

العنوان:

قياس جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل
التجارة الخارجية
دراسة ميدانية لعملاء بنوك وكالات
(BADR-BEA-CPA-AGB)

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في علوم التسيير

تخصص: إدارة اعمال التجارة الخارجية

من إعداد الطالب: نذير حمزة

نوقشت بتاريخ: 2015/06/11

الاسم و اللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
أ.بو عبد الله صالح	أستاذ محاضر	المسيلة	رئيسا
أ.صغيور حياة	أستاذ مساعد أ	المسيلة	مشرفا و مقرا
أ.بلبار موسى	أستاذ مساعد أ	المسيلة	ممتحنا

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

﴿ فَلَمَّا رَأَهُ مُسْتَقِرًّا عِنْدَهُ قَالَ هَذَا
مِنْ فَضْلِ رَبِّي لِيَبْلُوَنِي أَأَشْكُرُ أَمْ
أَكْفُرُ ۗ وَمَنْ شَكَرَ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ
لِنَفْسِهِ ۗ وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ رَبِّي غَنِيٌّ
كَرِيمٌ ﴾

سورة النمل، الآية 40.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع

إلى:

والذي حفظها الله و

أطال الله في عمرهما.

شكر وعرفان

الحمد لله وكفى وصلاة وسلاماً على عباده الذين اصطفى وبعد :
فإنني أشكر الله تعالى الذي ووفر لي الأسباب وذل لي الصعاب،
وعلمني ما لم أكن أعلم وكان فضله علي عظيمًا.

كما أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان للمشرفة: **الأستاذة صغير**

حياة علي نصائحها وتوجيهاتها، وكل ما بذلته من جهد ليكتمل
هذا العمل ويرى النور، سائلًا المولى عز وجل أن يحفظها ويبارك
في علمها.

ملخص الدراسة

تطرت هذه الدراسة إلى أحد المواضيع الهامة بالنسبة للبنوك؛ ألا وهي قياس جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية حسب وجهة نظر المتعاملين.

وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل بأبعادها الخمسة (الملموسية، والاعتمادية، والإستجابة، والأمان، والتعاطف)؛ وذلك في ظل تمويل التجارة الخارجية وعلى عينة من البنوك العاملة في الجزائر، و البالغ عددها 4 بنوك (ثلاث بنوك عامة و بنك خاص).

ولتحقيق هدف الدراسة تم توزيع الإستبيان الخاص بالدراسة على عينة مكونة من 90 عميلا، و بعد التأكد من صلاحيتها للتحليل، تم التوجه لاختبار الفرضيات، بالاعتماد على بعض الأدوات التي يتيحها البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS (الحزمة 22).

و قد توصلت الدراسة إلى أن مستوى جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى إلى المستوى المطلوب ؛ وكذلك الحال بالنسبة لكل أبعادها.

الكلمات المفتاحية: تمويل التجارة الخارجية، الخدمات الائتمانية، جودة الخدمات المصرفية، نموذج الأداء الفعلي (SERVPERF).

Abstract

This study tackles one of the most important subjects related to banking, which is measuring the quality of short-term credit services while financing of the external trade, according to the traders' point of view.

The target of this study is to measure the level of the quality of short-term credit services with its five dimensions (tangibility, reliability, respon, ieuess & euperrthy); while the financing of the external trade, taking a sample of the exercising banks in Algeria, which are 4 banks (three public banks & a private one).

In order to achieve the target of this study, copies of the questionnaire of the study have been distributed on a sample composed of 90 agents, after making sure of its validity to be analyzed; we went to hypothesis test, depending on some tools offered by the program of Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) (pack 22).

The study showed that the level of the quality of short-term credit services within the financing of the external trade is down to the required level, namely under the good level, for all of its dimensions.

Key words: financing of the external trade - credit services – banking services quality – SERVPERF.

الصفحة	العنوان
I	إهداء
II	شكر وعرافان
III	الملخص باللغة العربية
IV	الملخص باللغة الانجليزية
V	فهرس المحتويات
VIII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
أ-ز	مقدمة عامة
الفصل الأول: الإطار النظري للتجارة الخارجية وطرق تمويلها	
09	تمهيد
10	المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية و أهميتها
10	المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية
11	المطلب الثاني: أهمية التجارة الخارجية و فوائدها
13	المطلب الثالث: النتائج المترتبة على قيام التجارة الخارجية
14	المطلب الرابع: سياسات التجارة الخارجية
15	المبحث الثاني: وسائل و تقنيات التمويل قصيرة الاجل في التجارة الخارجية
15	المطلب الأول : أساسيات عن التمويل و المستندات المستعملة في التجارة الخارجية
19	المطلب الثاني: التحصيل المستندي كتقنية دفع
23	المطلب الثالث: الاعتماد المستندي كتقنية دفع و تمويل
28	المطلب الرابع : تقنيات أخرى قصيرة الاجل لتمويل التجارة الخارجية
34	المبحث الثالث: تقنيات التمويل متوسطة و طويلة الاجل في التجارة الخارجية
34	المطلب الأول : قرض المورد
36	المطلب الثاني: قرض المشتري

37	المطلب الثالث: التمويل الجزافي
39	المطلب الرابع : قرض الإيجار الدولي
41	خلاصة
الفصل الثاني: الإطار النظري لجودة الخدمات المصرفية وأساليب قياسها	
43	تمهيد
44	المبحث الأول: الاطار المفاهيمي للجودة و الخدمة
44	المطلب الأول: مفهوم الجودة و خصائصها
45	المطلب الثاني : اهداف الجودة و ابعادها
50	المطلب الثالث: مفهوم الخدمة ، خصائصها، تصنيفها
57	المبحث الثاني: الاطار المفاهيمي لجودة الخدمة المصرفية
57	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة المصرفية و ابعادها
60	المطلب الثاني : إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية
63	المطلب الثالث: رضا العميل كمدخل لتحقيق جودة الخدمة المصرفية
65	المبحث الثالث: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية
65	المطلب الأول : طرق القياس المباشر لجودة الخدمة المصرفية
66	المطلب الثاني : عدد الشكاوي كمقياس لجودة الخدمة المصرفية
67	المطلب الثالث: نموذج الفجوة لقياس جودة الخدمة المصرفية
72	المطلب الرابع :نموذج الأداء لقياس جودة الخدمة المصرفية
74	خلاصة
الفصل التطبيقي : دراسة حالة عينة عملاء وكالات البنوك التجارية (BEA, CPA, BADR, AGB) بالمسيلة	
76	تمهيد
77	المبحث الأول : تقديم البنوك العاملة في الجزائر و وكالات عينة الدراسة
87	المبحث الثاني إختبار الفرضيات وعرض المقترحات

107	خلاصة
109	خاتمة عامة
111	قائمة المراجع
118	الملاحق

1. قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
(1-2)	نظام تصنيف الخدمات	54
(1-3)	البنوك التجارية الخاصة	79
(2-3)	تطور الميزانية المجمع للبنوك الجزائرية	80
(3-3)	بيانات أكبر عشرة بنوك في الجزائر (بالمليون دولار)	82
(4-3)	اختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogorov-Smirnov)	89
(5-3)	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	90
(6-3)	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	90
(7-3)	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	91
(8-3)	توزيع أفراد العينة نوع البنك الذي يتعاملون معه أفراد العينة	92
(9-3)	توزيع أفراد العينة حسب طريقة اختيار البنك	93
(10-3)	مقياس ليكرت	94
(11-3)	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات لبعده الملموسية	97
(12-3)	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات لبعده الاعتمادية	99
(13-3)	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات بعد الاستجابة	101
(14-3)	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات بعد الأمان	103
(15-3)	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات بعد التعاطف	105

2. قائمة الاشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
21	سير عملية التحصيل المستندي	(1-1)
27	سير عملية الاعتماد المستندي	(2-1)
30	قروض التعبئة الحقوق الناشئة في الخارج	(3-1)
30	سير عملية التسبيقات بالعملة الصعبة	(4-1)
31	سير عملية تحويل الفاتورة الدولية	(5-1)
35	سير عملية قرض المورد	(6-1)
36	سير عملية قرض المشتري	(7-1)
38	سير عملية التمويل الجزائي	(8-1)
40	سير عملية قرض الإيجار الدولي	(9-1)
46	أهداف الجودة	(1-2)
48	ابعاد لجودة الخدمة الالكترونية	(2-2)
49	أبعاد الجودة	(3-2)
58	مفهوم جودة الخدمة	(4-2)
60	عناصر إدارة الجودة الشاملة في المصارف	(5-2)
69	جودة الخدمة المصرفية حسب نموذج (servqual)	(6-2)
71	الجودة المقبولة	(7-2)
95	النموذج الفرضي لاختبار الرضيات	(1-3)



مقدمة

إن التطور الحاصل على مختلف مستويات الأنشطة الاقتصادية على الصعيد العالمي ، نتج عنه تكييف السياسات و الإجراءات والقوانين المنظمة لجميع القطاعات الاقتصادية ، تماشياً مع الوضع الراهن، وهذا ما وقع فعلاً في مجال التجارة الدولية، ففي ظل التطورات التي عرفتها الساحة الاقتصادية العالمية والتوجه الحتمي نحو الاقتصاد الليبرالي الحر لمواكبة هذه التغيرات، أصبح من الضروري تغيير السياسة العالمية في مجال التجارة الدولية.

نظراً لاختلاف الأنظمة السياسية و الاقتصادية و القانونية للدول، تم تحديد و تقنين وسائل وتقنيات الدفع والتمويل الدولية و هذا قصد توحيد آليات تسديد مبلغ الصفقات الدولية في ظل التطور السريع في عصر الانفتاح الذي يشهده العالم من جهة والقطاع البنكي الجزائري من جهة أخرى، إذ أصبحت البنوك مجبرة على اعتماد برامج لتسيير وتطوير جودة الخدمات المقدمة للجمهور لاكتساب الميزة التنافسية من جهة وإرضاء العميل الذي صار في الوقت الحالي أكثر تطلباً من جهة أخرى.

لذي حظيت الجودة في الفترة الأخيرة بأهمية كبيرة على الصعيد المحلي والعالمي حيث دخل مفهومها في كثير من المجالات والتخصصات، وأصبحت المنظمات على وعي بضرورة تواجدها وتطبيقها في مختلف أعمالها وأنشطتها، ولم تقتصر الجودة على السلع التي توفرها الشركات والمؤسسات الكبيرة، بل على العكس أضحت عنواناً للعديد من الخدمات التي تقدمها الإدارات العامة والخاصة منها القطاع المصرفي.

يعد القطاع المصرفي هو أساس النظم الاقتصادية والمالية، لدوره المهم في جمع المدخرات وتعبئتها وتوزيعها على الاستثمارات المختلفة، فهو مطالب بتبني مضامين الجودة، واعتبارها أحد المدخل الرئيسية لزيادة وتطوير القدرات التنافسية للبنوك، وتعزيز أوضاعها في الأسواق الداخلية والخارجية.

لا يمكن أن يتأتى ذلك للبنوك باستخدام الأساليب التقليدية بل لا بد أن تعيد النظر في عملياتها الإدارية بشكل ينسجم مع متطلبات إحداث تطور مستمر في جودة خدماتها البنكية، وذلك بالتركيز على تقديم خدمات فاعلة للزبائن وتخفيض الوقت والتكاليف المترتبة على إنجاز العمل، فضلاً عن التغلب على مشاكل التكرار والتداخل في إنجاز الأعمال، وعدم التكامل في المعلومات.

