسة (الأمان)

الرقم	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	يوفر البنك الحماية التامة داخله وخارجه من طرف أعوان البنك	0.73	0.00
02	يتوفر البنك على أنظمة توثق بيانات العميل وتحفظ سريتها	0.71	0.00
03	يحرص البنك على توفير كشوفات دقيقة والاطلاع زبائنه على الخدمات الحديثة	0.61	0.00
المعدل الكلي للمحور			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

انطلاقاً من الجدول رقم ( ) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الرابع والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.61 و 0.73 بمستويات دلالة تساوي 0.00 وهي أقل من 0,05 مما يدل على وجود ارتباط معنوي، هذا ما يؤكد صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الرابع.

هـ/ اختبار الاتساق الداخلي لفقرات المحور الخامس: يوضح الجدول رقم (08-03) معاملات الارتباط سبيرمان بين كل فقرة من فقرات المحور الخامس والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (08-03) : يوضح ارتباط الفقرات والمحور الخامس للدراسة ( التعاطف )

الرقم	الفقرات	معامل سبيرمان	الارتباط	مستوى الدلالة
01	تعتبر مصلحة العميل الاهتمام الأول للبنك	0.65		0.00
02	تقدير ظروف العميل وتقديم خدمة على أساسها	0.60		0.00
03	مصلحة تقديم الخدمة توفر الجو الملائم للعميل	0.82		0.00
المعدل الكلي للمحور				

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS

انطلاقاً من الجدول رقم (08-03) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الخامس والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.60 و 0.82 بمستويات دلالة تساوي 0.00 وهي أقل من 0,05 مما يدل على وجود ارتباط معنوي، هذا ما يؤكد صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور الخامس.

و/ اختبار الاتساق الداخلي لفقرات المحور السادس: يوضح الجدول رقم (09-03) معاملات الارتباط سبيرمان بين كل فقرة من فقرات المحور السادس والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (03-09) : يوضح ارتباط الفقرات والمحور السادس للدراسة ( أثر الجودة على الأداء المالي)

الرقم	الفقرات	معامل الارتباط سبيرمان	مستوى الدلالة
01	تقديم الخدمة من طرف البنك ومصادقته أوجب سمعة في السوق	0.72	0.00
02	يستخدم البنك نماذج وأساليب فعالة لقياس الأداء	0.71	0.00
03	يعطي البنك فرصة للموظفين بتقديم اقتراحاتهم لتحسين أداء عمل البنك	0.85	0.00
04	يعمل البنك على رفع حصته السوقية بتنوع أساليب تسويق الخدمات	0.72	0.00
05	يعد عنصر الربحية معيار تقييم أداء البنك	0.59	0.00
06	يتميز البنك باستراتيجية اتخاذ القرار مما يجنبه الفشل مالي	0.69	0.00
المعدل الكلي للمحور			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

انطلاقا من الجدول رقم (03-09) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الأول والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.59 و0.72 بمستويات دلالة تساوي 0.00 وهي أقل من 0,05 مما يدل على وجود ارتباط معنوي، هذا ما يؤكد صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور السادس.

2/ اختبار ثبات الاستبيان (ألفا كرومباخ): لقد تم الاستعانة بمعامل ألفا كرومباخ  $\alpha$  cronbachs، حيث أن قيمته تتراوح بين (0-1) فكلما اقتربت من (1) دلت على وجود ثبات عالي، وكلما اقتربت من (0) دلت على وجود ثبات منعدم.

أ/ اختبار ثبات الاستبيان لفقرات المحور الأول: يوضح الجدول التالي اختبار ثبات الاستبيان للمحور الأول باستعمال معامل ألفا كرومباخ كما يلي:

الجدول رقم (3-10) : يوضح نتائج ألفا كرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور الأول

المعدل الكلي للمحور الأول	معامل ألفا كرومباخ
الملموسية	0.926

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (3-10) السابق يمكن معاينة معامل ألفا كرومباخ للمعدل الكلي للمحور بقيمة 0.926 وهي أكبر من 0.600 مما يدل على وجود ثبات في أداة القياس لفقرات المحور الأول ب/اختبار ثبات الاستبيان لفقرات المحور الثاني: يوضح الجدول التالي اختبار ثبات الاستبيان للمحور الأول باستعمال معامل ألفا كرومباخ كما يلي:

الجدول رقم (3-11) : يوضح نتائج ألفا كرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور الثاني

المعدل الكلي للمحور الثاني	معامل ألفا كرومباخ
الاعتمادية	0.850

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (3-11) السابق يمكن معاينة معامل ألفا كرومباخ للمعدل الكلي للمحور بقيمة 0.850 وهي أكبر من 0.600 مما يدل على وجود ثبات في أداة القياس لفقرات المحور الثاني. ج/اختبار ثبات الاستبيان لفقرات المحور الثالث: يوضح الجدول التالي اختبار ثبات الاستبيان للمحور الأول باستعمال معامل ألفا كرومباخ كما يلي:

الجدول رقم (3-12) : يوضح نتائج ألفا كرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور الثالث

المعدل الكلي للمحور الثالث	معامل ألفا كرومباخ
الاستجابة	0.724

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (12-03) السابق يمكن معاينة معامل ألفا كرومباخ للمعدل الكلي للمحور بقيمة 0.724 وهي أكبر من 0.600 مما يدل على وجود ثبات في أداة القياس لفقرات المحور الثالث.

د/اختبار ثبات الاستبيان لفقرات المحور الرابع: يوضح الجدول التالي اختبار ثبات الاستبيان للمحور الأول باستعمال معامل ألفا كرومباخ كما يلي:

الجدول رقم (13-03): يوضح نتائج ألفا كرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور الرابع

المعدل الكلي للمحور الرابع	معامل ألفا كرومباخ
الأمان	0.714

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (13-03) السابق يمكن معاينة معامل ألفا كرومباخ للمعدل الكلي للمحور بقيمة 0.714 وهي أكبر من 0.600 مما يدل على وجود ثبات في أداة القياس لفقرات المحور الرابع

ه/اختبار ثبات الاستبيان لفقرات المحور الخامس: يوضح الجدول التالي اختبار ثبات الاستبيان للمحور الأول باستعمال معامل ألفا كرومباخ كما يلي:

الجدول رقم (14-03): يوضح نتائج ألفا كرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور الخامس

المعدل الكلي للمحور الخامس	معامل ألفا كرومباخ
التعاطف	0.769

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (14-03) السابق يمكن معاينة معامل ألفا كرومباخ للمعدل الكلي للمحور بقيمة 0.769 وهي أكبر من 0.600 مما يدل على وجود ثبات في أداة القياس لفقرات المحور الخامس.

و/اختبار ثبات الاستبيان لفقرات المحور السادس: يوضح الجدول التالي اختبار ثبات الاستبيان للمحور الأول باستعمال معامل ألفا كرومباخ كما يلي:

الجدول رقم (03-15) : يوضح نتائج ألفا كرومباخ لقياس ثبات الاستبيان للمحور السادس

المعدل الكلي للمحور السادس	معامل ألفا كرومباخ
أثر الجودة على الأداء المالي	0.806

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (03-15) السابق يمكن معاينة معامل ألفا كرومباخ للمعدل الكلي للمحور بقيمة 0.806 وهي أكبر من 0.600 مما يدل على وجود ثبات في أداة القياس لفقرات المحور السادس.

