

جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم التجارية



دور جودة الخدمات المصرفية في تعزيز استراتيجية
التوطين لعمليات الاستيراد
دراسة مقارنة بين بنك خاص و بنك عمومي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص
مالية و تجارية دولية

إشراف الدكتور:

- حويشتي توفيق

"من إعداد الطالب:

- بكاي بوحفص

الصفة	الجامعة	الرتبة	لقب واسم الأستاذ
رئيسا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر أ	أ.د قلبازة آمال
مشرفا ومقررا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر أ	أ.د حويشتي توفيق
عضوً مناقشا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر أ	أ.د ثامر محمد البشير

السنة الجامعية: 2024-2025

جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية ، التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم التجارية



دور جودة الخدمات المصرفية في تعزيز استراتيجية
التوطين لعمليات الاستيراد
دراسة مقارنة بين بنك خاص و بنك عمومي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص
مالية و تجارية دولية

إشراف الدكتور:

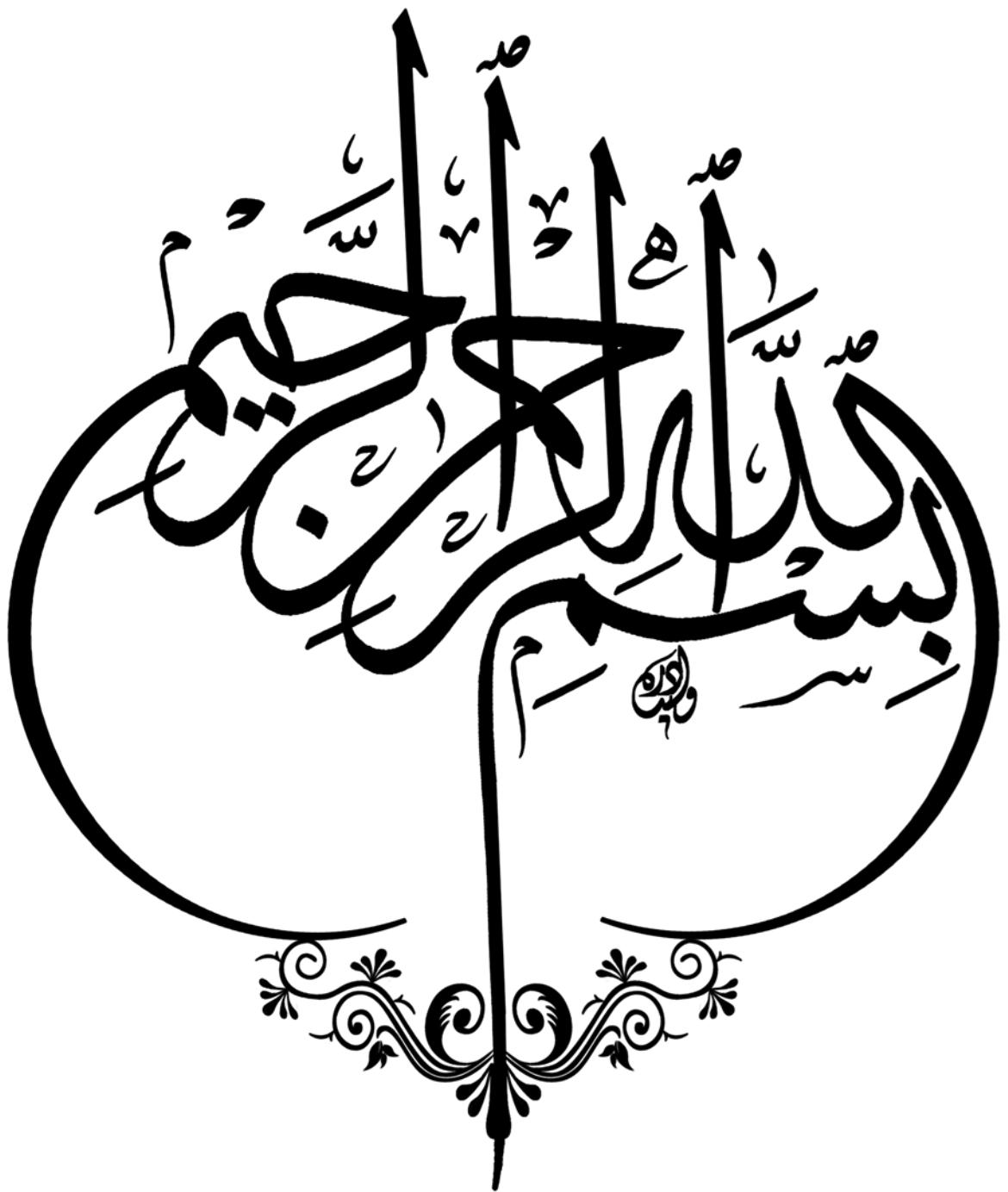
"من إعداد الطالب:

- حويشتي توفيق

- بكاي بوحفص

الصفة	الجامعة	الرتبة	لقب وأسم الأستاذ
رئيسا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر أ	أ.د قلباوة آمال
مشفرا ومقررا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر أ	أ.د حويشتي توفيق
عضوً مناقشا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر أ	أ.د ثامر محمد البشير

السنة الجامعية: 2024-2025



شكر وتقدير

بسم الله والصلوة والسلام على خير المرسلين سيدنا ونبينا محمد عليه الصلاة والسلام

أولا الشكر لرب العالمين الذي وهبنا العقل وحسن التدبير والتوكيل

ثانيا نتوجه بالشكر الجليل إلى كل من قدم لنا يد المساعدة سواء من قريب أو بعيد لإنجاز
هذا العمل المتواضع ولو بكلمة تشجيع أو بابتسامة أو بكلمة طيبة.

ونخص بالذكر أستاذنا الفاضل أطال الله في عمره أمده بالصحة والعافية، الأستاذ المشرف
حويشتي توفيق ، كما نتوجه بالشكر والامتنان إلى جميع الأساتذة

وطلبة قسم العلوم التجارية كما نتقدم بأحر شكراتنا إلى كل
من جاهد من أجل رفع راية العلم والمعرفة.

وفي الأخير نسأل المولى عز وجل أن يجعلنا ممن يكره نكره ويحفظ
أمره وأن يغمر قلوبنا بمحبته ويرضى عنا.

بـ حفظ

اهداء



ايم مضت من عمرنا بدأناها بخطوة وها نحناليوم نقطف ثمار مسيرة اعوام كان هدفنا فيها
واضحاً وكنا نسعى أليه في كل يوم لتحقيقه مهما كانت الصعب فالحمد لله أولاً وأخيراً لما
وفقنا للوصول الى هذا النجاح العظيم. اهدى نجاحي الى لأمي الغالية التي كانت بجانبي
في كل المراحل التي مضت وكانت شمعة تحرق لتنير دربي ، وأيضاً اهدى نجاحي الى
والدي العزيز الذي كان له الفضل في كل مراحل حياتي وتشجيعه لي في تحمل الصعب
والمثابرة للوصول لتحقيق هذا النجاح وأيضاً اهدى نجاحي الى رفيقة الدرب
و شريكة الحياة وداعمي في كل نجاح زوجتي الغالية
والى كل من كان له في ان اصل الى ما وصلت اليه.

بمحفظ



الملخص :

تهدف هذه الدراسة الى أثر دور جودة الخدمات المصرفية على قرار التوطين للاستيراد لدى بنكين بولاية غرداية و هما البنك الخارجي الجزائري وبنك الخليج الجزائري، كما اعتمد الباحث على اتباع المنهج الوصفي التحليلي، مستخدماً أداة الاستبيان لجمع البيانات موزعة على عينة من زبائن البنكين محل الدراسة. وتم تحليل النتائج إحصائياً حيث اوصلت النتائج أن لجودة الخدمات المصرفية أثراً مباشراً في قرار التوطين، و تبين أن عناصر مثل سرعة المعاملات، كفاءة الموظفين، وشفافية الإجراءات تلعب دوراً حاسماً في استقطاب الزبائن، كما أظهرت المقارنة تفوق البنك الخاص في بعض مؤشرات الجودة، بينما احتفظ البنك العمومي بأفضلية في جوانب أخرى تتعلق بالثقة والاستقرار و منه خلصت الدراسة إلى أن تحسين جودة الخدمات يعد مدخلاً أساسياً لزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، وأوصت بضرورة الاستثمار في تدريب الموارد البشرية و التكيف في إقامة دورات تكوينية، وتبسيط الإجراءات، وتوظيف التكنولوجيا الحديثة لتلبية حاجيات الزبائن بشكل أفضل.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات المصرفية، التوطين للاستيراد، استقطاب الزبائن، البنك الجزائري، التنافسية

Summary:

This study aims to examine the impact of banking service quality on the decision to localise imports at two banks in the province of Ghardaia, namely the Algerian Foreign Bank and the Algerian Gulf Bank. The researcher adopted a descriptive analytical approach, using a questionnaire to collect data from a sample of customers of the two banks under study. The results were analysed statistically, revealing that the quality of banking services has a direct impact on the decision to localise. It was found that factors such as transaction speed, staff efficiency and transparency of procedures play a decisive role in attracting customers. The comparison also showed that the private bank outperformed the public bank in some quality indicators, while the public bank retained its advantage in other aspects related to trust and stability.

The study concluded that improving service quality is essential to increasing the competitiveness of Algerian banks and recommended investing in human resources training, intensifying training courses, simplifying procedures, and employing modern technology to better meet customer needs.

Keywords: quality of banking services, localisation of imports, customer attraction, Algerian banks, competitiveness .

قائمة المحتويات :

	الشكر والتقدير
	الاهداء 1-2
	ملخص الدراسة
أ-ج	المقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري	
7	تمهيد
8	المبحث الأول: جودة الخدمات المصرفية و استقطاب الزبائن للتوطين للاستيراد
8	المطلب الأول: جودة الخدمة المصرفية و استقطاب الزبائن
8	الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمة المصرفية
14	الفرع الثاني: التسويق البنكي
15	المطلب الثاني: التوطين للاستيراد
15	الفرع الأول : المفهوم وإجراءات التوطين
17	الفرع الثاني : واقع التوطين البنكي في الجزائر
19	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
19	المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية
22	المطلب الثاني : الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
25	المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسات السابقة و الدراسة الحالية
31	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
33	تمهيد
34	المبحث الاول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
34	المطلب الأول: طريقة الدراسة
35	الفرع الاول: التعريف بالبنكين محل الدراسة

46	الفرع الثاني : تحديد مجتمع الدراسة و العينة
48	المطلب الثاني: الأدوات الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات
55	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة
55	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج الدراسة
55	الفرع الأول : التحليل الوصفي لعينة الداسة
58	الفرع الثاني: تحليل عبارات متغير أبعاد جودة الخدمات المصرفية
61	الفرع الثالث: تحليل عبارات متغيري دعم البنك ورضا العملاء
63	الفرع الرابع: إختبار فرضيات الدراسة
68	المطلب الثاني: مناقشة النتائج
70	خلاصة الفصل
72	الخاتمة
76	المصادر والمراجع
80	الملاحق

قائمة الجداول :

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
48	محاور الدراسة وعدد فقرات كل مجال	1-2
50	مقياس ليكارت الخماسي	2-2
50	الوزان المرجحة لمقياس الدراسة	3-2
51	يوضح اختبار معامل الثبات لمحوري الدراسة (Cronbach Alpha)	4-2
52	صدق الاتساق الداخلي لعبارات مقاييس الإستبيان	5-2
54	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة	6-2
55	تقسيم جودة الخدمات المصرفية ودورها في دعم التوطين للاستيراد حسب الجنس.	7-2
56	تقسيم زبائن البنوك حسب العمر.	8-2
57	تقسيم جودة الخدمات المصرفية ودورها في دعم التوطين للاستيراد حسب نوع المؤسسة.	09-2
58	تقسيم موظفي جودة الخدمات المصرفية ودورها في دعم التوطين للاستيراد.	10-2
60-59	يوضح نتائج المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري أبعاد جودة الخدمات المصرفية	11-2
62	يوضح نتائج المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري - دعم البنك ورضا العملاء	12-2
64	اختبار T للمجموعات المستقلة (Independent Samples t-test)	13-2
65	اختبار معامل ارتباط بيرسون (Pearson Corrélation)	14 -2
66	اختبار تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)	16-2

قائمة الاشكال البيانية :

رقم الشكل	العنوان	ص
1	ابعاد جودة الخدمة المصرفية	10
2	فجوة جودة الخدمة	11
3	نموذج لقياس جودة الخدمة SERVQUAL	12
4	الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري	39
5	الهيكل التنظيمي للبنك الخليجي الجزائري	45

قائمة الملحق :

رقم الملحق	العنوان	ص
1	استبيان حول جودة الخدمات المصرفية	80
2	معامل الثبات : جودة الخدمات المصرفية	81
3	دعم البنك لعمليا التوطين للاستيراد	81
4	رضا العملاء	81
5	اختبار الفرضية الرئيسية الأولى	85
	اختبار الفرضية الرئيسية الثانية	85
	اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة	86

قائمة الاختصارات و الرموز :

الرمز	المعنى
SERVQUAL	- أداة قياس الجودة
AGB	بنك الخليجي الجزائري
BEA	البنك الجزائري الخارجي

مقدمة

مقدمة:

تهدف هذه المذكرة إلى استكشاف دور الخدمات المصرفية في تعزيز استراتيجية توطين الاستيراد في الجزائر، مع مقارنة بين البنوك الخاصة وال العامة، يُعد هذا الموضوع حيويا في سياق الاقتصاد الجزائري الذي يسعى إلى تنويع مصادر دخله وتعزيز استقلال الاقتصادي، سيتناول هذا التحليل جوانب مختلفة من المذكرة، بدءا من العنوان والاشكالية، مرورا بالمنهجية والدراسات السابقة، ووصولا إلى نتائج الدراسة وتصنيفاتها، مع التركيز على تقديم ملاحظات بناءة واقتراحات لتعزيز جودتها العلمية.

أ- طرح الإشكال:

-إلى أي مدى تساهم جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الجزائرية في استقطاب الزبائن الراغبين في التوطين للاستيراد؟

وما أوجه الاختلاف بين البنوك العمومية وال الخاصة في هذا المجال؟

ب- الاشكالية الفرعية:

1- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية واستقطاب الزبائن للتوطين للاستيراد؟

2- هل تختلف جودة الخدمات المصرفية باختلاف طبيعة البنك (عمومي/خاص)؟

3- هل توجد عناصر تلعب في قرار الزبون حول اختيار البنك؟.

ج - فرضيات الدراسة :

1- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية واستقطاب الزبائن للتوطين للاستيراد.

2 - تختلف جودة الخدمات المصرفية باختلاف طبيعة البنك (عمومي/خاص)، مما ينعكس على قدرة الاستقطاب.

3- تلعب عناصر مثل سرعة الإجراءات، وضوح المعلومات، وكفاءة الموظفين دوراً جوهرياً في قرار الزبون حول اختيار البنك.

ح- اهداف البحث:

- تحديد عناصر جودة الخدمات المصرفية المؤثرة في قرار التوطين.
- قياس أثر جودة الخدمة على استقطاب الزبائن في البنوك الجزائرية.
- مقارنة أداء بنك عمومي وبنك خاص في مجال التوطين للاستيراد.

خ- أهمية البحث:

تكمّن أهمية هذا البحث في كونه:

- يلامس واقعاً عملياً حساساً في الاقتصاد الجزائري، وهو التجارة الخارجية.
- يساهم في توجيه البنوك نحو تحسين جودة خدماتها بما يتلاءم مع متطلبات الزبائن المستوردين.
- يربط بين مفاهيم التسويق البنكي، وجودة الخدمة، والتجارة الخارجية.

د - نموذج الدراسة :

- يعتمد النموذج المقترن على المتغيرات المستقلة والتابعة المحددة المتغيرات مكملة ووسيلة

1- المتغيرات المستقلة :

يمكن تحديد المتغيرات المستقلة كالتالي:

- جودة الخدمات المصرفية وتشتمل على الابعاد المذكورة في المذكورة في المذكورة مثل الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف، والعناصر الملموسة.

- طبيعة (البنك بنك خاص / بنك عمومي) وهو متغير تصنيفي يهدف إلى المقارنة.

2- المتغيرات التابعية:

تعزيز استراتيجية توطين الاستيراد (استقطاب الزبائن، دعم البنك لعمليات التوطين.)

3 - متغيرات مكملة ووسطية

- رضا العملاء
- الوعي بالخدمات المصرفية الموجهة للتوطين
- البيئة التنظيمية والتشريعية للتوطين الاستيراد .
- التكنولوجيا المصرفية

ذ - **المنهجية:**

- نوع البحث: كمي تحليلي
- أداة جمع البيانات: استبيان موجّه لربائين البنوك (مستوردين)
- مجتمع الدراسة: ربائين التوطين في بنك عمومي بنك الجزائر الخارجي وبنك الخليج الجزائري
- التحليل: باستخدام SPSS أو برنامج إحصائي مماثل، مع المقارنة بين المتوسطات وتحليل الارتباط والانحدار .

ر - **صعوبات الدراسة:** هناك صعوبات واجهتني خلال الدراسة أذكر من أهمها

صعوبة الحصول على المعلومات المتعلقة بالموضوع محل البحث

ز - **محتوى الدراسة:**

تحتوي الدراسة على فصلين تم توزيعهم على الشكل التالي:

الفصل الأول: تضمن الإطار النظري حيث احتوى على مباحثين، تضمن المبحث الأول جودة الخدمات

المصرفية والتوطين البنكي، أما المبحث الثاني تضمن عرض لمختلف الدراسات السابقة

الفصل الثاني: تضمن الدراسة التطبيقية بنكين بولاية غرداية لكل من بنك الخليج وبنك الخارجي

الجزائري واستند على تقديم استبيان إلى ربائين كلا البنكين ، احتوى على مباحثين، تضمن المبحث الأول

منهجية الدراسة أما المبحث الثاني فقد تضمن نتائج ومناقشة الدراسة.

الفصل الأول :

الجانب النظري

تمهيد :

في ظل التحولات الاقتصادية المتسارعة والانفتاح المتزايد على الأسواق العالمية، أصبحت البنوك والمؤسسات المالية تلعب دوراً محورياً في دعم حركة التجارة الدولية، لا سيما في مجال الاستيراد الذي يُعد أحد الركائز الأساسية لنمو الاقتصادات الوطنية. وفي هذا السياق، تبرز أهمية جودة الخدمات المصرفية كعامل حاسم في قدرة البنوك على استقطاب الزبائن - من مستوردين وتجار ومؤسسات - وتحثّم على توطين عملياتهم المالية ضمن النظام المالي المحلي، بدلاً من اللجوء إلى فنوات خارجية أو غير رسمية.

