

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:  
- حويشيتي توفيق - 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. حويشيتي توفيق
عضواً 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:

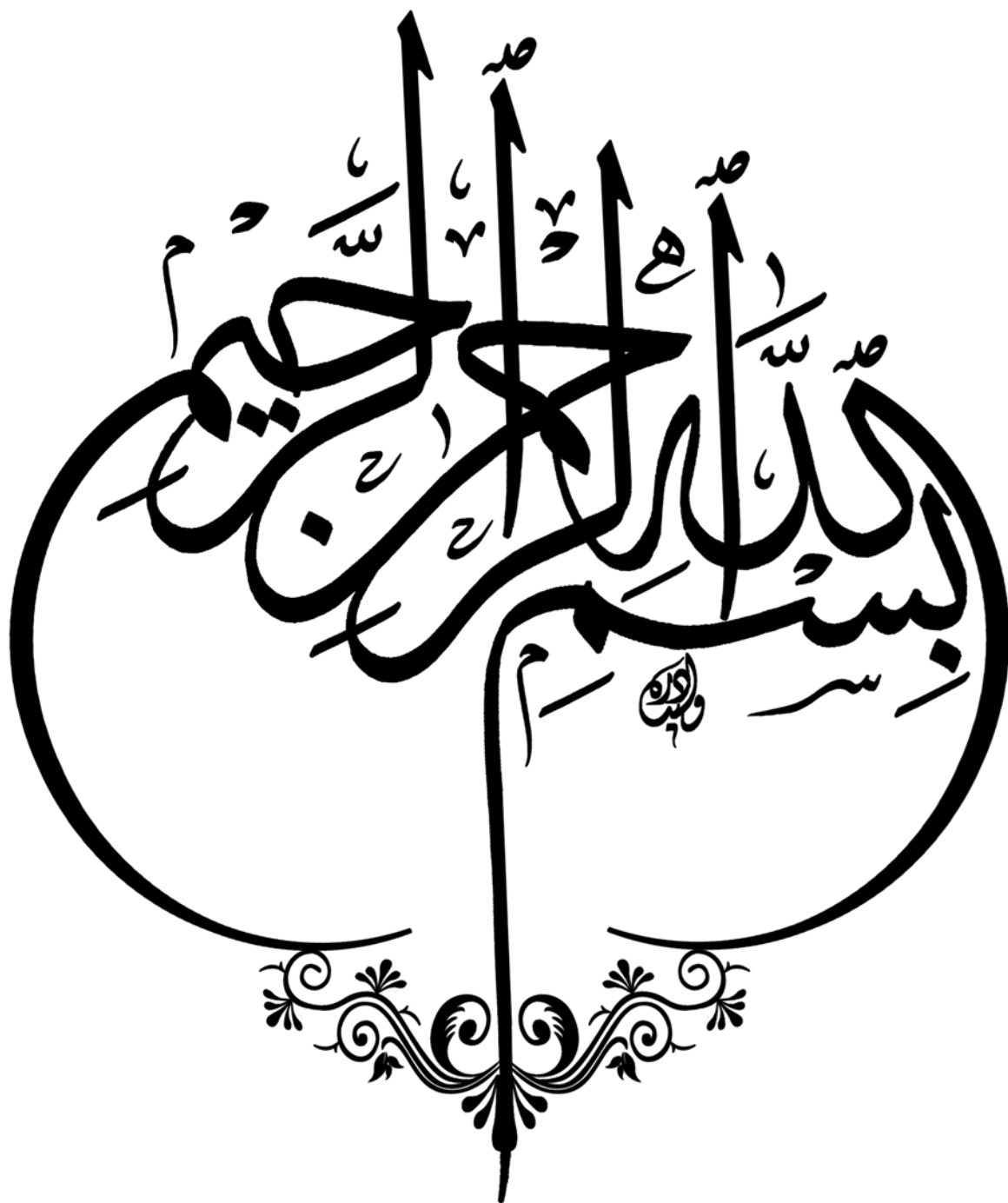
- حويشيتي توفيق

"من إعداد الطالب:

- بكاي بوحفص

اللقب واسم الأستاذ	الرتبة	الجامعة	الصفة
أ.د. قلبازة آمال	أستاذ محاضر أ	جامعة غرداية	رئيسا
أ.د. حويشيتي توفيق	أستاذ محاضر أ	جامعة غرداية	مشرفا ومقررا
أ.د. ثامر محمد البشير	أستاذ محاضر أ	جامعة غرداية	عضواً مناقشا

السنة الجامعية: 2024-2025





## شكر وتقدير

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

أولا الشكر لرب العالمين الذي وهبنا العقل وحسن التدبير والتوكل

ثانيا نتوجه بالشكر الجزيل 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 أمدّه بالصحة والعافية، الأستاذ المشرف

حويشيتي توفيق ، كما نتوجه بالشكر والامتنان إلى جميع الأساتذة

وطلبة قسم العلوم التجارية كما نتقدم بأحر تشكراتنا إلى كل

من جاهد من أجل رفع راية العلم والمعرفة.

وفي الأخير نسأل المولى عز وجل أن يجعلنا ممن يكثر ذكره ويحفظ

أمره وأن يغمر قلوبنا بمحبته ويرضى عنا.

بوحفص

# اهداء



ايام مضت من عمرنا بدأناها بخطوة وها نحن اليوم نقطف ثمار مسيرة اعوام كان هدفنا فيها واضحاً وكنا نسعى ألية في كل يوم لتحقيقه مهما كانت الصعاب فالحمد لله أولاً وأخيراً لما وفقنا للوصول الى هذا النجاح العظيم. اهدي نجاحي الى لأمي الغالية التي كانت بجانبني في كل المراحل التي مضت وكانت شمعة تحترق لتتير دربي ، وأيضاً اهدي نجاحي الى والدي العزيز الذي كان له الفضل في كل مراحل حياتي وتشجيعه لي في تحمل الصعاب والمثابرة للوصول لتحقيق هذا النجاح وأيضاً اهدي 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.

**بوحفص**







## 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 التكتيف في إقامة دورات تكوينية، وتبسيط الإجراءات، وتوظيف التكنولوجيا الحديثة لتلبية حاجيات الزبائن بشكل أفضل.

**الكلمات المفتاحية:** جودة الخدمات المصرفية، التوطين للاستيراد، استقطاب الزبائن، البنوك الجزائرية، 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
<b>الفصل الأول: الإطار النظري</b>	
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 الاول : 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 الاجنبية
25	المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسات السابقة و الدراسة الحالية
31	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني: الدراسة الميدانية</b>	
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 الدراسة
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 الجدول	العنوان	رقم الصفحة
1-2	محاور الدراسة وعدد فقرات كل مجال	48
2-2	مقياس ليكارت الخماسي	50
3-2	الاوزان المرجحة لمقياس الدراسة	50
4-2	يوضح اختبار معامل الثبات لمحوري الدراسة (Cronbach Alpha)	51
5-2	صدق الاتساق الداخلي لعبارات مقياس الإستبيان	52
6-2	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة	54
7-2	تقسيم جودة الخدمات المصرفية ودورها في دعم التوطين للاستيراد حسب الجنس.	55
8-2	تقسيم زبائن البنكين حسب العمر.	56
09-2	تقسيم جودة الخدمات المصرفية ودورها في دعم التوطين للاستيراد حسب نوع المؤسسة.	57
10-2	تقسيم موظفي جودة الخدمات المصرفية ودورها في دعم التوطين للاستيراد.	58
11-2	يوضح نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري أبعاد جودة الخدمات المصرفية	59-60
12-2	يوضح نتائج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري - دعم البنك ورضا العملاء	62
13-2	اختبار T للمجموعات المستقلة (Independent Samples t-test)	64
14 - 2	إختبار معامل ارتباط بيرسون (Pearson Corrélation)	65
16-2	اختبار تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)	66

## 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 الخليج الجزائري	45

## قائمة الملاحق :

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 الخليج 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 والعامة، يُعد هذا الموضوع حيويًا في سياق الاقتصاد الجزائري الذي يسعى إلى تنويع مصادر دخله وتعزيز استقلال الاقتصادي، سيتناول هذا التحليل جوانب مختلفة من المذكرة، بدءًا من العنوان والاشكالية، مرورًا بالمنهجية والدراسات السابقة، ووصولًا إلى نتائج الدراسة وتوصياتها، مع التركيز على تقديم ملاحظات بناءة واقتراحات لتعزيز جودتها العلمية.

### أ- طرح الإشكال:

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

وما أوجه الاختلاف بين البنوك العمومية والخاصة 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 دورًا جوهريًا في قرار الزبون حول اختيار البنك.