### 3. اختبار التوزيع الطبيعي (Test the normality):

اختبار التوزيع الطبيعي في SPSS ليس فقط خطوة تقنية، بل هو جزء حاسم من عملية اتخاذ القرار الإحصائي، إذ يساعد على: اختيار التحليل المناسب، ضمان صحة النتائج، فهم طبيعة البيانات بعمق وأنها تتبع توزيع طبيعي.

أ/ اختبار التوزيع الطبيعي لفقرات المحور الأول: يوضح الجدول رقم (06-16) اختبار التوزيع الطبيعي بين كل فقرة من فقرات المحور الأول والمعدل الكلي للمحور كما يلي:

جدول رقم (03-16) : يوضح اختبار التوزيع الطبيعي للمحور الأول للدراسة (الملموسية)

الرقم	الفقرات	Test Statistic	مستوى الدلالة
01	تموقع البنك الاستراتيجي وسهولة الوصول اليه	0.38	0.06
02	توفر البيانات على مختلف التجهيزات المادية والمحددات الالكترونية	0.33	0.07
03	توفر لوحات ارشادية	0.28	0.08
المعدل الكلي للمحور			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

انطلاقاً من الجدول رقم (03-16) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الأول والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.28 و0.38. بمستويات دلالة تتراوح بين 0.06 و0.08 وهي أكبر من 0,05 مما يدل على أن البيانات تتبع توزيع طبيعي لفقرات المحور الأول.

ب/ اختبار التوزيع الطبيعي لفقرات المحور الثاني: يوضح الجدول رقم (03-17) اختبار التوزيع الطبيعي بين كل فقرة من فقرات المحور الثاني والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (03-17) : يوضح اختبار التوزيع الطبيعي لمحور الدراسة (الاعتمادية)

الرقم	الفقرات	Test Statistic	مستوى الدلالة
01	يقدم البنك مجموعة متنوعة من الخدمات البنكية	0.37	0.07
02	يسهل البنك على العميل استخدام خدمات بنكية الكترونية	0.26	0.06
03	تقديم الخدمة من قبل العملاء في الوقت المحدد	0.45	0.06
04	يتميز عمال البنك بالكفاءة في اتقان العمل وأداء الخدمة	0.34	0.08
المعدل الكلي للمحور			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS

انطلاقاً من الجدول رقم (03-17) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الثاني والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.28 و0.38. بمستويات دلالة تتراوح بين 0.06 و0.08 وهي أكبر من 0,05 مما يدل على أن البيانات تتبع توزيع طبيعي لفقرات المحور الثاني.

ج/ اختبار التوزيع الطبيعي لفقرات المحور الثالث: يوضح الجدول رقم (03-18) اختبار التوزيع الطبيعي بين كل فقرة من فقرات المحور الثالث والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (03-18): يوضح اختبار التوزيع الطبيعي لمحور الدراسة (الاستجابة)

الرقم	الفقرات	Test Statistic	مستوى الدلالة
01	الاستجابة الفورية للاستفسارات العملاء من طرف عمال البنك	0.28	0.07
02	يتطلع البنك الى شكاوي زبائنه والرد عليها	0.29	0.08
03	يحرص البنك على تلبية احتياجات العملاء حتى آخر ساعة من العمل	0.23	0.06
المعدل الكلي للمحور			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

انطلاقا من الجدول رقم (03-18) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الثاني والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.23 و0.28. بمستويات دلالة تتراوح بين 0.06 و0.08 وهي أكبر من 0,05 مما يدل على أن البيانات تتبع توزيع طبيعي لفقرات المحور الثالث.

د/اختبار التوزيع الطبيعي لفقرات المحور الرابع : يوضح الجدول رقم (03-19) اختبار التوزيع الطبيعي بين كل فقرة من فقرات المحور الرابع والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (03-19) : يوضح اختبار التوزيع الطبيعي لمحور الدراسة للدراسة (الأمان)

الرقم	الفقرات	Test Statistic	مستوى الدلالة
01	يوفر البنك الحماية التامة داخله وخارجه من طرف أعوان البنك	0.26	0.05
02	يتوفر البنك على أنظمة توثق بيانات العميل وتحفظ سريتها	0.36	0.08
03	يحرص البنك على توفير كشوفات دقيقة والاطلاع زبائنه على الخدمات الحديثة	0.31	0.06
المعدل الكلي للمحور			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

انطلاقاً من الجدول رقم (03-19) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الرابع والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.26 و0.36. بمستويات دلالة تتراوح بين 0.05 و0.08 وهي أكبر من 0,05 مما يدل على أن البيانات تتبع توزيع طبيعي لفقرات المحور الرابع.

هـ/ اختبار التوزيع الطبيعي لفقرات المحور الخامس : يوضح الجدول رقم (03-20) اختبار التوزيع الطبيعي بين كل فقرة من فقرات المحور الخامس والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (03-20) : يوضح اختبار التوزيع الطبيعي لمحور الدراسة ( التعاطف )

الرقم	الفقرات	Test Statistic	مستوى الدلالة
01	تعتبر مصلحة العميل الاهتمام الأول للبنك	0.26	0.05
02	تقدير ظروف العميل وتقديم خدمة على أساسها	0.35	0.08
03	مصلحة تقديم الخدمة توفر الجو الملائم للعميل	0.22	0.07
المعدل الكلي للمحور			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS

انطلاقاً من الجدول رقم (03-20) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الخامس والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.22 و0.35. بمستويات دلالة تتراوح بين 0.05 و0.08 وهي أكبر من 0,05 مما يدل على أن البيانات تتبع توزيع طبيعي لفقرات المحور الخامس.

و/ اختبار التوزيع الطبيعي لفقرات المحور السادس: يوضح الجدول رقم (03-21) اختبار التوزيع الطبيعي بين كل فقرة من فقرات المحور السادس والمعدل الكلي للمحور كمايلي:

جدول رقم (03-21) : يوضح اختبار التوزيع الطبيعي لمحور الدراسة ( أثر الجودة على الأداء المالي)

الرقم	الفقرات	Test Statistic	مستوى الدلالة
01	تقديم الخدمة من طرف البنك ومصادقته أوجب سمعة في السوق	0.32	0.08
02	يستخدم البنك نماذج وأساليب فعالة لقياس الأداء	0.33	0.07
03	يعطي البنك فرصة للموظفين بتقديم اقتراحاتهم لتحسين أداء عمل البنك	0.30	0.05
04	يعمل البنك على رفع حصته السوقية بتنوع أساليب تسويق الخدمات	0.32	0.06
05	يعد عنصر الربحية معيار تقييم أداء البنك	0.32	0.08
06	يتميز البنك باستراتيجية اتخاذ القرار مما يجنبه الفشل مالي	0.32	0.07
المعدل الكلي للمحور			

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

انطلاقا من الجدول رقم ( 03-20) يمكن ملاحظة أن كل فقرة من فقرات المحور الأول والمعدل الكلي للمحور تتراوح بين 0.30 و 0.33 بمستويات دلالة تساوي 0.05 و 0.08 وهي أقل من 0,05 مما يدل على وجود ارتباط معنوي، هذا ما يؤكد صدق الاتساق الداخلي لفقرات المحور السادس.

## المبحث الثالث: عرض ومناقشة النتائج واختبار الفرضيات

يتضمن هذا المبحث عرضاً لتحليل بيانات واختيار فرضيات الدراسة، وذلك من خلال إجابات أفراد العينة عن أسئلة الدراسة واستعراض أبرز نتائج الاستبانة والتي تم التوصل إليها، ومن خلال تحليل فقراتها المتمثلة في المحور الأول، المحور الثاني، المحور الثالث، المحور الرابع والمحور الخامس والمحور السادس وإجراء المعالجات الإحصائية لهذه المحاور.