لان تمويل التجارة الخارجية على المدى القصير يعد أهم الأنشطة التي تقوم بها البنوك بصفة عامة والبنوك الجزائرية بصفة خاصة، فإنه من الضروري في ظل المنافسة الدولية الاهتمام بها و رفع مستويات الجودة فيها بمختلف أبعادها.

1. إشكالية الدراسة

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة⁽¹⁾ و القيام بالبحث المكتبي، لاحظنا أن موضوع قياس الجودة في الخدمات المصرفية هو محل إهتمام العديد من الباحثين لما له من أهمية وأثر على مستقبل المصارف بصفة عامة والمصارف الجزائرية بصفة خاصة- أما في ظل الانفتاح العالمي والتجارة الخارجية- فسيصبح لموضوع جودة الخدمات المصرفية وخاصة التمويلية منها أهمية أكبر- لما له من أثر على استقرار البنوك وصمودها أمام المنافسة الدولية.

و لكن بعد القيام بزيارات إستكشافية ميدانية و إجراء بعض المقابلات الشخصية⁽²⁾ ، لاحظنا أن بعض البنوك العاملة في الجزائر لا تعكس هذا الاهتمام على أرض الواقع، وهو ما دعانا إلى التساؤل: ما مستوى جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة ؟

و تندرج تحت هذا التساؤل التساؤلات الفرعية التالية:

- ✓ ما مستوى توفر بعد الملموسية في الخدمة الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة ؟
- ✓ ما مستوى توفر بعد الاعتمادية في الخدمة الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة ؟
- ✓ ما مستوى توفر بعد الاستجابة في الخدمة الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة ؟
- ✓ ما مستوى توفر بعد الأمان في الخدمة الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة ؟
- ✓ ما مستوى توفر بعد التعاطف في الخدمة الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة ؟

2. فرضيات البحث

بناءً على التساؤلات المطروحة و بناء على ما تم ملاحظته و معرفته من خلال الزيارات و المقابلات الميدانية تم صياغة الفرضيات على النحو التالي:

- ✓ الفرضية الرئيسية: مستوى جودة الخدمة الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة لا يرقى إلى المستوى المطلوب.

(1)مدرجة في الصفحات: ص: ه- ز .

(2)مدرجة في الملاحق رقم (03-04) ، ص 126-130.

و لغرض اختبار هذه الفرضية وجب علينا تجزئتها إلى خمسة أجزاء بما يتوافق مع أبعاد الجودة كالتالي:

☞ مستوى الملموسية للخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى إلى المستوى المطلوب؛

☞ مستوى الاعتمادية للخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى إلى المستوى المطلوب؛

☞ مستوى الاستجابة للخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى إلى المستوى المطلوب؛

☞ مستوى الأمان للخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى إلى المستوى المطلوب؛

☞ مستوى التعاطف للخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى إلى المستوى المطلوب؛

ونقصد بالمستوى المطلوب: المستوى الجيد فأكثر، وسيتم إختبار الفرضيات عند متوسط حسابي مفترض قدره 4 ، وعند مستوى معنوية 0.05¹.

3. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم مستوى جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة، وذلك من خلال تقييم أبعاد الجودة المختلفة لها؛ وهي: الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة ، والأمان، والتعاطف.

4. أهمية الموضوع

■ إثراء المكتبة الجزائرية نظرا لقلّة الدراسات التي تعالج الموضوع ،جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية؛

■ محاولة لفت إنتباه إدارات البنوك محل الدراسة لأهمية تبني الجودة في خدماتها الائتمانية قصيرة الاجل في ظل التجارة الخارجية، وذلك بعد عرض مستوياتها في الجودة و من ثم عرض المقترحات.

5. منهجية الدراسة

لغرض التحقق من صحة الفرضيات ، تم التوجه إلى إختيار كل من مصادر البيانات ، منهج البحث، و مجتمع و عينة البحث بما يتفق و يتناسب مع أهداف البحث ، كما يلي:

5-1. مصادر جمع البيانات

تم جمع البيانات بالاعتماد على مصادر مختلفة ،وهي:

¹ سيتم توضيح ذلك أكثر في الجانب الميداني من الدراسة.

- البيانات الثانوية بصيغتها الورقية و الالكترونية: من خلال الرجوع إلى كافة الأدبيات ذات الصلة بموضوع البحث: الكتب، الأبحاث (رسائل ماجستير و دكتوراه، أوراق عمل مقدمة للمؤتمرات أو منشورة في مجلات محكمة).

- البيانات الأولية: و التي تم جمعها في الفترة 2015/03/21 إلى غاية 2015/05/01 بتباع عدة أساليب، و هي:

- المقابلات الشخصية (شبه المهيكلة)⁽¹⁾ مع رؤساء مصالح التجارة الخارجية في بعض البنوك، إلى جانب مقابلات شخصية مع بعض عملاء البنوك محل الدراسة، بهدف استيضاح بعض القضايا التمهيدية و صياغة الفرضيات بشكل جيد؛
- الاشراف الشخصي على توزيع الاستبيانات: و التي أعدت خصيصا لتحقيق أهداف البحث.
- الملاحظة البسيطة: من خلال الزيارات الميدانية و الاطلاع شخصيا على البنوك عينة الدراسة وبعض التسويات التي تتم في ظل تمويل التجارة الخارجية.

5-2. منهج البحث

تم الاعتماد على المنهج التقييمي بالاعتماد على وصف و تحليل خصائص العينة، ومتغيرات الدراسة المتمثلة في أبعاد جودة الخدمات، و لقد تم إعتداد استراتيجيية المعاينة بدل استراتيجيية التحريب بإعتبارها الأنسب لموضوع البحث و البيئة التي قامت فيها الدراسة.

5-3 مجتمع و عينة البحث

يتمثل مجتمع البحث في جميع عملاء و كالات البنوك العاملة في مدينة المسيلة (الجزائر) سواء العامة منها أو الخاصة، و البالغ عددها 26 بنك؛ منها 6 بنوك خاصة، و نظرا لان المجتمع (المتعاملين مع البنوك) غير محدود و في ظل قيود الوقت و الجهد إقتصرت الدراسة على عينة عشوائية تم انتقائها من بين أكبر 10 بنوك⁽²⁾ عاملة في الجزائر.

و نشير إلى أنه قد تم إختيار عينة العملاء على مرحلتين :

- المرحلة الأولى: إنتقاء عشوائي (بالقرعة) ل 4 بنوك من بين 10 أكبر بنوك فكانت كل من بنك الخارجي، و بنك الفلاحة و التنمية الريفية، القرض الشعبي الوطني، بنك الخليج الجزائر.

- المرحلة الثانية: محاولة الوصول إلى أكبر عدد ممكن من متعاملين هذه البنوك في ظل تسوية معاملاتهم قصيرة الأجل في ظل التجارة الخارجية فكان عددهم 120 مفردة، تم توزيع الاستبيانات بتوزيع

(1) تم توضيح المقابلات و ملخصها في الملحقين (03-04)، ص 126-130.

(2) وهي: بنك الجزائر الخارجي، البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، بنك الفلاحة و التنمية الريفية، بنك التنمية المحلية بنك البركة الجزائري، بنك الخليج الجزائر، بنك المؤسسة العربية المصرفية، بنك الإسكان للتجارة و التمويل، ترست بنك الجزائر، أنظر الجدول رقم الجدول رقم (3-3)، ص 85.

(120 استبيان)⁽¹⁾ وقد تم استرجاع 90 منها قابلة للتحليل، و من ثم تم إخضاع البيانات التي تم جمعها لعملية التحليل الاحصائي بإستخدام برنامج التحليل الاحصائي spss v22.

6. حدود البحث

بالنسبة لحدود الدراسة فهي كما يلي:

- **الحدود الزمانية:** الالتزام بدراسة الموضوع و تقديم النتائج خلال سنة 2015؛
- **الحدود المكانية:** شملت قياس جودة الخدمات المصرفية في ظل تمويل التجارة الخارجية المقدمة من وجهة نظر بعض عملاء وكالات (بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR، القرض الشعبي الوطني CPA و البنك الخارجي الجزائري BEA، و بنك الخليج الجزائر AGB) بالمسيلة.

7. هيكل البحث

ينقسم البحث إلى ثلاثة فصول تضمن الفصل الأول والمعنون ب: **الإطار النظري للتجارة الخارجية وطرق تمويلها** أربعة مباحث ، تم التطرق في المبحث الأول إلى ماهية التجارة الخارجية و أهميتها أما فيما يخص المبحث الثاني فتطرقنا إلى وسائل الدفع و تقنيات الدفع للتمويل قصيرة الأجل في التجارة الخارجية، وانتهى الفصل بالمبحث الثالث وفيه تم التعرف على تقنيات التمويل متوسطة وطويلة الاجل أيضا في ظل التجارة الخارجية . أما الفصل الثاني الموسوم بعنوان: **الإطار النظري لجودة الخدمات المصرفية وأساليب قياسها**، فوزع على ثلاثة مباحث، خصص المبحث الأول للإطار المفاهيمي للجودة والخدمة، وخصص المبحث الثاني للإطار المفاهيمي لجودة الخدمة المصرفية، و في المبحث الثالث تم التركيز على نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية . أما الفصل الميداني والذي جاء بعنوان دراسة ميدانية على عينة من متعاملي بعض وكالات البنوك الجزائرية، وينقسم إلى ثلاثة مباحث، يتناول المبحث الأول تقديم البنوك العاملة في الجزائر و وكالات عينة الدراسة، بينما يتناول المبحث الثاني الاستبيان وتحليل بياناته ، وكذلك إختبار الفرضيات وعرض المقترحات.

8. الدراسات السابقة

سنعرض فيما يلي بعض الدراسات التي تعرضت لمقياس جودة الخدمة أو مقياس أداء الخدمة: (2)

- (دراسة وفاء ناصر المبيريك 2002) (3)

" جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية "

هدفت هذه الدراسة إلى قياس جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية، وذلك

لمعرفة آراء و توجهات العميلات نحو هذه الخدمات ، و لقد استخدمت الباحثة لهذا الغرض مقياس أداء

(1) سيتم التفصيل في أداة القياس (الاستبيان) و محاورها الرئيسية في الفصل العملي، المبحث الثاني، المطلب الأول، ص 88.

(2) تم ترتيب الدراسات وفقا لتسلسل الزمني تصاعديا .

(3) وفاء ناصر المبيريك، **جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية** ، ملتقى دولي،الملتقى الأول للتسويق في الوطن العربي

(الواقع وآفاق التطوير)، الشارقة ، الإمارات العربية المتحدة، 15-16 أكتوبر 2002.

الخدمة (SERVPER) ب أبعادها الخمسة المتمثلة في : (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان و التعاطف)

توصلت الدراسة إلى وجود انطباع إيجابي عن الجودة الكلية للخدمة المصرفية النسائية في المملكة كما عبرت عنه المشاركات في الدراسة و التي عكست ذلك 97 % من العينة، كما بينت النتائج عن وجود علاقة ارتباط طردية بين أربعة من أبعاد هذا المقياس لمستوى الجودة الكلية للخدمة، و أخفق المقياس في إظهار علاقة ذات دلالة إحصائية للأمان على الجودة الكلية للخدمة المصرفية.