#### ح- أهداف 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:

تكمن أهمية هذا البحث في كونه:

- يلامس واقعًا عمليًا حساسًا 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 المقترح على المتغيرات المستقلة والتابعة المحددة المتغيرات مكملة ووسيلة

#### 1 -المتغيرات المستقلة :

يمكن تحديد المتغيرات المستقلة كالتالي:

- جودة الخدمات المصرفية وتشتمل على الابعاد المذكورة في المذكرة مثل الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف، والعناصر الملموسة.
- طبيعة (البنك بنك خاص / بنك عمومي) وهو متغير تصنيفي يهدف إلى المقارنة.

#### 2 - المتغيرات التابعة:

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

### 3 - متغيرات مكملة ووسيطية

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

#### ذ - المنهجية:

- نوع البحث: كمي تحليلي
- أداة جمع البيانات: استبيان موجّه لزبائن البنوك (مستوردين)
- مجتمع الدراسة: زبائن التوطين في بنك عمومي بنك الجزائر الخارجي وبنك الخليج الجزائر
- 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 مبحثين، 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 ببنك الخليج و بنك الخارجي

الجزائري واستند على تقديم استبيان إلى زبائن كلا البنكين ، احتوى على مبحثين، 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 يُعدّ 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 - وحثّهم على توطين عملياتهم المالية ضمن النظام المصرفي المحلي، بدلاً من اللجوء إلى قنوات 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 قدما كانت تعني الدقة و الإتقان<sup>1</sup> .

### (1)-تعريف الجودة بشكل عام:

فمن أشهر تعريفات الجودة هو

- تعريف الجمعية الأمريكية و هي " مجموعة المواصفات والخصائص لمنتج أو خدمة، والتي تولد القدرة لإشباع الحاجات المعلنة أو الضمنية"<sup>2</sup>.

- الجودة هي مدى مطابقة الخدمة أو المنتج لتوقعات واحتياجات الزبون.<sup>3</sup>

### (2)- جودة الخدمة في السياق المصرفي:

تعددت تعريفات جودة الخدمة المصرفية من اقتصاد لآخر 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 لها<sup>4</sup>

- تُقاس جودة الخدمة المصرفية بقدرة البنك على تلبية احتياجات الزبائن بدقة، سرعة، وفعالية مع الحفاظ على العلاقة التفاعلية معهم.<sup>5</sup>

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

2- يوسف جسيم سلطان الصافي و هاشم فوزي دباس العبادي ، " إدارة علاقات الزبون ، " مؤسسة الورق للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، 2009 ، ص 110

<sup>3</sup> -ISO 9000 Quality Management

4- الضمور هاني حامد ، " تسويق الخدمات " ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الثالثة ، 2005 ، ص ، 43 .

<sup>5</sup> Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988): SERVQUAL Model

### (3) - أبعاد جودة الخدمة المصرفية :

تتمثل أبعاد جودة الخدمة المصرفية في<sup>1</sup>:

**الاعتمادية (RELIABILITY):** وهي القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة بالاعتمادية ودقة وثبات 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 بالميزات الجوهرية للخدمة، ولذا يجب على المصارف أن تكون على دراية بتوقعات الزبون 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 وشكاوى والمشاكل بسرعة.

**الأمان (SECURITY):** ضمان السرية في المعاملات مع المصرف والخلو من الخطورة والشك.

**الاهتمام والتعاطف (EMPATHY):** يعني توافر صفات اللياقة والتأدب في الشخص مقدم

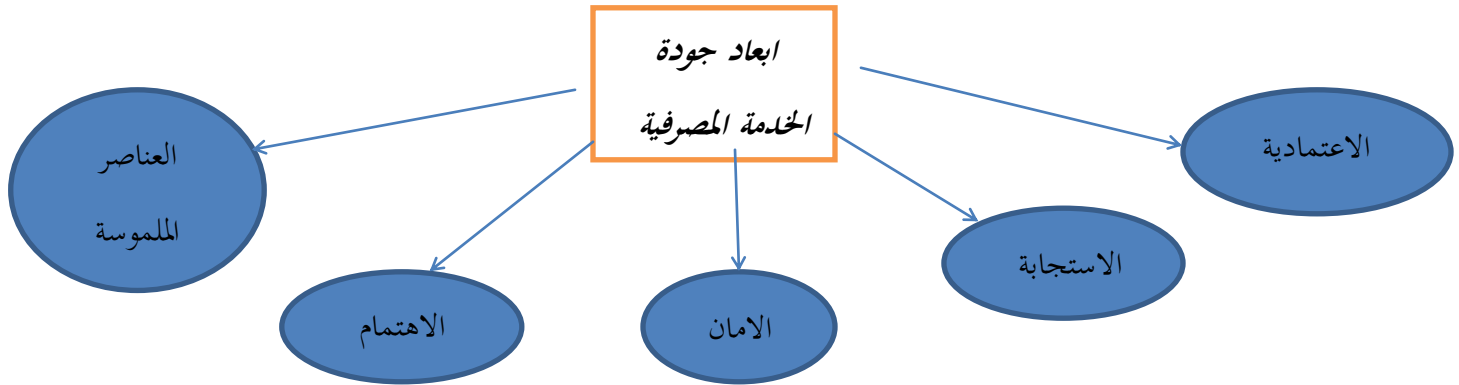
الخدمة وكذلك المودة والصداقة مع العملاء، حتى يبني علاقات جيدة معهم يسودها الاحترام مما يؤدي إلى سهولة الاتصال وتفهم العملاء والعناية بهم.

**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.

<sup>1</sup> فاطمة سلمان، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة مسيلة، سنة 2013-2014 ذكره، 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 وإدراكهم لمستوى جودة الخدمة المقدمة بالفعل ومن

ثم يتم تحديد هذه الفجوة بين التوقعات والإدراكات ويمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية<sup>1</sup>:

**PGES – PS** حيث :

**Perceived Gap : PG** الفجوة الإدراكية

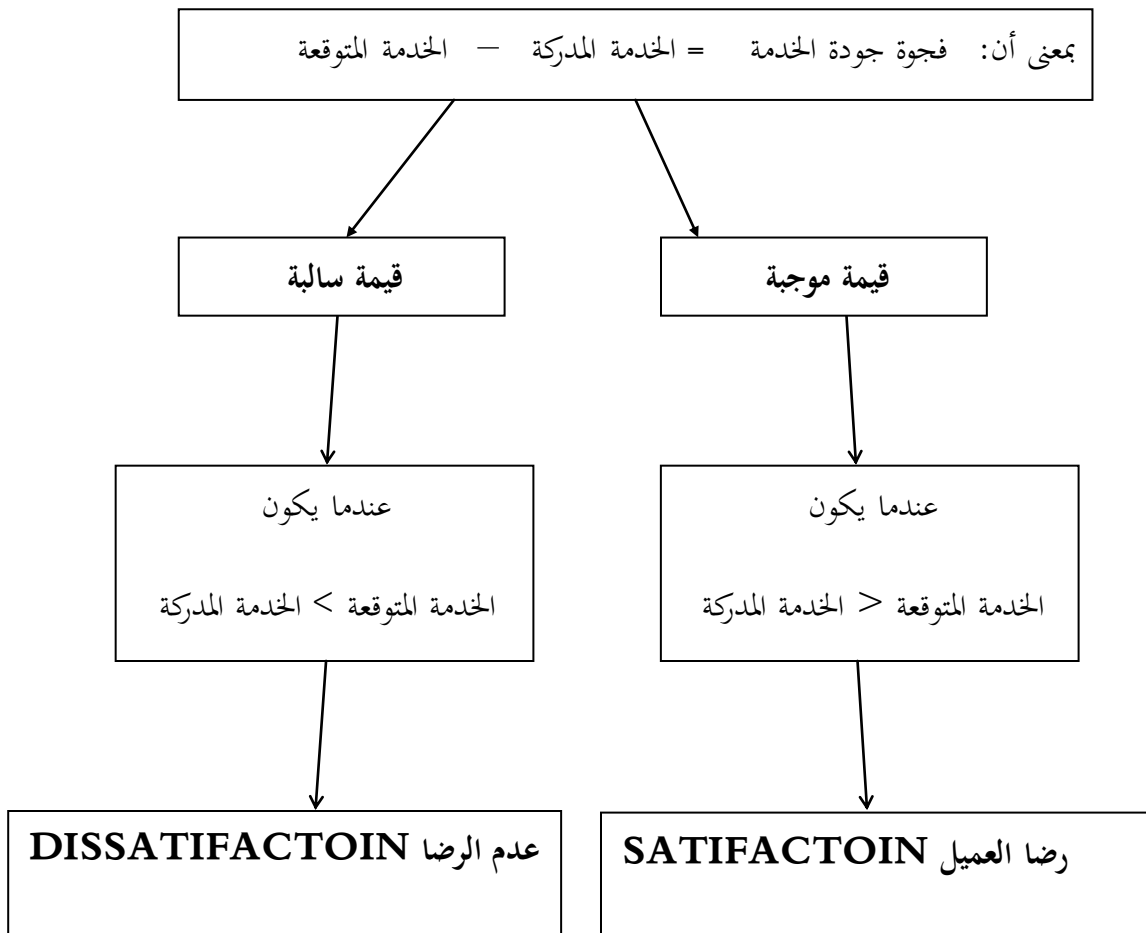
**Perceive : ES Expected Service** الخدمة المتوقعة