## المطلب الأول: عرض ومناقشة البيانات الشخصية

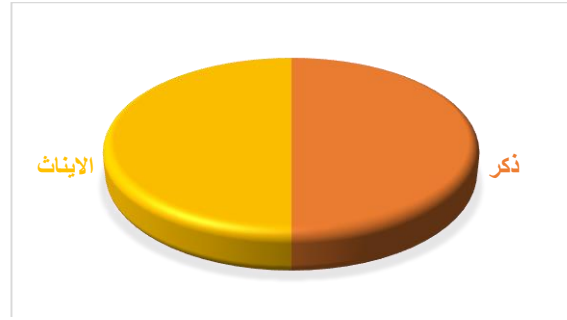
حتى يتسنى لنا التعرف على خصائص أفراد عينة الدراسة والتي يمكن أن تساعدنا في تحليل نتائج الدراسة، قمنا بإدراج قسم يتضمن البيانات الشخصية للفرد والمتمثلة في 05 خصائص أساسية تتمثل فيما يلي:

## أولاً. توزيع العينة حسب الجنس

الجدول (03-21): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الشكل (03-02): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة	العدد	الجنس
50	16	ذكر
50	16	الاناث
%100	32	المجموع



## المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

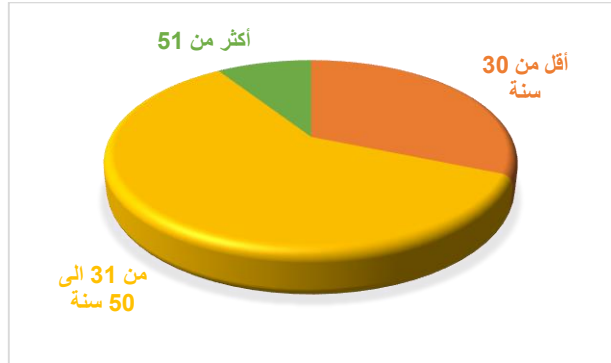
بين الجدول رقم (03-21). أن نسبة عينة أفراد الدراسة من الذكور هي (50%) و من الاناث هي (50%) ، و هذا يدل أن نسبة الذكور الذين يتعاملون مع البنك لمؤسسة وحدة عين تموشنت تساوي تقريبا لنسبة الاناث، وهذا يعود الى طبيعة المجتمع وميله الى الاستفادة من الخدمات التي تقدمها هذه المؤسسات المالية .

ثانيا. حسب العمر: كان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر كما يلي

الجدول (03-22): توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

الشكل (03-03): توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

النسبة	العدد	العمر
0.31	10	أقل من 30 سنة
0.59	19	من 31 الى 50 سنة
0.09	03	أكثر من 51
100	32	المجموع



### المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

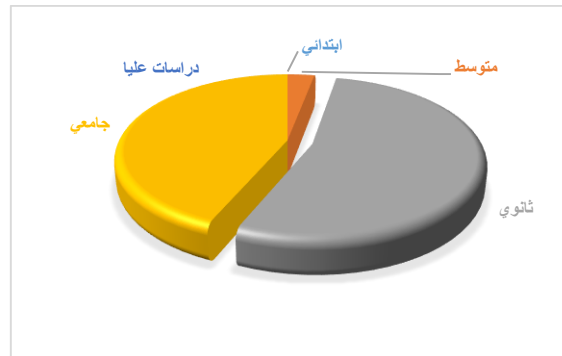
من خلال الجدول رقم (.03-22) يتضح لنا توزيع عمر افراد العينة وتشمل بنسبة 0.31 % بالنسبة للموظفين الذين تقل اعمارهم عن 30 سنة مما يدل على نقص الوعي لدى هذه الفئة من حيث الاستفادة من هذه الخدمات. في حين بلغت نسبة الذين تتراوح اعمارهم ما بين 31 و 50 سنة 0.59% و هذا ما يدعم فئة الشباب في المؤسسة الذين يستفيدون من الخدمات للمؤسسات المالية، أما بالنسبة للذين تتراوح اعمارهم أكثر من 51 سنة فقد قدرت 0.09. % و هي أقل نسبة لكن ذلك يمكن تفسيره برغبة البنك في الحفاظ على هذه الفئة من أجل تأطير الفئة الشبانية .

### ثالثا. المستوى التعليمي :

الجدول (03-23): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

الشكل (02-04): توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة	العدد	المستوى التعليمي
00	00	ابتدائي
0.03	01	متوسط
0.53	17	ثانوي
0.43	14	جامعي
00	00	دراسات عليا
%100	32	المجموع



## المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (.03-23). نلاحظ أن المستوى التعليمي الذي غلب على أفراد العينة الاحصائية هو مستوى ثانوي وجامعي بنسبة 0.53% و 0.43% على التوالي يليه مستوى متوسط بنسبة 0.03% حيث ان المقابلات الشخصية معهم اثبتت ان معظم أفراد العينة مثقفين أو متحصلين على شهادات جامعية. لكن من جهة أخرى أثبتت عينة الدراسة أن هذه المؤسسة لا تعتمد كثيرا في اطار عملية التوظيف على جلب اليد العاملة ذات مستويات عالية حيث أن الدراسات العليا من الموظفين كانت منعدمة تماما .

رابعا. المهنة: كان توزيع أفراد العينة حسب المهنة كمايلي:

الجدول(03-24):توزيع العينة حسب المهنة العلمي

الشكل(02-05):توزيع عينة الدراسة حسب المهنة

المهنة	العدد	النسبة
موظف بالقطاع العام	20	0.62
موظف بالقطاع الخاص	10	0.31
أعمال حرة	02	0.06
متقاعد	04	0.12
المجموع	32	%100



## المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (.03-24). نلاحظ أن نسبة المتعاملين مع البنوك العمومية أكبر نسبة بما يقدر 0.62% وهو ما يعزز فكرة ثقة الأفراد بالبنوك العمومية اما بالنسبة للبنوك الخاصة فهي تستحوذ على نسبة أقل من الأفراد بنسبة 0.31% . بينما الفئة الأقل من المتعاملين مع البنوك العمومية والحرة فهي تخص فئة أصحاب الأعمال الحرة والمتقاعدين بنسبة 0.06% و 0.12% وذلك راجع الى اتجاه هذه الفئة نحو التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر .

خامسا. مدة التعامل مع البنك: كان توزيع أفراد العينة حسب المتغير مدة التعامل مع البنك كما يلي:

الشكل (02-06): توزيع عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع البنك الجدول (03-25): توزيع العينة حسب مدة التعامل مع البنك

النسبة	العدد	الخبرة
0.43	14	ما بين 01 الى 05 سنوات
0.18	06	من 05 إلى 10 سنوات
0.37	12	أكثر من 10 سنوات
100%	32	المجموع



المصدر : من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS

من خلال الجدول رقم (.03-25). نلاحظ أن عدد سنوات الخبرة كانت متفارقة حيث كانت نسبة الموظفين والمتعاملين مع البنك الذين لديهم خبرة أقل من 5 سنوات هي 0.43 % ، ثم تليه نسبة الموظفين والمتعاملين الذين لديهم خبرة لأكثر من 10 سنوات بنسبة 0.37% وهي نسبة مرتفعة أيضا هذا ما يدل على ان الخبرات العملية لدى الموظفين مناسبة و متنوعة حيث لن لديهم القدرة على الادلاء بأرائهم حول تخطيط الموارد البشرية في المؤسسة محل الدراسة كما يدل أن المتعاملين مع البنك لديهم خبرة حول نوعية الخدمات المقدمة من قبل البنك .