المطلب الأول جودة الخدمة المصرفية و استقطاب الزبائن

الفرع الأول : مفهوم جودة الخدمة المصرفية

يرجع مفهوم الجودة Quality عموماً إلى الكلمة اللاتينية Qualitas و التي تعني طبيعة الشخص

أو طبيعة الشيء و درجة الصلابة ، و قد يمما كانت تعني الدقة و الإتقان¹ .

1) تعريف الجودة بشكل عام:

فمن أشهر تعاريفات الجودة هو

- تعريف الجمعية الأمريكية و هي " مجموعة المواصفات والخصائص لمنتج أو خدمة، والتي تولد القدرة لإشباع الحاجات المعلنة أو الضمنية²".

- الجودة هي مدى مطابقة الخدمة أو المنتج لتوقعات واحتياجات الزبون.³

2) - جودة الخدمة في السياق المصرفي:

تعددت تعاريف جودة الخدمة المصرفية من اقتصاد آخر من اهمها:

- جودة الخدمة المصرفية هي خلو الخدمة من أي عيب أثناء انجازها ، نتيجة للحكم المتعلق بتوقعات الزبون أو العميل المدركة من الخدمة البنكية و الأداء الفعلي لها⁴

- تقياس جودة الخدمة المصرفية بقدرة البنك على تلبية احتياجات الزبائن بدقة، سرعة، وفعالية مع الحفاظ على العلاقة التفاعلية معهم.⁵

¹- مأمون الدراركة و الشبلي طارق ، "الجودة في المنظمات الحديثة" . عمان ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2002 ، ص 15

²- يوسف حليم سلطان الصافي و هاشم فوزي دباس العبادي " ، إدارة علاقات الزبون ، " مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2009 ، ص 110
³- ISO 9000 Quality Management

⁴- الضمور هاني حامد ، " تسويق الخدمات " ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الثالثة ، 2005 ص ، 43 .
Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988): SERVQUAL Model⁵

(3) - أبعاد جودة الخدمة المصرفية :

تتمثل أبعاد جودة الخدمة المصرفية في 1:

الاعتمادية (RELIABILITY): وهي القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة بالاعتمادية ودقة

و ثبات أي تشير إلى قدرة المصرف على إنجاز الخدمة المصرفية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه.

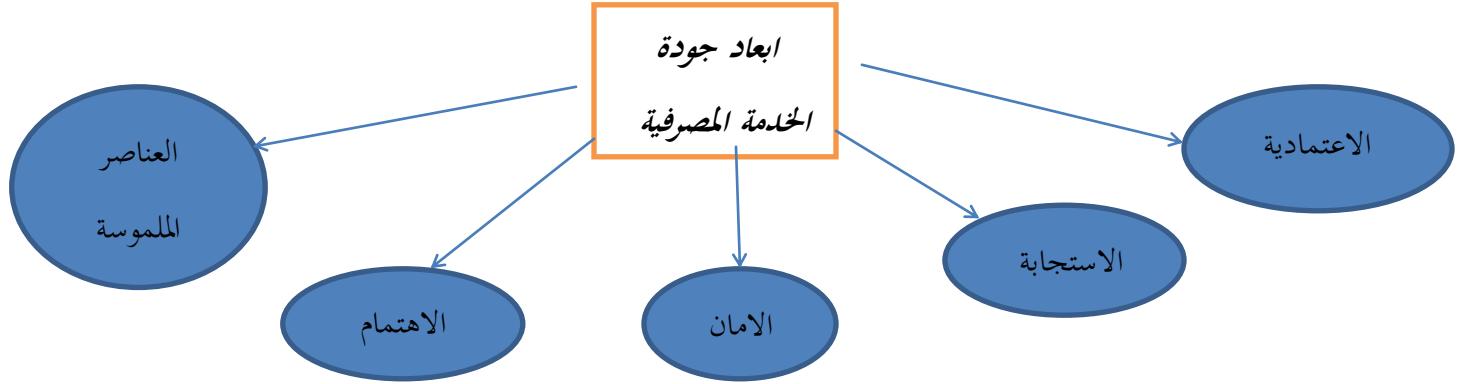
وبما أن العميل يريد أن يجري معاملاته مع المصرف الذي يحافظ على وعوده خصوصا تلك المرتبطة بالمميزات الجوهرية للخدمة، ولذا يجب على المصارف أن تكون على دراية بتوقعات الزبائن وذلك بالبحث عنها

الاستجابة (RESPONSIVENESS): هي قدرة المصرف على تقديم الخدمة بسرعة ومساعدة العملاء باستمرار. ويركز هذا البعد على اللطف أي التعامل مع طلبات العملاء من استفسارات وشكوى المشاكل بسرعة.

الأمان (SECURITY): ضمان السرية في المعاملات مع المصرف والخلو من الخطورة والشك.
الاهتمام والتعاطف (EMPATHY): يعني توافر صفات اللياقة والتأنق في الشخص مقدم الخدمة وكذلك المودة والصداقه مع العملاء، حتى يبني علاقات جيدة معهم يسودها الاحترام مما يؤدي إلى سهولة الاتصال وتفهم العملاء والعناية بهم.

العناصر الملموسة (TANGIBLE ITMS): هي مظهر التسهيلات المادية المتاحة لدى البنك وهي الأجهزة والمعدات ووسائل الاتصال التابعة للبنك، (الصراف الآلي، معدات لتدقيق وحساب النقد) ومستلزمات الراحة للعملاء.

¹ فاطمة سلماني، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبائن، مذكرة ماستر ، قسم علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسويق، جامعة ميسيلة ، سنة 2013-2014 نكره، ص28.



الشكل رقم 1 : من اعداد الباحث

يعد نموذج SERVQUAL احد اشهر ادوات قياس الجودة

- نموذج SERVQUAL أو مقياس الفجوة

ويعتمد على مقارنة توقعات الزبائن بشأن الخدمة وادراكمهم لمستوى جودة الخدمة المقدمة بالفعل ومن

ثم يتم تحديد هذه الفجوة بين التوقعات والادراكات ويمكن التعبير عنها بالمعادلة التالي¹:

: PGES – PS حيث :

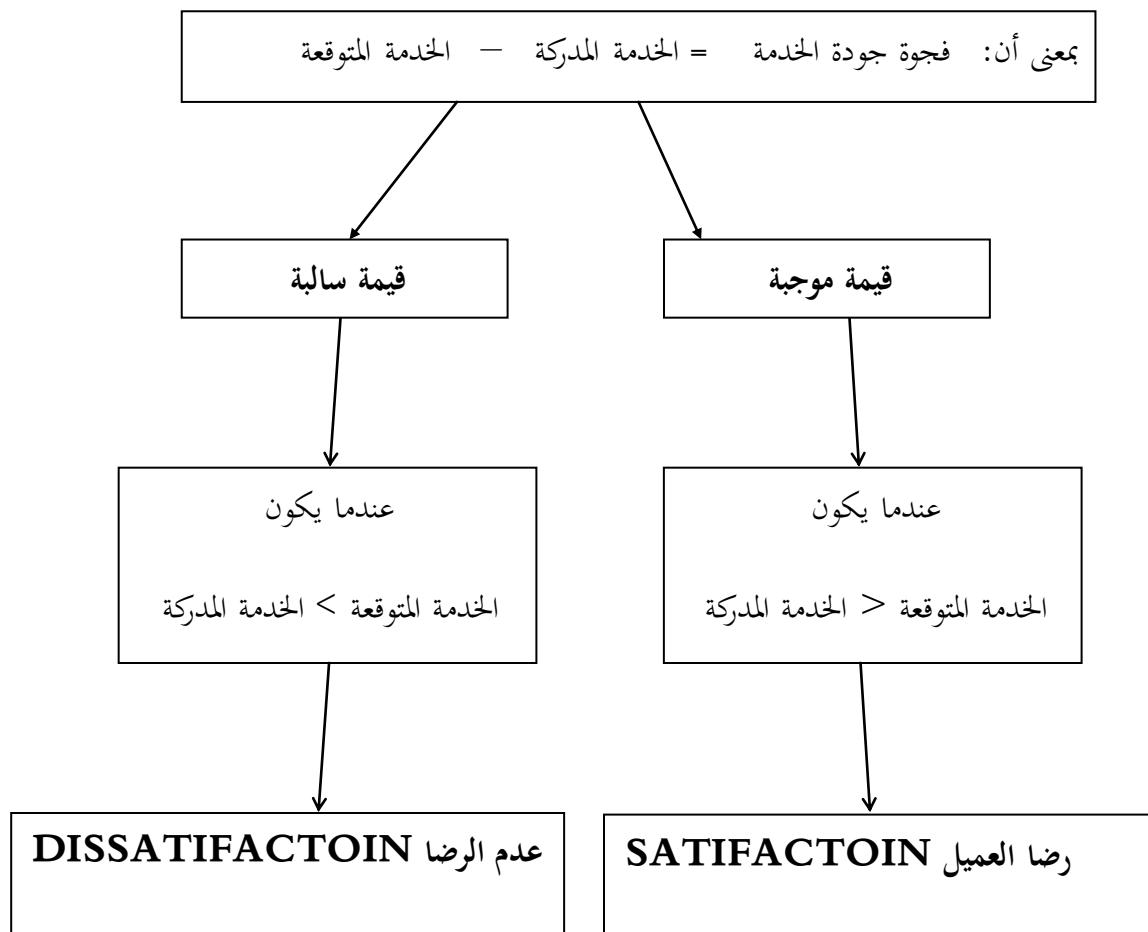
الفجوة الادراكية Perceived Gap : PG

Perceive : ES الخدمة المتوقعة **Expected Service**

Service: PS الخدمة المدركة

1- توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة و القياس المقارن: أساليب حديثة في المعايير و القياس، دار النهضة العربية، 2004، دمشق، ص 58

الشكل رقم 2 : فجوة جودة الخدمة

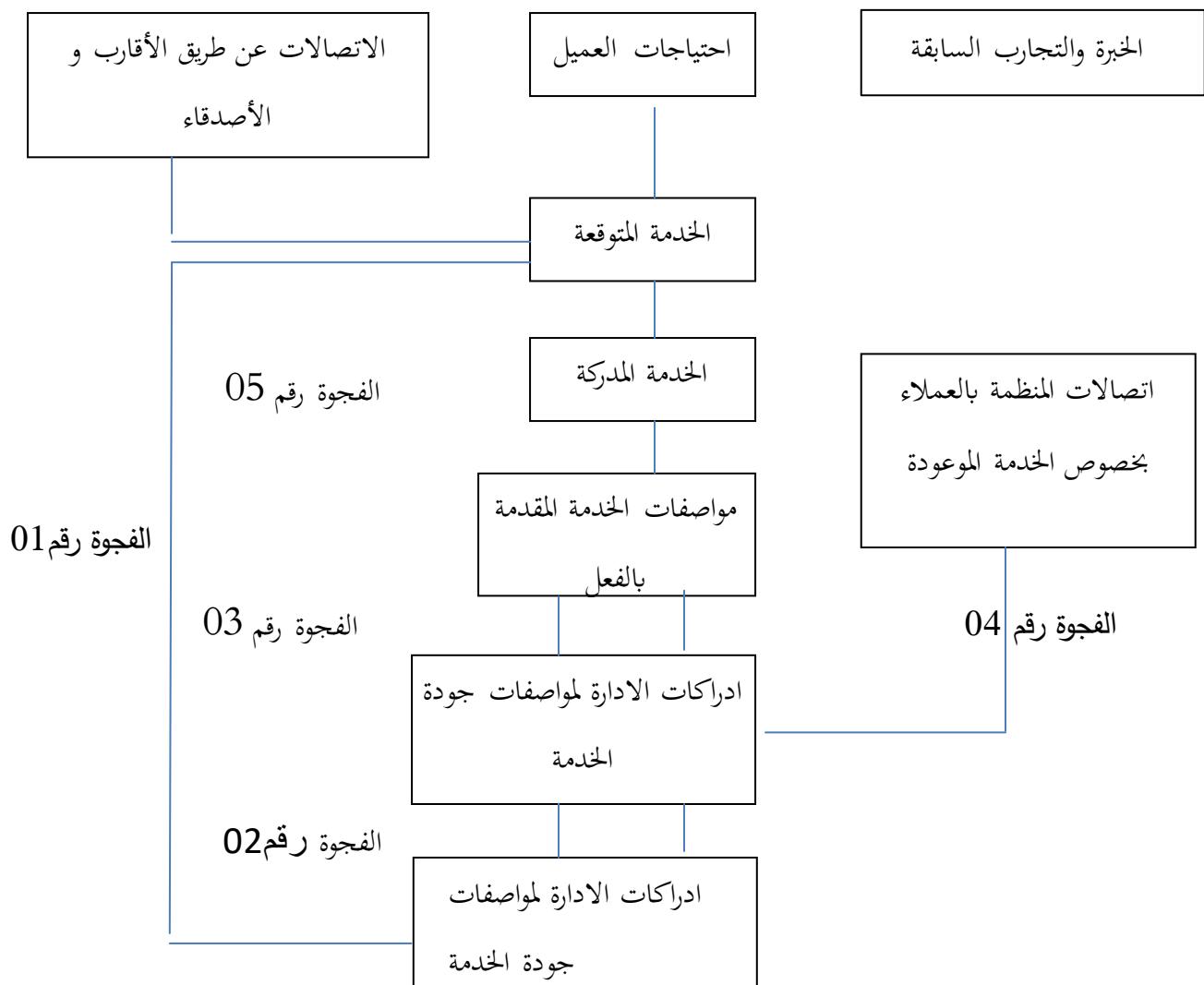


ولقد أوضح Parasuraman وزملائه في دراساتهم أن الفجوة بين توقعات الزبائن

وبين إدراك الإدارة لهذه التوقعات تتكون في حقيقتها من خمس فجوات

كما يوضحها الشكل التالي:¹

شكل رقم 3 : نموذج لقياس جودة الخدمة SERVQUAL



المصدر: محمد محمود مصطفى ، التسويق الاستراتيجي للخدمات، دار المناهج للنشر

و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2003، ص 234

¹ توفيق محمد عبد المحسن مرجع سابق ذكره، ص 58

يعتمد نموذج SERVQUAL على خمس فجوات وهي¹:

أ- الفجوة رقم 01: ما بين توقعات الزبون و تصور الإدارة

ينبغي على موردي الخدمة أن يتأكروا تماماً من أن الإدارة مطلعة تماماً على خصيّات الخدمة الأكثر أهمية بالنسبة للمستفيد، وبالاًولويات المطلوبة من قبل المستفيد نفسه.

ب- الفجوة رقم 02: بين تصور الإدارة وميزان جودة الخدمة

حتى وإن كانت الإدارة مطلعة على خصيّات الخدمة الأكثر أهمية بالنسبة للمستفيد وانها تقدر هذه الأهمية ، فإنها تكون غير قادرة او ببساطة غير مكترثة في زج امكانياتها و مواردها لحل المشكلة، فقد يكون مورد الخدمة مطلع على حجم الضيق الذي يعاني منه المستفيدين من خدماته و هم ينتظرون في طوابير مملة للحصول على الخدمة الا ان هذا المورد لا يكتثر و لا يفعل شيئاً لتقليل حجم المعاناة هذه.

ج- فجوة رقم 03: بين خصائص جودة الخدمة وتقديمها

و حتى لو افترضنا ان معايير الجودة قد تم وضعها بشكل صحيح، و طبقاً لتوقعات المستفيدين فان هنا احتمال بان تكون هذه المعايير على درجة عالية من الاتفاق، و هذا يعود الى سوء أداء او عجز القائمين على تقديم الخدمة على التعامل الصحيح و اللائق مع المستفيدين من الخدمة، و قد يحصل ان يكون القائمون على الخدمة غير مدربين او مؤهلين بشكل جيد للاتصال مع المستفيدين او انجاز أعمالهم بشكل كفء او ان هؤلاء العاملين لا يعرفون بالضبط واجباتهم و مهامهم.

د- الفجوة رقم 04: بين القيام بالخدمة والاتصالات الخارجية

¹- بشير العالق، حميد الطائي، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان ، الاردن ، 2007 ، ص ، 263.

و قد تحصل مشكلة أخرى عندما تتعد مؤسسة الخدمة بتقديم خدمة ذات مستوى او نوع معين، و اد بها في الواقع الميداني الفعلي تقدم شيئاً آخر، و تعرف هذه الحالة بفجوة الوعود و تعد مسؤولة عن امتعاض و عدم رضا المستفيدين من الخدمة.

هـ- الفجوة رقم 05: بين الخدمة المتصرورة و الخدمة المتوقعة

حيث تظهر الفجوة عندما يقيس الزبون الأداء بطريقة مختلفة و لا تكون نوعيته كما كان يتصور

الفرع الثاني : التسويق البنكي

1) - مفهوم التسويق البنكي:

- هو جزء من النشاط الاداري للبنك الذي يضطلع بتوجيه تدفق الخدمات والمنتجات المصرفية إلى الشباع

رغبات مجموعة معينة من العملاء ، بما يحقق تعظيم ربحية البنك¹

- هو مجموع الأنشطة التسويقية التي تعتمد其 المؤسسة المصرفية لتعزيز علاقتها بالزبائن وتحقيق ميزة

تنافسية.²

2) - استراتيجيات استقطاب الزبائن في البنك:³

- حسن المعاملة مع الزبائن و الاهتمام برأيهم

- التنوع في المنتجات الائتمانية احد الأفكار جذب الزبائن للبنك

- تحديد موقع البنك وفروعه

- الاعتماد على الوسائل التكنولوجية

- إنتهاء الأمية المالية للزبائن عن طريق تثقيفهم في المنتجات المالية

¹- جمعي عماري، " التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية" ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية، واقع وتحديات، جامعة تبسة. 2004 ، ص.5

²-Lovelock & Wirtz (2011): Services Marketing

³- اساليب جذب العملاء و التقوّق على المنافسين ، موسوعة اقراء، www.iqqrae.com - يوم 02/06/2025 على

- تسهيل الإجراءات

- عروض تنافسية (رسوم، عمولات)

- التحول الرقمي (Online Banking, E-trade)

- خدمات المرافقة المصرفية

- السرية وحماية البيانات

(3) - **الولاء البنكي وعلاقته بجودة الخدمة :** يعرف الولاء على انه الميل الداخلي للزبائن نحو التمسك به

أو التغيير من عند المزود الحالي، للخدمة ويكون عندما يبقى الزبيون مع المزود الاصلي للخدمة حتى لو

قدم المنافس ظروف اكثرة بالإضافة الى الاستمرار في التعامل مع مزود الخدمة ، ونصيحته

للأقارب والاصدقاء بالتعامل مع نفس المورد¹

المطلب الثاني: التوطين للاستيراد

الفرع الاول : المفهوم وإجراءات التوطين

(1) - تعريف التوطين للاستيراد

هو إجراء مصريفي إلزامي يقوم به المستورد من أجل تخصيص العملة الصعبة لاستيراد السلع وفقاً لقوانين

التجارة الخارجية.²

(2) - مراحل التوطين البنكي

- فتح حساب توطين: يجب ان يفتح البنك الوسيط المعتمد الموطن ملف التوطين يسمح له

3- بمتابعة عملية التوطين

¹-فاطمة محمد حلوز ' هاني حامد الضمور ' اثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الاردنية ، دراسات العلوم الادارية ' المجلد 39 العدد 1 ، 2012 ، ص 5491

2- المرسوم التنفيذي رقم 94-21 المتعلق بالتجارة الخارجية بالجزائر

3- نص المادة 41 من النظام رقم 01-07 المنشور بالجريدة الرسمية الجزائرية العدد 31 المؤرخة في 25 ربيع الثاني عام 1428هـ 13 مايو سنة 2007م

- تقديم مختلف الوثائق التجارية كالعقد ، الفاتورة الشكلية ، سند الطلب النهائي ، وكل المعلومات

التي تحتوي على معلومات الطرفين¹

- دراسة الملف من طرف البنك

- إصدار رقم التوطين: ...