**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



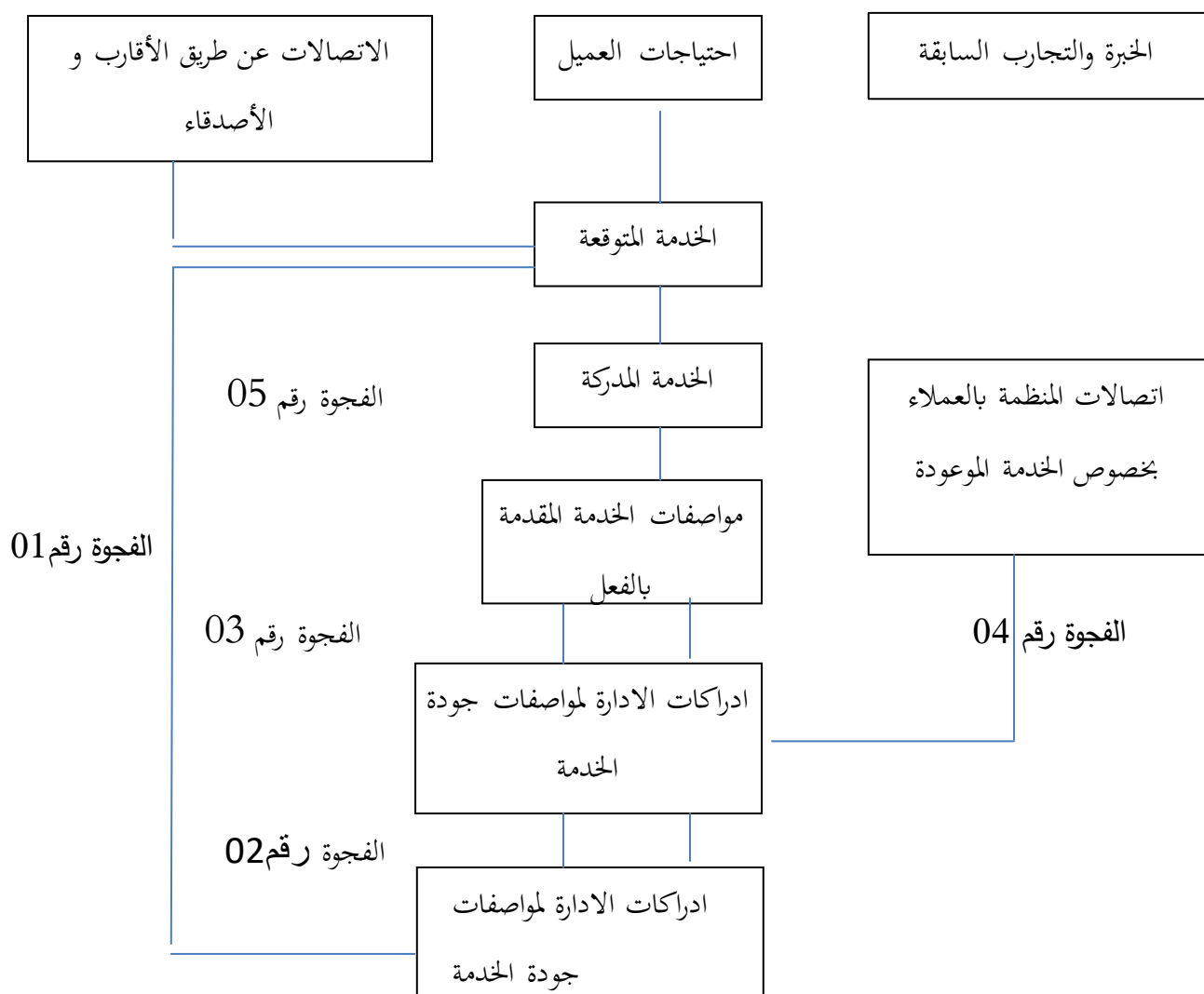
ولقد أوضح Parasuraman وزملائه في دراساتهم أن الفجوة بين توقعات الزبائن

وبين إدراك الإدارة لهذه التوقعات تتكون في حقيقتها من خمس فجوات



كما يوضحها الشكل التالي<sup>1</sup>:

### SERVQUAL - شكل رقم 3 : نموذج لقياس جودة الخدمة



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

و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2003، ص234

توفيق محمد عبد المحسن مرجع سبق ذكره، ص158 -

يعتمد نموذج SERVQUAL على خمس فجوات وهي<sup>1</sup>:

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

ينبغي على موردي الخدمة أن يتأكدوا تماما من أن الإدارة مطلعة تماما على خصائص الخدمة الأكثر أهمية بالنسبة للمستفيد، وبالأولويات المطلوبة من قبل المستفيد نفسه.

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

حتى وان كانت الإدارة مطلعة على خصائص 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 المستفيدون من خدماته و هم ينتظرون في طوابير مملة للحصول على الخدمة الا ان هذا المورد لا يكثرث و لا يفعل شيئا لتقليص 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 طبقا 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 كفاء او ان هؤلاء العاملين لا يعرفون بالضبط واجباتهم و مهامهم.

**د- الفجوة رقم 04: بين القيام بالخدمة والاتصالات الخارجية**

<sup>1</sup> - بشير العالق، حميد الطائي، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان ، الاردن ، 2007 ، ص 263،

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

#### هـ - الفجوة رقم 05: بين الخدمة المتصورة 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 إشباع رغبات مجموعة معينة من العملاء، بما يحقق تعظيم ربحية البنك<sup>1</sup>

- هو مجموع الأنشطة التسويقية التي تعتمد المؤسسة المصرفية لتعزيز علاقتها بالزبائن وتحقيق ميزة تنافسية.<sup>2</sup>

#### 2- استراتيجيات استقطاب الزبائن في البنوك:<sup>3</sup>

- حسن المعاملة مع الزبائن و الاهتمام برأيهم
- التنوع في المنتجات الائتمانية احد الأفكار جذب الزبائن للبنوك
- تحديد موقع البنك وفروعه
- الاعتماد على الوسائل التكنولوجية
- إنهاء الأمية المالية للزبائن عن طريق تثقيفهم في المنتجات المالية

<sup>1</sup> - جمعي عماري، " التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية"، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات

الاقتصادية، واقع وتحديات، جامعة تبسة. 2004، ص.5

<sup>2</sup> Lovelock & Wirtz (2011): Services Marketing

<sup>3</sup> - اساليب جذب العملاء و التفوق على المنافسين ، موسوعة اقراء، [www.iqqrae](http://www.iqqrae) - يوم 2025/06/02 / 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 الزبون مع المزود الاصلي للخدمة حتى لو

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

للاقارب والاصدقاء بالتعامل مع نفس المورد <sup>1</sup>

**المطلب الثاني: التوطين للاستيراد**

**الفرع الاول : المفهوم وإجراءات التوطين**

(1) - **تعريف التوطين للاستيراد**

هو إجراء مصرفي إلزامي يقوم به المستورد من أجل تخصيص العملة الصعبة لاستيراد السلع وفقًا لقوانين

التجارة الخارجية.<sup>2</sup>

(2) - **مراحل التوطين البنكي**

• فتح حساب توطين: يجب ان يفتح البنك الوسيط المعتد الموطن ملف التوطين يسمح له

**بمتابعة عملية التوطين<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>-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 21-94 المتعلق بالتجارة الخارجية بالجزائر

3- نص المادة 41 من النظام رقم 07-01 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 الطرفين<sup>1</sup>

- دراسة الملف من طرف البنك
- إصدار رقم التوطين: ...
- الحصول على رقم التوطين ..<sup>2</sup>
- تنفيذ العملية بعد موافقة بنك الجزائر

### (3) - دور البنك في عملية التوطين:

- مراقبة الوثائق : مراقبة ملفات التوطين المصرفي و التحويل من قبل الوسيط المعتمد الموطن<sup>3</sup>
- تقديم التوجيهات
- احترام آجال الرد وإنجاز التوطين<sup>4</sup>
- 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 نفسه

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:<sup>1</sup>

### • فتح ملف التوطين:

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

### • التحقق من الوثائق:

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

### • آليات الدفع:

(اعتماد مستندي، تحويل بسيط، الدفع المسبق) مع التقيّد 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 تُلزم بتقديم بيانات عن التوطين ومصدر العملة المستعملة.