المطلب الثاني : عرض و مناقشة إجابات أفراد عينة الدراسة

سيتم التطرق إلى نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة كالأتي:

أولا. نتائج إجابات أفراد العينة عن المحور الأول: يوضح الجدول رقم (03-26): إجابات أفراد العينة المدروسة حول المحور الأول كما يلي:

الجدول رقم (03-26) : يوضح نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور الأول

المجموع	الإجابات					التكرارات النسبة المئوية	الفقرات
	موافق بشدة	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة		
32	00	00	00	13	19	التكرار	الفقرة 01
%100	00	00	00	40.6	59.4	النسبة	
32	00	00	04	20	08	التكرار	الفقرة 02
%100	00	00	12.5	62.5	25	النسبة	
32	00	02	02	16	12	التكرار	الفقرة 03
%100	00	6.3	6.3	50	37	النسبة	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

يوضح الجدول نتائج اجابات العينة عن فقرات المحور الأول إذ تجد أن أكبر نسبة الاجابة في الفقرة الأولى (01) في اجابة موافق بشدة بنسبة 19. % في حين ان نسبة موافق قدرت ب 13 % بالنسبة لعينة الدراسة ، أما الفقرة الثانية فقد تركزت نسبة الاجابة موافق ب 62. % في حين نسبة موافق بشدة فهي 25. % أما بخصوص اجابة محايد فهي 12.5% و ذلك اجمالي عينة الدراسة ،

ثانيا.نتائج إجابات أفراد العينة عن المحور الثاني يوضح الجدول رقم (03-27): إجابات أفراد العينة المدروسة حول المحور الأول كمايلي:

الجدول رقم (03-27) : يوضح نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور الثاني

المجموع	الإجابات					التكرارات النسبة المئوية	الفقرات
	موافق بشدة	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة		
32	00	00	01	20	11	التكرار	الفقرة 04
%100	00	00	3.1	62.5	34.4	النسبة	
32	00	01	04	16	11	التكرار	الفقرة 05
%100	00	3.1	12.5	50	34.4	النسبة	
32	00	00	09	00	23	التكرار	الفقرة 06
%100	00	00	28.1	00	71.9	النسبة	
32	00	00	03	20	09	التكرار	الفقرة 07
%100	00	00	9.4	62.5	28.1	النسبة	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

يوضح الجدول نتائج اجابات العينة عن فقرات المحور الثاني إذ تجد أن أكبر نسبة الاجابة في الفقرة الرابعة في اجابة موافق بنسبة 62.5% في حين ان نسبة موافق بشدة قدرت ب 34.4% بالنسبة لعينة الدراسة ، أما الفقرة الخامسة فقد تركزت نسبة الاجابة موافق ب 50. % في حين نسبة موافق بشدة فهي 34.4% أما بخصوص اجابة محايد فهي 12.5% و ذلك اجمالي عينة الدراسة ، في حين أن إجابات الفقرة السادسة فكانت أغلبها باجابة موافق بشدة بنسبة 71.9% و 28.1% بالنسبة للاجابات المحايدة. أما الفقرة السابعة فقد قدرت نسبة الإجابات بعبارة موافق ب 62.5% و 28.1% بالنسبة للعبارات باجابة موافق بشدة أما النسبة الباقية 9.4% فكانت محايدة

ثالثا. نتائج إجابات أفراد العينة عن المحور الثالث: يوضح الجدول رقم (03-28): إجابات أفراد العينة المدروسة حول المحور الثالث كمايلي:

الجدول رقم (03-28) : يوضح نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور الثالث

المجموع	الإجابات					التكرارات النسبة المئوية	الفقرات
	موافق بشدة	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة		
32	00	00	04	17	11	التكرار	الفقرة 08
%100	00	00	12.5	53.1	34.4	النسبة	
32	01	00	07	08	16	التكرار	الفقرة 09
%100	3.1	00	21.9	25	50	النسبة	
32	00	01	10	41	07	التكرار	الفقرة 10
%100	00	3.1	31.3	43.8	21	النسبة	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

يوضح الجدول نتائج اجابات العينة عن فقرات المحور الثالث إذ تجد أن أكبر نسبة الاجابة في الفقرة الثامنة في اجابة موافق بنسبة 53.1% في حين ان نسبة موافق بشدة قدرت ب 34.4% بالنسبة لعينة الدراسة، أما الفقرة التاسعة فقد تركزت نسبة الاجابة موافق بشدة ب 50. % في حين نسبة موافق بشدة فهي 25% أما بخصوص اجابة محايد فهي 21.9% و ذلك اجمالي عينة الدراسة ، في حين أن إجابات الفقرة العاشرة فكانت أغلبها باجابة موافق بنسبة 43.8% و 31.3% بالنسبة للاجابات المحايدة.

الرابع. نتائج إجابات أفراد العينة عن المحور الرابع: يوضح الجدول رقم (03-29): إجابات أفراد العينة المدروسة حول المحور الرابع كمايلي:

## الجدول رقم (03-29) : يوضح نتائج أفراد العينة عن فقرات محور الرابع

المجموع	الإجابات					التكرارات النسبة المئوية	الفقرات
	موافق بشدة	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة		
32	00	00	11	08	13	التكرار	الفقرة 11
%100	00	00	34.4	25	40.6	النسبة	
32	00	00	01	19	12	التكرار	الفقرة 12
%100	00	00	3.1	59.4	37.5	النسبة	
32	00	00	02	17	13	التكرار	الفقرة 13
%100	00	00	6.3	53.1	40.8	النسبة	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

يوضح الجدول نتائج اجابات العينة عن فقرات المحور الرابع إذ تجدد أن أكبر نسبة الاجابة في الفقرة الحادي عشر في اجابة موافق بشدة بنسبة 40.6% في حين ان نسبة الإجابات المحايدة قدرت ب 34.4% و 25% بالنسبة للإجابات الموافقة على الفقرة بالنسبة لعينة الدراسة ، أما الفقرة الثاني عشر فقد تركزت معظم الإجابات حول عبارة موافق بنسبة 59.4% و 37.5% بالنسبة للإجابة بعبارة موافق بشدة ، أما بخصوص اجابة محايد فهي 3.1% و ذلك اجمالي عينة الدراسة ، في حين أن إجابات الفقرة الثالث عشر فكانت أغلبها باجابة موافق بنسبة 53.1% و 40.8% بالنسبة للإجابات بعبارة موافق. أما الفقرة السابعة فقد قدرت نسبة الإجابات بعبارة موافق ب 62.5% و 28.1% بالنسبة للعبارات باجابة موافق بشدة أما النسبة الباقية 6.3% فكانت محايدة.