- الحصول على رقم التوطين ..²

- تنفيذ العملية بعد موافقة بنك الجزائر

(3) دور البنك في عملية التوطين:

- مراقبة الوثائق : مراقبة ملفات التوطين المصرفي و التحويل من قبل الوسيط المعتمد الموطن³

- تقديم التوجيهات

- احترام آجال الرد وإنجاز التوطين⁴

- تسهيل العمليات بالعملة الأجنبية

(4) المشاكل الشائعة في التوطين البنكي

- بطء الإجراءات

- نقص التواصل

- تعقيد الشروط

- عدم وضوح التعليمات

تقارير مجلس النقد والقرض + شهادات المتعاملين الاقتصاديين

1- نص المادة 32 من النظام رقم 01-07 الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 31 نفس المرجع

2- نص المادة 30 من النظام 01-07 المرجع نفسه

3- نص المادة 52 من النظام 01-07 المرجع نفسه

4- نص المادة 40 من النظام 01-07 المرجع نفس 40

الفرع الثاني : واقع التوطين البنكي في الجزائر

1) الإجراءات المصرفية المرتبطة بالتوطين للاستيراد

يشير التوطين البنكي (domiciliation bancaire) إلى إلزامية تمرير العمليات التجارية الخارجية عبر القنوات المصرفية الرسمية. وتخضع عمليات الاستيراد في الجزائر لإجراءات دقيقة حددتها تعليمات بنك الجزائر ووزارة التجارة.

أهم الإجراءات المصرفية:¹

• فتح ملف التوطين:

يقوم المستورد بفتح ملف توطين لدى بنك معتمد، مرفقاً بفاتورة شكلية (Proforma Invoice) شهادة تسجيل المتعامل الاقتصادي، ورخصة الاستيراد

• التحقق من الوثائق:

البنك يتتأكد من صحة المستندات ومطابقة البضائع لقائمة المنتجات المسموح استيرادها.

• آليات الدفع:

(اعتماد مستندي، تحويل بسيط، الدفع المسبق) مع التقيد بالقيود التنظيمية على العملة الصعبة والتحويلات.

• المتابعة بعد الشحن:

يقوم البنك بتتبع وصول الوثائق الأصلية ومطابقتها مع البضائع المستوردة.

• إعداد التقارير الدورية لبنك الجزائر:

البنوك تلزم بتقديم بيانات عن التوطين ومصدر العملة المستعملة.

2) تطور تعامل الزبائن مع البنوك في هذا المجال¹

¹- تعليمية بنك الجزائر، 05-2020 بشان توطين عمليات التجارة الخارجية الصادرة يوم 06 ابريل 2020

أدى التغير في البيئة الاقتصادية والرقمية إلى تغير جوهري في طريقة تفاعل المستوردين مع البنوك.

مظاهر التطور:

- الرقمنة:

اعتماد خدمات الإنترن特 البنكي والمنصات الإلكترونية لفتح ملفات التوطين وتتبع المعاملات.

- ارتفاع الوعي التنظيمي:

أصبح العملاء أكثر دراية بالإجراءات، مما يقلل من عدد الأخطاء والتأخير في الملفات.

- المقارنة بين البنوك:

المستوردون أصبحوا ينتقون البنك بناءً على سرعة معالجة ملفات التوطين، مستوى التفاعل،

وخدمات ما بعد التوطين.

- طلب خدمات استشارية مرافقة:

المستوردون صاروا يتوقعون من البنوك تقديم استشارات قانونية وجمركية مرافقة، وليس فقط تنفيذ

العمليات.

(3) تحديات الخدمة المصرفية في هذا السياق

على الرغم من التقدم، ما تزال البنوك الجزائرية تواجه مجموعة من التحديات التي تؤثر في قدرتها على

تقديم خدمة عالية الجودة في مجال التوطين:

أهم التحديات²:

- البيروقراطية وكثرة الوثائق:

الإجراءات ما تزال معقدة وتفتقر إلى التبسيط، مما يؤدي إلى تأخير معالجة الملفات.

¹ دراسة-Benyoucef & Boutaleb (2022), Customer Perceptions of Bank Service Quality in Algeria .
² دراسة-Kherbouche & Benslimane (2023), Banking Services and Trade Facilitation in Emerging Markets .

• نقص التكوين المتخصص لأعوان البنوك:

ينعكس على دقة معالجة الملفات واستيعاب خصوصيات الاستيراد.

• ضعف التخصيص حسب القطاع:

غياب خدمات مخصصة لمستوردي المواد الحساسة (كالدواء، التجهيزات الصناعية و المنتجات

سريعة التلف) يضعف رضاهم.

• خوف البنوك من العقوبات والرقابة:

يؤدي إلى تفضيل الحرر المفرط الذي يعطى أحياناً العمليات المشروعة.

4) - العلاقة بين جودة الخدمة واستقطاب الزبائن للتوظيف

الزبائن يميلون لاختيار البنوك التي توفر خدمة سريعة، واضحة، وفعالة لتسهيل عمليات التوظيف.

كلما ارتفعت جودة الخدمة، زادت ثقة الزبون بالبنك، وقل احتمال تغييره لمعامل آخر.

البنوك التي تعتمد رقمية الاجراءات وتحسين تجربة الزبون تحقق تفوقاً تنافسياً.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

في هذا المبحث سنذكر أهم الدراسات المتعلقة بالموضوع وأهم الفروقات بين الدراسات و دراستنا الحالية.

المطلب الأول : الدراسات باللغة العربية

1) - مقال ل (سامر قاسم، ريزان نصّور، يارا حكمت عيسى) بعنوان دور التسويق المصرفـي في زيادة

القدرة التنافسية للمصارف - دراسة ميدانية على المصارف التجارية في الساحل السوري نُشرت في

مجلة جامعة تشرين . سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية . سنة النشر 2014

يتناول البحث دور التسويق المصرفـي في زيادة القدرة التنافسية للمصارف التجارية السورية من خلال

دراسة العلاقة بين كل من (الخدمات المصرفـية والتـسويق والتـوزيع والتـرويج) وزيادة القدرة التنافسية لهذه

المصارف. و دراسة الاختلاف بين المصارف التجارية العامة والخاصة في استخدامها لعناصر المزيج

التسويقي المصرفية. اعتمد البحث على المنهج الوصفي، وشمل مجتمع البحث جميع العاملين في المصارف التجارية العامة والخاصة في الساحل السوري، والبالغ عددهم (527) عاملاً، تم توزيع الستبان من أجل الحصول على المعلومات والتوصيل إلى النتائج الآتية:

- وجود علاقة طردية ومقبولة ذات دلالة بين استخدام مزيج الخدمات المصرفية في المصارف التجارية وقدرتها على المنافسة في السوق المصرفية.
- وجود علاقة طردية وضعيفة ذات دلالة بين استخدام كل من (تسعير الخدمات المصرفية، الترويج للخدمات المصرفية، توزيع الخدمات المصرفية) في المصارف التجارية وقدرتها على المنافسة في السوق المصرفية.
- عدم وجود فروق جوهرية بين المصارف العامة والخاصة في استخدامها لعناصر المزيج التسويقي المصرفية (الخدمات المصرفية، التسعير، الترويج، التوزيع) لتعزيز قدرتها على المنافسة في السوق المصرفية.

2) - دراسة ميدانية لـ(دكتور نزار بن عبد الله و الدكتور عمر علي بابكر الطاهر) بعنوان اثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء دراسة ميدانية بالمصارف التجارية محافظة الدرب بالملكة العربية السعودية سنة 2019 نُشرت في المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 14، ديسمبر 2019

تهدف الدراسة الى التعرف على اثر ابعاد جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في هذه المصارف التجارية استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات في الدراسة التطبيقية و تحليلها. يتمثل مجتمع الدراسة في عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب-المملكة العربية السعودية، وقد بلغ حجم العينة 110 عميل و قد خلصت الدراسة الى أن البعد الافضل من ناحية

الجودة لدى المصارف التجارية بمحافظة هو بعد الموثوقية/الاعتمادية يليه بعد التعاطف ثم الملموسة
يليه بعد الامان ، أما بعد الاضعف بعد الاستجابة.

(3) - مذكرة ماستر لـ(ريان عمر وعياش) : بعنوان اثر تطوير الخدمات البنكية في الحفاظ على و
لاء الزبون بينك القرض الشعبي الجزائري سنة 2020: حيث تم تصميم استبيان الكتروني لجمع
المعلومات الاولية من عينة الدراسة المكونة من 50 مفردة كما تم الاعتماد على اسلوب الانحدار البسيط
و المتعدد باستخدام برنامج SPSS لتحليل بيانات و اختبار الفرضيات ، وتم التوصل الى وجود اثر ذو
دلالة احصائية لتطوير خدمات بنكية مجتمعة في الحفاظ على ولاء الزبون وكذلك أوصت الدراسة
بتحسين الجودة الخدمة واستخدام اجهزة التكنولوجيا الحديثة .

(4) - مقال(دغمان راضية و بن سعادة مفيدة) ، بعنوان: دور إستراتيجيات التسويق المصرفي في
تنمية القدرة التنافسية للمصارف ، عن جامعة ابن خلدون تيارات 'الجزائر عام 2020مجلة
الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، المجلد 9: هدفت هذه الدراسة إلى البحث في مفهوم وأهمية
التسويق المصرفي و إلقاء الضوء على استراتيجياته و إبراز الجوانب المهمة للقدرة التنافسية في ظل بيئة
متغيرة ولتجسيد الاهداف سالفة الذكر اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي و المنهج التاريخي لدراسة
استراتيجيات التسويقية كركيزة أساسية لتنمية القدرة التنافسية و توصل إلى جملة من النتائج أهمها إن
صياغة استراتيجيات التسويق المصرفي تساهم بالدرجة الاولى في تعزيز القدرة التنافسية و تعزز المركز
النافي للمصرف في القطاع المصرفي .

(5) - اطروحة الدكتوراه من اعداد وليد بوترعة 2025/01/07 بعنوان تأثير أبعاد الصورة الذهنية
للبنوك الجزائرية على ولاء العملاء دراسة تطبيقية لعينة من عملاء البنوك العمومية والخاصة في
الشرق الجزائري جامعة 08 ماي 1945 بولاية قالمة، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير أبعاد
الصورة الذهنية (البعد المعرفي، البعد الوجداني والبعد السلوكي) على ولاء العملاء في البنوك التجارية في

الشرق الجزائري . ولغرض تحقيق ذلك تم توزيع 509 استمارة على عمالء البنوك العمومية والخاصة في الشرق الجزائري أين استخدمت مجموعة من الاساليب الاحصائية في برنامج الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS26V.، لعرض وتحليل نتائج الدراسة ثم اختبار فرضيات الدراسة الموضوعة . حيث توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لأبعاد الصورة الذهنية على ولاء عمالء البنوك العمومية والخاصة في الشرق الجزائري ، بالإضافة إلى وجود فروق جوهرية تعزى للمتغيرات الديمografية.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

(1) - مقال (Raj anantha) تحت عنوان

The Impact of customer satisfaction-on-customer loyalty and intentions to Malaysia in sector-banking the in switch ,2010

هدفت الدراسة الى معرفة تأثير رضا العمالء على ولائهم و نواياهم لتبدل البنوك باستخدام برامج spss وتوصلت الى ان هناك علاقة طردية بين رضا العمالء و ولائهم ولكن اظهرت ان هناك علاقة سلبية مع نوايا العمالء لتبدل البنوك

(2) - دراسة (bouketir djabar and hassani abdelkarim) تحت عنوان :

impact samplestudy-of banking service on Customer satisfaction

نشر في مجلة العلوم الإنسانية، بالجزائر المجلد 17، العدد 1، في 30 يونيو 2017

هدفت الدراسة الى:

(1) فهم وتحليل ابعاد الجودة ومستوى رضا العمالء في القطاع المصرفي الجزائري

(2) تحديد ابعاد الاكثر تأثير لجودة الخدمة في البنوك

(3) تحديد الجودة المدركة لخدمة العملاء في البنوك

(4) وصف ابعاد جودة الخدمة في البنوك التجارية

توصلت الدراسة إلى وجود فرق احصائي كبير بين توقعات وتصورات العملاء فيما يتعلق بأبعاد

الخدمة الخمسة و وجد فجوة سلبية بين توقعات و تصورات العملاء

Gentiana Mjaku (3) –المقال للمؤلف

The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on

Banking Services

(Faculty of Economics)، كلية الاقتصاد (Department of Marketing)، قسم التسويق

(University of Tetova). جامعة تيتوفا.

المجلد: International Journal of Scientific and Research Publications ، المجلة

10، العدد 9، سبتمبر 2020

مقدونيا الشمالية (North Macedonia)

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في القطاع المصرفي، من خلال

مراجعة الأدبيات العلمية ذات الصلة. توضح الدراسة أن جودة الخدمات المقدمة من البنوك تعد من

العوامل الأساسية التي تؤثر على مستوى رضا العملاء، والذي بدوره يؤثر على ولاء العملاء، وسمعة

البنك، وربحيته على المدى الطويل.

تشير النتائج إلى أن هناك علاقة إيجابية قوية بين جودة الخدمة ورضا العملاء، حيث أن تقديم خدمات

موثوقة، سريعة، وشخصية يزيد من مستوى رضا العميل. كما تبرز الدراسة أن رضا العملاء يلعب دوراً

وسيطًا بين جودة الخدمة والأداء المالي للبنك، مما يجعل تحسين جودة الخدمة هدفًا استراتيجيًّا ضروريًّا للبنوك.

4) - مقال لـ تايلور وفرانسيس و كوجنت بيزنس بعنوان:

Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers

مجلة : Cogent Business & Management Taylor & Francis
بدولة اندونيسيا سنة 2021

الملخص : جودة الخدمة و رضا العملاء هما جزءان من العوامل التي تأثر على ولاء العملاء

. Yahia Cherif Belaid . Abed Abdelkrim Hadji Cheikh)5- مقال ل:

(Gherici عنوان)

Digital Transformation And Its Role In Improving The Quality Of Banking Service

مجلة العلوم الاقتصادية الجزائرية العدد ص 231-247 بتاريخ 2025/03/31

تبحث هذه الورقة البحثية في مدى وعي البنوك العاملة في الجزائر بالتحول الرقمي وتأثيره على جودة خدماتها. ولتحقيق هذا الهدف، تم اعتماد مؤشر NRI لمحددات التحول الرقمي وأبعاد جودة الخدمة المصرفية لتصميم أداة بحث، وهي استبيان يتكون من قسمين. تم إعداد استبيان مكون من قسمين وتوزيعه على عينة من 300 فرع مصري من إجمالي 1330 فرعاً، وهو ما يمثل إجمالي عدد البنوك والوكالات في الجزائر. وخلصت الدراسة إلى وجود علاقة وثيقة بين امتلاك البنوك الجزائرية لمؤشرات التحول الرقمي وتحسين جودة خدماتها المصرفية، وإن بدرجات متفاوتة.

المطلب الثاني: المقارنة بين الدراسات السابقة و الدراسة الحالية**1) - لمقارنة بين الدراسات السابقة باللغة العربية و الدراسة الحالية:**

أوجه الاختلاف	أوجه الشبه	الدراسات السابقة
<p>تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <ul style="list-style-type: none"> - الحدود المكانية و الزمانية حيث ان الدراسة السابقة كانت في عام 2014 دولة سوريا اما الدراسة الحالية فكانت في سنة 2025 بالجزائر - تطرق الدراسة الحالية الى جودة الخدمات المصرفية في استراتيجية عمليات التوطين للاستراد اما الدراسة السابقة يتناول البحث دور التسويق المصرفي في زيادة القدرة التنافسية - الدراسة الحالية تم توزيع الاستبيان على زبائن البنوك اما الدراسة 	<p>كلا الدراستين تتشابه في ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> - استخدام المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات - المقارنة بين البنك العمومي و البنك الخاص 	<p>مقال ل(سامر قاسم، ريزان نصّور، يارا حكمت عيسى) بعنوان دور التسويق المصرف في زيادة القدرة التنافسية للمصارف - دراسة ميدانية على المصارف التجارية في الساحل السوري نُشرت في مجلة جامعة تشرين . سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية . سنة النشر 2014.</p>

الفصل الأول

الجانب النظري

<p>السابقة فتم توزيع الاستبيان على عمال البنوك التجارية</p>	<p>كلا الدراستين تتشابه في ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> - التعرف إلى أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في المصارف التجارية - استخدام المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات 	<p>مقال ل(دكتور نزار بن عبد الله - الدكتور عمر علي با Bakr Al-Tahir) بعنوان اثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء دراسة ميدانية بالمصارف التجارية محافظة الدرب بالمملكة العربية السعودية سنة 2019 نشرت في المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 14 ، ديسمبر 2019</p>
<p>تحتلت الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <ul style="list-style-type: none"> - كانت الدراسة السابقة على بنك عمومي أما الدراسة الحالية فكانت على بنك عمومي و بنك خاص - الحدود الزمنية فالدراسة الحالية كانت سنة 2025 أما الدراسة 	<p>كلا الدراستين تتشابه في ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> - استخدام الاستبيان لجمع المعلومات - الحدود المكانية و المتمثلة في البنوك الدولة الجزائرية - اثر الخدمة البنكية في ولاء 	<p>منكرة ماستر (ريان عمر وعياش): بعنوان اثر تطوير الخدمات البنكية في الحفاظ على ولاء الزبون ببنك القرض الشعبي الجزائري 2020</p>

<p>السابقة في سنة 2020</p> <p>- تطرق الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة اكتفت باثر تطوير الخدمات المصرفية</p>	<p>الزبون</p> <p>كلا الدراسين استعملتا برنامج spss لتحليل النتائج</p> <p>- كلا الدراسين اهتمت بولاء الزبون</p>	
<p>تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <p>- تطرق الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة استراتيجيات التسويق</p> <p>- الحدود الزمنية فالدراسة الحالية كانت سنة 2025 اما الدراسة السابقة في سنة 2020</p>	<p>كلا الدراسين تتشابه في ما يلي:</p> <p>- استخدام المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات</p> <p>- كانت الدراسة على المصادر التجارية الجزائرية</p>	<p>مقال (دغمان راضية و بن سعادة مفيدة) ، بعنوان: دور إستراتيجيات التسويق المصرفية في تنمية القدرة التنافسية للمصارف ، عن جامعة ابن خلدون تيارت ، الجزائر عام 2020 مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال ، المجلد 9، مقال ل (سامر قاسم، ريزان</p>