## 2- تطور تعامل الزبائن مع البنوك في هذا المجال<sup>1</sup>

<sup>1</sup> -تعليمية بنك الجزائر، 05-2020 بشأن توطين عمليات التجارة الخارجية الصادرة يوم 06 افريل 2020

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

مظاهر التطور:

• الرقمنة:

اعتماد خدمات الإنترنت 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 التحديات<sup>2</sup>:

• البيروقراطية وكثرة الوثائق:

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

<sup>1</sup>دراسة- Benyoucef & Boutaleb (2022), Customer Perceptions of Bank Service Quality in Algeria

<sup>2</sup>Kherbouche & Benslimane (2023), Banking Services and Trade Facilitation in Emerging Markets -دراسة.

• 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) يُضعف رضاهم.

• خوف البنوك من العقوبات والرقابة:

يؤدي إلى تفضيل الحذر المفرط الذي يعطل أحيانًا العمليات المشروعة.

(4) - العلاقة بين جودة الخدمة واستقطاب الزبائن للتوطين

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

كلما ارتفعت جودة الخدمة، زادت ثقة الزبون بالبنك، وقلّ احتمال تغييره لمتعامل آخر.

البنوك التي تعتمد رقمة الاجراءات و تحسين تجربة الزبون تحقق تفوق تنافسيا.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

في هذا المبحث نذكر أهم الدراسات المتعلقة بالموضوع و أهم الفروقات بين الدراسات ودراستنا الحالية.

المطلب الاول :الدراسات باللغة العربية

(1) - مقال ل( سامر قاسم، ريزان نصّور، يارا حكمت عيسى ) بعنوان دور التسويق المصرفي 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 المصرفي في زيادة القدرة التنافسية للمصارف التجارية السورية من خلال

دراسة العلاقة بين كل من (الخدمات المصرفية والتسعير والترويج والتوزيع) وزيادة القدرة التنافسية لهذه

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



التسويقي المصرفي. اعتمد البحث على المنهج الوصفي، وشمل مجتمع البحث جميع العاملين في المصارف التجارية العامة والخاصة في الساحل السوري، والبالغ عددهم (527) عاملاً، تم توزيع الاستبيان من أجل الحصول على المعلومات والتوصل 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 المصرفي (الخدمات المصرفية، التسعير، الترويج، التوزيع) لتعزيز قدرتها على المنافسة في السوق المصرفي.

(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-الملكة العربية السعودية، و لقد بلغ حجم العينة 110 عميل و قد خلصت الدراسة الي أن البعد الافضل من ناحية

الجودة لدى المصارف التجارية بمحافضة هو بعد الموثوقية/الاعتمادية يليه بعد التعاطف ثم الملموسية يليه بعد الامان , أما البعد الاضعف بعد الاستجابة.

(3) - مذكرة ماستر لـ (ريان عمر وعياش ) : بعنوان اثر تطوير الخدمات البنكية في الحفاظ على و

ولاء الزبون ببنك 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 (دعمان راضية و بن سعادة مفيدة) ، بعنوان: دور إستراتيجيات التسويق المصرفي في

تنمية القدرة التنافسية للمصارف ، عن جامعة ابن خلدون تيارت ' 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 التنافسي 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 عملاء البنوك العمومية والخاصة في الشرق الجزائري أين استخدمت مجموعة من الأساليب الإحصائية في برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS26V، لعرض وتحليل نتائج الدراسة ثم اختبار فرضيات الدراسة الموضوعية. حيث توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها: وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية لأبعاد الصورة الذهنية على ولاء عملاء البنوك العمومية والخاصة في الشرق الجزائري، بالإضافة إلى وجود فروق جوهرية تعزى للمتغيرات الديمغرافية.

**المطلب الثاني:** الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

#### (1) - مقال ل(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 العملاء على ولائهم و نواياهم لتبديل البنوك باستخدام برامج spss وتوصلت الى ان هناك علاقة طردية بين رضا العملاء و ولائهم ولكن اظهرت ان هناك علاقة سلبية مع نوايا العملاء لتبديل البنوك

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

**impact sample study-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 العملاء 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 الى وجود فرق احصائي كبير بين توقعات وتصورات العملاء فيما يتعلق بأبعاد

الخدمة الخمسة و وجد فجوة سلبية بين توقعات و تصورات العملاء

(3)-المقال للمؤلف Gentiana Mjaku

بعنوان : The Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on

Banking Services

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

جامعة تيتوفا. (University of Tetova)

المجلة , International Journal of Scientific and Research Publications :المجلد

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 دورًا

وسيطاً بين جودة الخدمة والأداء المالي للبنك، مما يجعل تحسين جودة الخدمة هدفاً استراتيجياً ضرورياً 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 جزاءان من العوامل التي تؤثر على ولاء العملاء

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

Gherici) بعنوان

**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 مصرفي 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 اسابقة باللغة العربية و الدراسة الحالية:

الدراسات السابقة	اوجه الشبه	اوجه الاختلاف
مقال ل( سامر قاسم، ريزان نصّور، يارا حكمت عيسى ) بعنوان دور التسويق المصرفي 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.	كلا الدراستين تتشابه في ما يلي: - استخدام المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات - المقارنة بين البنك العمومي و البنك الخاص	تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي : - الحدود المكانية و الزمانية حيث ان الدراسة السابقة كانت في عام 2014 دولة سوريا اما الدراسة الحالية فكانت في سنة 2025 بالجزائر - تطرقت الدراسة الحالية الى جودة الخدمات المصرفية في استراتيجيات عمليات التوطين للاسترداد اما الدراسة السابقة يتناول البحث دور التسويق المصرفي في زيادة القدرة التنافسية -الدراسة الحالية تم توزيع الاستبيان على زبائن البنكين اما الدراسة

السابقة فتم توزيع الاستبيان على عمال البنوك التجارية		
تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي : - الحدود المكانية و الزمنية حيث ان الدراسة السابقة كانت في عام 2019 بالمملكة العربية السعودية اما الدراسة الحالية فكانت في سنة 2025 بالجزائر - تطرقت الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة اكتفت بجودة الخدمات المصرفية	كلا الدراستين تتشابه في ما يلي: - التعرف إلى أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في المصارف التجارية - استخدام المنهج الوصفي التحليلي في جمع البيانات	مقال ل(دكتور نزار بن عبد الله - الدكتور عمر علي بابكر الطاهر ) بعنوان اثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء دراسة ميدانية بالمصارف التجارية محافظة الدرب بالمملكة العربية السعودية سنة 2019 نُشرت في المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 14، ديسمبر 2019
تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي : - كانت الدراسة السابقة على بنك عمومي اما الدراسة الحالية فكانت على بنك عمومي و بنك خاص - الحدود الزمنية فالدراسة الحالية كانت سنة 2025 اما الدراسة	كلا الدراستين تتشابه في ما يلي: -استخدام الاستبيان لجمع المعلومات -الحدود المكانية و المتمثلة في البنوك الدولة الجزائرية -اثر الخدمة البنكية في ولاء	مذكرة ماستر (ريان عمر وعياش): بعنوان اثر تطوير الخدمات البنكية في الحفاظ على ولاء الزبون ببنك القرض الشعبي الجزائري 2020

27



(2) - مقارنة بين الدراسات السابقة باللغة الاجنبية الدراسة الحالية:

الدراسات السابقة	اوجه الشبه	اوجه الاختلاف
مقال ل ( Raj anantha ) تحت عنوان The Impact of customer satisfaction- on-customer loyalty and intentions to Malaysia in sector-banking the in switch سنة 2010م	كلا الدراستين تتشابه في ما يلي: -دراسة رضا الزبائن - استخدام برنامج spss من اجل تحليل النتائج	تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي : - الحدود المكانية و الزمنية حيث ان الدراسة السابقة كانت في عام 2010 بدولة ماليزيا اما الدراسة الحالية فكانت في سنة 2025 بالجزائر - تطرقت الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة فتطرقت الى دراسة رضا الزبائن وولائهم للبنوك
مقال ل "Djebar Bouketir" و "Abdelakrim Hassani تحت عنوان Impact of Banking Service Quality on Customer Satisfaction - Sample Study	كلا الدراستين تتشابه في ما يلي: -البعد المكاني و المتمثل في البنوك الجزائرية -تناولت الدراستين ابعاد جودة	تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي : البعد الزمني حيث ان الدراسة السابقة كانت في 2017 اما