• (دراسة جبلي هدى 2006) (1)

عنوان الدراسة: "قياس جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك البركة الجزائري"

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح مفهوم الجودة في الخدمات المصرفية و علاقتها برضا العميل و ولاءه، بالإضافة إلى استعراض مختلف نماذج قياس جودة الخدمة. لقد أظهرت النتائج المتوصل إليها الدور الفعال الذي تلعبه نماذج قياس جودة الخدمة في الوقوف على مكامن التطوير و التحسين فيها و معالجة الثغرات، كما بينت النتائج أن رضا العميل عن الخدمات المقدمة إليه هو أساس استمراره التعامل مع البنك و زيادة ولاءه.

• دراسة عبد الله بن صالح بن رشود 2008 (2)

عنوان الدراسة: "قياس جودة الخدمة بالمصارف التجارية السعودية"

هدفت هذه الدراسة الى قياس جودة الخدمة المصرفية بمصرف الرجحي بالسعودية من وجهة نظر عملائه و لقد اعتمد في دراسته على نموذج الأداء الفعلي. توصلت النتائج إلى أن أفراد عينة الدراسة يرون أن الخدمة المصرفية في أبعادها الأربعة و المتمثلة في الملموسية و الاعتمادية و الاستجابة و الأمان جيدة أما تقييمهم لبعد التعاطف فقد كانت متوسطة أما بالنسبة لجودة الخدمات الكلية فكانت جيدة من وجهة نظر عينة الدراسة.

• (دراسة خالد صالح عبود 2012) (3)

"قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية دراسة ميدانية على بنك سورية الدولي الإسلامي"

(1) جبلي هدى ، قياس جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك البركة الجزائري ، مذكرة ماجستير (غير منشورة) ، جامعة منتوري - قسنطينة -

كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير - قسم العلوم التجارية - مدرسة الدكتوراه : ماجستير تخصص - التسويق - ، 2010/2009.

(2) عبد الله بن صالح بن رشود، قياس جودة الخدمى بالمصارف التجارية السعودية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة نايف للعلوم الأمنية ،

كلية الدراسات العليا ، قسم علوم الإدارية ، السعودية ، 2008

(3) خالد صالح عبود، قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية دراسة ميدانية على بنك سورية الدولي الإسلامي، مجلة جامعة

دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، قسم المصارف والتأمين كلية الاقتصاد جامعة دمشق، المجلد 28، العدد الثاني 2012 .

هدفت هذه الدراسة إلى قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية " دراسة ميدانية عن بنك سورية الدولي الإسلامي"، إلى تعرف مدى رضا العملاء عن مستوى جودة هذه الخدمات التي يقدمها البنك محل الدراسة، وأيضاً إلى الكشف عن المنافع التي يمكن أن يحصل عليها بنك سورية الدولي الإسلامي من وراء قياس جودة خدماته، والعمل على تطويرها وصولاً إلى هدف أساس، ألا وهو زيادة حصته السوقية لتعظيم ربحيته، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نورد أهمها:

- ثبت رفض الفرضية البحثية التي تنص على أنه لا يوجد " اختلاف " بين توقعات العملاء لأبعاد وجودة الخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة وبين إدراكهم لمستوى الأداء الفعلي لتلك الخدمات بالبنك محل الدراسة.
- طبقاً لتحليل الانحدار المتعدد للأبعاد الخمسة قُبلت الأبعاد الثلاثة الآتية: الجوانب المادية الملموسة والاستجابة والتعاطف.

التعقيب على الدراسات السابقة

✓ أوجه الشابه بين الدراسات السابقة و دراستنا الحالية : اعتماد نموذج الأداء الفعلي (نموذج أداء الخدمة SERVPER) في أغلب الدراسات السابقة و ذلك لسهولة و يعطي نتائج دقيقة ، و اعتمدت الدراسات أيضا لقياس جودة الخدمة بالأبعاد الخمسة للجودة و هي: (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان و التعاطف).

✓ الفرق بين الدراسات السابقة وهذه الدراسة

معظم الدراسات السابقة تعرضت لقياس جودة الخدمات المصرفية بصفة عامة او علاقة الجودة بمتغيرات أخرى كرضا و الولاء، و لا يوجد دراسات على حد علم الطالب تناولت قياس جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية بصفة عامة أو في البنوك الجزائرية بصفة خاصة.



الفصل الأول

الإطار النظري
للتجارة الخارجية وطرق تمويلها

تمهيد :

التطورات التي شهدتها الساحة العالمية في جميع المجالات خاصة في ما يخص المعاملات الدولية ،و إنتشار مبدأ حرية التبادل و التجارة، و إزدياد حجم هاته المعاملات ،تطلب ضرورة تدخّل الهيئات المالية و خاصة البنوك باعتبارها طرفا من أطراف العملية التجارية عن طريق توفير و تزويد المتعاملين التجارية من التقنيات و الأدوات المنظمة بقواعد معترف بها دوليا و التي تسمح لهم بتنفيذ صفقاتهم نجاح هذا من جهة و تقوم بتغطية الأخطار من جهة أخرى، وعليه أصبحت البنوك التجارية تلعب دورا رئيسيا في مجال تمويل التجارة الخارجية.

سنحاول من خلال هذا الفصل تحديد مفاهيم عامة حول التجارة الخارجية و أهميتها و تقنيات الدفع و

الوثائق المستعملة فيها ، و لهذا الغرض تم تقسيم هذا الفصل إلى:

- المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية و أهميتها؛
- المبحث الثاني: وسائل و تقنيات التمويل قصيرة الأجل في تمويل التجارة الخارجية ؛
- المبحث الثالث: تقنيات التمويل متوسطة و طويلة الأجل في تمويل التجارة الخارجية .

المبحث الأول: ماهية التجارة الخارجية و أهميتها

يعد التبادل التجاري بين الدول حقيقة لا يُتصور العالم من غيرها اليوم فلا يمكن لدولة ما أن تستقل بإقتصادها عن بقية العالم سواء كانت متقدمة أو نامية ولذلك لأهمية البالغة للتبادل التجاري الخارجي، و الذي سيتم مناقشته من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: مفهوم التجارة الخارجية

قبل أن نتطرق إلى أهمية التجارة الخارجية، و أهدافها و النتائج المترتبة عليها أردنا أن نعطي نظرة عن مفهوم التجارة بصفة عامة، و من هنا يمكن أن نبدأ بتعريف التجارة الخارجية كالتالي:

1- تعريف التجارة الخارجية

هناك عدة تعاريف للتجارة الخارجية نذكر منها ما يلي:

التعريف الأول: « هي كلاً من الصادرات والواردات المنظورة وغير المنظورة »⁽¹⁾

التعريف الثاني: «هي عملية التبادل التجاري التي تتم بين الدولة و دُول العالم»⁽²⁾

التعريف الثالث: « هي عملية التبادل التجاري في السلع و الخدمات و غيرها من عناصر الإنتاج المختلفة بين عدة دول، بهدف تحقيق منافع متبادلة لأطراف التبادل»⁽³⁾

التعريف الرابع: « هي المعاملات التجارية الدولية في صورها الثلاثة المتمثلة في إنتقال السلع والأفراد و رؤوس الأموال، تنشأ بين أفراد يقيمون في وحدات سياسية مختلفة أو بين حكومات، ومنظمات إقتصادية تقطن في وحدات سياسية مختلفة»⁽⁴⁾

■ من التعاريف السابقة نستنتج أن التجارة الخارجية عبارة عن مختلف عمليات التبادل التجاري الخارجي سواء في صور سلع أو أفراد أو رؤوس أموال بين أفراد يقطنون في وحدات سياسية مختلفة بهدف إشباع أكبر حاجات ممكنة، و تتكون التجارة الخارجية من عنصرين أساسيين هما: الصادرات و الواردات بصورتيهما المنظورة و غير منظورة.

(1) سامي عفيفي حاتم، التجارة الخارجية بين النظر و التنظيم، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية، 1993، ص 36.

(2) نداء محمد الصوص، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي لنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 09.

(3) حمدي عبد العظيم، اقتصاديات التجارة الدولية، الطبعة الأولى، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، مصر، 1996، ص 18.

(4) رشاد العصارو آخرون، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، عمان، الأردن، 2000، ص 12.

2- الفرق بين التجارة الداخلية و الخارجية: كل من التجارة الداخلية و الخارجية تكون نتيجة للتخصص و تقسيم العمل الذي يؤدي بالضرورة إلى قيام التبادل إلا أن هذا لا يمنع من وجود بعض الاختلافات بين التاجرتين و تكمن فيما يلي:

- التجارة الداخلية داخل حدود الدولة الجغرافية أو السياسية في حين أن التجارة الخارجية على مستوى العالم؛
- التجارة الخارجية تتم مع نظم اقتصادية وسياسية مختلفة في حين أن التجارة الداخلية في ظل نظام واحد؛
- إختلاف ظروف السوق و العوامل المؤثرة فيه في حالة التجارة الخارجية عنها في حالة التجارة الداخلية؛
- وجود فرصة للتكتلات و الاحتكارات التجارية في حالة التجارة الخارجية و العكسها في التجارة المحلية؛⁽¹⁾
- سهولة إنتقال عوامل الإنتاج داخل الدولة الواحدة في حين يصعب ذلك في التجارة الخارجية⁽²⁾.

المطلب الثاني: أهمية التجارة الخارجية و فوائدها

المعاملات التجارية بين المجتمعات ، أصبحت مما لا شك فيه ذات أهمية عالية ، و تتطلب جهودا كبيرة و واسعة و حركة على المستوى المحلي و الجهوي و حتى الدولي بمشاركة أطراف مختلفة ، و ذلك للأهمية البالغة التي تكتسبها التجارة الخارجية .

1. أهمية التجارة الخارجية

يمكن تلخيص أهمية التجارة الخارجية فيما يلي :⁽³⁾

- للتجارة الخارجية أهمية بالغة حيث إن أهم مميزاتها أنها تمكن الدولة من أن تستفيد من مزايا الدول الأخرى فلو أن كل دولة أغلقت حدودها و إعتمدت على ما تجود به أراضيها لما حققت إشباع لحاجياتها في كل المجالات لأنها لا تستطيع إنتاج كل ما تحتاج إليه، ولو أن الانسان في عصرنا الحديث حاول تجاوز كل العقبات فتراه يستعين بالمطاط الصناعي على المطاط الطبيعي مثلا ،ولا تقتصر التجارة الدولية على هذا فحسب بل نجد أن دولة ما كإنجلترا على سبيل المثال تستورد السلع الدقيقة من سويسرا بالرغم من انها قادرة على انتاجها محليا لان تكلفتها عند صناعتها أكبر مقارنة باستيرادها؛

(1) رشاد العصار و آخرون ، مرجع سبق ذكره ، ص13-14.

(2) محمود يونس، أساسيات التجارة الدولية، الطبعة الأولى،الدار الجامعية الإسكندرية ، مصر، 1993، ص13.

(3) رشاد العصار وآخرون، مرجع سبق ذكره ، ص 12 .