2) - مقارنة بين الدراسات السابقة باللغة الإنجليزية الدراسة الحالية:

أوجه الاختلاف	أوجه الشبه	الدراسات السابقة
<p>تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <ul style="list-style-type: none"> - الحدود المكانية و الزمنية حيث ان الدراسة السابقة كانت في عام 2010 بدولة ماليزيا اما الدراسة الحالية فكانت في سنة 2025 بالجزائر - تطرق الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة فتطرق الى دراسة رضا الزبائن وولائهم للبنوك 	<p>كلا الدراستين تتشابه في ما يلي :</p> <ul style="list-style-type: none"> دراسة رضا الزبائن - استخدام برنامج spss من أجل تحليل النتائج 	<p>(Raj anantha) تحت عنوان The Impact of customer satisfaction-on-customer loyalty and intentions to Malaysia in sector-banking the in switch سنة 2010 م</p>
<p>تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <ul style="list-style-type: none"> البعد الزمني حيث ان الدراسة السابقة كانت في 2017 اما 	<p>كلا الدراستين تتشابه في ما يلي :</p> <ul style="list-style-type: none"> -البعد المكاني و المتمثل في البنوك الجزائرية -تناولت الدراستين ابعاد جودة 	<p>Djebar Bouketir و "Abdelakrim Hassani تحت عنوان Impact of Banking Service Quality on Customer Satisfaction – Sample Study</p>

الفصل الأول

الجانب النظري

الحالية في سنة 2025	الخدمة	يونيو 2017
<p>تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <ul style="list-style-type: none"> - الحدود المكانية و الزمنية <p>حيث ان الدراسة السابقة كانت في عام 2020 دولة مقدونيا الشمالية اما الدراسة الحالية فكانت في سنة 2025 بالجزائر</p> <ul style="list-style-type: none"> - تطرق الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة اكتفت بجودة الخدمات المصرفية 	<p>كلا الدراستين تناولت اثر جودة الخدمة المصرفية على الزبائن</p>	<p>المقال بعنوان : The impact of service quality and customer satisfaction on banking services للمؤلفة Gentiana Mjaku: القسم : قسم التسويق (Department of Marketing), كلية الاقتصاد (Faculty of Economics), جامعة تيتوفا (University of Tetova). المجلة : International Journal of Scientific and Research Publications, العدد 10، المجلد 10، سبتمبر 2020 مقدونيا الشمالية (North Macedonia)</p>
<p>تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <ul style="list-style-type: none"> - الحدود المكانية و الزمنية <p>حيث ان الدراسة السابقة كانت</p>	<p>كلا الدراستين تتشابه في اثر جودة الخدمة المصرفية على زبائن البنوك</p>	<p>مقال : Effects of service quality and customer satisfaction on loyalty of bank customers المؤلف : Achmad</p>

الفصل الأول

الجانب النظري

<p>في عام 2020 دولة مقدونيا الشمالية اما الدراسة الحالية كانت في سنة 2025 بالجزائر</p> <p>- تطرق الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة اكتفت بجودة الخدمات المصرفية</p>	<p>Supriyanto, Bambang Budi Wiyono, Burhanuddin Burhanuddin سنة 2021 ' مجلة Cogent Business & Management (Taylor & Francis</p>
<p>تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <p>- تطرق الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة اكتفت بجودة الخدمات المصرفية</p>	<p>كلا الدراستين تناولت ابعاد جودة الخدمة المصرفية وتمت في دولة الجزائر سنة 2025 واستخدمت المنهج الوصفي</p> <p>مقال ل(Hadji . Yahia Cherif Cheikh Belaid . Abed Abdelkrim Gherici)عنوان Digital Transformation And Its Role In Improving The Quality Of Banking Service مجلة العلوم الاقتصادية الجزائرية العدد ص 231-247 بتاريخ 2025/03/31</p>

خلاصة الفصل:

في ختام هذا الفصل، يمكن التأكيد على أن جودة الخدمة المصرفية تلعب دوراً محورياً في استقطاب الزبائن والحفاظ عليهم كما أن تقييم الزبائن للخدمة يعتمد على جودة العملية والمنافع المتحصل عليها وطريقة تعامل الموظفين مما يتطلب من البنوك تبني أساليب متنوعة تتناسب مع اختلاف أنواع ومزاج الزبائن لضمان شعورهم بالرضا والمنفعة . وقد أظهرت دراسات مختلفة وجود أثر ذي دلالة معنوية لأبعاد جودة الخدمة على رضا الزبائن ، وهو ما يبرز أهمية قياس هذه الجودة وعناصرها الملمسة لتكوين انطباع إيجابي لدى العملاء ، إن التركيز على تحسين جودة الخدمة ليس فقط وسيلة لاستقطاب الزبائن، بل هو عامل حاسم في تحقيق رضاهم ولائهم، مما يساهم في نجاح المؤسسة المصرفية واستدامتها .

الفصل الثاني

دراسة ميدانية

تمهيد:

بعد تناول الجانب النظري في الفصل الأول، والذي تضمن مفاهيم جودة الخدمات المصرفية وأبعادها، بالإضافة إلى استعراض أهم الدراسات السابقة ذات الصلة، يأتي هذا الفصل لربط الإطار النظري بالواقع العملي من خلال دراسة حالة لعينة من العملاء والمتعاملين مع القطاع المصرفي، وسنستعرض في هذا الإطار واقع جودة الخدمات المصرفية المقدمة، وأثرها في تعزيز التوطين للاستيراد، وذلك بهدف تحديد مدى مساعدة هذه الخدمات في دعم المنشآت المحلية وتقليل الاعتماد على الاستيراد الخارجي.

وفي هذا السياق، سينقسم الفصل إلى مبحثين رئисيين:

المبحث الأول: نستعرض فيه المنهجية والأدوات المستخدمة في الدراسة.

المبحث الثاني: نقدم فيه النتائج المتحصل عليها، مع تحليلها ومناقشتها في ضوء الإطار النظري والأهداف المرسومة.

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

يستعرض هذا القسم المنهجية العلمية والخطوات الإجرائية المتبعة في دراسة أثر جودة الخدمات المصرفية في تعزيز التوطين للاستيراد، مع التركيز على القطاع المصرفي الجزائري ويتضمن وصفاً تفصيلياً لمجتمع الدراسة وعيتها، ومراحل تصميم أداة جمع البيانات، بالإضافة إلى ضمانات الصدق والثبات المعتمدة في البحث.

المطلب الأول: طريقة الدراسة

تم اختيار مجتمع الدراسة وعيته بعناية لضمان تمثيل النتائج الواقع للقطاع المصرفي، حيث شملت العينة علماً ومدراء فروع بنكية مختارة من مؤسسات مالية وهي بنك خليج الجزائر و البنك الخارجي الجزائري في ولاية غرداية. وتم تحديد خصائص المجتمع المستهدف بدقة، مع توضيح معايير اختيار العينة وبرير حجمها.

اعتمدت الدراسة على منهجية علمية دقيقة في تصميم الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث تم تطويره عبر مراحل متعددة لقياس متغيري الدراسة: جودة الخدمات المصرفية (بأبعادها المختلفة مثل الملمسية، الموثوقية، الاستجابة، الضمان، والتعاطف) ودورها في دعم التوطين للاستيراد (من خلال تحفيز التمويل المحلي وتقليل الاعتماد على الواردات)

ولضمان مصداقية الأداة البحثية، خضع الاستبيان للتحكيم من قبل أساتذة متخصصين في الاقتصاد والعلوم المالية بجامعة غرداية، وتم تعديل فقراته بناءً على ملاحظاتهم. كما تم التحقق من صدق وثبات الأداة باستخدام اختبارات إحصائية مناسبة.

أما التحليل الإحصائي للبيانات، فقد تم باستخدام برنامج SPSS، مع توظيف الأساليب الوصفية (مثل المتوسطات والانحرافات المعيارية) والتحليلية (مثل تحليل الانحدار والارتباط) لاختبار فرضيات الدراسة وتقدير العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ودورها في تعزيز التوطين للاستيراد.

أولاً : منهجية الدراسة

ركزت هذه الدراسة على تحليل تأثير جودة الخدمات المصرفية في دعم التوطين للاستيراد، وتم تنفيذها

على مرحلتين رئيسيتين:

المرحلة النظرية:

تقديم إطار مفاهيمي شامل لمتغيرات الدراسة، بما في ذلك تعريف جودة الخدمات المصرفية وأبعادها،

ومفهوم التوطين للاستيراد وأهميته في الاقتصاد الوطني.

استعراض أبرز الدراسات السابقة ذات الصلة.

المرحلة التطبيقية:

تصميم وتوزيع استبيان على عينة من العملاء والمعاملين مع البنوك، مع ضمان السرية وموضوعية

الردود.

معالجة البيانات إحصائياً باستخدام برنامج SPSS لاستخلاص النتائج وتفسير العلاقة بين المتغيرين

المدروسين.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة:

قبل التطرق إلى مجتمع الدراسة سوق نحاول تقديم لمحه تعريفية للمؤسسة محل الدراسة الا وهي المؤسسة

وسيتم تقديمها كما يلي :

الفرع الاول: التعريف بالبنكين محل الدراسة

1 البنك الخارجي الجزائري (BEA):

1-1 نشأة البنك الخارجي الجزائري:

انشئ بموجب المرسوم رقم 01/67 في 01 أكتوبر 1967، برأسم مال قدره 20 مليون دينار جزائري بعد

قيام الجزائر بتأمين مجموعة من البنوك الأجنبية و ي:

الفصل الثاني :

الدراسة الميدانية

بنك كريدي الليوني في 12 أكتوبر 1967 الذي بدوره قد ضم البنك الفرنسي للتجارة الخارجية.

الشركة العامة.

بنك البحر الأبيض المتوسط.

البنك الصناعي للجزائر.

بنك الصناعي للجزائر.

بنك باركيلز الفرنسي.

من بعدة مراحل خلال تطوره، فلعب دور التسهيل (تقديم القروض)، و التنمية في مجال التخطيط الوطني و العلاقات الاقتصادية و المالية بين الجزائر و الدول الأخرى، تمثل دوره الأساسي في القيام بكل العمليات البنكية بين المؤسسات الصناعية الكبرى و المؤسسات الأجنبية.

و خلال الثمانينات و بفضل تطبيق القانون 88-02 المؤرخ في 12 جانفي 1988 و الذي يتعلق باستقلالية المؤسسة ، عرف البنك الخارجي الجزائري تغيرات جديدة ، و يعتبر من البنوك الأولى التي تحولت إلى مؤسسات مستقلة من مرسوم 88-61 في 12 جانفي 1988 .

1-2 تعريف البنك الخارجي الجزائري:

هو مؤسسة حكومية تم إنشاؤها في فترة الاستقلال بعد تأميم البنوك الأجنبية بموجب المرسوم رقم 204/67 الصادر في 01 أكتوبر 1967 ، و يعتبر بنك ودائع مملوكة للدولة و يخضع للقانون التجاري ، مقره الرئيسي في الجزائر العاصمة، كانت مهمته تمويل التجارة الخارجية أما حاليا فيقوم بعدة اختصاصات مثل منح الاعتمادات عند الاستيراد و إعطاء ضمانات للمصدرين الجزائريين لتسهيل مهامهم، و من خصائصه تمويل الاستثمارات على المستوى الخارجي و المحلي، منح أنواع مختلفة من القروض (القروض الاستثمارية، الاستهلاكية، قروض تشغيل الشباب، اعتمادات مستندية... الخ)، و يقوم كذلك بتسهيل العلاقات الاقتصادية مع مختلف دول العالم.

1-3 وظائف البنك الخارجي الجزائري:

أسندت للبنك الخارجي الجزائري عند تأسيسه مجموعة من الوظائف من أهمها:
اقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة PEM، أيا كان نوعها، وكذلك إقراض المهن الحرة وقطاع المياه
و الري.

تقديم قروض متوسطة و طويلة الأجل خاصة تمويل السكن و البناء و الري و الصيد البحري
وفقاً للمتطلبات الاقتصادية الجديدة، فقد تطور دور البنك الخارجي الجزائري في تمويل القطاع الخاص
و العام، و أصبح له حرية التعامل مع كافة النشاطات الاقتصادية مالية كانت أو تجارية، و قد وضع
أهدافاً لمسايرة هذا التطور نذكر أهمها فيما يلي:

تحقيق لا مركزية القرار لإعطاء نوع من المرونة لكسب الوقت و الزبائن.
تحسين و جعل التسيير أكثر فعالية من أجل ضمان التحولات الازمة .
التوسيع و نشر الشبكة و اقترابه من الزبائن.
تحسين و تطوير شبكة المعلومات و كذا الوسائل التقنية الحديثة.

نقوية الرقابة على مستوى مختلف مراكز المسؤولية

1-4- البنك الخارجي الجزائري و كالة غرداية

1-4-1 تقديم البنك الخارجي الجزائري و كالة غرداية:

أنشأت وكالة البنك الخارجي الجزائري بولاية غرداية المتواجدة في شارع 1نوفمبر 1954 في 24فيفري 1976 و تسعى هذه الوكالة كغيرها من وكالات BEA إلى تحسين و توسيع خدمات البنك و تنفيذ
السياسات التي يسعى البنك إلى تحقيقها ، وكان أول مدير للكالة هو ايت يوثي، و أول رئيس مصلحة
التجارة الخارجية بن قبده عبد القادر و أول رئيس مصلحة الالتزامات و القروض هو نايلي محمد

و أول رئيس مصلحة الصندوق هو بن راحي موسى و بلغ عدد المستخدمين فيها 10 دائمين، و يوجد بنك خارجي جزائري واحد في غرداية.

(3) 4-2 الهيكل التنظيمي: انظر الملحق 1

مدير الوكالة : يعتبر الممثل الرئيسي للبنك الخارجي الجزائري على مستوى ولاية غرداية، حيث من مهامه مراقبة جميع المصالح التابعة للوكالة، و تقدم تقرير دورياً للمديرية العامة عن إنجاز الاعمال والبرامج المتعلقة بالبنك.

نائب المدير: يساعد المدير في مهامه و يخلفه في حالة غيابه.

مصلحة التجارة الخارجية : تقوم هذه المصلحة بتحويلات إلى الخارج و عمليات التوطين و كذلك فتح الاعتمادات المستدية للعمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية، اي تقوم دور الوسيط بين المتعاملين و الاجانب في عمليات الاستيراد و التصدير

مصلحة الصندوق: وهي بدورها تنقسم إلى قسمين :

قسم الودائع : يقوم بمتابعة كل الإجراءات المتعلقة بفتح الحسابات و التأكد من توفير جميع الشروط القانونية و متابعة عمليات الإيداع و السحب من حسابات المودعين.

قسم الشباك: يقوم بقبض و دفع المبالغ النقدية للعملاء، و إعداد جرد حركة النقد و تسجيلها ، العمل على تطبيق الأنظمة و الإجراءات المعتمدة من طرف المدير.

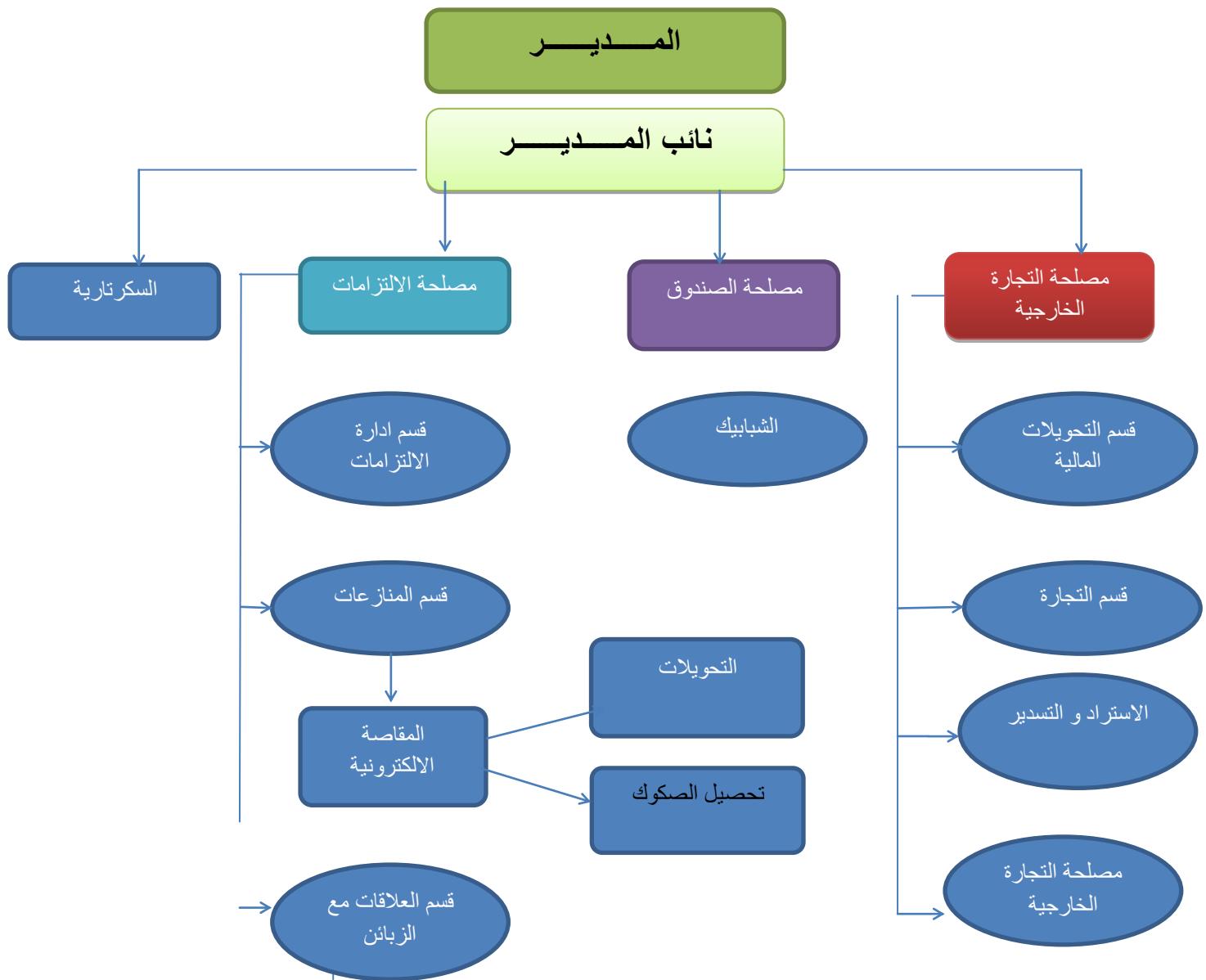
مصلحة الالتزامات: و تنقسم إلى ثلاثة أقسام

قسم المنازعات: يقوم هذا القسم بمتابعة مختلف الحالات المتنازع فيها، و تعين المحامين الذين يقومون بแทน البنك أمام المحاكم و متابعة تنفيذ الحكم بعد إصداره

قسم ادارة الالتزامات: يهتم هذا القسم بتنفيذ الإجراءات و التعليمات بشؤون القرض وفق للمبادئ المعتمدة من قبل الإدارة.