الحالية في سنة 2025	الخدمة	يونيو 2017
<p>تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <p>- الحدود المكانية و الزمنية حيث ان الدراسة السابقة كانت في عام 2020 دولة مقدونيا الشمالية اما الدراسة الحالية فكانت في سنة 2025 بالجزائر</p> <p>- تطرقت الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة اكتفت بجودة الخدمات المصرفية</p>	<p>كلا الدراستين تناولت اثر جودة الخدمة المصرفية على الزبائن</p>	<p>المقال بعنوان :</p> <p>The impact of service quality and customer satisfaction on banking services</p> <p>للمؤلفة: Gentiana Mjaku</p> <p>القسم :قسم التسويق (Department of Marketing), (Faculty of Economics), (University of Tetova).</p> <p>المجلة : International Journal of Scientific and Research Publications, المجلد 10، العدد 9، سبتمبر 2020 مقدونيا الشمالية (North Macedonia)</p>
<p>تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <p>- الحدود المكانية و الزمنية 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</p> <p>المؤلف : Achmad</p>

<p>في عام 2020 دولة مقدونيا الشمالية اما الدراسة الحالية فكانت في سنة 2025 بالجزائر</p> <p>- تطرقت الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة اكدت بجودة الخدمات المصرفية</p>		<p>Supriyanto, Bambang Budi Wiyono, Burhanuddin Burhanuddin بدولة اندونيسيا سنة 2021 ' مجلة Cogent Business &amp; Management (Taylor &amp; Francis</p>
<p>تختلف الدراسة السابقة عن الدراسة الحالية فيما يلي :</p> <p>- تطرقت الدراسة الحالية الى التوطين البنكي اما الدراسة السابقة اكدت 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 ) بعنوان 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 دورًا محوريًا في استقطاب الزبائن والحفاظ عليهم كما أن تقييم الزبون للخدمة يعتمد على جودة العملية والمنافع المتحصل عليها وطريقة تعامل الموظفين مما يتطلب من البنوك تبني أساليب متنوعة تتناسب مع اختلاف أنواق 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 الملموسة لتكوين انطباع إيجابي لدى العملاء، إن التركيز على تحسين جودة الخدمة ليس فقط وسيلة لاستقطاب الزبائن، بل هو عامل حاسم في تحقيق رضاهم وولائهم، 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 مساهمة هذه الخدمات في دعم المنشآت المحلية وتقليل الاعتماد على الاستيراد الخارجي.

وفي هذا السياق، سينقسم الفصل إلى مبحثين رئيسيين:

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 الاول: 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 وعينتها، ومراحل تصميم أداة جمع البيانات، بالإضافة إلى ضمانات الصدق والثبات المعتمدة في البحث.

### المطلب الأول: طريقة الدراسة

تم اختيار مجتمع الدراسة وعينته بعناية لضمان تمثيل النتائج لواقع القطاع المصرفي، حيث شملت العينة عملاء 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 وتبرير 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 الملموسية، 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 وتقييم 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 والمتعاملين 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 الى مجتمع الدراسة سوق نحاول تقديم لمحة 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 204/67 في 01 أكتوبر 1967 ، برأس مال قدره 20 مليون دينار جزائري بعد

قيام الجزائر بتأميم مجموعة من البنوك الاجنبية و ي:



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.

مر 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 الاولى 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 مستنديه....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:

إقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة PEM، أيا كان نوعها، و كذلك إقراض المهن الحرة و قطاع المياه و الري.

تقديم قروض متوسطة و طويلة الاجل خاصة تمويل السكن و البناء و الري و الصيد البحري وفقا 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 أهدافا 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 اللازمة .

التوسع و نشر الشبكة و اقترابه من الزبائن.

تحسين و تطوير شبكة المعلومات و كذا الوسائل التقنية الحديثة.

تقوية 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 1 نوفمبر 1954 في 24 فيفري

1976 و تسعى هذه الوكالة كغيرها من وكالات BEA إلى تحسين و توسيع خدمات البنك و تنفيذ

السياسات التي يسعى البنك الى تحقيقها ، وكان أول مدير للوكالة هو ايت يوثي، و أول رئيس مصلحة

التجارة الخارجية بن قيده عبد القادر و اول رئيس مصلحة الالتزامات و القروض هو نايلي محمد

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

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

**مدير الوكالة :** يعتبر الممثل الرئيسي للبنك الخارجي الجزائري على مستوى ولاية غرداية، حيث من مهامه مراقبة جميع المصالح التابعة للوكالة، و تقدم تقرير دوريا 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 المستندية 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:** و 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 وتسجيلها، العمل على تطبيق الأنظمة و الإجراءات المعتمدة من طرف المدير.

**مصلحة الالتزامات:** و تنقسم إلى ثلاثة أقسام

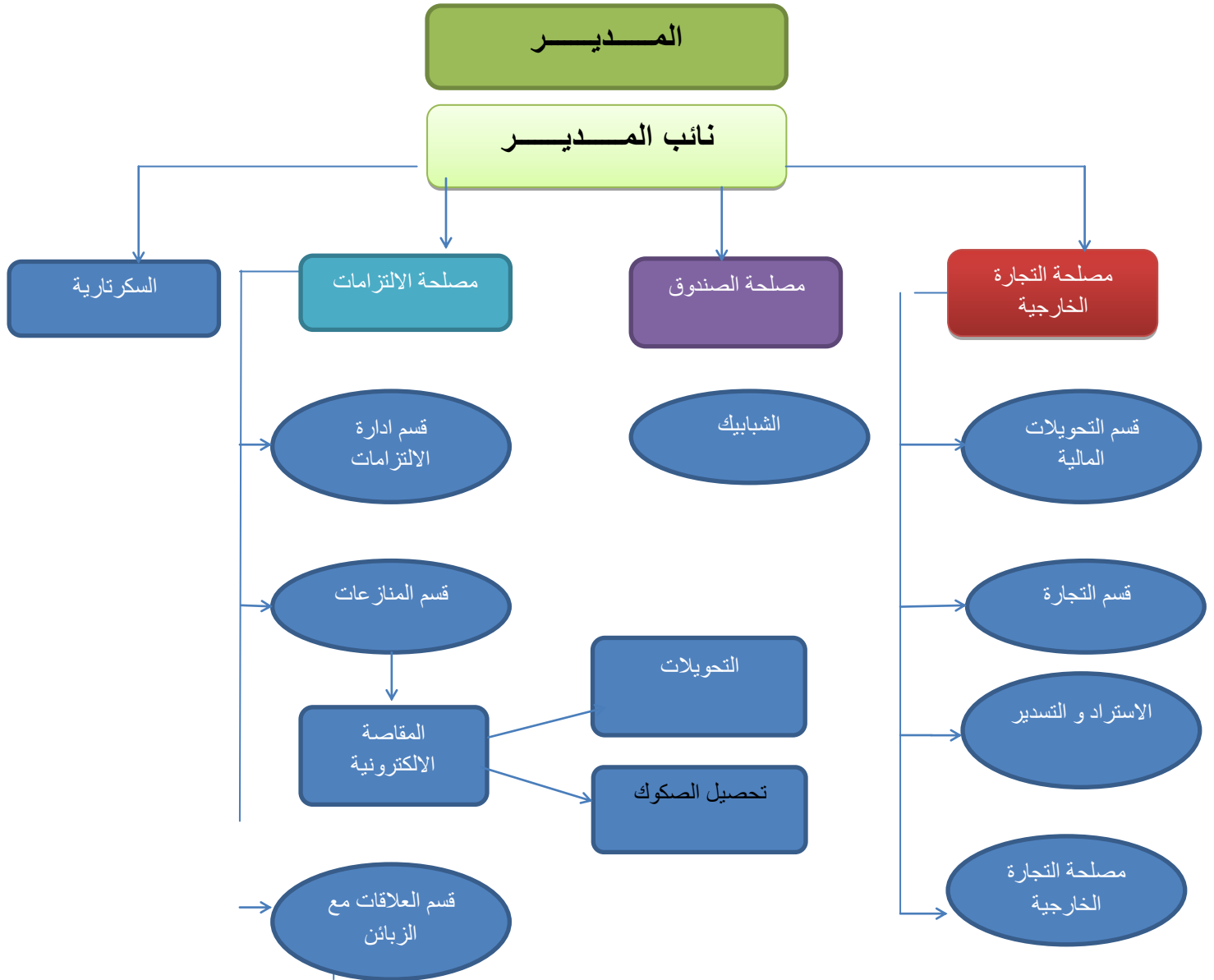
**قسم المنازعات:** يقوم هذا القسم بمتابعة مختلف الحالات المتنازع فيها، و تعيين المحامين الذين يقومون بتمثيل البنك أمام المحاكم و متابعة تنفيذ الحكم بعد إصداره

**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 المتبعة من البنك.

الشكل: 3 الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري



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

### 1-4-3 أهداف البنك الخارجي وكالة غرداية: تتمثل أهداف البنك كما يلي:

- تحسين التسيير من اجل ضمان التحويلات اللازمة للتطوير التجاري، عن طريق إدخال تقنيات جديدة في ميدان التسيير و التسويق مثل البطاقات التي تعمل بها البنوك فيما يخص تعاملاتها الداخلية وغيرها من التقنيات.
- الاقتراب الزبائن، عن طريق التوسع 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.