خامسا. نتائج إجابات أفراد العينة عن المحور الخامس: الجدول رقم (03-30): إجابات أفراد العينة المدروسة حول المحور الأول كمايلي:

الجدول رقم (03-30): يوضح نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور الخامس

المجموع	الإجابات					التكرارات النسبة المئوية	الفقرات
	موافق بشدة	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة		
32	00	01	01	17	13	التكرار	الفقرة 14
%100	00	3.1	3.1	53.1	40.6	النسبة	
32	00	00	08	21	03	التكرار	الفقرة 15
%100	00	00	25	65.6	9.4	النسبة	
32	00	02	06	21	21	التكرار	الفقرة 16
%100	00	6.3	18.8	37.5	37.5	النسبة	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

يوضح الجدول نتائج اجابات العينة عن فقرات المحور الخامس إذ تجد أن أكبر نسبة الاجابة في الفقرة الرابع عشر في اجابة موافق بنسبة 53.1% في حين ان نسبة الإجابات بعبارة موافق قدرت ب 40.6% و 3.1% بالنسبة للإجابات الموافقة والغير موافقة على الفقرة بالنسبة لعينة الدراسة ، أما الفقرة الخامس عشر فقد تركزت معظم الإجابات حول عبارة موافق بنسبة 65.6% والمحايدة بنسبة 25% ، أما بخصوص اجابة موافق فهي 9.4% و ذلك اجمالي عينة الدراسة ، في حين أن إجابات الفقرة السادس عشر فكانت متساوية في الاجابة موافق وموافق بشدة بنسبة 37.5% ، أما بالنسبة للإجابات بعبارة محايد فكانت بنسبة 18.8%.

سادسا. نتائج إجابات أفراد العينة عن المحور السادس: يوضح الجدول رقم (: إجابات أفراد العينة المدروسة حول المحور السادس كمايلي:

الجدول رقم (03-31) : يوضح نتائج أفراد العينة عن فقرات المحور السادس

المجموع	الإجابات					التكرارات النسبة المئوية	الفقرات
	موافق بشدة	غير موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة		
32	00	03	05	18	06	التكرار	الفقرة 17
%100	00	4.9	15.6	56.3	18.8	النسبة	
32	00	01	06	20	05	التكرار	الفقرة 18
%100	00	3.1	18.8	62.5	15.6	النسبة	
32	00	05	04	16	07	التكرار	الفقرة 19
%100	00	15.6	12.5	50	21.9	النسبة	
32	00	03	04	18	07	التكرار	الفقرة 20
%100	00	4.9	12.5	56.3	21.9	النسبة	
32	00	00	02	18	12	التكرار	الفقرة 21
%100	00	00	6.3	56.3	37.5	النسبة	
32	00	06	01	16	09	التكرار	الفقرة 22
%100	00	18.8	3.1	50	28.1	النسبة	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

يوضح الجدول نتائج اجابات العينة عن فقرات المحور السادس إذ تجد أن اكبر نسبة الاجابة في الفقرة السابع عشر في اجابة موافق بنسبة 56.3% في حين ان نسبة الإجابات بعبارة موافق بشدة قدرت ب 18.8% و 15.6% بالنسبة للإجابات المحايدة على الفقرة بالنسبة لعينة الدراسة ، أما الفقرة الثامن عشر فقد تركزت معظم الإجابات حول عبارة موافق بنسبة 62.5% والمحايدة بنسبة 18.8% ، أما بخصوص اجابة موافق بشدة فهي

15.6% و ذلك اجمالي عينة الدراسة ، في حين أن إجابات الفقرة التاسع عشر فكانت أغلبها بعبارة موافق بنسبة 50% أما النسبة الباقية فتراوحت بين 21.9% بالنسبة لعبارة موافق و 12.5% و 15.6% في الاجابة بمحايد وغير موافق على التوالي .في حين ان الفقرة رقم عشرون فكانت أغلب الإجابات بعبارة موافق بنسبة 56.3%، أما بقية الإجابات فكانت بعبارة موافق بشدة بنسبة 21.9% و 12.5% بالنسبة للعبارات المحايدة، في حين أن إجابات الفقرة واحد وعشرين أغلب اجاباتها كانت موافقة أيضا على العبارة بنسبة 56.3% وموافقة بشدة بنسبة 37.5%، اما النسبة الباقية 6.3% فكانت محايدة. بينما الفقرة رقم اثنان وعشرين فكانت عبارتها موافقة أيضا بنسبة أقل 50%، وموافقة بشدة بنسبة 28.1% ، كما ارتفع نسبة عبارات الأفراد الغير موافقين على العبارة بنسبة 18.8% بينما الإجابات المحايدة فلم تتعدى 3.1%.

### المطلب الثالث : إختبار فرضيات الدراسة

بعد تفرغ البيانات في البرنامج spss اتمت عملية حساب كل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الاستثمار وفقا لكل محور، باستخدام اختبار T للعينة الواحدة

One samplet test وهذا لتحليل فقرات الاستبانة وذكرت فقرة ايجابية بمعنى ان افراد العينة يوافقون على محتواها اذا كانت t المحسوبة اكبر من t الجدولية او مستوى المعنوية اقل من 0.05 والوزن النسبي اكبر من 0.6 وتكررت الفقرة سلبية بمعنى افراد العينة لا يوافقون على محتواها وهذا اذا كانت قيمة t المحسوبة اقل من قيمة t الجدولية او مستوى الدلالة اقل من 005 والوزن النسبي اقل من 0.6 وتكون الفترة محايدة اذا كان مستوى الدلالة اكبر من 0.05.

حتى نقوم باختبار الفرضيات يجب تحديد الفئات حسب الخطوات التالية:

#### • تعيين الفئات:

- العدد الفئات: خمسة ان اجابة غير موافق بشدة تمثل الفئة رقم 01 ،اجابة غير موافق تمثل الفئة رقم 02، اجابة محايد تمثل الفئة رقم 03، اجابة موافق امثل الفئة رقم 05، اجابة موافق بشدة تمثل الفئة رقم 05

○ حساب المدى:  $4 = 1 - 5$

- حساب طول الفئة حيث طول الفئة يساوي المدى/عدد الفئات

طول الفئة: 4/5

طول الفئة: 0.8

○ تعيين الفئات: اعتمادا على ما سبق الفئات كمايلي:

- الفئة رقم 1: [1-1.8] تمثل الاجابات غير موافق بشدة
- الفئة رقم 2: [1.8-2.6] تمثل الاجابات غير موافق
- الفئة رقم 3: [2.6-3.4] تمثل الاجابات محايد
- الفئة رقم 4: [3.4-4,2] تمثل الاجابات موافق
- الفئة رقم 5: [4.2-5] تمثل الاجابات موافق بشدة

أولا. إختبار الفرضية الرئيسية: سنقوم باختبار الفرضية الرئيسية والمتمثلة فيلي:

●  $H_0$ : لا يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات على الأداء المالي للبنك●  $H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الملموسية على الأداء المالي للبنك

الجدول رقم (03-32): اختبار الفرضية الرئيسية

لفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	R	R <sup>2</sup>	قيمة t	مستوى الدلالة	إجابات أفراد العينة
الملموسية	1.69	0.57	0.64	0.66	0.16	0.00	موافق
الاعتمادية	1.90	0.54	0.64	0.66	0.23	0.00	موافق
الاستجابة	1.91	0.57	0.64	0.66	0.18	0.00	موافق
الأمان	1.75	0.45	0.64	0.66	0.21	0.00	موافق
التعاطف	1.92	0.53	0.64	0.66	0.20	0.00	موافق
المعدل الكلي للمحور	2.06	0.55	0.64	0.66	0.21	0.00	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ معظم محاور الاستبيان (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) ذات مستوى دلالة 0.000 وهو اقل من 0.05 مما يدل على ايجابية الفقرات اي ان افراد العينة يوافقون على محتوى فقرات هذه المحاور . وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة المتمثلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الملموسية على الأداء المالي للبنك.