- بفضل التجارة الخارجية يصبح أي مورد لأي دولة ذا نفع كبير إذا أحسنت استغلاله لاكتفائها الذاتي وبفضل التجارة تصدره إلى باقي دول العالم؛
- التجارة الخارجية من القطاعات الحيوية في أي مجتمع سواء متقدما أو ناميا، وهي تقوم بربط الدول مع بعضها البعض و تساهم في توسيع القدرة التسويقية وتساعد على رفاهية البلاد عن طريق توسيع قاعدة الاختيارات فيما يخص مجالات الاستهلاك والاستثمار وتخصيص الموارد الإنتاجية بشكل عام؛
- التجارة الخارجية مؤشرا جوهريا على قدرة الدول الانتاجية والتنافسية في السوق الدولي و إنعكاس ذلك على رصيد الدولة من العملات الاجنبية وما له من آثار على الميزان التجاري ، كما أنها لها علاقة وثيقة بالتنمية الاقتصادية ويمكن للتجارة الدولية أن تلعب دورا هاما للخروج من الفقر وخاصة عند تشجيع الصادرات، فينتج عن ذلك الحصول على مكاسب جديدة في صورة رأس المال الاجنبي الجديد يلعب دورا في زيادة الاستثمارات الجديدة في بناء المصانع وانشاء البنية الاساسية ويؤدي ذلك في النهاية إلى زيادة التكوين الرأسمالي* والنهوض بالتنمية الاقتصادية.

2. فوائد التجارة الخارجية على النشاط الاقتصادي

للتجارة الخارجية عدة فوائد تحققها للدول نذكر منها⁽¹⁾

- **زيادة الرفاهية الاقتصادية:** نتيجة حصول السكان على إشباع أكبر لحاجياتهم من خلال استهلاك السلع المستوردة، كذلك الحصول على هذه السلع بسعر أقل مما يمكن أن تكون عليه إذا ما أنتجت محليا إذا كان بالإمكان إنتاجها؛
- **الاستغلال الأمثل للموارد:** إذا قامت الدولة بإنتاج عدد كبير من السلع فإنها تستغل الموارد المتاحة لديها بطريقة أقل كفاءة مما لو استخدمتها في إنتاج سلع معينة تخصص في إنتاجها، واستبدال الفائض منها بالسلع المنتجة في الدول الأخرى، الأمر الذي يعكس الاستغلال الأمثل للموارد بسبب وفورات الحجم الكبير والخبرة؛

بالإضافة إلى ذلك يترتب على قيام التجارة الخارجية تحقيق عدة مزايا أخرى نذكر منها : ⁽²⁾

- منع الاحتكار وتحقيق موارد مالية عن طريق الرسوم الجمركية؛
- يؤدي زيادة مستوى التجارة الخارجية بين الدول إلى اتجاه أسعار الموارد الاقتصادية كالعمل والمواد الخام إلى التساوي بين الدول مما يقلل من الحاجة إلى نقل هذه الموارد بين الدول.

* التكوين الرأسمالي: عبارة عن الاتفاق على حيازة السلع الرأسمالية الجديدة زائدا الاضافات والتجديد والتحسين التي تجرى على السلع الرأسمالية القائمة زائدا قيمة اعمال البناء تحت الانشاء

(1) نداء محمد الصوص، مرجع سبق ذكره ، ص 11 .

(2) السيد محمد احمد السريتي، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، عمان، الأردن، 2009 ، ص 12- 13 .

المطلب الثالث: النتائج المترتبة على قيام التجارة الخارجية

- التجارة الخارجية كمحرك لعناصر الإنتاج: إن قيام التجارة الدولية يجعل عوامل الإنتاج تتحرك من المناطق حسب معيار الندرة النسبية ولا يعني أن كل العناصر تنتقل من بلد لآخر، الأمر الذي يترتب عليه ارتفاع أسعار عوامل الإنتاج الوفيرة نسبياً العكس صحيح، مع الأخذ بعين الاعتبار عامل تكلفة النقل.
- التجارة الدولية و دورها في إعادة توزيع الدخل: ذلك أن عناصر الإنتاج التي تمتاز بالوفرة النسبية في بلد ما ستجد لها أسواقاً في بلد آخر بعد انتقالها للخارج، ما يترتب عليه ارتفاع أسعارها و بالتالي زيادة عوائد أصحاب تلك العوامل التي تتصف بالوفرة في البلد الأول، و العكس بالنسبة للتي تتصف بالندرة النسبية.
- التجارة الدولية كعنصر مؤثر في التنمية الاقتصادية: تلعب دوراً هاماً في التنمية، و تشارك مشاركة فعالة في النمو الاقتصادي في البلدان الآخذة في النمو، فالصادرات عامل إضافة للدخل و الواردات تساهم من المواد الأولية و المعدات و الخبرات الفنية في البناء الإنتاجي، مما يحقق فرص عمل إضافية، كذلك توفر بعض السلع الاستهلاكية الضرورية.
- التجارة الدولية تساهم في زيادة حجم التوظيف.
- التجارة الدولية و الاتجاهات الاقتصادية و السياسية: قد تستخدم التجارة الدولية لخدمة الأغراض العسكرية أو لأغراض اقتصاديات إحدى الدول أو لغرض الحصار الاقتصادي، كل هذا بسبب الخلافات الدولية و الصراع العنيف للسيطرة على عوامل الإنتاج.⁽¹⁾
- التجارة و أثرها في توازن ميزان المدفوعات: هناك طرق مختلفة و سياسات تجارية تضعها الدول و تهدف من وراءها إلى تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات، آفرض رقابة على الصرف، أو وضع قوانين لتشجيع الصادرات و ربما بعض الإعفاءات للمواد الأولية اللازمة للمنتجات التي تصدر فيما بعد.

المطلب الرابع: سياسات التجارة الخارجية

1. تعريف السياسة التجارية

التعريف الأول: تعرف السياسة التجارية على أنها «مجموعة من القواعد والأدوات والاساليب والاجراءات والتدابير التي تقوم بها الدولة في مجال التجارة الخارجية لتعظيم العائد وكذا لتحقيق تنمية اقتصادية من خلال التعامل مع باقي دول العالم في اطار تحقيق هدف التوازن الخارجي ضمن منظومة تحقيق الاهداف الاقتصادية الاخرى للمجتمع خلال فترة زمنية معينة كهدف التشغيل التام أو استقرار الصرف».⁽²⁾

(1) أحمد ضياء الدين زيتون، مبادئ في علم الاقتصاد، الطبعة الأولى، المكتب العلمي للنشر و التوزيع، الإسكندرية، 2001، ص 242-245.

(2) عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد القومي، الطبعة الأولى، الجزء الثاني، القاهرة، 2003، ص 124.

التعريف الثاني: «يقصد بها في مجال العلاقات الدولية هي مجموعة من الوسائل التي تلجأ إليها الدولة في تجارتها الخارجية بقصد تحقيق الهدف الذي ترمي إليه وهو التوظيف والاكتفاء الذاتي تثبيت سعر الصرف، لكن في الواقع السياسة التجارية ليست إلا وسيلة كباقي الوسائل الأخرى كالأجراءات المالية والنقدية التي تتخذها الدالة لتحقيق هذه الأهداف، فقد تريد الدولة تشجيع تصدير نوع من السلع أو الخدمات في بعض الأحيان وتعمل على الحد من خروجها في أحيان أخرى، كما أنها قد تشجع دخول نوع من السلع والخدمات أو أنها تحد من دخولها» . (1)

2. أهداف السياسة التجارية : تسعى السياسة التجارية الى تحقيق أهداف و بلوغ غايات تختلف من دولة إلى أخرى، فهناك الأهداف الاقتصادية الهادفة إلى تنمية الاقتصاد الوطني و منها حماية الصناعات الوطنية، أو تحقيق توازن ميزان المدفوعات، تحقيق موارد الخزينة العامة و الأهداف السياسية حيث تسعى بعض الدول إلى توفير أكبر قدر من الاستقلال و تحقيق الاكتفاء الذاتي، و الأهداف الاجتماعية مثل حماية الصحة العامة عن طريق منع إستيراد المواد المخدرة و تشديد القيود علي استيراد المشروبات الكحولية أو حماية مصالح فئات اجتماعية معينة كالمزارعين بالحد من إستيراد المنتوجات الزراعية و يمكن تلخيصها كما يلي: (2)

- تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات؛
- حماية المنتج المحلي من المنافسة الأجنبية وحماية الاقتصاد الوطني من الإغراق؛
- تشجيع الاستثمار من أجل التصدير وزيادة العمالة ومستوى التشغيل في الاقتصاد؛
- حماية الصناعات الناشئة والصناعات الإستراتيجية؛
- التعامل مع التقلبات الخارجية بإيجاد آلية للتكيف مع التحولات الاقتصادية العالمية؛
- حماية بعض الصناعات الوطنية لاعتبارات إجتماعية.

من خلال دراستنا لهذا المبحث برزتلنا أهمية التجارة الخارجية و يمكن أن نقول إن التطور الاقتصادي يعتمد بشكل كبير على التجارة الخارجية، فهذه الأخيرة تعد الركيزة الأساسية لازدهار اقتصاد أي بلد أكان متقدما أو متخلفا إلى جانب ذلك تتمثل عمليات التجارة الخارجية في إنتقال مختلف السلع و الخدمات بين الدول، حيث تمر بعدة أطراف بصفة مباشرة أو غير مباشرة، وحتى تكون عملية انتقال البضاعة قانونية و ذات مصداقية، يجب تسوية عمليات التجارة الخارجية و ذلك باستخدام أنواع مختلفة من الوسائل و التقنيات المعتمدة في التجارة الخارجية، مثل الاعتمادات و الكمبيالات المستندية و غيرها من تقنيات تمويل التجارة الخارجية و هذا ما سيتم التطرق إليه بالتفصيل في المباحث القادمة

المبحث الثاني: وسائل و تقنيات التمويل قصيرة الاجل في التجارة الخارجية

(1) مجدي محمود شهاب، أساسيات الاقتصاد الدولي، الطبعة الثالثة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 1998، ص 197 .

(2) زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1999، ص 105 .

نظرا لدور المهم الذي تلعبه التجارة الخارجية في تنمية اقتصاديات الدول المعاصرة تعمل مجموعة من المؤسسات المالية و البنكية بمختلف فروعها على تمويل التجارة الخارجية من خلال مجموعة من الميكانيزمات و لإجراءات والحوافز، والتعمق لدراسة هذا الجانب له أهمية بالغة لتعزيز وتقوية المبادلات الخارجية و تشجيع قطاعات معينة من النشاط الاقتصادي كتشجيع الاستثمار وجلب رؤوس الأموال الأجنبية، ويعتبر تمويل التجارة الخارجية، من أهم العمليات وأحد إنشغالاتها الرئيسية لأي دولة ، خاصة في الوقت الذي صارت فيه التجارة الخارجية همزة وصل بين البلدان والركيزة الأساسية لكل اقتصاد وأداة فعالة لزيادة رصيد الدولة من العملة الصعبة.

المطلب الأول: أساسيات عن التمويل و المستندات المستعملة في التجارة الخارجية

1. أساسيات عن التمويل

يزداد لاهتمام في الوقت الحاضر بالموضوعات المتعلقة بالتمويل لدى الأوساط الأكاديمية و الرسمية ، فهو يمثل قضية جوهرية للسعي إلى معالجة النقص في المدخرات و الإيفاء بالالتزامات ، و في هذا المطلب سوف نتطرق إلى التمويل و أهميته ، أشكاله و أنواعه و مصادره.

1-1. تعريف التمويل

تختلف المدارس و المتخصصين بالاستدلال لمفهوم التمويل حيث لم يتم تحديد تعريف موحد للتمويل ، ويمكن أن يعرف حسب المدرسة القديمة بأنه الفعالية المتعلقة بتخطيط و تجهيز الأموال و كذا إدارتها في المنظمة و رقابتها ، أما حسب المدرسة المحددة* هو الحقل الإداري ، أو مجموعة من الوظائف الإدارية المتعلقة بإدارة مجرى النقد و اعتباره ضرورة لتمكين المنظمات من تنفيذ أهدافها و الالتزام لما عليها من واجبات في الوقت المحدد .