### 1-4-4 الخدمات البنكية المقدمة من البنك الخارجي وكالة غرداية:

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

- ❖ سحب و إيداع الاموال: 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 و فتح الحسابات البنكية بعد أن تتحقق

شروط فتح الحساب.

❖ استلام الملفات الخاصة بطلبات القروض :يقوم البنك باستلام ملفات القروض من العملاء ز

دراستها دراسة دقيقة من أجل أخذ قرار المنح 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 اجل

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 اجل

تحقيق أهدافه.

❖ دراسة القروض البنكية الممنوحة للعملاء و إخضاعها لشروط المديرية في حالة القروض ذات

المبالغ الهامة: يقوم البنك بدراسة دقيقة حول القرض من اجل معرفة إمكانية تقديم القرض من

عدمه، وفي حالة القروض ذات المبالغ الكبيرة فيجب على البنك من إخضاع ذلك القرض لشروط

المديرية من اجل اتخاذ قرار تقديمه او رفضه.

❖ 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 نقدي 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 للشبكة النقدية المصرفية التي تشترك 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)، يملكها ثلاثة بنوك وهي:

(BURGANBANK) بقيمة 60%

وبنك تونس العالمي BANK (TUNIS INTERNATIONAL) بقيمة 30%

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

وبنك الخليج الجزائر بنك تجاري بدأ عمله في 2004، يمارس عمله في بيئة اقتصادية وبنكية مليئة بالتغيرات والتقلبات.

وتتمثل مهمته الأساسية المساهمة في التنمية الاقتصادية والمالية للجزائر، بإعطاء وتقديم المنشآت والأفراد مجموعة واسعة ومتطورة من المنتجات والخدمات المالية والحلول الأكثر حداثة من حيث السرعة والتنفيذ. إضافة تلبية توقعات عملائه ويقدم بنك الخليج الجزائر الخدمات المصرفية التقليدية التي تتوافق مع ما تمليه الشريعة الإسلامية.

## 2-2 التعريف بالوكالة بنك الخليج غرداية:

ان بنك الخليج وكالة غرداية 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 غرداية

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 وتنشيطهم والإشراف على تسيير 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 وتكمن مهمته الأساسية في تقديم الخدمة للعملاء في إطار تحقيق الجودة

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

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

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

الدول الأجنبية؛

**مستشار مبيعات العملاء الأفراد:** يقوم بنفس عمليات مستشار العملاء المؤسسات لكن لصالح الأفراد

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

مندوب إداري: من مهامه إدارة الحسابات والخطط على ملفات العملاء وكذلك تسيير 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

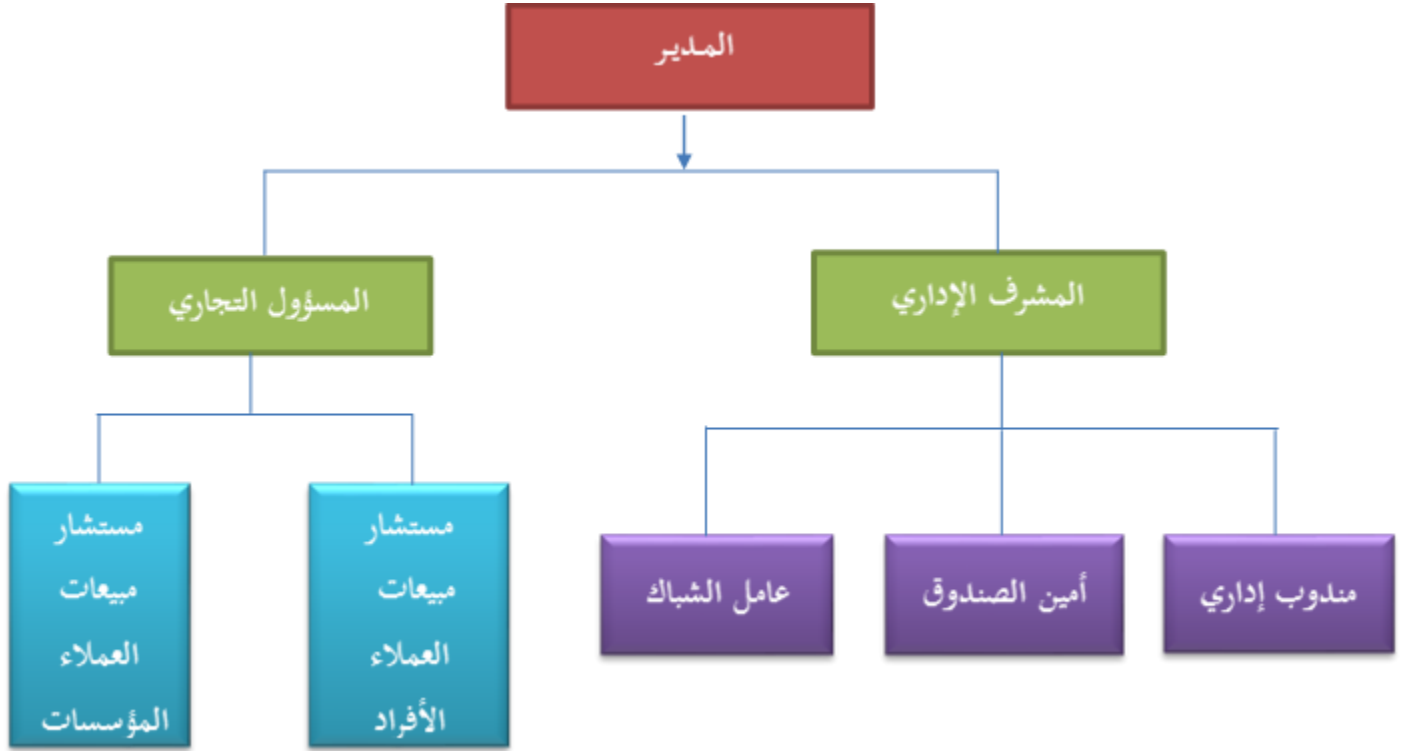
كما أنه يسهر على ضمان تسوية الحسابات؛

**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

## الفرع الاول: تحديد مجتمع الدراسة و العينة

## مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من العملاء والمتعاملين مع المؤسسات المصرفية (AGB و BEA) في ولاية غرداية. 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 عمليات التوظيف في عملياتها التجارية والاستيرادية، وقد تم توزيع استبياناً رقمي على أفراد العينة المختارة

## ثالثاً: أداة الدراسة:

تم اعتماد الاستبيان كأداة رئيسية في هذه الدراسة لتحليل العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ودورها في تعزيز التوظيف للاستيراد، وقد تم تصميم الأداة البحثية بناءً على مراجعة منهجية للدراسات السابقة في مجال الخدمات المصرفية وسياسات التوظيف، مع مراعاة الخصائص الفريدة للقطاع المصرفي الجزائري. مرت عملية تطوير الاستبيان بالمراحل التالية:

## 1-المرحلة 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 التوظيف للاستيراد

## 2-مرحلة المراجعة الأكاديمية:

- عرض المسودة الأولية على المشرف العلمي لتقييم 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 غرداية

- 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 محورين رئيسيين:

#### 1-تقييم جودة الخدمات المصرفية المقدمة

#### 2-تحليل تأثير هذه الخدمات في تعزيز التوطن 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 الملموسية	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	رضا العملاء	37-32
	المجموع الكلي للعبارات	37

من إعداد الطالب اعتمادا 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.