قسم العلاقات مع الزبائن: من مهامه دراسة علاقات البنك مع الزبائن و ذلك بإعطاء نظرة عن كيفية تعاملات البنك داخليا و خارجيا واهم الإجراءات المتتبعة من البنك.

الشكل : 3 الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري



المصدر من اعداد الطالب بناء على المعلومات المقدمة من طرف البنك BEA

١-٤-٣ أهداف البنك الخارجي وكالة غردية: تتمثل اهداف البنك كما يلي:

- تحسين التسبيير من أجل ضمان التحويلات الازمة للتطوير التجاري، عن طريق إدخال تقنيات جديدة في ميدان التسبيير و التسويق مثل البطاقات التي تعمل بها البنوك فيما يخص تعاملاتها الداخلية وغيرها من التقنيات.
- الاقتراب الزبائن، عن طريق التوسيع و نشر الشبكة و العمل على السير المحكم للموارد البشرية و الاخذ بالمشاركة على الصعيد الوطني و الخارجي.
- تحسين و تطوير الانظمة المعلوماتية و الاتصال.
- تقديم الوسائل المادية و التقنية حسب الاحتياجات.
- تقوية نظام المراقبة داخل كل المديريات التابعة.
- تحقيق اكبر ربح ممكن، عن طريق تقديم خدمات مصرفية جديدة.
- فتح وكالات و فروع في الخارج.
- تحقيق اكبر ربح ممكن ،عن طريق تقديم خدمات مصرفية جديدة.
- تحقيق و تشجيع تمويل العمليات التجارية مع باقي دول العالم.
- تحقيق أقصى قدر من الربحية عن طريق تطوير العمل المصرفي.

١-٤-٤ الخدمات البنكية المقدمة من البنك الخارجي وكالة غردية:

يقوم البنك bea وكالة غردية كغيره من البنوك بتقديم عدة خدمات من أجل تحقيق أهدافه و دخول مجال المنافسة البنكية و تتمثل هاته الخدمات فيما يلي :

❖ سحب و إيداع الأموال: حيث يقوم البنك بتسليم و استلام المبالغ للعملاء المبالغ منه وضعها في

الحساب العميل مع تسجيل العمليتين في الحساب.

- ❖ فتح حسابات خاصة بالعملاء : يقوم البنك بدراسة العميل وفتح الحسابات البنكية بعد أن تتحقق شروط فتح الحساب.
- ❖ استلام الملفات الخاصة بطلبات القروض : يقوم البنك باستلام ملفات القروض من العملاء ز دراستها دارسة دقيقة من أجل أخذ قرار منح القرض من عدمه.
- ❖ منح اعتمادات وضمانات للمصدرين و المستوردين المحليين : يقوم البنك بضمان العمليات الخاصة بالتجارة الخارجية ويضمن لكل ذي حق حقه للمصدر و المستورد الخارجي و المحلي اي يضمن وصول السلعة بالجودة و الكميات المطلوبة و وصول الاموال
- ❖ إيداع و استلام البنكية : يقوم البنك باستلام و ايداع الشيكات المقدمة من العملاء من أجل عمليات الخصم و إعادة الخصم.
- ❖ تمويل مشاريع الاقتصادية الكبرى : يقوم بدراسة المشاريع المقدمة إليه لمعرفة ما يناسبها مع السياسة النقدية المطبقة من الدولة فإذا توفرت هذه الشروط في المشروع يقوم البنك بتمويله.
- ❖ تقديم خدمات للمؤسسات العمومية و كذا الزبائن الخواص في إطار العمل : حيث يقوم البنك بتقديم عدة خدمات للمؤسسات العمومية و كذا الخواص في إطار شروط البنك من أجل تحقيق أهدافه.
- ❖ دراسة القروض البنكية الممنوحة للعملاء و إخضاعها لشروط المديرية في حالة القروض ذات المبالغ الهامة : يقوم البنك بدراسة دقة حول القرض من أجل معرفة إمكانية تقديم القرض من عدمه، وفي حالة القروض ذات المبالغ الكبيرة فيجب على البنك من إخضاع ذلك القرض لشروط المديرية من أجل اتخاذ قرار تقديمها او رفضها.

❖ تمويل عمليات الاستيراد و التصدير مع الهيئات و شبكات البنك: حيث يقوم البنك بتمويل

عمليات الاستيراد و التصدير الخاصة بالتجارة الخارجية مع هيئات ذات علاقة بالبنك فقط بينما

لا يقوم بتمويل العمليات التي تقام مع بلدان لا تتعامل معها الجزائر

❖ بطاقة السحب: استخدام البنك الخارجي الجزائري هذه البطاقة لأول مرة في عام 1995، و تسمح

هذه البطاقة لحاملها بسحب مبلغ نقدى معين أسبوعيا (يحدد البنك سقفه الأعلى)، باستخدام

الموزعات الآلية المتواجدة في عدة أماكن مثل مكاتب البريد ،المطارات...الخ، و يمكن السحب

من كافة الموزعات الآلية للأوراق البنكية النقدية المصرفية التي شترك فيها كل من

البنوك التالية:

.CCP-EL BARAKA-CNEO-BEA-BADAR-CPA

❖ بطاقة فيزا الدولية: تمنح للعملاء أصحاب حسابات بالعملة الصعبة و يتم استخدامها خارج

الوطن في عمليات سحب و تسوية مدفوعات المشتريات من السلع و الخدمات من التجار

المنتسبين لشبكة international visa، و تكلفة هذه البطاقة تقدر بحوالي 30 أورو و على

العميل بعد ثلاثة أشهر من الاستفادة من هذه البطاقة أن يحافظ في حسابه على 10.000 دج

بالعملة الوطنية و على حوالي 1520 أورو كحد أدنى.

2 - بنك الخليج الجزائري AGB

2-1 نشأة بنك الخليج الجزائري AGB:

تأسس بنك الخليج الجزائري في 15 ديسمبر 2003 بموجب القانون الجزائري برأس مال قدره 100 مليار

دينار جزائري (100000000000)، يملکها ثلاثة بنوك وهي:

60 % بقيمة (BURGANBANK)

و بنك تونس العالمي (TUNIS INTERNATIONAL) BANK بقيمة 30 %

الفصل الثاني :

الدراسة الميدانية

10% من البنك الأردني الكويتي (JORDAN KOWEIT BANK) وهي بنوك تنتهي إلى مجموعة مشاريع الكويت القابضة.

وبنك الخليج الجزائري بدأ عمله في 2004، يمارس عمله في بيئه اقتصادية وبنكية مليئة بالتغييرات والتقلبات.

وتمثل مهمته الأساسية المساهمة في التنمية الاقتصادية والمالية للجزائر، بإعطاء وتقديم المنتجات والأفراد مجموعة واسعة ومتطورة من المنتجات والخدمات المالية والحلول الأكثر حداثة من حيث السرعة والتنفيذ. اضافة تلبية توقعات عملائه ويقدم بنك الخليج الجزائري الخدمات المصرفية التقليدية التي تتواافق مع ما تملية الشريعة الإسلامية.

2- التعريف بالوكالة بنك الخليج غردية:

ان بنك الخليج وكالة غردية يعتبر أحد أهم البنوك الموجودة بالولاية نظيرا لجودة الخدمات و التسهيلات المقدمة لعملائه.

وبلغ عدد مستخدميه 8 موظفين

2-3 الهيكل التنظيمي لبنك الخليج وكالة غردية

مدير الوكالة: يعتبر الممثل الرئيسي للبنك وهو المسؤول عن التنظيم الإداري والتشغيلي للوكالة وتنميتها التجارية مع الاهتمام المستمر بإدارة الجودة والمخاطر وكذا تحقيق الأهداف الاستراتيجية والمالية التي حددتها إدارة البنك؛

المسؤول التجاري: ومن مهامه الإشراف على فريق المبيعات وتحريكهم وتشييدهم والإشراف على تسخير محافظ العملاء وضمان إدارتهم وتزويد العملاء بجميع المنتجات التي يقدمها البنك ومهام أخرى متنوعة في إطار تحقيق الرغبات؛

المشرف الإداري: وهو المشرف على أمين الصندوق وعامل الشباك والأعوان من أجل تحقيق أهداف

الوكالة التي بنيت من أجلها وتكون مهمته الأساسية في تقديم الخدمة للعملاء في إطار تحقيق الجودة

والتأكد من تنفيذ العمليات المصرفية ويقوم بضمان إدارة الأرشيف ومهام أخرى؛

مستشار مبيعات العملاء المؤسسات: من مهامه تجهيز العمل من مجموعة المنتجات التي يقدمها البنك،

كذا إدارة حسابات العملاء وتسهيل والضمان الاحتياطي، وإدارة قروض الاعتبار، معالجة عمليات مع

الدول الأجنبية؛

مستشار مبيعات العملاء الأفراد: يقوم بنفسه عمليات مستشار العملاء المؤسسات لكن لصالح الأفراد

كسير حسابات العملاء من الأفراد وتسهيل القروض الموجهة للأفراد وتجميع وتحليل القروض؛

مندوب إداري: من مهامه إدارة الحسابات والخطط على ملفات العملاء وكذلك تسهيل دفاتر الصكوك

والتصريح بالشيكات غير المدفوعة وكذلك تجهيز المعاملات وتوفير الفواتير والشيكات وتحويل جميع

الأوراق التجارية؛

أمين الصندوق: وهو المسؤول عن الصندوق وعن ضمانه بشكل مستمر وعمليات الصندوق مع العملاء

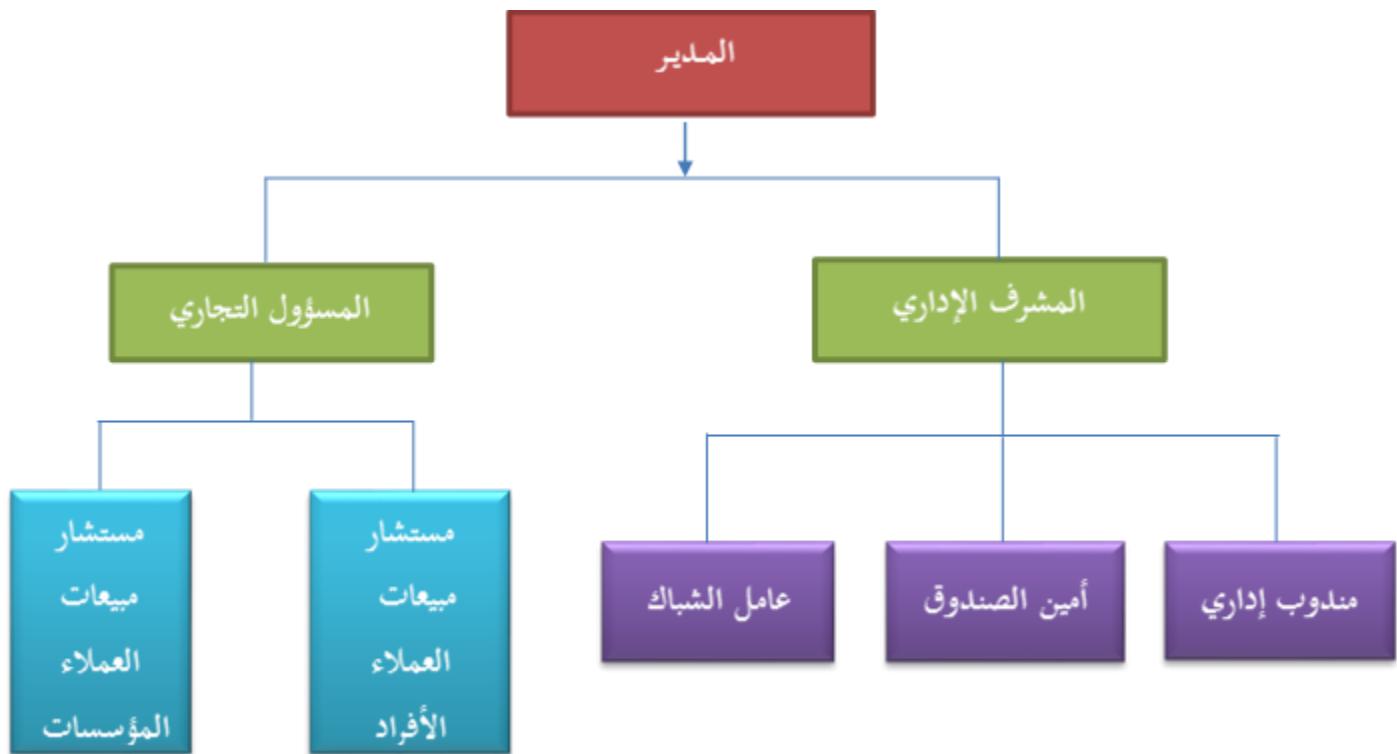
كما أنه يسهر على ضمان تسوية الحسابات؛

عامل الشباك: يعمل على ضمان السير الحسن بشكل مستمر لمختلف العمليات مع احترام الإجراءات

المعمول بها في البنك بتنفيذ عدة مهام أخرى ضرورية لحسن سير العمل ووضع استعراض دواعي

للأنشطة وتقديم الاقتراحات.

الشكل : 4 الهيكل التنظيمي للبنك الخليج الجزائري ولاية غرداية



المصدر من اعداد الطالب بناء على المعلومات المقدمة من طرف البنك AGB

الفصل الثاني :

الفرع الاول: تحديد مجتمع الدراسة و العينة

مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من العملاء والمعاملين مع المؤسسات المصرفية (AGB و BEA) في ولاية BEA. و البالغ عددهم 64 زبون موزعون كما يلي 26 زبون من بنك AGB و 38 زبون لبنك BEA ولأغراض هذه الدراسة، تم اختيار عينة بسيطة تكونت من 30 عميلاً يمثلون مختلف الشركات والمؤسسات المحلية التي تعتمد على عملياتها التوطين في عملياتها التجارية والاستيرادية، وقد تم توزيع استبياناً رقميًّاً على أفراد العينة المختارة

ثالثاً: أداة الدراسة:

تم اعتماد الاستبيان كأداة رئيسية في هذه الدراسة لتحليل العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ودورها في تعزيز التوطين للاستيراد، وقد تم تصميم الأداة البحثية بناءً على مراجعة منهجية للدراسات السابقة في مجال الخدمات المصرفية وسياسات التوطين، مع مراعاة الخصائص الفريدة للقطاع المالي الجزائري.

مررت عملية تطوير الاستبيان بالمراحل التالية:

1-المراحل التحضيرية:

- إعداد الإطار الأولي للاستبيان مع التركيز على قياس جودة الخدمات المصرفية بمختلف أبعادها (الكفاءة، الموثوقية، الاستجابة، الضمان، والتعاطف)

- تصميم محور خاص لقياس أثر هذه الخدمات في دعم سياسات التوطين للاستيراد

2-مرحلة المراجعة الأكاديمية:

- عرض المسودة الأولية على المشرف العلمي لنقييم مدى ملاءمتها لأهداف الدراسة
- إجراء التعديلات الأولية وفقاً للتوجيهات العلمية

3- مرحلة التحكيم العلمي:

- تقييم الاستبيان من قبل نخبة من الأساتذة المتخصصين في الاقتصاد والعلوم المالية بجامعة

غردائية

- تضمين الملاحظات القيمة التي ساهمت في تحسين دقة وموثوقية الأداة البحثية

4- مرحلة التطبيق الميداني:

- توزيع النسخة النهائية على عينة الدراسة المكونة من العملاء والمتعاملين مع المؤسسات

المصرفية

- إرفاق رسالة توضيحية تشرح أهمية المشاركة في تعزيز الفهم العلمي لدور القطاع المصرفي في

دعم الاقتصاد المحلي

تضمن الاستبيان محوريين رئисيين:

1- تقييم جودة الخدمات المصرفية المقدمة

2- تحليل تأثير هذه الخدمات في تعزيز التوطين للاستيراد

وقد تم تصميم الأسئلة لقياس هذه الجوانب بشكل دقيق، مع مراعاة المعايير العلمية في صياغة الفقرات وترتيبها، مما يضمن الحصول على بيانات موثوقة قابلة للتحليل الإحصائي الدقيق.

- الجزء الأول: البيانات الشخصية

- الجزء الثاني يتضمن المحاور التالية:

الجدول رقم ((1-2)): محاور الدراسة وعدد فقرات كل مجال

الرقم	المحور	عدد الفقرات
01	بعد الملحوظية	05-01
02	بعد الاعتمادية	10-06
03	بعد الاستجابة	15-11
04	بعد الأمان	20-16
05	بعد التعاطف	25-21
06	دعم البنك لعمليات التوطين للاستيراد	31-26
07	رضاء العملاء	37-32
	المجموع الكلي للعبارات	37

من إعداد الطالب اعتماداً على الاستبيان

المطلب الثاني : الأدوات الإحصائية المستخدمة لتحليل البيانات

لتحقيق أهداف الدراسة حول "دور جودة الخدمات المصرفية في دعم التوطين للاستيراد"، تم استخدام

مجموعة متكاملة من الأدوات الإحصائية والبرامج التحليلية لضمان دقة النتائج وموثوقيتها، وفق المنهجية

التالية:

أولاً: الأساليب الإحصائية:

1. **المتوسط الحسابي:** لقياس متوسط تقييمات العينة لجودة الخدمات المصرفية وأثرها على

. التوطين.

2. الانحراف المعياري: لتحليل درجة تجانس آراء المبحوثين حول متغيرات الدراسة.
3. التكرارات والنسب المئوية: لتوضيح أنماط توزيع الاستجابات على بنود الاستبيان.
4. معامل ثبات كرونباخ ألفا: لفحص اتساقية أدوات القياس وموثوقية البيانات.
5. معامل ارتباط بيرسون: لتحليل قوة واتجاه العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ودعم التوطين.
6. اختبار كولموغوروف-سميرنوف: للتحقق من التوزيع الطبيعي للبيانات.
7. اختبار T للعينة الواحدة: لتحديد دلالة متوسطات التقييمات الإحصائية.
8. تحليل التباين الأحادي (ANOVA): لمقارنة الفروق في الآراء حسب المتغيرات الديموغرافية.