وتعرف المدرسة الحديثة أيضا التمويل من خلال وظيفته بأنه عامل أساسي لما يلعبه من دور في التخطيط المالي ، ومواجهة المشاكل التي قد تقف عائقا أمام استمرار عمل المنظمة ، وكذا تجهيز وسائل الدفع .⁽¹⁾ تختلف وجهات نظر الباحثين في تقديم تعريف للتمويل، إلا أنهم يجمعون على أن التمويل يعني " توفير المبالغ النقدية اللازمة لدفع وتطوير مشروع خاص أو عام ".⁽²⁾

ومن خلال التعاريف السابقة نستخلص مايلي:

- التمويل خاص بالمبالغ النقدية وليس السلع والخدمات؛
- أن يكون التمويل بالمبالغ المطلوبة لا أكثر و لا أقل؛
- الغرض الأساسي للتمويل هو تطوير المشاريع الخاصة ؛
- أن يقدم التمويل في الوقت المناسب، أي في أوقات الحاجة إليه.

* يقصد بالمدرسة المحددة الدراسات و الأبحاث الحديثة .

(1) مصطفى راشدي شيحة، النقود و المصاريف و الائتمان، الطبعة الأولى، دار الجامعة الجديدة ، الإسكندرية، مصر ، 1999 ، ص 120.

(2) صليحة بوسليماني ، تغطية اخطار التمويل التجارية عن طريق الوساطة المالية ،رسالة ماجستير(غير منشورة) ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير: "تخصص مالية المؤسسات" ، جامعة الجزائر 3 ، السنة الجامعية 2012-2013، ص55.

1-2. أهداف التمويل

يلعب التمويل دورا هاما في تسيير الأنشطة الاقتصادية فالتمويل أهميتهن و يمكن تلخيصهما في النقاط التالية⁽¹⁾ :

- البحث و الحصول على السيولة الضرورية للمشروع الاستثماري بإمداده بالتجهيزات اللازمة ؛
- توزيع التدفقات النقدية و المالية على القطاعات و الأعوان الاقتصادية الأخرى بكل موضوعية؛
- دراسة فعالة لتكاليف للمشروع الاستثماري ومحاولة تغطية جزء منها؛
- تلزم الصناعة للتمويل التجاري وجود أطراف تظم المخاطر و يضبطها ؛
- التعاون بين الأطراف الاقتصادية المنتجة مع القطاع المصرفي التجاري و المؤسسات المالية الأخرى لتوفير منتجات التجارة الدولية.

1-3. مصادر التمويل : تمثل مصادر التمويل مختلف الأمكنة أو الموارد التي يمكن الحصول من خلالها على الأموال المطلوبة اللازمة لمزاولة مختلف الأنشطة في مختلف المجالات تنقسم إلى:⁽²⁾

1-3-1. المصادر الداخلية

نقصد بالتمويل الداخلي ، مجموعة الموارد التي يمكن للمؤسسة الحصول عليها بطريقة ذاتية دون اللجوء إلى مصادر من الخارج ، أي مصدرها ناتج عن دورة استغلال المؤسسة ، و تتمثل أساسا في التمويل الذاتي.

1-3-2. المصادر الخارجية

لا يمكن لأي مؤسسة كانت تمويل استثماراتها بوسائلها الخاصة ، ما يجعلها تلجأ إلى البحث عن مصادر خارجية لتمويل مختلف المشاريع و الاستثمارات من حيث عمليات البحث و دراسة الأسواق و تمويل الصفقات الكبيرة كذلك المستحقات في الخارج و التي تعتبر قروض قصيرة الأجل ، كذلك يمكن تمويل الأصول الثابتة التي يتجاوز عمرها الاقتصادي 10 سنوات و تمثل البنوك و المؤسسات المالية المختصة المصدر الرئيسي لها ، و غالبا ما يسدد القرض على شكل أقساط سنوية أو نصف سنوية ، مع وجوب تقديم ضمان للحصول عليه حيث يمثل الضمان عادة من 30 بالمائة إلى 60 بالمائة من قيمة القرض ، كما أن سعر فائدته أعلى من سعر فائدة القرض، القصير الأجل إلى جانب هذا تقوم بتقديم قروض طويلة المدى و تتمثل في الأسهم العادية و الأسهم الممتازة و قروض مباشرة طويلة الأجل كذلك تقديم سندات بهدف الحصول على أموال لتمويل نفقاتها الاستثمارية و التشغيلية.

وتقسم مصادر التمويل إستنادا للفترة الزمنية التي يتم سداده أو تصفيته إلى:⁽¹⁾

(1) مصطفى راشدي شيحة، مرجع سبق ذكره ، ص 125.

(2) عاشور كنوش، حاج قويدر قورين، دور الاعتماد المستندى في تمويل التجارة الخارجية حالة المؤسسة الوطنية للمركبات الصناعية، مداخلة قدمت في اطار الملتقى الدولي حول السياسات التمويل و أثرها على الاقتصاديات و المؤسسات :دراسة حالة الجزائر و الدول النامية ،جامعة بسكرة ،يومي 21 و 22 نوفمبر 2006،ص 2.

- تمويل قصير الآجال.
- تمويل متوسط الآجال.
- تمويل طويل الآجال.

لتكتمل عملية تمويل التجارة الخارجية و تكون بصفة قانونية ،يجب أن ترفق بالوثائق و المستندات اللازمة في التجارة الخارجية.

2. المستندات المستعملة في التجارة الخارجية

تعتبر المستندات المستعملة في التجارة الخارجية مهمة جدا ،لانها تشكل الأساس الذي تعتمد عليه في تسوية المالية قبل الاستلام الفعلي للبضاعة و هي متنوعة و متعددة، إلا أننا سوف نركز في هذا المطلب على المستندات الرئيسية المستعملة في التجارة الخارجية و هي كما يلي: (2)

1-2. الفاتورة التجارية: هي الصورة التي تعكس المميزات الأساسية للعقد التجاري و هي تصدر من طرف المصدر لصالح المستفيد ، و يجب ان تحتوي على معلومات تتعلق بالبضاعة .

2-2. وثائق النقل: تصدر من قبل صاحب وسيلة النقل مهما كانت طبيعتها ثم تسلم للمصدر ، من بينها : سند الشحن البحري ،رسالة نقل الجوي ، رسالة النقل البري ، و رسالة العربة ،وصل الشحن بواسطة الطرود البريدية.....الخ.

2-3. وثائق التأمين: هي خاصة بتأمين البضائع ضد الاخطار المحتملة ،و يجب أن تكون مبينة في القرض ، و تكون مصدرة و مصادق عليها من طرف شركات التأمين ،تحدد طبيعة الخطر المؤمن ضده ، يجب أن تكون مدة التأمين محددة بين تاريخ الارسال و إستلام البضاعة ،و تأخذ هذه الوثيقة الاشكال التالية :

2-3-1 بوليصة التأمين: تتمثل في عقد يربط بين المؤمن و المؤمن له ،و يجب التفرقة هنا بين بوليصة التأمين البسيطة و التي تحرر من أجل نقل بضائع محددة و بوليصة التأمين العائمة و التي تطبق في حالة نقل البضائع على عدة دفعات خلال فترة معطاة.

2-3-2. ملحق الوثيقة: تصدر في حالة إحداث تغيرات على بوليصة التأمين.

2-3-3. شهادة التأمين : محررة من المؤمن تثبت وجود بوليصة تأمين تغطي مختلف الأخطار بالنسبة للبائع .

2-4. شهادة المنشأ: تستعمل لتبيان الموطن الأصلي للبضاعة ،فهي تضم إسم البلد المصنعة به و يجب المصادقة عليها من قبل الغرفة التجارية أو الصناعية أو إدارة الجمارك للبلد المصدر .

2-5. شهادة بلد الارسال: تبين البلد الذي أرسلت منه البضاعة على إعتبار أنها أنتجت ببلدو صدرت من بلد آخر .

(1)عاشور كنوش ،حاج قويدر قورين ، مرجع سبق ذكره، ص 3 .

(2) عبد الحق بو عتروس ، مسؤولية البنك فاتح الاعتماد من عدم مطابقة البضاعة للموصافات المذكورة في عقد الاعتماد ،مداخلة قدمت في إطار الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية في الالفية الثالثة ، منافسة مخاطر تقنيات ، جامعة جيجل يومي 6-7 جوان، 2005، ص8-12.

2-6. الشهادة الصحية : هناك نوع من البضائع يستلزم توفر مثل هذه الشهادة و هذا حسب طبيعتها (كالخوم ، الأغذية ، الادوية)، و هذه الشهادة تسلم من قبل هيئات مختصة مثل الطبيب البيطري ، مخابر التحليل .

3. وسائل الدفع في التجارة الخارجية

لتسوية عمليات التجارة الخارجية تستعمل عدة أنواع من وسائل الدفع و هذا لتساهم مساهمة فعالة في إتمام و إنجاح هذه العمليات و نذكر من بينها : (1)

3-1-1. الدفع بواسطة النقود (الدفع النقدي): هي وسيلة الدفع الوحيدة التامة السيولة و هي الأكثر إستعمالا من بين الوسائل الدفع الأخرى تصدر من طرف جهة معروفة و منظمة و هي النظام البنكي .

3-1-1. الإيجابيات

- سهل الاستعمال و أكثر بساطة ؛
- حصول المصدر على كل مستحقاته فورا دون أن ينتظر مدة الأمان ؛
- يستدعى حضور كل من المستورد و المصدر عند عملية التسديد مما يستبعد عملية الغش .

3-2-2. السلبيات

- صعوبة تحويل العملة نظرا لبعده المسافة؛
- أكثر عرضة للسرقة و الضياع للاموال؛
- خطر التقلبات في أسعار الصرف.

3-2-2. الشيك : يعرف الشيك على أنه أمر كتابي غير مشروط بدفع مبلغ معين للمستفيد أو لحامل الشيك

و توجد عدة أنواع من الشيكات :

الشيك الاذني الشيك الاسمي، الشيكات المقبولة الدفع ، الشيك المصرفي ، الشيكات المسطرة ، الشيك الدائري ، الشيك ذو النسخ المتعددة ، الشيك ذو اخطار ، الشيك السياحي .

3-2-1. الإيجابيات

- وثيقة قانونية تسهل عملية الطعن ضد المستورد ؛
- إستعماله واسع في انحاء العالم ؛
- خطر عدم الدفع يمكن تجنبه من طرف المصدر بتقديم الشيك المصرفي أو الشيك المقبول الدفع .

3-2-2. السلبيات

- الخطر السياسي ؛
- أخطار مادية : الضياع السرقة ، التزوير ، إختلاف القواعد و التشريع و التطبيق حسب البلدان ؛

(1) صليحة بوسليماني ، مرجع سبق ذكره ، ص69.

3-3. الكمبيالة: الكمبيالة و هي ورقة تجارية محررة بأمر الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه لفائدة شخص ثالث يدعى المستفيد بدفع مبلغ معين بتاريخ معين.

وعليه تتضمن الكمبيالة ثلاثة أشخاص و في بعض الأحيان يكون الساحب هو نفسه المستفيد، حيث في هذه الحالة تحمل الكمبيالة عبارة: "ادفعوا لنفسي"

3-4. السند لأمر: هو سند محرر يلتزم بمقتضاه المدين (المشتري) بدفع مبلغ معين للمستفيد (البائع) في تاريخ محدد و هو قابل للتظهير التداول.