#### ثانيًا: 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: محايد

4: موافق

5: موافق بشدة

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

الجدول رقم (2-2) : مقياس ليكارت الخماسي

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

من إعداد الطالب اعتمادا على الإستبيان

ويتم حساب طول الفئة انطلاقا من:

• المدى = القيمة الكبرى - القيمة الصغرى =  $5 - 1 = 4$

• طول الفئة =  $0.80 = 4 / 5$

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

التالي:

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

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

من إعداد الطالب اعتمادا 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 لمحموري الدراسة (Cronbach Alpha)

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

#### من إعداد الطالب اعتماداً على الإستبيان بناءاً 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



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 إحصائيًا، 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 للمحور الذي تنتمي إليه تلك الفقرة.

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

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

من إعداد الطالب اعتماداً على الإستبيان بواسطة البرنامج التحليل الإحصائي

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 تنتمي إليه، وبهدف التحقق من مدى تجانس الفقرات في قياسها للمفهوم ذاته، و أظهرت 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، ونظراً 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 لتعميم النتائج المستخلصة من عينة الدراسة إلى المجتمع بأكمله، مما يعزز قوة الاستنتاجات وموثوقيتها.

الدراسة الوصفية لمتغيرات الدراسة :

في سياق اختبار الفرضيات، تم إجراء اختبارات إحصائية مثل اختبار شابيرو 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 شابيرو ويلك				المحور
العينة	الإحصائية Z	SIG	درجة الموافقة	
30	0.811	0.200	يتبع التوزيع الطبيعي	جودة الخدمات المصرفية
30	0.891	0.200	يتبع التوزيع الطبيعي	دعم البنك لعمليات التوطين للإستيراد
30	0.907	0.200	يتبع التوزيع الطبيعي	رضا العملاء

من إعداد الطالب اعتماداً على الإستبيان بالاعتماد على نتائج SPSS v26<sup>1</sup>

جاء في الجدول رقم (2-6) عرض لنتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الدراسة الثلاثة، حيث تم استخدام اختبار شابيرو 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

<sup>1</sup> انظر للملحق رقم 11، اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات -محوري الدراسة

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 (Parametric Tests) في التحليلات اللاحقة، مثل تحليل الانحدار الخطي البسيط أو المتعدد، واختبارات 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 الأول: التحليل الوصفي لعينة الدراسة

#### 1-متغير الجنس

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

النسب المئوية	التكرارات	الفئات
100%	30	ذكر
100	30	المجموع

#### من إعداد الطالب اعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

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

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 للاسترداد، 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 جذري أكثر شمولية.

## 2-متغير الفئة العمر

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

النسب 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 اعتمادا 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 اعمارهم 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 مهماً حول طبيعة القوى العاملة في القطاع المصرفي المستهدف.

### 3-متغير نوع المؤسسة

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

الفئات	التكرارات	النسب المئوية
فردية	02	06.70%
صغيرة	07	23.30%
متوسطة	10	33.30%
كبيرة	11	36.70%
المجموع	30	100

### من إعداد الطالب إعتامدا على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

فيما يتعلق 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% ، تليها 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 يُفترض أنها تمتلك البنية التحتية والموارد البشرية والمالية المناسبة لتبحث عن تقديم

خدمات مصرفية 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 ((2-10)): تقسيم موظفي جودة الخدمات المصرفية ودورها في دعم التوطين للاستيراد.

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

من إعداد الطالب اعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

وبحسب الجدول رقم (2-10) 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 توازناً نسبياً بين مشاركات الزبائن من البنكين، مما يعزز من صلاحية وتمثيلية العينة ويؤكد قدرتها على تقديم انطباع شامل وموضوعي حول واقع جودة الخدمات المصرفية 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 المصرفية

الجدول رقم (2-11): يوضح نتائج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري أبعاد جودة الخدمات المصرفية

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



## الفصل الثاني :

### الدراسة الميدانية

03	الموظفون على إستعداد للمساعدة دون تردد	3.56	0.817	مرتفعة	02
04	وقت الإنتظار في البنك معقول	3.40	0.855	متوسطة	03
05	يتم إبلاغي بتطورات ملفي أولا بأول	2.40	0.621	متوسطة	05
مجموع المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد الإستجابة		3.33	0.722	متوسطة	
البعد رقم 04: الأمان					
01	موظفو البنك مؤهلون ويملكون معرفة جيدة	4.16	0.949	مرتفعة	01
02	أشعر بالأمان عند التعامل مع البنك	3.30	0.952	متوسطة	03
03	يتم التعامل مع مستنداتي بسرية تامة	4.16	1.019	مرتفعة	02
04	البنك يوضح لي حقوقي والتزاماتي بوضوح	2.86	0.860	متوسطة	05
05	موظفو البنك يحترمون قواعد العمل والشفافية	3.20	0.714	متوسطة	04
مجموع المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد الأمان		3.54	0.735	مرتفعة	
البعد رقم 05: التعاطف					
01	يتم التعامل معي كحالة خاصة وليس كرقم	2.40	0.621	منخفضة	04
02	الموظفون يفهمون إحتياجات مؤسستي جيدا	2.66	0.802	متوسطة	05
03	يظهر البنك مرونة في التعامل حسب وضعيتي	3.43	0.727	متوسطة	03
04	يتم تخصيص وقت كاف للتعامل مع ملفي	4.36	0.808	مرتفعة	02
05	أجد إهتماما حقيقيا من موظفي البنك بمشكلاتي	4.36	0.668	مرتفعة	01
مجموع المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد التعاطف		3.44	0.661	مرتفعة	

من إعداد الطالب اعتمادا على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss<sup>1</sup>

<sup>1</sup> انظر للملحق رقم 05، تحليل البيانات الديموغرافية للعينة،

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 بعدا "الملموسية" 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 بُعد الملموسية والمتعلقة بتصميم فروع البنك بأنها الأكثر أهمية بنسبة ترتيب أولوية بلغت (مرتفعة - الترتيب الأول) ، والعكس بالنسبة للعبارة (01) من بُعد 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 متدنٍ، خاصة في أبعاد الاستجابة والتعاطف، لرفع مستوى جودة الخدمات المقدمة وتعزيز ثقافة التوجه نحو العميل داخل المؤسسة.

#### الفرع الثالث: تحليل عبارات متغيري دعم البنك ورضا العملاء

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

العملاء

## الفصل الثاني :

### الدراسة الميدانية

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

من إعداد الطالب اعتمادا على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

جاء في الجدول رقم (2-12) عرض لنتائج تحليل عبارات متغيري دعم البنك لعمليات التوطين ورضا العملاء من حيث المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية والترتيب ، وذلك استناداً إلى آراء أفراد العينة من زبائن البنوك. أظهرت النتائج أن محور دعم البنك لعمليات التوطين حقق متوسطاً عاماً بلغ 3.40 ، وهو ما يصنف ضمن المستوى المتوسط ، مع تفاوت ملحوظ بين الفقرات 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 <i>levene</i>		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد العينة	المتغير البنك	المتغيرات
		Sig. احتمالية (2-tailed)	قيمة F					
0.007	14.97 8	0.000	8.543	0.035	4.24	14	عام	جودة الخدمات
				0.309	2.99	16	خاص	المصرفية

من إعداد الطالب اعتماداً 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  $\text{Sig.} = 0.000$ ، 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  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.007$ ،

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

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

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

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

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

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 الارتباط

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 Corrélation)

المتغيرات	معامل الارتباط بيرسون	Sig. (2-tailed)
دعم البنك لعمليات التوطين والإستيراد	0.970 <sup>***</sup>	.000
جودة الخدمات المصرفية		

من إعداد الطالب اعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

جاء في الجدول رقم (2-14) نتائج تحليل معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient)، 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 Sig. = 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة المعياري (0.05)، مما يدل على أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى 1%.