ثانياً: البرامج الإحصائية:

- 1- برنامج SPSS: لتنفيذ التحليلات الإحصائية المتقدمة واختبار الفرضيات.
- 2- برنامج Excel: لتنظيم البيانات.
- 3 - مقياس ليكرت الخماسي: كأساس لتصميم استبيان الدراسة، حيث تم ترميز الخيارات كالتالي:
 - 1: غير موافق بشدة
 - 2: غير موافق
 - 3: محايده
 - 4: موافق
 - 5: موافق بشدة

من أجل استطلاع ودراسة وتحليل آراء وإجابات المشاركين في الاستبيان، تم الاستعانة بمقياس ليكارت الخماسي، وتتميز خيارات المقياس من 1 إلى 5 كما يظهر في الجدول التالي:

الجدول رقم (2) : مقياس ليكارت الخماسي

لا يوافق بشدة	لا يوافق	محايد	يوافق	يوافق بشدة
1	2	3	4	5
15	المجموع			
5	عدد الاختيارات			
3	المتوسط الحسابي			

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان

ويتم حساب طول الفئة انطلاقاً من:

$$\bullet \text{ المدى} = \text{القيمة الكبيرة} - \text{القيمة الصغيرة} = 5 - 1 = 4$$

$$\bullet \text{ طول الفئة} = \frac{4}{5} = 0.80$$

فتصبح الأوزان المرجحة لمقياس الدراسة والتي سنعتمد عليها لتحديد اتجاه الإجابات حسب الجدول

التالي:

الجدول رقم (3-2): الأوزان المرجحة لمقياس الدراسة

المستوى	اختبارات المقياس	المجال
منخفض	غير موافق بشدة	من 1.79-1
	غير موافق	من 2.59-1.80
متوسط	محايد	من 3.39-2.60
مرتفع	موافق	من 4.19 الى 3.40
	موافق بشدة	من 4.20 الى 5

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان

ثالثاً: أداة الدراسة

يُعتبر ثبات الأداة البحثية مفهوماً جوهرياً في البحث العلمي، حيث يعكس مدى اتساق نتائج الأداة عند استخدامها في نفس الظروف وعلى نفس العينة، ويشير الثبات إلى قدرة الأداة على إنتاج نتائج مستقرة ومتماثلة عند تطبيقها بشكل متكرر، ولضمان تحقيق هذا المعيار الأساسي للجودة في الأداة المستخدمة في هذه الدراسة، تم اعتماد "معامل ألفا كرونباخ" (Cronbach's Alpha) كأداة إحصائية لتقييم الاتساق الداخلي لبنود الاستبيان أداة القياس، ويعتبر أحد أكثر المقاييس الإحصائية شيوعاً وموثوقية لتحديد مدى التجانس والاتساق بين بنود الأداة البحثية، ولإجراء التحليل بدقة، تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS لتحليل بيانات الدراسة وحساب معامل ألفا كرونباخ ، وقد أسفرت النتائج على ما يلي :

الجدول رقم (2-4): يوضح اختبار معامل الثبات لمحوري الدراسة (Cronbach Alpha)

معامل الثبات alpha	عدد الفقرات	المتغيرات - الأبعاد
0.978	25	جودة الخدمات المصرفية
0.915	06	دعم البنك لعمليات التوطين للإستيراد
0.898	06	رضا العملاء
0.930	37	المجموع الكلي

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان بناءً على مخرجات برنامج SPSS

جاء في الجدول رقم (2-4) توضيح لنتائج اختبار معامل الثبات الداخلي لأبعاد الدراسة باستخدام معيار كرونباخ ألفا ، وذلك بهدف قياس درجة الاتساق الداخلي للفقرات المكونة لكل محور من محاور الاستبيان. أظهرت النتائج أن محور "جودة الخدمات المصرفية" الذي يتضمن (25) فقرة، حصل على

الفصل الثاني :

أعلى قيمة لمعامل الثبات بلغت 0.978 ، مما يدل على تمتع الفقرات بدرجة عالية من التجانس والترابط الداخلي. فيما سجل محور "دعم البنك لعمليات التوطين للواردات" الذي اشتمل على (6) فقرات، معامل ثبات بلغ 0.915 ، بينما بلغ معامل الثبات لمحور "رضا العملاء" والمؤلف من (6) فقرات 0.898 ، وهي قيم تُعد مرتفعة ومرضية إحصائياً، وتشير إلى استقرار البنود الداخلية للمحاور المذكورة. أما بالنسبة للمجموع الكلي للاستبيان الذي يتكون من (37) فقرة، فقد بلغ معامل كرونباخ ألفا 0.930 ، وهو ما يؤكد أن الأداة المستخدمة تتمتع بصدق وثبات عالٍ، وبالتالي فهي مناسبة وأداة موثوقة لجمع البيانات وتحقيق أهداف البحث.

رابعاً: صدق الاتساق

صدق الاتساق الداخلي:

لضمان تحقيق الصدق والاتساق الداخلي لأداة جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة، تم إجراء تحليل إحصائي باستخدام "معامل ارتباط بيرسون" ، وقد هدف هذا التحليل إلى قياس مدى العلاقة الترابطية بين درجات كل فقرة من فقرات الاستبيان والدرجة الكلية لمحور الذي تنتهي إليه تلك الفقرة.

الجدول رقم: (2-5) صدق الاتساق الداخلي لعبارات مقاييس الإستبيان

التعليق	عند مستوى الدلالة الإحصائية <i>SIG</i>	معامل الارتباط <i>Pearson</i>	المتغيرات - الأبعاد
DAL	0.00	0.790**	جودة الخدمات المصرفية
DAL	0.00	0.944**	دعم البنك لعمليات التوطين للإستيراد
DAL	0.00	0.716**	رضا العملاء

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان بواسطة البرنامج التحليل الإحصائي

الفصل الثاني :

جاء في الجدول رقم (2-5) عرض لنتائج اختبار صدق الاتساق الداخلي لعبارات مقاييس الاستبيان، وذلك من خلال حساب معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) بين درجات كل فقرة والدرجة الكلية للمحور الذي تنتهي إليه، وبهدف التحقق من مدى تجانس الفقرات في قياسها للمفهوم ذاته، وأظهرت النتائج أن جميع المحاور الثلاثة المكونة للاستبيان حققت علاقات إيجابية وقوية مع الدرجة الكلية لكل محور، وبمستوى دلالة إحصائية أقل من 0.01 ($Sig. = 0.00$)، مما يدل على معنويتها الإحصائية، فقد سجل محور "دعم البنك لعمليات التوطين للواردات" أعلى قيمة لمعامل الارتباط بلغت 0.944 ، تلاه محور "جودة الخدمات المصرفية" بقيمة 0.790 ، ثم محور "رضا العملاء" بمعامل ارتباط بلغ 0.716 . هذه النتائج تعكس درجة عالية من الاتساق الداخلي بين الفقرات داخل كل محور، وتؤكد أن الأداة البحثية المستخدمة مبنية بناءً صحيحاً، وأن الفقرات الخاصة بكل بعد تمثل بوضوح المتغير الذي تسعى إلى قياسه، مما يعزز من صدق المحتوى وصدق البنية للاستبيان ككل.

ثالثاً: توزيع البيانات

في إطار الدراسة تم تطبيق نظرية النهاية المركزية (Central Limit Theorem) لتحليل البيانات باستخدام أساليب إحصائية دقيقة وعلمية، ونظرًا لأن حجم العينة بلغ 30 مفردة من الزبائن ، كما هو موضح في منهجية الدراسة، فإننا نتوقع أن تكون البيانات موزعة توزيعاً طبيعياً، وقد أتاح لنا هذا الافتراض استخدام الأساليب الإحصائية القياسية التي تعتمد على افتراض التوزيع الطبيعي، مثل اختبارات معاملات الارتباط، واختبارات الدلالة الإحصائية، والتحليلات الأخرى ذات العلاقة، التي وفرت إطاراً لتحليل البيانات واستخلاص نتائج موثوقة يمكن الاعتماد عليها.

من خلال تطبيق نظرية النهاية المركزية، يمكننا افتراض أن العينة البحثية المأخوذة من مجتمع الدراسة تعكس بشكل معقول خصائص المجتمع الأصلي، وهذا الافتراض يمثل حجر الزاوية لتعيم النتائج المستخلصة من عينة الدراسة إلى المجتمع بأكمله، مما يعزز قوة الاستنتاجات وموثوقيتها.

الفصل الثاني :

الدراسة الوصفية لمتغيرات الدراسة :

في سياق اختبار الفرضيات، تم إجراء اختبارات إحصائية مثل اختبار شابирه ويلك (لتقييم مدى توافق البيانات مع التوزيع الطبيعي، وبناءً على نتائج الاختبارات، تم تحديد ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا. إذا تم رفض الفرضية الصفرية (H_0)، فهذا يشير إلى أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، ما يؤدي إلى قبول الفرضية البديلة (H_1). وعلى ذلك، تم وضع الفرضيتين التاليتين:

الفرضية الصفرية (H_0): البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

الفرضية البديلة (H_1): البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي.

والجدول التالي يوضح النتائج:

الجدول رقم (2-6) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة

اختبار شابيره ويلك				المحور
درجة الموافقة	SIG	Z الإحصائية	العينة	
يتبع التوزيع الطبيعي	0.200	0.811	30	جودة الخدمات المصرفية
يتبع التوزيع الطبيعي	0.200	0.891	30	دعم البنك لعمليات التوطين للإستيراد
يتبع التوزيع الطبيعي	0.200	0.907	30	رضا العملاء

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان بالاعتماد على نتائج ¹ SPSS v26 جاء في الجدول رقم (2-6) عرض لنتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة الثلاثة، حيث تم استخدام اختبار شابيره ويلك (Shapiro-Wilk Test) وهو من الاختبارات المناسبة للعينات الصغيرة (أقل من 50 ملاحظة). أظهرت النتائج أن جميع المحاور الثلاثة (جودة الخدمات المصرفية، دعم البنك

¹ انظر للملحق رقم 11، اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات-محوري الدراسة

الفصل الثاني :

لعمليات التوطين للواردات، ورضا العملاء)، والتي شملت كل منها (30) استجابة، قد حققت شرط التوزيع الطبيعي، حيث كانت القيم المعنوية (Sig.) لاختبار شابيرو ويلك أكبر من 0.05 (وتحديداً 0.200 في جميع المحاور)، مما يدل على عدم رفض الفرضية الصفرية القائلة بأن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي. وبذلك، يمكن القول إن بيانات الدراسة موزعة توزيعاً طبيعياً، وهو ما يتيح استخدام الاختبارات المعلمية في التحليلات اللاحقة، مثل تحليل الانحدار الخطي البسيط أو المتعدد، وأختبارات الارتباط باستخدام معامل بيرسون، فإن هذه النتيجة تُعد دعماً مهماً لموثوقية الإجراءات الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة.

المبحث الثاني : النتائج والمناقشة

المطلب الأول : عرض وتحليل نتائج الدراسة

الفرع الاول: التحليل الوصفي لعينة الدراسة

1-متغير الجنس

الجدول رقم (2-7): تقسيم جودة الخدمات المصرفية دورها في دعم التوطين للاستيراد حسب الجنس.

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
%100	30	ذكر
100	30	المجموع

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

جاء في الجدول رقم (2-7) توزيع أفراد العينة من زبائن البنوك حسب متغير الجنس ، وقد أظهرت النتائج أن جميع أفراد العينة البالغ عددهم (30) مشاركاً هم من الذكور بنسبة 100% ، دون وجود أي

الفصل الثاني :

تمثيل للفئة النسائية، ومن هذا التحليل، يمكن استنتاج أن بيئة مشاركة الزبائن خاضعة بالكامل لفئة الذكور، مما يشير إلى طبيعة الوظائف أو المهام التي تتطلبها عمليات التوطين للاستراد، أو ربما إلى معوقات ثقافية أو تنظيمية تحول دون دخول الإناث إلى هذا القطاع. كما تعكس هذه النتيجة ضرورة إجراء دراسات مستقبلية تهدف إلى توسيع قاعدة العينة لتشمل مختلف القطاعات المصرفية بهدف تحقيق تمثيل جدري أكثر شمولية.

2-متغير الفئة العمر

الجدول رقم ((8-2)) : تقسيم زبائن البنوك حسب العمر.

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
%03.30	01	أقل من 30 سنة
%16.70	05	40-30
%46.70	14	50-41
%33.30	10	أكثر من 50 سنة
100	30	المجموع

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

وفقاً لـ الجدول رقم (2-8) الذي يوضح توزيع الزبائن حسب الفئة العمرية ، فقد تراوحت أعمار أفراد العينة بين أقل من 30 سنة إلى أكثر من 50 سنة، حيث كانت أعلى نسبة مشاركة في الفئة العمرية من 41 إلى 50 سنة بنسبة %46.7 ، تليها الفئة العمرية الأكثر من 50 سنة وبنسبة %33.3 ، بينما سجلت الفئات الأقل من 30 سنة و 30 - 40 سنة نسبتي %30.3 و %16.7 على التوالي.

وتشير هذه النتيجة إلى أن الزبائن التي تتراوح أعمارهم بين 41 و 50 سنة هم الأكثر تمثيلاً ضمن العينة، وهو ما قد يعكس استقراراً وظيفياً لدى هذه الفئة، أو تركيزاً أكبر على الخبرة والكفاءة في المناصب ذات العلاقة بإدارة الخدمات المصرفية ودعم التوطين للواردات. ومن ثم، فإن هذه النتيجة تُعد مؤشراً مهمًا حول طبيعة القوى العاملة في القطاع المصرفي المستهدف.

3-متغير نوع المؤسسة

الجدول رقم ((2-09)) : تقسيم جودة الخدمات المصرفية ودورها في دعم التوطين للاستيراد حسب نوع المؤسسة.

النسبة المئوية	التكارات	الفئات
%06.70	02	فردية
%23.30	07	صغريرة
%33.30	10	متوسطة
%36.70	11	كبيرة
100	30	المجموع

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

فيما يتعلّق بتوزيع الزبائن حسب نوع المؤسسة ، فقد أظهر الجدول رقم (2-10) أن معظم العينة تتركز في المؤسسات الكبيرة والمتوسطة ، حيث بلغت نسبة المؤسسات الكبيرة 36.7 % ، تلتها المؤسسات المتوسطة بنسبة 33.3 % ، بينما كانت الحصة الأقل للمؤسسات الصغيرة (23.3%) والفردية (6.7%) ، وهذا التوزيع يشير إلى أن القطاع المصرفي يستحوذ بشكل رئيسي على المؤسسات الكبيرة والمتوسطة الحجم ، والتي يفترض أنها تمتلك البنية التحتية والموارد البشرية والمالية المناسبة لتبث عن تقديم

الفصل الثاني :

خدمات مصرافية عالية الجودة، فضلاً عن بحثها على دعم عمليات التوطين للواردات. كما تبرز أهمية اتخاذ سياسات داعمة لتطوير المؤسسات الصغيرة والفردية لتعزيز مشاركتها في هذا المجال.

4- متغير إسم البنك :

الجدول رقم ((10-2)) : تقسيم موظفي جودة الخدمات المصرافية ودورها في دعم التوطين للاستيراد .

النسب المئوية	التكارات	الفئات
%46.70	14	AGB
%53.30	16	BEA
100	30	المجموع

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss وبحسب الجدول رقم (10-2) الذي يعرض توزيع أفراد العينة حسب اسم البنك ، فقد توزعت الاستجابات بين بنكين أساسيين، حيث بلغت نسبة مشاركة موظفي بنك BEA 53.3% ، بينما بلغت نسبة مشاركة موظفي بنك AGB 46.7% ، ويعكس هذا التوزيع توازنًا نسبيًا بين مشاركات الزبائن من البنكين، مما يعزز من صلاحية وتمثيلية العينة ويؤكد قدرتها على تقديم انطباع شامل وموضوعي حول واقع جودة الخدمات المصرافية ودورها في دعم التوطين للواردات. كما يشير إلى تنوع آراء المشاركين من بنوك مختلفة، مما يساهم في غنى وثراء نتائج الدراسة.

الفرع الثاني: تحليل عبارات متغير أبعاد جودة الخدمات المصرافية الجدول رقم (11-2): يوضح نتائج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري أبعاد جودة الخدمات

المصرفية

الترتيب	الأهمية النسبية %	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرمز
البعد رقم 01: الملمسية					
05	متوسطة	0.922	3.33	•تجهيزات البنك حديثة وتواكب التطورات	01
01	مرتفعة	1.019	4.16	تصميم فروع البنك مريح وعملي	02
04	متوسطة	0.660	3.33	موظفو البنك يرتدون زياً رسميًا لائقاً	03
03	متوسطة	0.621	3.40	المواد المكتبية واضحة وسهلة الفهم	04
02	مرتفعة	0.964	4.03	أجهزة الصرف والأجهزة الإلكترونية فعالة	05
مجموع المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لبعد الملمسية		0.716	3.65		
البعد رقم 02: الإعتمادية					
05	متوسطة	0.827	3.26	البنك يفي بوعوده في الوقت المحدد	01
02	مرتفعة	0.844	4.10	يتم تنفيذ المعاملات دون أخطاء	02
04	مرتفعة	1.030	3.80	البنك يقدم الخدمة بنفس الجودة باستمرار	03
01	مرتفعة	0.621	4.40	أجد ثقة في إجراءات البنك التعاقدية	04
03	مرتفعة	0.739	3.93	يقدم البنك حلولاً فعالة للمشكلات	05
مجموع المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لبعد الإعتمادية		0.682	3.90		
البعد رقم 03: الإستجابة					
01	مرتفعة	0.999	4.03	الموظفون على استعداد للمساعدة دون تردد	01
04	متوسطة	0.739	3.26	البنك يوفر قنوات تواصل فعالة	02

الفصل الثاني :

الدراسة الميدانية

02	مرتفعة	0.817	3.56	الموظفون على إستعداد لمساعدة دون تردد	03
03	متوسطة	0.855	3.40	وقت الإنتظار في البنك معقول	04
05	متوسطة	0.621	2.40	يتم إبلاغي بتطورات ملفي أولاً بأول	05
متوسطة		0.722	3.33	مجموع المتوسط الحسابي والإخراج المعياري بعد الاستجابة	
البعد رقم 04: الأمان					
01	مرتفعة	0.949	4.16	موظفو البنك مؤهلون ويملكون معرفة جيدة	01
03	متوسطة	0.952	3.30	أشعر بالأمان عند التعامل مع البنك	02
02	مرتفعة	1.019	4.16	يتم التعامل مع مستنداتي بسرية تامة	03
05	متوسطة	0.860	2.86	البنك يوضح لي حقوقني وإلتزامي بوضوح	04
04	متوسطة	0.714	3.20	موظفو البنك يحترمون قواعد العمل والشفافية	05
مرتفعة		0.735	3.54	مجموع المتوسط الحسابي والإخراج المعياري بعد الأمان	
البعد رقم 05: التعاطف					
04	منخفضة	0.621	2.40	يتم التعامل معه كحالة خاصة وليس كرقم	01
05	متوسطة	0.802	2.66	الموظفون يفهمون إحتياجات مؤسسيتي جيداً	02
03	متوسطة	0.727	3.43	يظهر البنك مرونة في التعامل حسب وضعبي	03
02	مرتفعة	0.808	4.36	يتم تحصيص وقت كاف للتعامل مع ملفي	04
01	مرتفعة	0.668	4.36	أجد إهتماماً حقيقياً من موظفي البنك بمشكلاتي	05
مرتفعة		0.661	3.44	مجموع المتوسط الحسابي والإخراج المعياري بعد التعاطف	