3-5. التحويل: و نجد فيه عديد من الأشكال:

3-5-1. تحويل عن طريق الرسائل: يقوم المشتري بملاً إستمارة متعلقة بمعلومات البائع مع بريد البنوك، و لكنها قليلة الاستعمال لكون التحويل يستغرق وقتاً طويلاً.

3-5-2. التحويل بالتكس: يقوم المشتري بطلب من بنكه يجعل حسابه مدينا لصالح البائع باستعمال التكس، و هي أكثر استعمالاً لقلة التكاليف و لسرعة التحويل.

3-5-3. التحويل بواسطة السويفت: هي عبارة عن شبكة إتصال دولية خاصة بين البنوك المختلفة وتعمل بالإعلام الآلي، و تتميز بسهولة الربط بين البنوك المشتركة وسرعة التنفيذ وقلّة التكاليف، وقد تم استعمالها لأول مرة في: 1973/05/03، و تكونت بفضل 239 بنك من 15 بلد، و سبب ظهورها هو العيوب و المشاكل التي تعود على وسائل الاتصال الكلاسيكية.⁽¹⁾

المطلب الثاني: التحصيل المستندي كتقنية دفع

عادة عندما تستمر علاقة تجارية بين مصدر ومستورد تصبح هناك درجة من الثقة، وهذا ما يسمح لهما إستعمال تقنية مرنة وسهلة لإتمام عمليتهما التجارية تعرف بالتحصيل المستندي.

1. مفهوم التحصيل المستندي

التحصيل المستندي هو عملية يقدم فيها المصدر لبنكه المستندات المتفق عليها مع المستورد مصحوبة أولاً بكمبيالة، موجهة للمستورد مقابل دفع هذا الأخير أو قبوله الكمبيالة .

بهذا التحصيل المستندي يضمن المصدر بأن المستورد لن يحصل على المستندات التي يحتاجها لاستلام السلعة إلا إذا دفع أو قبل الكمبيالة.⁽²⁾

فالتحصيل المستندي أمر يصدر من البائع إلى البنك الذي يتعامل معه لتحصيل مبلغ معين من المشتري مقابل تسليمه مستندات شحن البضاعة المبيعة إليه، ويتم السداد إما نقداً أو مقابل توقيع المشتري على الكمبيالة، وعلى البنك تنفيذ أمر عميله وبذل كل جهد ممكن في التحصيل، غير أنه لا يتحمل أية مسؤولية ولا يقع عليه أي إلتزام في حالة فشله في التحصيل، وعلى عميل البنك أن يعطيه المستندات الخاصة بعملية

(1) صليحة بوسليمان، المرجع نفسه، ص 71.

(2) Yves Simon, *Techniques Financières Internationales*, 5^{ème} édition, Paris, 1993, P 502.

تصدير البضاعة لمطابقتها على أمر التحصيل، إلا أنه لا توجد مسؤولية على البنك في فحص هذه المستندات أو إكتشاف التناقضات الخاصة بنوع أو كمية البضاعة، فهذا أمر تتم تسويته بين طرفي التعاقد. ويستخدم التحصيل المستندي في مجال التجارة الخارجية في الحالات التالية:⁽¹⁾

- لدى البائع ثقة في قدرة المشتري وإستعداداه للسداد.
- إستقرار الأحوال السياسية و الإقتصادية في بلد المستورد.
- عدم وجود أية قيود على الإستيراد في بلد المستورد، مثل وجود رقابة على النقد أو ضرورة إستخراج تراخيص إستيراد...إلخ.

2. أطراف عملية التحصيل المستندي

يوجد عادة خمسة أطراف في عملية التحصيل المستندي:⁽²⁾

- 1-2. **العميل**: هو الطرف الذي يعهد إلى بنك بعملية تحصيل؛
- 2-2. **البنك المرسل**: هو البنك الذي عهد إليه العميل بالتعامل بعملية التحصيل؛
- 3-2. **البنك المحصل**: هو أي بنك، غير البنك المرسل، يترتب عليه دور في عملية التحصيل؛
- 4-2. **البنك مقدم المستندات**: هو البنك الذي يقوم بتقديم المستندات إلى المسحوب عليه؛
- 5-2. **المسحوب عليه**: هو الطرف الذي تقدم إليه المستندات وفق تعليمات التحصيل .

3. الطرق المختلفة للتحصيل المستندي

إن التنفيذ النهائي للعملية المالية في التحصيل المستندي يتم وفق صيغتين:⁽³⁾

- 1-3. **المستندات مقابل الدفع**: في هذه الحالة يستطيع المستورد أو البنك الذي يمثله أن يستلم المستندات و لكن مقابل أن يقوم بالتسديد الفعلي نقدا لمبلغ البضاعة.
- 2-3. **المستندات مقابل القبول**: حسب هذه الصيغة يمكن للمستورد أن يستلم المستندات ولكن ذلك لا يتم إلا بعد قبوله الكميالة المسحوبة عليه و تسمح هذه الطريقة للمستورد بالاستفادة من مهلة التسديد .
4. **سير عملية التحصيل المستندي**: تتم عملية التحصيل المستندي وفقا للمراحل التالية:⁽⁴⁾

- يقوم الطرفان (المستورد والمصدر) بإبرام عقد تجاري، وتحدد طريقة التسديد بواسطة تحصيل مستندي
- يرسل المصدر البضاعة إلى بلد المستورد؛
- يقوم المصدر بتسليم الوثائق التي تثبت إرسال البضاعة إلى بنكه؛

(1)مدحت صادق، أدوات و تقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، مصر، 2001، ص 30 .

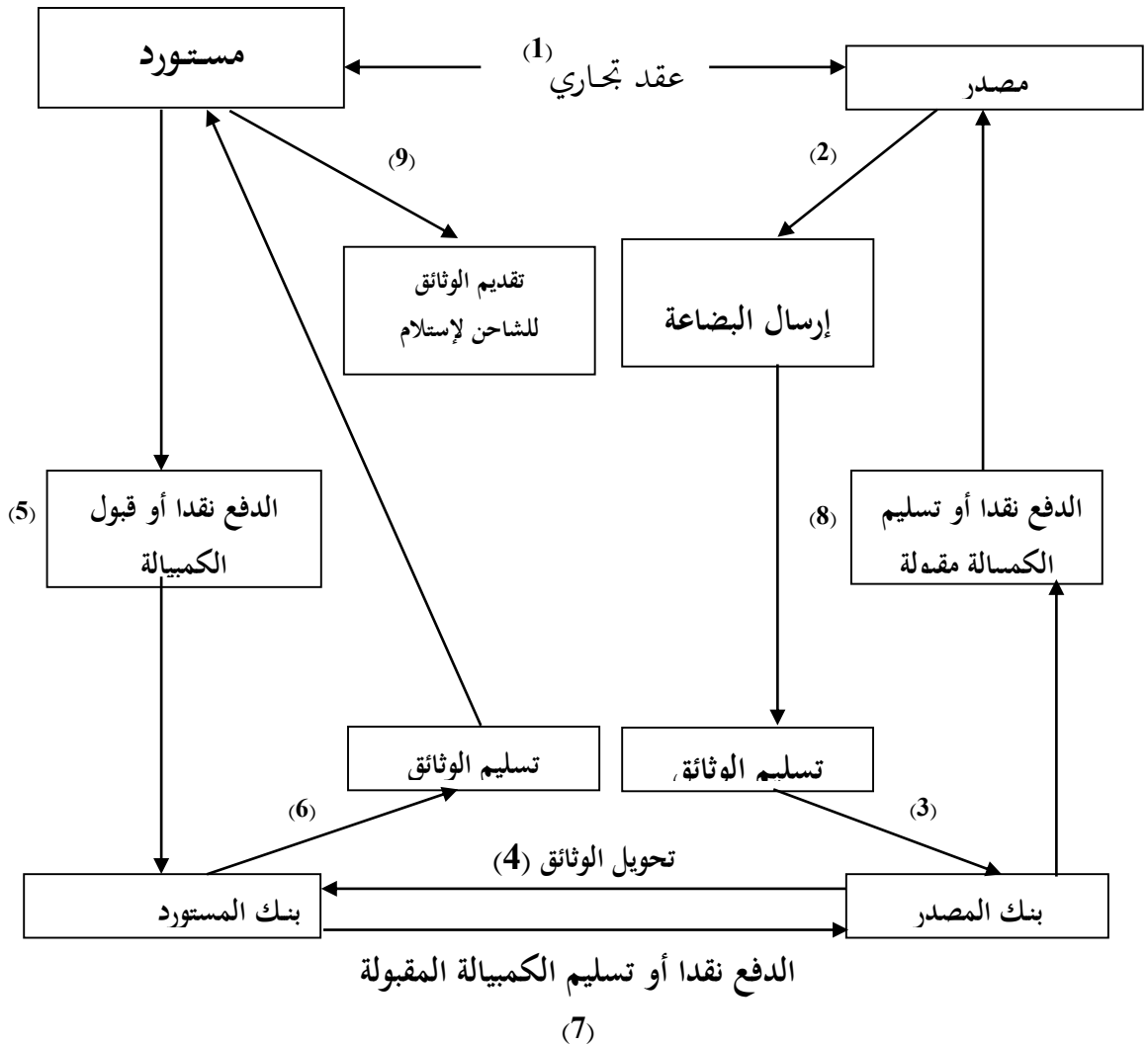
(2)خالد أمين عبد الله و آخرون، إدارة العمليات المصرفية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2006، ص 38 .

(3) خالد أمين عبد الله و آخرون، مرجع نفسه ، ص 12

(4)Philippe Guarsuault et Stephane Priami , *Les opérations bancaires à l'International* , banque – éditeur, Paris ,1999, P 108.

- يقوم بنك المصدر بتحويل هذه الوثائق إلى بنك المستورد؛
- يقوم المستورد بدفع ثمن البضاعة نقداً أو بقبول الكمبيالة المسحوبة عليه على مستوى بنكه؛
- يقوم بنك المستورد بتسليم الوثائق لعميله؛
- يستلم المستورد البضاعة بعد تقديمه الوثائق للشاحن؛
- يقوم بنك المستورد بتحويل المبلغ إلى بنك المصدر، سواء نقداً أو تحويل الكمبيالة المقبولة من طرف المستورد؛
- يقوم بنك المصدر بتحويل ثمن البضاعة إلى حساب عميله.

والشكل التالي يوضح مراحل السابقة لسير عملية التحصيل المستندي.
الشكل (1-1) : سير عملية التحصيل المستندي.



La source : Philippe Guarsuault et Stephane Priami , op-cit , P 109

5. مزايا وعيوب التحصيل المستندي

5-1. المزايا

توفر عملية التحصيل المستندي عددا من المزايا لكل من المستورد والمصدر على السواء نذكر منها :

- عملية التحصيل المستندي تتميز بالبساطة وقلة التكلفة؛
- تتيح للمشتري (المستورد) الوقت لمعاينة البضاعة المشحونة إليه بعد وصولها أو مراجعة المستندات بدقة قبل سداد ثمنها، كما أن السداد يُوجَل إلى حين وصول البضاعة؛
- تسليم المستندات للمشتري متوقف على رغبة البائع، إما بحصوله على قيمة المستندات فورا من المشتري أو إعطائه مدة للدفع مقابل توقيعه على كمبيالة وهذا يتوقف على مدى ثقة البائع في المشتري⁽¹⁾.