وبالتالي، يمكن رفض الفرضية الصفرية التي تنفي 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 عاملاً 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: إختبار 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 (2-15) : اختبار تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis)

مستوى الدلالة	SIG	DF	قيمة F	قيمة R	معامل التحديد $R^2$	$B2$ دعم البنك	$B1$ جودة الخدمات المصرفية	$B0$ الثابت
0.05	0.000	27	123.945	0.950	0.902	0.483	0.785	0.612
معادلة الانحدار: $Y=B0+B1+B2 \cdot X+\epsilon$								

من إعداد الطالب اعتماداً على الإستبيان بواسطة برنامج التحليل الإحصائي Spss

جاء في الجدول رقم (2-15) نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression)

(Analysis) ، الذي تم استخدامه لاختبار مدى تأثير متغيري جودة الخدمات المصرفية ودعم البنك

لعمليات التوطين للواردات على قرار الزبون 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

$\text{Sig.} = 0.000$  ، وهي أقل من مستوى الدلالة المعياري (0.05)، مما يعني أن النموذج ككل ذا دلالة

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

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 ، تُسهم 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 يُفسر بوجود استقرار تنظيمي، وموارد بشرية أكثر تأهيلاً، 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 عاملاً 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 تكيفاً 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 الزبون 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 بعوامل 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 ، وتُعزز 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 وتمييز 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 :

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

#### (1) النتائج المتوصل 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 يركز على الاستجابة السريعة، والشفافية، والكفاءة المؤسسية ، ومن الناحية النظرية أيضاً، أكدت الدراسة أن طبيعة البنك (عام/خاص) ليست عاملاً 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 تتفوق حالياً من حيث جودة الخدمات مقارنة بالخاصة، خاصة في الجوانب المتعلقة بالاستقرار، والأمان، وكفاءة الموظفين ، ومع ذلك، فإن البنوك الخاصة تتميز بـ المرونة في التعامل، والسعي المستمر نحو الابتكار الرقمي، وتكيفها مع المتطلبات الحديثة للتجارة والاستيراد ، كما بينت الدراسة أن سرعة الإجراءات، ووضوح المعلومات، واحترافية

## الخاتمة

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

### (2) اختبار الفرضيات:

تم اختبار ثلاث 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 والخاصة، مع تفوق البنوك العامة.

• الفرضية الثانية: تم تأكيد وجود علاقة قوية وذات 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 الزبون 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 توطین 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 بُعد .
- لصانعي السياسات:
- توفير إطار تنظيمي مرن ومحفز يدعم البنوك في تطوير خدمات توطين لعمليات الاستيراد
- تشجيع الشراكة بين البنوك والمؤسسات الحكومية لتنسيق الجهود وتبسيط الإجراءات .

### 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 الداركة و الشبلي 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

الاردنية , 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 المستقبلية (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

التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، 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 البواقي ' -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 البواقي ' -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

### المجلات والملتقيات:

- اساليب جذب العملاء و التفوق على المنافسين ، موسوعة اقراء , [www.iqqrae](http://www.iqqrae) - يوم

2025/06/02 / على الساعة 11:15

### القوانين والمراسيم:

- المرسوم التنفيذي رقم 21-94 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، والمتعلق بإنشاء البنك الخارجي الجزائري الصادر في 1967/10/01.
- القانون 67-204، والمتعلق بإنشاء البنك الخارجي الجزائري الصادر في 1967/10/01
- تعليمة بنك الجزائر، 05-2020 بشأن توطيق عمليات التجارة الخارجية الصادرة يوم 06 افريل 2020

الملاحق

استبيان حول جودة الخدمات المصرفية ودورها في دعم التوظيف للاستيراد

عزيري/تي العميل/ة،

القسم الأول: البيانات العامة

الجنس:

☐ ذكر ☐ أنثى

الفئة العمرية:

☐ أقل من 30 سنة ☐ 30-40 ☐ 41-50 ☐ أكثر من 50

نوع المؤسسة التي تمثلها:

☐ فردية ☐ صغيرة ☐ متوسطة ☐ كبيرة

اسم البنك:

☐ بنك عمومي (يرجى ذكر الاسم) ☐ بنك خاص (يرجى ذكر الاسم) :

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

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

حيث: 1= لا أوافق بشدة | 5 = أوافق بشدة

أولاً: الملموسية (Tangibles)

☐ تجهيزات البنك حديثة وتواكب التطورات.

☐ تصميم فروع البنك مريح وعملي.

☐ موظفو البنك يرتدون زياً رسمياً لائفاً.

☐ المواد المكتبية (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.

☐ أجد ثقة 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.

رابعاً: الأمان (Assurance)

☐ موظفو البنك مؤهلون ويملكون معرفة جيدة.

☐ أشعر بالأمان عند التعامل مع البنك.

☐ يتم التعامل مع مستنداتي بسرية تامة.

☐ البنك يوضح لي حقوقي والتزاماتي بوضوح

☐ موظفو البنك يحترمون قواعد العمل والشفافية

خامساً: التعاطف (Empathy)

☐ يتم التعامل معي كحالة خاصة وليس كرقم.

☐ الموظفون يفهمون احتياجاتي ومستويي جيداً.

☐ يظهر البنك مرونة في التعامل حسب وضعيتي.

☐ يتم تخصيص وقت كافٍ للتعامل مع ملفي.

☐ أجد اهتماماً حقيقياً من موظفي البنك بمشكلاتي.

القسم الثالث: دعم البنك لعمليات التوظيف

للاستيراد يرجى تقييم العبارات التالية من 1 إلى 5 حسب

مدى موافقتك

☐ يوفر البنك تسهيلات في إجراءات التوظيف.

☐ هناك مرونة في منح العملة الصعبة عند الاستيراد.

☐ يقدم البنك نصائح أو توجيهات في ملفات التوظيف.

☐ يساعد البنك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التمويل.

☐ توجد إجراءات إلكترونية تسهل التوظيف 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 راضي بشدة

5= راضي بشدة

☐ أنا راضي عن تعامل الموظفين معي.

☐ جودة خدمات البنك تلبي توقعاتي.

☐ أجد في البنك شريكاً حقيقياً في نشاطاتي التجاري

☐ سأستمر في التعامل مع هذا البنك مستقبلاً

☐ أوصي الآخرين بالتعامل مع هذا البنك.

☐ إذا كانت هناك بدائل أخرى، سأفضل هذا البنك

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).				

Tests of Normality			
	Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.
جودة الخدمات المصرفية	.811	30	.200
دعم البنك	.891	30	.200
رضا 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
-----------

		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
الملموسية	30	3.6533	.71618
تجهيزات البنك حديثة وتواكب التطورات	30	3.3333	.92227
تصميم فروع البنك مريح وعملي	30	4.1667	1.01992
موظفو البنك يرتدون زي رسميا لانقا	30	3.3333	.66089
المواد المكتبية واضحة وسهلة الفهم	30	3.4000	.62146
اجهزة الصراف والاهزة الإلكترونية فعالة	30	4.0333	.96431
الإعتمادية	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 ثقة في إجراءات البنك التعاقدية	30	4.4000	.62146
يقدم البنك حولا فعالة للمشكلات	30	3.9333	.73968
الإستجابة	30	3.3333	.72270
الموظفون على إستعداد للمساعدة دون تردد	30	4.0333	.99943
البنك يوفر قنوات تواصل فعالة	30	3.2667	.73968
الموظفون على إستعداد للمساعدة دون تردد	30	3.5667	.81720
وقت الإنتظار في البنك معقول	30	3.4000	.85501
يتم إبلاغي بتطورات ملفي أولا بأول	30	2.4000	.62146
الأمان	30	3.5400	.73560
موظفو البنك مؤهلون ويملكون معرفة جيدة	30	4.1667	.94989
اشعر بالأمان عند التعامل مع البنك	30	3.3000	.95231
يتم التعامل مع مستنداتي بسرية تامة	30	4.1667	1.01992
البنك يوضح لي حقوقي والتزاماتي بوضوح	30	2.8667	.86037
موظفو البنك يحترمون قواعد العمل والشفافية	30	3.2000	.71438
التعاطف	30	3.4467	.66162



## قائمة الملاحق

يتم التعامل مع كحالة خاصة وليس كرقم	30	2.4000	.62146
الموظفون يفهمون إحتياجات مؤسستي جيدا	30	2.6667	.80230
يظهر البنك مرونة في التعامل حسب وضعيتي	30	3.4333	.72793
يتم تخصيص وقت كاف للتعامل مع ملفي	30	4.3667	.80872
أجد إهتماما حقيقيا 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 الصعبة 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 إلكترونية إجراءات توجد	30	2.4333	.72793
غيره من أكثر الإستيراد عملية يسهل لأنه البنك مع أتعامل	30	3.4000	.67466
Valid N (listwise)	30		

Descriptive Statistics			
	N	Mean	Std. Deviation
رضا العملاء	30	3.3278	.82870
أنا راض عن تعامل الموظفين معي	30	3.8000	1.18613
جودة خدمات البنك تلبي توقعاتي	30	3.0333	.96431
أجد في البنك شريكا حقيقيا في نشاطاتي التجاري	30	3.2333	.85836
سأستمر في التعامل في هذا البنك مستقبلا	30	2.6000	.89443
أوصي الآخرين بالتعامل مع هذا البنك	30	3.3000	1.17884
إذا كانت هناك بدائل أخرى 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
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 دورا جوهريا 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 <sup>a</sup>	.902	.895	.26916	.902	123.945	2	27	.000
a. Predictors: (Constant), البنك دعم, المصرفية الخدمات جودة									

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error				Beta	Lower 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
a. Dependent Variable: العملاء رضا								