¹ من إعداد الطالب اعتناداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

¹ انظر للمحلق رقم 05، تحليل البيانات الديموغرافية للعينة،

الفصل الثاني :

الدراسة الميدانية جاء في الجدول رقم (2-11) عرض لنتائج تحليل عبارات أبعاد جودة الخدمات المصرفية من حيث المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية والترتيب ، وذلك استناداً إلى آراء أفراد العينة من زبائن المؤسسة. أظهرت النتائج أن البعد الكلي لجودة الخدمات المصرفية يتمتع بمستوى عام مرتفع ، حيث بلغ المتوسط العام لجميع الأبعاد مجتمعة نحو 3.57 ، وهو ما يشير إلى وجود تقييم إيجابي نسبياً من قبل الموظفين حول جودة الخدمات المقدمة. فيما يتعلق بالأبعاد الفرعية الخمسة، فقد حصل بعد "الاعتمادية" على أعلى متوسط بلغ 3.90 ، يتبعه بعد "الأمان" (3.54) وبعد "التعاطف" (3.44) ، بينما سجل بعد "الاستجابة" (3.33) أقل متوسط بين الأبعاد، مع تحديد بعض الفقرات فيه مستويات انخفاض ملحوظة مثل العبارة (05) المتعلقة بإبلاغ العملاء بتطورات ملفاتهم أولاً بأول والتي حققت أقل متوسط (2.40). من ناحية أخرى، أظهر بعدها "الملموسيّة" و"الاستجابة" مستويات متفاوتة، حيث تراوحت قيم المتوسط بين (3.33 - 3.65)، مع وجود فوارق داخل كل بُعد بين الفقرات ذات التقييم المرتفع والفقرات ذات التقييم المتوسط أو المنخفض. كما تم تصنيف العبارة (02) من بعده الملموسيّة والمتعلقة بتصميم فروع البنك بأنها الأكثر أهمية بنسبة ترتيب أولوية بلغت (مرتفعة - الترتيب الأول) ، والعكس بالنسبة للعبارة (01) من بعده التعاطف التي احتلت المرتبة الرابعة من حيث التقييم. هذه النتائج تعكس مدى تباين درجة الرضا الوظيفي أو الانطباع الإيجابي لدى الموظفين تجاه مختلف أبعاد الخدمة المصرفية ، مما يشير إلى ضرورة التركيز على تحسين الجوانب التي حصلت على تقييم متذمِّن ، خاصة في أبعاد الاستجابة والتعاطف، لرفع مستوى جودة الخدمات المقدمة وتعزيز ثقافة التوجّه نحو العميل داخل المؤسسة.

الفرع الثالث: تحليل عبارات متغيري دعم البنك ورضا العملاء

الجدول رقم (2-12): يوضح نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري - دعم البنك ورضا

العملاء

الفصل الثاني :

الدراسة الميدانية

الرتب	الأهمية النسبية %	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	الرمز
04	متوسطة	0.704	3.16	يوفر البنك تسهيلات في إجراءات التوطين	01
03	متوسطة	0.691	3.26	هناك مرونة في منح العملة الصعبة عند الإستيراد	02
02	مرتفعة	0.897	3.56	يقدم البنك نصائح أو توجيهها في ملفات التوطين	03
06	منخفضة	0.674	2.40	يساعد البنك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التمويل	04
01	مرتفعة	1.229	3.93	توجد إجراءات إلكترونية تسهل التوطين عن بعد	05
05	منخفضة	0.727	2.43	أتعامل مع البنك لأنّه يسهل عملية الإستيراد أكثر من غيره	06
مجموع المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمحور دعم البنك لعمليات التوطين		0.674	3.40		
02	مرتفعة	1.186	3.80	انا راض عن تعامل الموظفين مع	07
05	متوسطة	0.964	3.03	جودة خدمات البنك تلبي توقعاتي	08
04	متوسطة	0.858	3.23	أجد في البنك شريكاً حقيقياً في نشاطي التجاري	09
06	متوسطة	0.894	2.60	سأستمر في التعامل في هذا البنك مستقبلاً	10
03	متوسطة	1.178	3.30	أوصي الآخرين بالتعامل مع هذا البنك	11
01	مرتفعة	0.982	4.00	إذا كانت هناك بدائل أخرى سأفضل هذا البنك	12
مجموع المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري لمحور رضا العملاء		0.828	3.32		

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

جاء في الجدول رقم (12-2) عرض لنتائج تحليل عبارات متغيري دعم البنك لعمليات التوطين ورضا

العملاء من حيث المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري والأهمية النسبية والترتيب ، وذلك استناداً إلى

آراء أفراد العينة من زبائن البنك. أظهرت النتائج أن محور دعم البنك لعمليات التوطين حقق متوسطاً

عاماً بلغ 3.40 ، وهو ما يصنف ضمن المستوى المتوسط ، مع تفاوت ملحوظ بين الفئرات من حيث

درجة التقييم، حيث حصلت العبارة (05) المتعلقة بوجود إجراءات إلكترونية تسهل التوطين عن بعد على أعلى تقييم بمتوسط بلغ 3.93 ، وتصنيف "مرتفع" ، بينما سجلت العبارة (04) الخاصة بتوفير الدعم المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أقل تقييم بمتوسط بلغ 2.40 ، وتصنيف "منخفض". أما فيما يتعلق بمحور رضا العملاء ، فقد بلغ المتوسط العام 3.32 ، أي ضمن المستوى المتوسط أيضاً، مع سيطرة نسبية للفقرات ذات التقييم المرتفع في بعض الجوانب مثل العبارة (12): "إذا كانت هناك بدائل أخرى سأفضل هذا البنك" بمتوسط بلغ 4.00 ، والعبارة (07): "أنا راضٍ عن تعامل الموظفين معي" بمتوسط بلغ 3.80 ، في حين سجلت العبارة (10): "سأستمر في التعامل مع هذا البنك مستقبلاً" أقل تقييم ضمن هذا المحور بمتوسط بلغ 2.60 . هذه النتائج تعكس مدى تباين مستوى الإدراك الوظيفي والرضا لدى العملاء تجاه الخدمات المقدمة من البنك ، كما تشير إلى وجود فرص للتحسين خاصة في مجال تقديم الدعم المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة واستقطاب العملاء للاستمرار في التعامل مع البنك.

الفرع الرابع: اختبار فرضيات الدراسة

أولاً : اختبار فرضية الفروق

الفرضية الرئيسية الأولى: تختلف جودة الخدمات المصرفية باختلاف طبيعة البنك (عام/خاص)، مما ينعكس على قدرة الاستقطاب.

الجدول رقم (2-13) : اختبار T للمجموعات المستقلة (Independent Samples t-test)

SIG	قيمة T	اختبار levene		الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد العينة	المتغير البنك	المتغيرات
		Sig. إحتمالية (2-tailed)	قيمة F					
0.007	14.97 8	0.000	8.543	0.035	4.24	14	عام	جودة الخدمات المصرفية
				0.309	2.99	16	خاص	

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

جاء في الجدول رقم (2-13) نتائج تحليل اختبار T للمجموعات المستقلة (Independent Samples)

(t-test) ، والذي تم استخدامه لاختبار وجود فروق إحصائية ذات دلالة معنوية في متوسط درجات جودة

الخدمات المصرفية بين نوعي البنوك (العام والخاص) ، وقد أظهرت نتائج اختبار ليفين (Levene's

Test) لمعادلة التباين قيمة إحصائية بلغت $F = 8.543$ ومستوى دلالة $Sig. = 0.000$ ، مما يشير

إلى عدم تساوي التباينات بين المجموعتين وبالتالي تم الاعتماد على الصف السفلي من النتائج

.(Assuming unequal variances)

ومن ثم ، أظهرت نتائج الاختبار قيمة $t = 14.978$ ومستوى دلالة $t = 0.007$ ، $Sig. (2-tailed) = 0.007$

وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة المعياري (0.05) ، مما يعني وجود فرق إحصائي ذات دلالة معنوية بين

متوسطي جودة الخدمات المصرفية في البنوك العامة والخاصة . حيث حصلت البنوك العامة (بعد 14

استجابة) على متوسط أعلى في جودة الخدمات بلغ 4.24 مع انحراف معياري ضئيل (0.035) ، بينما

سجلت البنوك الخاصة (بعد 16 استجابة) متوسطاً أقل بلغ 2.99 مع انحراف معياري أكبر

(0.309) ، وهو ما يدل على تفاوت أكبر في آراء العاملين فيها.

الفصل الثاني :

وبالتالي، يمكن رفض الفرضية الصفرية التي تنص على عدم وجود فرق بين نوعي البنوك، والموافقة على الفرضية البديلة القائلة بأن هناك فرقاً في جودة الخدمات المصرفية باختلاف طبيعة البنك (عام/خاص)، وهو ما يعزز أهمية دراسة الخصائص المؤسسية وتأثيرها على تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة، وبالتالي تعزيز قدرة هذه المؤسسات على استقطاب العملاء ودعم عمليات التوطين للواردات.

ثانياً: إختبار فرضيات علاقة الإرتباط

الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية واستقطاب الزبائن للتوطين للاستيراد.

الجدول رقم (2-14) : إختبار معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation)

Sig. (2-tailed)	معامل الإرتباط بيرسون	المتغيرات
.000	0.970**	دعم البنك لعمليات التوطين والاستيراد
جودة الخدمات المصرفية		

من إعداد الطالب إعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

جاء في الجدول رقم (2-14) نتائج تحليل معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) ، والذي تم استخدامه لاختبار طبيعة العلاقة بين متغيري جودة الخدمات المصرفية ودعم البنك لعمليات التوطين والاستيراد . أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية قوية جداً بين المتغيرين ، حيث بلغ قيمة معامل الارتباط 0.970 ، وهو ما يشير إلى علاقة خطية مباشرة شديدة القوة . كما كانت قيمة الدلالة الإحصائية $0.000 = \text{Sig.}$ ، وهي أقل من مستوى الدلالة المعياري (0.05)، مما يدل على أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى 1% .

الفصل الثاني :

وبالتالي، يمكن رفض الفرضية الصفرية التي تتفى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، والموافقة على الفرضية البديلة القائلة بأن هناك علاقة قوية بين جودة الخدمات المصرفية ودرجة دعم البنك لعمليات التوطين والاستيراد، وتؤكد هذه النتيجة أهمية تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل البنوك باعتبارها عاملًا محركاً في تعزيز قدرتها على استقطاب العملاء وتحقيق مزيد من الكفاءة في دعم عمليات التوطين، مما يستدعي من المؤسسات المصرفية التركيز على تطوير وتحسين أدائها الخدمي كوسيلة فاعلة لتعزيز مكانتها التنافسية وخدمة أغراض التنمية الاقتصادية.

ثالثاً: اختبار فرضية التأثير

إختبار الفرضية الرئيسية الثالثة : تلعب عناصر مثل سرعة الإجراءات، وضوح المعلومات، وكفاءة الموظفين دوراً جوهرياً في قرار الزبون حول اختيار البنك.

الجدول رقم (15-2) : اختبار تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)

مستوى الدلالة	SIG	DF	F قيمة	R قيمة	معامل التحديد R ²	B ₂ دعم البنك	B ₁ جودة الخدمات المصرفية	B ₀ الثابت
0.05	0.000	27	123.945	0.950	0.902	0.483	0.785	0.612

$$Y = B_0 + B_1 + B_2 \cdot X + \epsilon$$

من إعداد الطالب إنتماً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

جاء في الجدول رقم (15-2) نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression) ، الذي تم استخدامه لاختبار مدى تأثير متغيري جودة الخدمات المصرفية ودعم البنك (Analysis

الفصل الثاني :

الدراسة الميدانية

لعمليات التوطين للواردات على قرار الزيون باختيار البنك . أظهرت النتائج أن معادلة الانحدار النهائية

كانت على الشكل التالي:

$$Y=0.612+0.785X_1+0.483X_2+\epsilon$$

حيث:

$B_0=0.612$: يمثل القيمة الثابتة (المقطع الصادي للمعادلة).

$B_1=0.785$: يعكس تأثير جودة الخدمات المصرفية على القرار.

$B_2=0.483$: يعكس تأثير دعم البنك لتوطين الواردات على القرار .

ومن حيث مؤشرات جودة النموذج، فقد بلغ معامل التحديد (R^2) قيمة 0.902 ، أي أن نحو 90.2%

من التباين في قرار اختيار البنك يمكن تفسيره من خلال المتغيرات المستقلة المدرجة في النموذج ، وهو

ما يدل على قدرة عالية للنموذج على التفسير والتنبؤ. كما سجل معامل الارتباط المتعدد (R) قيمة

0.950 ، مما يشير إلى وجود علاقة قوية وخطية بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة.

أما بالنسبة لاختبار معنوية النموذج الكلي، فقد أظهرت قيمة F إحصائية بلغت 123.945 بمستوى دلالة

Sig. = 0.000 ، وهي أقل من مستوى الدلالة المعياري (0.05)، مما يعني أن النموذج ككل ذات دلالة

إحصائية ، وبالتالي فإن المتغيرات المستقلة مجتمعة لها تأثير معنوي في تفسير قرار الزيون.

وبالتالي، يمكن القول بأن الفرضية الرئيسية الثالثة مدعومة إحصائياً ، حيث أكدت النتائج أن جودة

الخدمات المصرفية ودعم البنك لتوطين الواردات تُعدان من العوامل الأساسية المؤثرة في قرار العملاء

باختيار البنك ، وهو ما يستدعي من المؤسسات المصرفية تعزيز هذه الجوانب لتحسين تنافسيتها وجذب

المزيد من العملاء .

المطلب الثاني: مناقشة النتائج

الفرضية الأولى: تختلف جودة الخدمات المصرفية باختلاف طبيعة البنك (عام/خاص)، مما ينعكس على قدرة الاستقطاب.

أشارت الفرضية إلى أن الاختلاف في طبيعة الإدارة، والهيكل المؤسسي، وآليات اتخاذ القرار بين البنوك العامة والخاصة ، شُئم بشكل مباشر في تباين جودة الخدمات المقدمة للعملاء، وقد أظهرت النتائج أن البنوك العامة حققت مستويات أعلى في جودة الخدمات مقارنة بالبنوك الخاصة، وهو ما قد يفسر بوجود استقرار تنظيمي، وموارد بشرية أكثر تأهيلًا، وبنية تحتية أكثر تطوراً في بعض المؤسسات العامة. في المقابل، قد تواجه البنوك الخاصة تحديات تتعلق بـ التكيف مع متطلبات السوق بسرعة، وتوفير خدمات مبتكرة، وتحقيق التوازن بين الربحية وجودة الخدمة ، ومن ثم، فإن طبيعة البنك لا تؤثر فقط على الأداء الخدمي، بل تمثل عاملًا محركاً في استقطاب العملاء وبناء الثقة لديهم ، خاصة في مجالات الدعم المالي لعمليات التوطين والاستيراد، حيث يتطلب الأمر دقة وسرعة وشفافية في التعامل.

الفرضية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية واستقطاب الزبائن للتوطين للواردات.

تشير هذه الفرضية إلى أن التحسين في جودة الخدمات المصرفية له انعكاس مباشر على قدرة البنك على جذب العملاء وتحفيزهم على التعامل معه في عمليات التوطين للواردات، فكلما كانت الخدمات المقدمة أكثر فعالية، وأكثر مرونة، وأكثر تكيّفاً مع احتياجات العميل، زادت فرص استقطابه واستمرار تعامله مع البنك.

وقد أظهرت النتائج أن هناك ارتباطاً قوياً بين جودة الخدمة ومستوى الدعم الذي يقدمه البنك في مجال التوطين ، وهو ما يؤكد أن الزبائن لم يعد يتعامل مع البنك فقط من منطلق السعر أو المرونة المالية، بل من منطلق التجربة الشاملة والثقة في الأداء المؤسسي، ومن هنا، تظهر أهمية بناء ثقافة خدمية داخل

المؤسسات المصرفية تركز على العميل وتحاكي احتياجاته ، خاصة في مجالات التجارة والاستيراد التي تتطلب تكاملاً بين الجوانب الإدارية والمالية والتقنية.

الفرضية الثالثة: تلعب عناصر مثل سرعة الإجراءات، وضوح المعلومات، وكفاءة الموظفين دوراً جوهرياً في قرار الزبون حول اختيار البنك.

تؤكد هذه الفرضية أن القرار البنكي لدى العميل لا يتأثر فقط بالعوامل المالية أو التسعير، بل بعامل خدمية مباشرة تتعلق بتجربة التعامل مع البنك . وتشير النتائج إلى أن العوامل غير المالية مثل سرعة الإجراءات، وضوح المعلومات، واحترافية الموظفين، تُعد من العناصر الأساسية التي تبني صورة إيجابية للبنك لدى العميل ، وتعزز من رضاه وولائه.

ففي سياق التوطين للواردات، حيث يتطلب الأمر سرعة في الإنجاز ، ودقة في التنفيذ، ووضوح في التواصل ، فإن غياب أي من هذه العناصر أدى إلى إعاقة عمليات الاستيراد، وزيادة التكاليف غير المباشرة، وفقدان الثقة في البنك .

وبالتالي، فإن تحسين تجربة العميل من خلال تطوير الأداء البشري، وتبني الحلول الرقمية، وتبسيط الإجراءات، يُعد من الركائز الأساسية لتعزيز تنافسية البنوك ودورها في دعم التوطين .

خلاصة الفصل:

تؤكد النتائج أن جودة الخدمات المصرفية ليست مجرد معيار إداري أو تقييمي داخلي، بل هي محرك رئيسي للثقة بين العميل والبنك، وعامل جذب وتميز تنافسي في السوق ، كما أن طبيعة البنك (عام أو خاص)، ومستوى الدعم الذي يقدمه للتوطين، وتجربة العميل أثناء التعامل، كلها تتفاعل لتشكل صورة شاملة عن قدرة البنك على تحقيق الأهداف الاقتصادية والتجارية . ومن ثم، فإن الاستثمار في تطوير الخدمات المصرفية، وتحسين بيئة العمل، وبناء ثقافة العميل أولاً، يُعد من الأولويات الاستراتيجية التي لا غنى عنها لتعزيز دور البنوك في دعم التوطين للواردات ودفع عجلة التنمية الاقتصادية .