5-2. العيوب

غير أن هذه العملية لا تخلو من العيوب كونها لا توفر أي إلتزام من طرف البنوك لصالح أي من الطرفين، سواء بضمان الدفع لصالح المصدر أو مراقبة مطابقة الوثائق للإتفاق لصالح المستورد، بل يقتصر دور البنوك على تحويل الوثائق مقابل تحصيل ثمنها مما يؤدي إلى:⁽²⁾

- تعرض المصدر لمخاطر عدم التسديد أو عدم قبول الكمبيالة من طرف المستورد بعد إرسال البضاعة؛
 - في حالة رفض المشتري للبضاعة فإن البائع سوف يتكبد بعض الغرامات و المصاريف مثل غرامة عدم تفرغ البضاعة من السفينة أو سداد مصاريف تخزين وتأمين... إلخ؛
 - كما أنه إذا حدث تأخير في وصول البضاعة فإن البائع سيتأخر بالتالي في إستلام قيمة البضاعة:⁽³⁾
- وعليه مما سبق فإن التحصيل المستندي هو أمر من البائع لبنكه بتحصيل مبلغ من المال عند المشتري (المستورد)، مقابل تسليم مستندات الإرسال ، و يمكن إجرائها بواسطة الدفع نقدا أو بقبول السفتجة، وهذه التقنية لا تخلو من العيوب كونها لا توفر أي إلتزام من طرف البنوك لصالح أي من الطرفين، سواء بضمان الدفع لصالح المصدر أو مراقبة مطابقة الوثائق للإتفاق لصالح المستورد، بل يقتصر دور البنوك على تحويل الوثائق مقابل تحصيل ثمنها مما يؤدي إلى تعرض احد الأطراف الى اخطار عدم السداد، و هذا ما يؤدي الى اختيار تقنية من التقنيات المستعملة في عمليات التمويل التي تقدم ضمانات و تسهيلات للمصدرين و المستوردين على سواء و يعتبر التمويل عن طريق الإعتماد المستندي من أشهر التقنيات المستعملة في عمليات التمويل نظرا لما يقدمه من ضمانات و تسهيلات للمصدرين والمستوردين و هذا ما سيتم تناوله في المطلب الثالث.

المطلب الثالث: الاعتماد المستندي كتقنية دفع و تمويل

(1)مدحت صادق، مرجع سبق ذكره ، ص 34 .

(2)Bouyakoub Farouk, *L'entreprise et le Financement Bancaire*, Edition Casbah, Alger 2000, P : 263.

(3)مدحت صادق، مرجع سبق ذكره، ص 35 .

يجمع الاعتماد المستندي بين صفة الدفع و صفة القرض في آن واحد فهو يعتبر من آليات الأساسية للتمويل و القرض و المتعلقة بتمويل الواردات نظرا لما يقدمه من ضمانات للمصدرين و المستوردين على حد سواء ومنه يمكن تعريف الاعتماد المستندي على أنه:

1. مفهوم الاعتماد المستندي (1)

تعتبر الاعتمادات المستندية أفضل وسيلة مضمونة للدفع في إدارة العمليات التجارية الدولية وهناك عدة تعريف منها: "إن كلمة الاعتماد هنا يقصد بها قرض، أما المستندي يقصد بها تلك المستندات والوثائق المرتبطة بالعمليّة التجارية الممولة عن طريق هذا القرض، أما من حيث تعريف الاعتماد المستندي ذاته يمكن التمييز بين تعريفين أساسيين (للمفهوم الواحد)، وذلك من الناحية الاصطلاحية ومن الناحية التقنية".

الناحية الاصطلاحية: يقصد بالاعتماد المستندي ذلك الاعتماد الذي يفتححه البنك بناء على طلب عميله أيا كانت طريقة تنفيذه، سواء كان بقبول كمبيالة أو بالوفاء لصالح متعامل الأمر بفتح الاعتماد، وهو مضمون بحيازة المستندات الممثلة للبضاعة في الطريق أو معدة للإرسال، وبعبارة أخرى فهو اعتماد ناشئ عن وساطة بنكية (بنكين) لمتعاملين اثنين، الأول بنك المراسل الذي يتعهد بالدفع، والثاني بنك المصدر الذي يحصل قيمة الصفقة التجارية وذلك في بلدين مختلفين.

الناحية التقنية: فالاعتماد المستندي يعني: "الدفع مقابل المستندات، وهي الوسيلة الأكثر شيوعا وإستعمالا في مجال التجارة الخارجية، فهي عملية قرض من نوع الالتزام بالإمضاء، بناء على طلب المستورد (مشتري البضاعة) الذي طلب فتح اعتماد مستندي من أحد البنوك في الداخل لصالح المصدر، بعد أن يكون الطرفان قد اتفقا على شروط العقد بكل تفاصيله، مع تحديد نوع الاعتماد الذي فتحه، وبموجب هذا الالتزام يقوم البنك بدفع مبلغ معين للمصدر مقابل حيازة الوثائق المتعلقة بالسلع محل العقد، يتعهد هذا البنك بمقتضاه لطرف ثالث يسمى المستفيد (المدر) بأن يدفع أو يقبل أو يخصم قيمة الكمبيالات المصاحبة لمستندات الشحن طالما كانت تلك المستندات مطابقة لشروط هذا العقد".

2. أطراف عملية الاعتماد المستندي

يشترك عادة في تنفيذ الاعتماد المستندي أربعة أطراف هي (2) :

1-2. المستورد: وهو ذلك الشخص أو المؤسسة التي تطلب فتح الاعتماد، ويكون ذلك بموجب عقد بين المستورد والبنك فاتح الاعتماد، هذا العقد يجب أن يتضمن جميع شروط وبنود الاتفاق المبرم مع المصدر مع تعيين نوع وطبيعة الاعتماد ذاته.

(1) عبد الحق بوعتروس، الوجيز في البنوك التجارية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 2000، ص 86 .

(2) عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها، الدار الجامعية للطباعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2000، ص 248 .

2-2. البنك فاتح الاعتماد: وهو بنك المستورد الذي يقدم إليه طلب فتح الاعتماد، وبعد الدراسة والتحليل لوضعية طالب الاعتماد من قبل البنك ذاته يقرر بالموافقة أو العكس، إذا تعلق الأمر بالموافقة بفتح الاعتماد ويبلغ المستفيد مباشرة بهذا الفتح لصالحه، والذي يكون في الغالب عن طريق بنك آخر وهو بنك المراسل أو بنك المصدر.

2-3. بنك المراسل: وهو بنك المصدر، بحيث عند تلقي البنك المراسل إشعار بفتح اعتماد لصالح أحد متعامله يقوم بدوره بتبليغه للمستفيد سواء بإضافة تأكيده أو دون ذلك.

2-4. المستفيد: وهو الشخص الطبيعي أو المعنوي المستفيد من الاعتماد المفتوح لصالحه أي (المصدر) ويقوم بتنفيذ شروط العقد ضمن المدة المحددة والمقررة للاعتماد، ويقوم بتقديم المستندات الضرورية والمطابقة للعقد المبرم إلى البنك المراسل فور إتمام العملية (عملية التصدير والشحن).

3. الشروط الواجب توفرها عند فتح الاعتماد

يضع البنك عادة أنظمة وقوانين خاصة به حرصاً على مصلحه الخاصة ولضمان سلامة سير الأعمال وهذه الشروط هي⁽¹⁾:

- يجب على كل فاتح اعتماد أن يقوم بفتح حساب لدى البنك؛
- يجب توقيع فاتح الاعتماد على الشروط العامة للاعتمادات المستندية؛
- تحدد الإدارة لكل عميل سقفه حسب مركزه المالي ويتم الحصول على موافقة الإدارة؛
- توقيع المتعاملين على نموذج فتح الاعتماد وعلى كل شطب أو تعديل داخل النموذج؛
- يجري التأمين على بضاعة الاعتماد محلياً وذلك حسب التعليمات الحكومية الصادرة من وزارة الاقتصاد الوطني للتأمين على بضائع الاعتمادات محلياً بشكل إجباري.

4. أنواع الاعتمادات المستندية

هناك عدة تصنيفات للإعتمادات المستندية وذلك بناء على ما يميزها من حيث شروط العقد المتفق عليه لذلك سنركز على أهم الأنواع وأكثرها شيوعاً، وذلك على النحو التالي:

4-1. من حيث طبيعة التزام البنوك

4-1-1. الاعتماد المستندي القابل للإلغاء: الإعتماد المستندي القابل للإلغاء هو الذي يجوز للبنك المنشئ إلغاؤه أو تعديله دون أن يترتب للمستفيد أي حق ولا على البنك أي التزام نتيجة هذا الإلغاء، ولكن يلاحظ أنه لا يسري التعديل أو الإلغاء إلا من تاريخ إخطار المراسل بذلك.⁽²⁾

(1) محمد يونس، مرجع سبق ذكره، ص 16.

(2) عبد العزيز عبد الرحيم سليمان، التبادل التجاري، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2003، ص 133.

4-1-2. الاعتماد المستندي غير قابل للإلغاء و غير المعزز: يصدر الاعتماد غير قابل للإلغاء من جانب البنك فاتح الاعتماد (بنك المستورد)، يكون التبليغ بالاعتماد دون اضافة تعزيره من طرف بنك المراسل، هنا على المستفيد أن يعتمد فقط على التزام بنك فاتح الاعتماد و يعتبر المراسل بمثابة الوسيط في هذه الحالة دون أن يشكل في ذمته التزاما أو ارتباطا بدفع أو تداول المستندات، أي أن التعهد يصدر مباشرة من بنك فاتح الاعتماد إلى المستفيد. (1)

4-1-3. الاعتماد المستندي غير قابل للإلغاء و المعزز: يشترط فيه هذا النوع تدخل بنك ثان ليضمن له الوفاء بقيمة المعاملة التجارية، وكل ذلك ليزداد إطمئنانا على تحصيله لمقابل معاملته التجارية ، وبهذا يكون إستفاد من إلتزيم مستقلين : (2)

- إلتزام البنك المصدر أي البنك المستورد في الداخل ؛
- إلتزام البنك المختار أي البنك المصدر في الخارج.

4-2. من حيث كيفية تنفيذ الاعتماد

4-2-1. الاعتماد المستندي المنفذ لدى الاطلاع أو بالنظر: هو ذلك الاعتماد الذي يمكن للمستفيد من خلاله الحصول على قيمة الصفقة من بنكه فور التقدم إليه و إظهاره للوثائق و التحقق من سلامتها، بعد ذلك يقوم البنك بتحويل المبلغ بمجرد استلامه للمستندات و الوثائق الواردة إليه. (3)

4-2-2. اعتماد مستندي محقق بالتفاوض: هذا النوع من الاعتماد يعرف أحيانا بالاعتماد المستندي القابل للخصم، بحيث يتعهد البائع مع البنك بخصم الكمبيالة التي يسحبها من المشتري وفق شروط معينة ، و بما أنه شكل من أشكال القروض يتم بمقتضاه شراء بنك معين مستندات صفقة معينة مصحوبة بكمبيالة (مسحوبة من أحد الأطراف التالية :المشتري، بنك المستورد، بنك المصدر (من المستفيد مع خصم نفقات تلك العملية، و ألا تسدد عمولات التفاوض بشأن الكمبيالة إلى غاية التسديد الفعلي لها عن طرق البنك المصدر. (4)

هناك أنواع أخرى للاعتمادات المستندية مرتبطة بطبيعة الاعتماد و حسب ما هو منصوص عليه في شروط العقد ذاته، سواء من حيث المدة، طرق التنفيذ و تفاصيلها الدقيقة في نفس الوقت، يمكن ذكر منها ما يلي:

الاعتماد المستندي القابل للتحويل: هو الاعتماد المستندي غير قابل للإلغاء الذي يقبل فيه البنك المبلغ للاعتماد (بنك المستورد) السماح للمستفيد بتحويل الاعتماد لمستفيد آخر فهو يصدر بناء على طلب المستورد،

(1) صلاح الدين حسن السيسي، قضايا مصرفية، الائتمان المصرفي، الضمانات، الاعتمادات المستندية، الطبعة الأولى، دار الفكر العربي، مصر، 2004، ص 210.