ثانيا. اختبار الفرضيات الفرعية:

1. اختبار الفرضية الفرعية الأولى: سنقوم باختبار الفرضيات الفرعية والمتمثلة فيلي:

•  $H_0$ : لا يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لبعد الملموسية على الأداء المالي للبنك

•  $H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الملموسية على الأداء المالي للبنك

الجدول رقم (03-33) : اختبار الفرضية الفرعية الأولى

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	R	R <sup>2</sup>	قيمة t	مستوى الدلالة	إجابات أفراد العينة
الفقرة 01	1.41	0.53	0.79	0.66	0.15	0.00	موافق بشدة
الفقرة 02	1.88	0.76	0.79	0.66	0.17	0.00	موافق
الفقرة 03	1.81	0.45	0.79	0.66	0.12	0.00	موافق
المعدل الكلي للمحور	2.06	0.59	0.79	0.66	0.21	0.00	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ معظم فقرات المحور الأول للاستبيان (الفقرات التي تدل على الملموسية) ذات مستوى دلالة 0.000 وهو اقل من 0.05 مما يدل على ايجابية الفقرات اي ان افراد العينة يوافقون على محتوى فقرات هذا المحاور . وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة المتمثلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الملموسية على الأداء المالي للبنك. وعليه تموقع البنك وتوفره على مختلف التجهيزات لتسهيل الوصول الى مختلف الخدمات التي يقدمها قد ساهم في تحسين جودة الأداء المالي للبنك.

2. إختبار الفرضية الفرعية الثانية: سنقوم باختبار الفرضية الرئيسية والمتمثلة فيلي:

•  $H_0$ : لا يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لبعء الاعتمادية على الأداء المالي للبنك

•  $H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الاعتمادية على الأداء المالي للبنك

الجدول رقم (03-34): اختبار الفرضية الفرعية الثانية.

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	R	R <sup>2</sup>	قيمة t	مستوى الدلالة	إجابات أفراد العينة
الفقرة 04	1.69	0.53	0.65	0.73	0.17	0.00	موافق
الفقرة 05	1.84	0.76	0.65	0.73	0.13	0.00	موافق
الفقرة 06	2.28	0.45	0.65	0.73	0.28	0.00	موافق
الفقرة 07	1.81	0.59	0.65	0.73	0.17	0.00	موافق
المعدل الكلي للمحور	2.06	0.55	0.65	0.73	0.21	0.00	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ معظم فقرات المحور الثاني للاستبيان (الفقرات التي تدل على الاعتمادية) ذات مستوى دلالة 0.000 وهو اقل من 0.05 مما يدل على ايجابية الفقرات اي ان افراد العينة يوافقون على محتوى فقرات هذا المحاور. وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة المتمثلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الاعتمادية على الأداء المالي للبنك. وبذلك بفضل الخدمات المتنوعة التي يقدمها البنك للعميل خاصة الخدمات الالكترونية منها ساهم بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات المالية للبنك دون أن ننسى اتقان العمل وأداء الخدمة وتقديمها على أتم وجه.

3. إختبار الفرضية الفرعية الثالثة: سنقوم باختبار الفرضية الرئيسية والمتمثلة فيلي:

•  $H_0$ : لا يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لبعء الاستجابة على الأداء المالي للبنك

•  $H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء الاستجابة على الأداء المالي للبنك

## الجدول رقم (03-35) : اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	R	R <sup>2</sup>	قيمة t	مستوى الدلالة	إجابات أفراد العينة
الفقرة 08	1.78	0.65	0.56	0.65	0.15	0.00	موافق
الفقرة 09	1.81	0.99	0.56	0.65	0.10	0.00	موافق بشدة
الفقرة 10	2.16	0.80	0.56	0.65	0.15	0.00	موافق
المعدل الكلي للمحور	2.06	0.55	0.56	0.65	0.21	0.00	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ معظم فقرات المحور الثالث للاستبيان (الفقرات التي تدل على الاستجابة) ذات مستوى دلالة 0.000 وهو اقل من 0.05 مما يدل على ايجابية الفقرات اي ان افراد العينة يوافقون على محتوى فقرات هذا المحاور. وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة المتمثلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعده يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الاستجابة على الأداء المالي للبنك. وبذلك نستطيع القول أن تطلعات البنك لاستفسارات العملاء والشكاوي المقدمة ومعالجتها ساهم بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل البنك.

#### 4. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: سنقوم باختبار الفرضية الرئيسية والمتمثلة فيلي:

- $H_0$ : لا يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لبعده الأمان على الأداء المالي للبنك
- $H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده الأمان على الأداء المالي للبنك

## الجدول رقم (03-36) : اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	R	R <sup>2</sup>	قيمة t	مستوى الدلالة	إجابات أفراد العينة
الفقرة 11	1.94	0.15	0.75	0.81	0.12	0.00	موافق بشدة
الفقرة 12	1.66	0.09	0.75	0.81	0.17	0.00	موافق
الفقرة 13	1.66	0.10	0.75	0.81	0.15	0.00	موافق
المعدل الكلي للمحور	2.06	0.09	0.75	0.81	0.21	0.00	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ معظم فقرات المحور الثالث للاستبيان (الفقرات التي تدل على الأمان) ذات مستوى دلالة 0.000 وهو اقل من 0.05 مما يدل على ايجابية الفقرات اي ان افراد العينة يوافقون على محتوى فقرات هذا المحاور. وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة المتمثلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد الأمان على الأداء المالي للبنك. وهو ما يؤكد أن أنظمة الحماية التي يقدمها البنك ويوفرها للزبائن قد ساهم بشكل كبير في تعزيز جودة الخدمات البنكية لبنك الجزائر الخارجي لولاية عين تموشنت.

5. اختبار الفرضية الفرعية الخامسة: سنقوم باختبار الفرضية الرئيسية والمتمثلة فيلي:

•  $H_0$ : لا يوجد أي أثر ذو دلالة احصائية لبعد التعاطف على الأداء المالي للبنك

•  $H_1$ : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد التعاطف على الأداء المالي للبنك

الجدول رقم (03-37) : اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

لفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	R	R <sup>2</sup>	قيمة t	مستوى الدلالة	إجابات أفراد العينة
الفقرة 14	1.69	0.69	0.65	0.70	0.13	0.00	موافق
الفقرة 15	2.16	0.57	0.65	0.70	0.21	0.00	موافق
الفقرة 16	1.94	0.91	0.65	0.70	0.11	0.00	موافق بشدة
المعدل الكلي للمحور	2.06	0.55	0.65	0.70	0.21	0.00	موافق

المصدر: من إعداد طالبين اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ معظم فقرات المحور الثالث للاستبيان (الفقرات التي تدل على التعاطف) ذات مستوى دلالة 0.000 وهو اقل من 0.05 مما يدل على ايجابية الفقرات اي ان افراد العينة يوافقون على محتوى فقرات هذا المحاور. وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة المتمثلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد التعاطف على الأداء المالي للبنك. وعليه بفضل توفير البنك الخارجي لمصلحة خدمة العميل كان له أثر إيجابي على الزبائن من خلال خلق الجو الملائم للعميل مما ساهم في تحسين نوعية وجودة الخدمات المقدمة من قبل البنك.

## خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل يتضح لنا نتائج المتوصل إليها منها التعرف على أثر جودة الخدمات البنكية في تحسين الأداء المالي للبنوك محل الدراسة، حيث تم استخدام الاستبيان الموجه لعملاء بنك الجزائر الخارجي و تم تحليله عن طريق برنامج spss .

حيث تم التوصل الى أنه يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات البنكية على الأداء المالي للبنك محل الدراسة ، أي يوجد تأثير لبعده الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان و التعاطف على الأداء المالي لبنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت.