خاتمة

الخاتمة

الخاتمة :

تقدم هذه المذكرة تحليلاً فيما لدور الخدمات المصرفية في تعزيز توطين الاستيراد في الجزائر، وتسلط الضوء على الفروقات بين البنوك الخاصة وال العامة في هذا السياق ، فإن النتائج المستخلصة تشير بوضوح إلى أهمية جودة الخدمات المصرفية كعامل محفز للاستقطاب الزبائن ودعم استراتيجيات التوطين.

(1) النتائج المتوصّل إليها:

- الجانب النظري:

أظهرت الدراسة أن مفهوم جودة الخدمات المصرفية لا يقتصر فقط على الجوانب التقنية أو الإجرائية، بل يمتد ليشمل البعد الإنساني، والمرونة التنظيمية، والقدرة على تلبية احتياجات العميل في سياق متغير وتنافسي ، كما أوضحت النتائج أن هناك ارتباطاً وثيقاً بين جودة الخدمة ومستوى الدعم الذي يقدمه البنك لعملائه في مجال التوطين للواردات ، مما يعزز من أهمية بناء نموذج خدمي يرتكز على الاستجابة السريعة، والشفافية، والكفاءة المؤسسية ، ومن الناحية النظرية أيضاً، أكدت الدراسة أن طبيعة البنك (عام/خاص) ليست عاملًا ثابتاً في تحديد مستوى الأداء، بل هي متغير يتفاعل مع عوامل داخلية وخارجية متعددة مثل الهيكل الإداري، ونوعية الموارد البشرية، واستخدام التكنولوجيا، وسياسات العملاء

- الجانب التطبيقي:

من حيث التطبيق العملي، أظهرت النتائج أن البنوك العامة تتتفوق حالياً من حيث جودة الخدمات مقارنة بال الخاصة، خاصة في الجوانب المتعلقة بالاستقرار ، والأمان، وكفاءة الموظفين ، ومع ذلك، فإن البنوك الخاصة تتميز بـ المرونة في التعامل، والسعى المستمر نحو الابتكار الرقمي، وتكيفها مع المتطلبات الحديثة للتجارة والاستيراد ، كما بينت الدراسة أن سرعة الإجراءات، ووضوح المعلومات، واحترافية

الخاتمة

الموظفين، تُعد من العوامل الخامسة التي تؤثر في قرار الزيون باختيار البنك ، وهو ما يستدعي إعادة النظر في تصميم عمليات العمل وتدريب الكوادر وتطوير البنية التحتية الرقمية.

(2) اختبار الفرضيات:

تم اختبار ثلاثة فرضيات رئيسية خلال هذه الدراسة، وقد توصلت النتائج إلى الآتي:

- **الفرضية الأولى:** تم تأكيد وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية بين البنوك العامة وال الخاصة، مع تفوق البنوك العامة.
- **الفرضية الثانية:** تم تأكيد وجود علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية ودعم البنك لعمليات التوطين للواردات.
- **الفرضية الثالثة:** تم إثبات أن عناصر مثل سرعة الإجراءات، وضوح المعلومات، وكفاءة الموظفين لها تأثير مباشر في قرار الزيون حول اختيار البنك.

(3) الاقتراحات للدراسة:

- بناءً على النتائج والتحليل، يمكن تقديم التوصيات التالية:
- **للبنوك العامة :**
 - الحفاظ على مستوى جودة الخدمات المصرفية، وخاصة في جوانب الاستقرار والموثوقية
 - التركيز على تحسين المرونة وسرعة التكيف مع المتطلبات الجديدة للسوق، للاستفادة من نقاط قوة البنوك الخاصة.
 - **للبنوك الخاصة:**
 - تعزيز البنية التحتية والموارد البشرية لتقديم خدمات مصرفية أكثر جودة واستقراراً .
 - الاستفادة من مرونتها في تقديم خدمات مبتكرة ومتطورة تدعم توطين الاستيراد، مع التركيز على السرعة والكفاءة

الخاتمة

- تطوير الخدمات الموجهة لتوطين للاستيراد:
 - التركيز على سرعة الإجراءات، وتبسيطها، وزيادة الشفافية في المعلومات المتعلقة بعمليات التوطين .
 - تطوير برامج تدريب للموظفين لزيادة كفاءتهم في التعامل مع ملفات التوطين وتقديم الاستشارات اللازمة للزبائن
 - الاستثمار في التكنولوجيا الرقمية لتسهيل وتتبع عمليات التوطين عن بعد .
 - لصانعي السياسات:
 - توفير إطار تنظيمي من ومحفز يدعم البنوك في تطوير خدمات توطين لعمليات الاستيراد
 - تشجيع الشراكة بين البنوك والمؤسسات الحكومية لتنسيق الجهود وتبسيط الاجراءات .
- (4) آفاق الدراسة المستقبلية:

شكلت الدراسة باباً واسعاً أمام الدراسات المستقبلية التي يمكن أن تتناول موضوعات مرتبطة بها، منها:

- توسيع نطاق الدراسة ليشمل أكثر من نوع من البنوك ، مثل البنوك الإسلامية أو البنوك الاستثمارية ، لمقارنة جودة خدماتها في مجال التوطين.
- دراسة تأثير الثقافة التنظيمية داخل البنوك على جودة الخدمات المقدمة ، وخاصة من حيث القيادة ، ومشاركة الموظفين ، وروح الفريق.
- التركيز على رضا العملاء الصغار والمتوسطين (SMEs) باعتبارهم شريحة مهمة تعتمد على الدعم المصرفي في عمليات الاستيراد.
- مقارنات دولية بين أنظمة التوطين في بلدان مختلفة ، لاستخلاص التجارب الناجحة ونقلها إلى البيئة المحلية.

قائمة

المصادر والمراجع

الكتب :

- 01- الضمور هاني حامد ، " تسويق الخدمات " ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الثالثة ، 2005 .
- 02- بشير العالق، حميد الطائي، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان ، الاردن ، 2007
- 03- توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة و القياس المقارن: أساليب حديثة في المعايير و القياس، دار النهضة العربية ،دمشق ، 2004 .
- 04- جمعي عماري، " التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية" ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية، واقع وتحديات، جامعة تبسة. 2004 .
- 05- مأمون الدراركة و الشibli طارق ، " الجودة في المنظمات الحديثة" .عمان ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2002 .
- 06- فاطمة محمد حلوز ' هاني حامد الضمور ' اثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية ، دراسات العلوم الادارية ' المجلد 39 العدد 1 ، 2012
- 07- محمد محمود مصطفى، التسويق الاستراتيجي للخدمات، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2003،
- 08- شاكر القزويني ، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر ' 2000 .
- 09- يوسف جحيم سلطان الصافي و هاشم فوزي دباس العبادي " ، إدارة علاقات الزبون ، " مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، 2009 .

معلومات مقدمة من طرف المؤسسة المستقبلة (بنك الخليج)

المراجع باللغات الأجنبية :

-Lovelock & Wirtz (2011): Services Marketing

- Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988): SERVQUAL Model

المذكرات والمطبوعات الجامعية:

- فاطمة سلماني، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر ، قسم علوم

التسهيل ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسهيل ، جامعة مسيلة ، سنة 2013-2014

- سامي فؤاد براك ، دور البنك الخارجي الجزائري في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، مذكرة

ماستر ، قسم العلوم الاقتصادية ' جامعة العربي بلهدي ' ام البوachi ' 2015-2016 ص 126

سامي فؤاد براك ، دور البنك الخارجي الجزائري في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، مذكرة

ماستر ، قسم العلوم الاقتصادية ' جامعة العربي بلهدي ' ام البوachi ' 2015-2016

دراسة: Benyoucef & Boutaleb (2022), Customer Perceptions of Bank Service

-Quality in Algeria

: دراسة

- Kherbouche & Benslimane (2023), Banking Services and Trade Facilitation in

Emerging Markets

المجالات والمتغيرات:

- اساليب جذب العملاء و التفوق على المنافسين ، موسوعة اقراء ، www.iqqrae - يوم

11:15 / على الساعة 2025/06/02

القوانين والمراسيم:

- المرسوم التنفيذي رقم 94-21 المتعلق بالتجارة الخارجية بالجزائر

- نص المادة 41 من النظام رقم 07-01 المنشور بالجريدة الرسمية الجزائرية العدد 31 المؤرخة في 25

ربيع الثاني عام 1428 هـ 13 مايو سنة 2007م

قائمة المصادر والمراجع.

- القانون 67-204، و المتعلق بإنشاء البنك الخارجي الجزائري الصادر في 1967/10/01 .
- القانون 67-204، و المتعلق بإنشاء البنك الخارجي الجزائري الصادر في 1967/10/01 .
- تعليمية بنك الجزائر, 05-2020 بشان توطين عمليات التجارة الخارجية الصادرة يوم 06 افريل 2020

الملاحق

قائمة الملحق

- رابعاً: الأمان (Assurance)
- موظفو البنك مؤهلون ويمكرون معرفة جيدة.
 - أشعر بالأمان عند التعامل مع البنك.
 - يتم التعامل مع مستنداتي بسرية تامة.
 - البنك يوضح لي حقوقه والتزاماته بوضوح
 - موظفو البنك يحترمون قواعد العمل والشفافية.
- خامساً: التعاطف (Empathy)
- يتم التعامل معه كحالة خاصة وليس كرقم.
 - الموظفون يفهمون احتياجات موسيستويجياً.
 - يظهر البنك مرؤنة في التعامل حسب وضعيتي.
 - يتم تخصيص وقت كافٍ للتعامل مع ملفي.
 - أجده اهتماماً حقيقياً من موظفي البنك بمشكلاتي.

القسم الثالث: دعم البنك لعمليات التوطين

للاستيراد يرجى تقييم العبارات التالية من 1 إلى 5 حسب مدى موافقتك

- يوفر البنك تسهيلات في إجراءات التوطين.
- هناك مرؤنة في منح العملة الصعبة عند الاستيراد.
- يقدم البنك نصائح أو توجيهها في ملفات التوطين.
- يساعد البنك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التمويل.
- توجد إجراءات إلكترونية تسهل التوطين عن بعد.
- أتعامل مع البنك لأنه يسهل عملية الاستيراد أكثر من غيره.

القسم الرابع: رضا العملاء

قيم العبارات التالية حسب رضاك من 1 إلى 5 حيث: 1=غير راضٍ بشدة و 5=راضٍ بشدة

- أنا راضٌ عن تعامل الموظفين معى.
- جودة خدمات البنك تليّي توقعاتي.
- أجد في البنك شريكاً حقيقياً في نشاطي التجاري
- سأستمر في التعامل مع هذا البنك مستقبلاً
- أوصي الآخرين بالتعامل مع هذا البنك.
- إذا كانت هناك بدائل أخرى، سأفضل هذا البنك

استبيان حول جودة الخدمات المصرافية دورها في دعم التوطين للاستيراد عزيزي أي العميل/ة،

القسم الأول: البيانات العامة

الجنس:

ذكر أنثى

الفئة العمرية:

أقل من 30 سنة 30-40 40-50 أكثر من 50

نوع المؤسسة التي تتمثلها:

فردية صغيرة متوسطة كبيرة

اسم البنك:

بنك خاص (يرجى ذكر الاسم)

القسم الثاني: جودة الخدمة المصرافية (باستخدام مقياس ليكرت من 1 إلى 5)

باعتبار تجربتك مع البنك الرجاء تقييم العبارات التالية باختيار درجة من 1 إلى 5،

حيث: 1= لا أوفق بشدة | 5 = أوفق بشدة

أولاً: الملموسةة (Tangibles)

- تجهيزات البنك حديثة وتواكب التطورات.

- تصميم فروع البنك مريح وعملية.

- موظفو البنك يرتدون زيًّا رسميًّا لائقًا.

- المواد المكتبة (نشرات، نماذج...) واضحة وسهلة الفهم.

- أجهزة الصراف والأجهزة الإلكترونية فعالة.

ثانياً: الاعتمادية (Reliability)

- البنك يفي بوعوده في الوقت المحدد.

- يتم تنفيذ المعاملات دون أخطاء.

- البنك يقدم الخدمة بنفس الجودة باستمرار.

- أجده نفعاً في إجراءات البنك التعاقدية.

- يقدم البنك حلولاً فعالة للمشكلات.

ثالثاً: الاستجابة (Responsiveness)

- الموظفون يردون بسرعة على استفساراتي.

- البنك يوفر قنوات تواصل فعالة (هاتف، بريد، تطبيق...).

- الموظفون على استعداد للمساعدة دون تردد.

- وقت الانتظار في البنك معقول.

- يتم إبلاغي بتطورات ملفي أولاً بأول.

معامل الثبات : جودة الخدمات المصرفية

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.978	25

دعم البنك لعمليات التوطين للإستيراد

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.915	6

رضا العملاء

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	6

Correlations				
		جودة الخدمات المصرفية	دعم البنك	رضا العملاء
جودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	1	.970	.944
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	30	30	30
دعم البنك	Pearson Correlation	.970	1	.940
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	30	30	30
رضا العملاء	Pearson Correlation	.944	.940	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

قائمة الملحق

Tests of Normality			
	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
جودة الخدمات المصرفية	.811	30	.200
دعم البنك	.891	30	.200
رضاء العملاء	.907	30	.200
a. Lilliefors Significance Correction			

الجنس					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	30	100.0	100.0	100.0

الفئة العمرية					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 30 سنة	1	3.3	3.3	3.3
	40–30	5	16.7	16.7	20.0
	50–41	14	46.7	46.7	66.7
	أكثر من 50 سنة	10	33.3	33.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

نوع المؤسسة					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	فردية	2	6.7	6.7	6.7
	صغيرة	7	23.3	23.3	30.0
	متوسطة	10	33.3	33.3	63.3
	كبيرة	11	36.7	36.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

إسم البنك

قائمة الملحق

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	AGB	14	46.7	46.7	46.7
	BEA	16	53.3	53.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Descriptive Statistics				
	N	Mean	Std. Deviation	
جودة الخدمات المصرفية	30	3.5747	.67134	
الملموسة	30	3.6533	.71618	
تجهيزات البنك حديثة وتوابع التطورات	30	3.3333	.92227	
تصميم فروع البنك مريح وعملي	30	4.1667	1.01992	
موظفو البنك يرتدون زي رسميًا لائقاً	30	3.3333	.66089	
المواد المكتبية واضحة وسهلة الفهم	30	3.4000	.62146	
أجهزة الصراف والأجهزة الإلكترونية فعالة	30	4.0333	.96431	
الاعتمادية	30	3.9000	.68229	
البنك يفي بوعوده في الوقت المحدد	30	3.2667	.82768	
يتم تنفيذ المعاملات دون أخطاء	30	4.1000	.84486	
البنك يقدم الخدمة بنفس الجودة باستمرار	30	3.8000	1.03057	
أجد نفقة في إجراءات البنك التعاقدية	30	4.4000	.62146	
يقدم البنك حلولاً فعالة للمشكلات	30	3.9333	.73968	
الاستجابة	30	3.3333	.72270	
الموظرون على استعداد للمساعدة دون تردد	30	4.0333	.99943	
البنك يوفر قنوات تواصل فعالة	30	3.2667	.73968	
الموظرون على استعداد للمساعدة دون تردد	30	3.5667	.81720	
وقت الانتظار في البنك معقول	30	3.4000	.85501	
يتم إبلاغي بتطورات ملفي أو لا بآول	30	2.4000	.62146	
الأمان	30	3.5400	.73560	
موظفو البنك مؤهلون ويملكون معرفة جيدة	30	4.1667	.94989	
أشعر بالأمان عند التعامل مع البنك	30	3.3000	.95231	
يتم التعامل مع مستنداتي بسرية تامة	30	4.1667	1.01992	
البنك يوضح لي حقوقه وإلتزاماته بوضوح	30	2.8667	.86037	
موظفو البنك يحترمون قواعد العمل والشفافية	30	3.2000	.71438	
التعاطف	30	3.4467	.66162	

قائمة الملحق

يتم التعامل معى كحالة خاصة وليس كرقم	30	2.4000	.62146
الموظفون يفهمون احتياجات مؤسستي جيدا	30	2.6667	.80230
يظهر البنك مرونة في التعامل حسب وضعياتي	30	3.4333	.72793
يتم تخصيص وقت كاف للتعامل مع ملفي	30	4.3667	.80872
أجد إهتماماً حقيقياً من موظفي البنك بمشكلاتي	30	4.367	.6687
Valid N (listwise)	30		

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
البنك دعم	30	3.1667	.70439
التوطين إجراءات في تسهيلات البنك يوفر	30	3.2667	.69149
الإستيراد عند الصعوبة العملة منح في مرونة هناك	30	3.5667	.89763
التوطين ملفات في توجيهها أو نصائح البنك يقدم	30	2.4000	.67466
التمويل في والمتوسطة الصغيرة المؤسسات البنك يساعد	30	3.9333	1.22990
بعد عن التوطين تسهل الإلكترونية إجراءات توجد	30	2.4333	.72793
غيره من أكثر الإستيراد عملية يسهل لأنه البنك مع اتعامل	30	3.4000	.67466
Valid N (listwise)	30		

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
رضا العملاء	30	3.3278	.82870
انا راض عن تعامل الموظفين معى	30	3.8000	1.18613
جودة خدمات البنك تلبي توقعاتي	30	3.0333	.96431
أجد في البنك شريكاً حقيقياً في نشاطي التجاري	30	3.2333	.85836
سأستمر في التعامل في هذا البنك مستقبلاً	30	2.6000	.89443
أوصي الآخرين بالتعامل مع هذا البنك	30	3.3000	1.17884
إذا كانت هناك بديل آخرى سأفضل هذا البنك	30	4.0000	.98261
Valid N (listwise)	30		

إختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

Group Statistics					
	إسم البنك	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
جودة الخدمات المصرفية	AGB	14	4.2400	.03508	.00938
	BEA	16	2.9925	.30922	.07731

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means		
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
جودة الخدمات المصرفية	Equal variances assumed	8.543	.007	14.978	28	.000
	Equal variances not assumed			16.020	15.441	.000

إختبار الفرضية الرئيسية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية واستقطاب الزبائن للتوطين للاستيراد .

Correlations

		جودة الخدمات المصرفية
		Pearson Correlation
جودة الخدمات المصرفية	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30
دعم البنك	Pearson Correlation	.970
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
رضا العملاء	Pearson Correlation	.944
	Sig. (2-tailed)	.000

قائمة الملاحق

	N	30
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).		

إختبار الفرضية الرئيسية الثالثة : تلعب عناصر مثل سرعة الإجراءات، وضوح المعلومات، وكفاءة الموظفين دوراً جوهرياً في قرار الزبون حول اختيار البنك.

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.950 ^a	.902	.895	.26916	.902	123.945	2	27	.000

المصرفية الخدمات جودة، البنك دعم

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta				Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	0.612	.303		-2.016	.054	-1.234	.011
	الخدمات جودة المصرفية	.674	.305	.546	2.207	.036	.047	1.301
	البنك دعم	.483	.291	.411	1.660	.108	-.114	1.080

العملاء رضا: a. Dependent Variable