تناولت الدراسة مدى تأثير جودة الخدمات البنكية من خلال الأبعاد الخمسة للجودة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف) على الأداء المالي للبنوك التجارية مقاسا بمؤشر العائد على الأصول و العائد على حقوق الملكية، حيث تناول الفصل الأول الدراسة النظرية وذلك بعرض مختلف المفاهيم الأساسية حول جودة الخدمات البنكية و الأداء المالي للبنوك، كما تناول الفصل الثاني بعض الدراسات السابقة التي لها نفس متغيرات الدراسة. أما الفصل الثالث فتناول الدراسة الميدانية لبنك الجزائر الخارجي وكالة عين تموشنت ، ولقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات من العينة محل الدراسة، ثم تحليلها و اختبار الفرضيات الموضوعية للدراسة باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS ، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كما يلي:

- ✓ يوجد أثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات على الأداء المالي للبنك
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده الملموسية على الأداء المالي للبنك
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده الاعتمادية على الأداء المالي للبنك.
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده الاستجابة على الأداء المالي للبنك.
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده الأمان على الأداء المالي للبنك
- ✓ يوجد أثر ذو دلالة احصائية لبعده التعاطف على الأداء المالي للبنك.
- ✓ وجود انطباع إيجابي ورضا لأفراد عينة الدراسة عن الخدمات البنكية التي يقدمها بنك الجزائر الخارجي.
- ✓ وجود علاقة ايجابية طردية ذات دلالة إحصائية بين الخدمات البنكية المقدمة للزبائن واستقطابهم في البنك الجزائري الخارجي.

### التوصيات:

على ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة ارتأينا أن تقدم بعض الاقتراحات التي نراها مناسبة:

- ✓ زيادة الاهتمام بالخدمات البنكية وجودتها.
- ✓ الاستماع إلى الزبائن وتلقي شكاويهم ومقترحاتهم وسرعة حلها.
- ✓ التوسيع والزيادة في تقديم خدمات بنكية جديدة تتجاوز نطاق الأعمال البنكية التقليدية، ومنح الزبائن الحرية في اختيار ما يعرض عليهم من تشكيلة متنوعة من الخدمات البنكية.
- ✓ التوجه بالعميل ودراسة سلوكه وانطباعاته وانتقاداته الخاصة بالمنتج أو الخدمة، والتي تشكل فرصا قوية لخلق و تطوير منتجات وخدمات جديدة.
- ✓ ضرورة الأخذ بعين الاعتبار تفاوت الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة المقدمة فعليا عند تصميم وتنفيذ استراتيجيات الجودة.



قائمة

المراجع

أولا : المراجع العربية

الكتب:

- تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2005.
- عوض بدير الحداد، "تسويق الخدمات المصرفية"، البيان للطبع والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، 1999.
- شاكر بن أحمد الصالح، خالد محمد الصريمي، الجودة الشاملة نشأتها وتطورها وأساليبها، ط 1، دار الفكر، عمان، 2015.
- طارق طه، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية، دار الكتب، الإسكندرية، 2000.
- عائشة عتيق، جودة الخدمات الصحية في المؤسسات العمومية، الجزائر حالة، دار خالد اللحيان للنشر و التوزيع، المملكة العربية السعودية.

الرسائل الجامعية:

- عبدات سليمة، "تسويق الخدمات البنكية و أثره على رضا الزبون"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، المركز الجامعي العقيد أكلي محند-البويرة، 2011-2012.
- العايشي مريم، أعماد صافية، "جودة الخدمات البنكية و تأثيرها على المنافسة بين البنوك" مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، جامعة أحمد دراية أدرار - الجزائر، 2016-2017.
- عبد الرزاق حميدي، "محاضرات في التسويق المصرفي"، مطبوعة مقدمة لطلبة السنوات الثانية والثالثة، مالية وبنوك، بنوك وتأمينات، تسويق، كمية العموم الاقتصادية والعموم التجارية وعموم التسيير، جامعة البويرة - الجزائر، 2015.
- وليد بوترة، تأثير أبعاد الصورة الذهنية للبنوك التجارية الجزائرية على ولاء العملاء، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في الطور الثالث، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة 08 ماي 1954، 2024-2025.
- طرفاوي الشيخ، رابة امينة، " دور الشمول المالي في تحسين جودة الخدمة البنكية"، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021-2022.

- خليفى بشرى، أثر جودة الخدمة المصرفية على رضا الزبائن، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي الطور الثاني، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الدكتور مولاي الطاهر، سعيدة، 2019-2020.
- بلال أحلام، بودلال فاطمة الزهراء، تقييم جودة الخدمات البنكية باستعمال أدوات الذكاء الاصطناعي، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشنت، 2021-2022.
- رهام زين الدين، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية، جامعة النجاح الوطنية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، 2016.
- حاتم غازي شعشاعة، مذكرة ماستر، قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء، الجامعة الإسلامية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، 2004.
- عبدون وفاء سعديّة، حمدي شريف زينة، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبون، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية 2018-2019.
- عائشة حفصاوي، أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون، مذكرة مكملّة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة أم البواقي، 2015-2016.
- مرطاني نور الدين، أثر جودة الخدمة المصرفية على أداء البنوك التجارية، مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر الأكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 - قلّة، 2020-2021.
- سمية بن خدومة، قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء، مذكرة لاستكمال شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2012-2013. إبراهيم كثير، حمزة عسال، "دور جودة الخدمات البنكية في تحسين الميزة التنافسية للبنوك"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قلّة، 2011-2012.
- حيدش فاطمة، دور جودة الخدمات المصرفية في تحسين تنافسية البنوك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017-2018.

- لعربي نعيمة، دزاير حنان، "جودة الخدمات المصرفية كآلية لتنفيذ الميزة التنافسية في البنوك التجارية دراسة حالة بنك CPA أو BADR"، مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة أكسي محند والحاج، البويرة- الجزائر، 2015.
- أسماء قسوم، دور جودة الخدمة المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية للبنوك التجارية، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017-2018.

#### المجلات و المقالات:

- نعيمة فرحي، مفيدة بن عثمان " تأثير جودة الخدمات المصرفية على الأداء المالي للبنوك التجارية، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، المجلد 09، العدد 02، 2022.
- برينيس شريفة، عبيدات سارة دور جودة الخدمات البنكية في تحسين الصورة الذهنية لدى العملاء، دراسة ميدانية بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة الطارف، مجلة دراسات السابقة، المجلد 24، العدد 02، 2024.
- شعبان فراح، جودة الخدمات البنكية بين تدقيق فعالية الأداء و تعزيز القدرات التنافسية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة سيدي بلعباس، مجلة الابتكار التسويقي، المجلد 05، العدد 01، 2018.
- عبد الكريم حساني ، تقييم أبعاد جودة الخدمة البنكية و أثرها على رضا الزبائن، دراسة حالة وكالة بنك BADR بأبم البواقي، مجلة البحوث الاقتصادية و المالية، المجلد 05، العدد 1، 2018.
- جيج جميلة ، اثر جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون دراسة حالة بنك التنمية المحلية و وكالة مغنية، مجلة استراتيجيات ضمان الجودة، المجلد 1، العدد 1، 2020.
- جعفاري محمد رضا أبعاد جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن من وجهة نظر زبائن بنك التنمية المحلية، مجلة مقريري للدراسات الاقتصادية و المالية، مجلد 06، العدد 1، 2022.
- أحمد خيضر، جودة الخدمات المصرفية و دورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد، مجلة اقتصاد المال و الأعمال، العدد 9، 2019.
- حميدي زقاي ، توثيق العلاقة مع العملاء من خلال تبني مفهوم أبعاد جودة الخدمات المصرفية دراسة تطبيقية على عينة عملاء بنك الخليج الجزائري AGB وكالة سعيدة، مجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، مجلد 09، العدد 01، 2021.

- غيلاني ازدهر ، جودة الخدمات البنكية و أثرها على الأداء المالي في البنوك التجارية العاملة في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2022.
- هاجر محمد مالك، الطاهر محمد أحمد علي " جودة الخدمات المصرفية و أثرها على رضا العميل" مقالة منشورة بمجلة العلوم الاقتصادية العدد 17، المجلد 01، كلية الدراسات التجارية، جامعة سودان للعلوم التكنولوجية.
- جمعة زكرياء بعنوان قياس جودة الخدمات البنكية الخاصة من وجهة نظر الزبون باستخدام نموذج الأداء الفعلي " دراسة عينة من زبائن البنوك الخاصة العاملة"، جامعة أبو بقد بلقايد تلمسان، المجلد 18، العدد 1، 2022.
- نعيمة فرحي، مفيدة بن عثمان، تأثير جودة الخدمات المصرفية على الأداء المالي للبنوك " دراسة لبنوك تجارية بالجزائر، مقال بمجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، المجلد رقم 09 العدد 2 ، 2022،
- مفيدة بن سعادة، محي الدين شبيرة، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا الزبون دراسة حالة بنك CNEP قالمة، مجلة التكامل الاقتصادي، المجلد 10، العدد 2، 2022.
- زقاي حميدي، بن علال بلقاسم، أولاد حميودة بعنوان جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي و انعكاسها على رضا العميل " دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 23، العدد 1، 2023.

#### مراجع باللغة الأجنبية:

- Ghriissi sadouki , Quality of banking service and its impact on customer satisfaction Tarzi Amina Journal of Contemporary Business and Economic Studies Vol.(05) No.(3) (2022).
- Tarzi amina, Service Quality and Financial Performance of Banks (A Meta-Analysis) Tafa Mosisa Ijara School of management studies, Punjabi University, Patiala, India International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 10, Issue 5, May 2020.
- Tafa mosisa ijara, The electronic banking services effect on the financial performance of commercial banks in Algeria – an empirical study on a sample of banks Revue Administration et Développement Pour les Recherches et les études , Volume: 11 / N°: 01 Juin (2022) .

- Mr. MADOUCHE Yacine, La relation Banque-PME en Algérie : les déterminants de la mise en place d'un financement relationnel et son impact sur les conditions de crédit, Université Mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou Faculté des Sciences économiques, commerciales et des sciences de gestion Département des Sciences Economiques( 2021)
- Dr MUREHA François Xavier, Déterminants de la performance financière des banques commerciales au Burundi: une analyse empirique avec les données de panel de 2014 à 2022, Volume 5 : Numéro 3, 2024.
- Mohammed Amine HAFIANE<sup>1</sup>, Imane JED<sup>2</sup> The impact of the quality of online banking services on customer loyalty: A study through the mediating. effect of the level of satisfaction of Moroccan customers International Journal of Business and Technology Studies and Research. Volume 3, Issue 2, July 2021.



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي  
جامعة بلحاج بوشعيب - عين تموشنت

تحية واحترام.....

تقوم الباحثة بإعداد دراسة تكميلية لنيل درجة الماستر في العلوم الاقتصادية بعنوان

"جودة الخدمات البنكية و دورها في تحسين الأداء المالي للبنوك"

يمثل هذا الاستبيان أحد الجوانب الهامة في البحث , أرجو التكرم والإجابة على الأسئلة المطروحة وتزويدنا بأرائكم القيمة من خلال وضع إشارة ( X ) على الإجابة التي ترونها ملائمة .

يرجى العلم أن جميع الأسئلة المطروحة ضمن هذا الاستبيان لأغراض البحث العلمي وأن إجاباتكم ستكون محاطة بالسرية الكاملة والعناية العلمية الفائقة.

شكرا لتعاونكم وحسن استجابتكم....

الجزء الأول : البيانات الشخصية

يرجى وضع علامة ( X ) على الجواب الذي تراه مناسباً

- 1- الجنس : مذكر ( ) , مؤنث ( )
- 2- العمر: أقل من 30 سنة ( ) , من 31 إلى 50 سنة ( ) , أكثر من 51 سنة ( ) .
- 3- المستوى التعليمي: ابتدائي ( ) , متوسط ( ) , ثانوي ( ) , جامعي ( ) , دراسات عليا ( ) .
- 4- المهنة: موظف بالقطاع العام ( ) , موظف بالقطاع الخاص ( ) , أعمال حرة ( ) , متقاعد ( ) .
- 5- مدة التعامل مع البنك : ما بين 01 إلى 05 سنوات ( ) , من 05 إلى 10 سنوات ( ) , أكثر من 10 سنوات ( )

## الملاحق

المحور الأول : أبعاد جودة الخدمات البنكية، يرجى وضع علامة ( X ) على الجواب الذي تراه مناسباً

الرقم	العبارات	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماماً
<b>البعد الأول: الملموسية</b>						
01	تموقع البنك الاستراتيجي و سهولة الوصول إليه					
02	توفر البنك على مختلف التجهيزات المادية و المعدات التكنولوجية					
03	توفر لوحات إرشادية لتسهيل الوصول إلى أقسامه					
<b>البعد الثاني: الاعتمادية</b>						
01	يقدم البنك مجموعة متنوعة من الخدمات البنكية					
02	يسهل البنك على العميل استخدام خدمات بنكية إلكترونية					
03	تقديم الخدمة من قبل العملاء في الوقت المحدد					
04	تميز عمال البنك بالكفاءة في اتقان العمل و أداء الخدمة و تقديمها على أتم وجه.					
<b>البعد الثالث: الاستجابة</b>						
01	الاستجابة الفورية لاستفسارات العملاء من طرف عمال البنك					
02	يتطلع البنك الى شكاوي زبائنه و الرد عليها					
03	يحرص البنك على تلبية احتياجات العملاء حتى آخر ساعة من أوقات عمل البنك					
<b>البعد الرابع: الأمان</b>						
01	يوفر البنك الحماية التامة داخله و خارجه من طرف أعوان الأمان					
02	توفر البنك على أنظمة توثق بيانات العميل و تحفظ سريتها					
03	يحرص البنك على تقديم كشوفات دقيقة من أول مرة كما أنه يسعى لإطلاع زبائنه بكل الخدمات الجديدة					
<b>البعد الخامس: التعاطف</b>						
	تعتبر مصلحة العميل الاهتمام الأول للبنك					
	تقدير ظروف العميل و تقديم الخدمة على أساسها					
	مصلحة تقديم الخدمة توفر الجو الملائم للعميل					

## الملاحق

### المحور الثاني: أثر الجودة على الأداء المالي

الرقم	العناوين	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
01	تقديم الخدمة من طرف البنك و مصداقيته أوجب سمعة في السوق					
02	يستخدم البنك نماذج و أساليب فعالية لقياس الأداء					
03	يعطي البنك فرصة للموظفين بتقديم اقتراحاتهم لتحسين أداء عمل البنك					
04	يعمل البنك على رفع حصته السوقية بتنويع أساليب تسويق الخدمات					
05	يعد عنصر الربحية معيار تقييم أداء البنك					
06	يتميز البنك باستراتيجية اتخاذ القرار مما يجنبه فشل مالي					