(2) عبد الحق بوعتروس، مرجع سبق ذكره ، ص 91.

(3) المرجع نفسه ، ص 93.

(4) المرجع نفسه ، ص 93-94.

و يجب النص صراحة في الاعتماد بعبارة " قابل للتحويل " و لا يحق تحويله إلا مرة واحدة فقط أي لا يجوز للمستفيد الثاني تحويله إلى مستفيد ثالث.

يتم تحويل الإيعتماد أو جزء منه بنفس الشروط الأساسية ألا أنه يحق للمستفيد الذي يحول الإيعتماد أن يعدل في ما يلي:

- إيتبدال إسم فاتح الإيعتماد باسمه و ذلك يضمن عدم معرفة فاتح لإيعتماد الأصلي المصدرين الفعليين؛
- تخفيض قيمة الإيعتماد و سعر الوحدة مما يتيح للمستفيد الأول تحقيق ربحه؛
- تقليص مدة سريان الإيعتماد بحيث يتمكن المستفيد الأول من تقديم المستندات التي يستلمها البنك لصالحه من المستفيد الثاني ضمن مدة الإيعتماد الأصلية⁽¹⁾.

الإيعتماد المستندي القابل للتجزئة: و هي الإيعتمادات التي يسمح فيها للمصدر بالشحن المجزأ للبضاعة حيث يتم شحنها على عدة دفعات خلال مدة صلاحية الإيعتماد و حسب الشروط الواردة فيه.⁽²⁾

اعتماد الدفعات المقدمة: و هو الإيعتماد الذي يدفع فيه فاتح الإيعتماد مبالغ معينة للمستفيد قبل تقديمه للمستندات، بحيث تخصم هذه المبالغ فيما بعد من قيمة المستندات عند تقديمها للدفع، و غالباً ما تكون شروط التسليف المدفوع مقدماً مقابل تقديم كفالة بنكية تضمن إعادة السلفة في حالة عدم الإلتزام بشروط الإيعتماد.⁽³⁾

الإيعتماد المستندي المنفذ عن طريق الإرسال المسبق: إن هذا النوع من الإيعتماد يقتضي إرسال المصدر لمستندات البضاعة محل الإيعتماد إلى المستورد قبل أن يياشر هذا الأخير إجراءات فتح الإيعتماد المستندي لصالح البائع، يلجأ المستورد إلى هذه الآلية عندما يحتاج لبضاعته في أقرب الآجال، بحيث لو بدأ بإجراءات فتح الإيعتماد لتأثر نشاطه.⁽⁴⁾

5. الخطوات الضرورية لفتح وتنفيذ الإيعتماد المستندي ومراحلها

5-1. الخطوات الضرورية لفتح وتنفيذ الإيعتماد المستندي

تبدأ حلقة الإيعتماد المستندي من الطلب الذي يتقدم به المشتري لفتح الإيعتماد وتغلق تلك الحلقة باستلام المشتري بضاعة ودفع القيمة للبنك، يمكن تلخيص الخطوات المتبعة لفتح إيعتماد من خلال الشكل التالي:

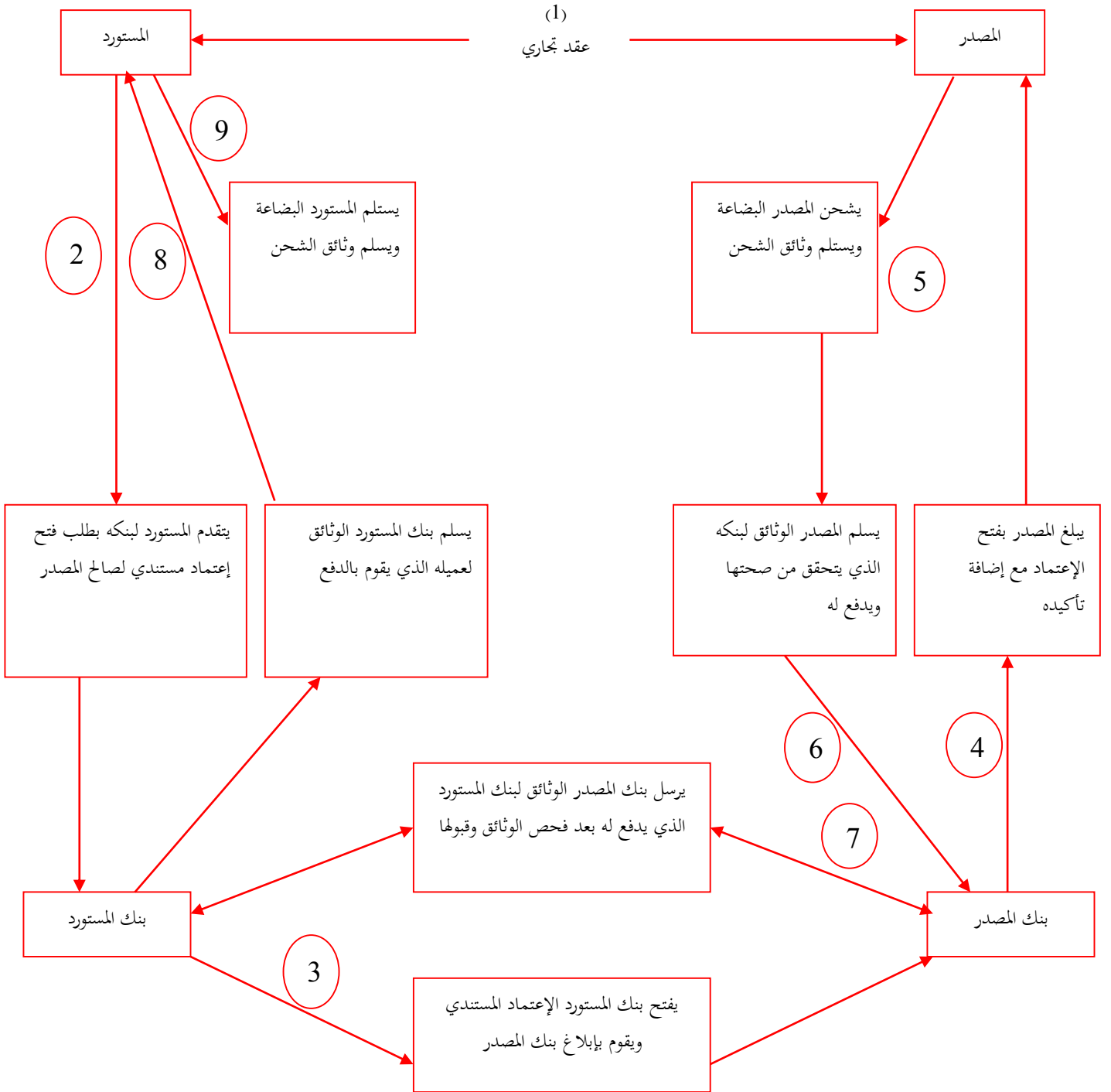
(1) عبد الحق بوعتروس، مرجع سبق ذكره، ص 94 .

(2) خالد أمين عبد الله و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 281 .

(3) مرجع نفسه، ص 282.

(4) عبد الحق بوعتروس، مرجع سبق ذكره، ص 96.

الشكل (1-2) سير عملية الاعتماد المستندي



Source : Philippe Guarsuault et Stephane Priami : op-cit, P 115.

إن عملية فتح وتنفيذ اعتماد مستندي يمر بالخطوات التالية:

- **المرحلة الأولى:** بعد عقد الصفقة التجارية يتقدم المستورد إلى بنكه بطلب فتح اعتماد مستندي لصالح المصدر في الخارج، واضعا تحت تصرفه كافة الشروط المتفق عليها بشأن الصفقة محل العقد؛
- **المرحلة الثانية:** بعد الموافقة على فتح الاعتماد المستندي، يقوم البنك الأمر بإشعار بنك المصدر في الخارج بأنه قد تم فتح اعتماد لصالح المصدر؛
- **المرحلة الثالثة:** فور ذلك يقوم البنك المشعر بإبلاغ المستفيد بعملية الفتح من قبل متعامله في الخارج، كما يبين له ما إذا قام بتعزيز الاعتماد أم لا؟
- **المرحلة الرابعة:** يتأكد المستفيد بعد ذلك من صحة مضمون العقد المتفق بشأنه؛
- **المرحلة الخامسة:** يقوم المستفيد بإرسال وشحن البضاعة حسب وسيلة النقل المتفق عليها وفي الموعد المحدد عند عقد الصفقة، وفي الوقت ذاته يسلم كل الوثائق والمستندات المتعلقة بالبضاعة إلى البنك المشعر الذي يقوم بالتحقق منها ومن مدى مطابقتها للشروط المتفق عليها، بعدها يقوم بتحويل تلك الوثائق إلى البنك الأمر، والدفع للمستفيد حسب ما نصت عليه اتفاقية العقد؛
- **المرحلة السادسة:** بعد استلام الوثائق والمستندات المتعلقة بالبضاعة محل الصفقة من قبل البنك الأمر يقوم بتسليمها للمستورد بعد التأكد منها طبعاً، وتحويل مبلغ الصفقة إلى البنك المراسل؛
- **المرحلة السابعة:** بعد حصول المستورد على الوثائق التي تم تدقيقها من قبل البنكين يتجه إلى المكان المتفق عليه عند إبرام العقد لاستلام بضاعته والتي يفترض أن تكون مطابقة لما تم الاتفاق عليه. (1)

المطلب الرابع : تقنيات أخرى قصيرة الاجل لتمويل التجارة الخارجية

1. خصم الكمبيالة المستندية : تتضمن الكمبيالة أمراً صادراً من شخص يسمي الساحب إلى شخص آخر يسمي المسحوب عليه بأن يدفع مبلغاً معيناً من النقود في تاريخ معين أو بمجرد الاطلاع لاذن شخص ثالث و هو المستفيد أو لحامل هذا الصك و يمكن لهذا البائع بخصمها لدى البنك .

خصم الكمبيالة المستندية هي إمكانية متاحة للمصدر كي يقوم بتعبئة الكمبيالة التي تم سحبها على المستورد، و اذا كان الامر في تحصيل مستندي يتمثل في التكليف الذي يحصل عليه بنك المصدر في تحصيل دين المصدر على المستورد، فانه في حالة خصم الكمبيالات المستندية يطلب المصدر من بنكه ان يخصم له هذه الورقة، أي يقوم بدفع قيمتها له و يحل محله في الدائنة الى غاية تاريخ الاستحقاق ، تجدر لاشارة الى ان هذا النوع من القرض لا يخلو من مخاطر مثل القروض العادية ، و أهم هذه المخاطر ما يرتبط بالوضع المالي للمستورد و مدى قدرته على التسديد ،حينما يقبل بنك المصدر الخصم الكمبيالة المستندية لفائدة زابونه فهو يتفادي تماما مثل هذه المخاطر ،ولا تعتبر المستندات ضمانا كليا لتحاشي هذه المخاطر الا في حالة الصيغة التي ذكرناها سابقا و هي

(1)مدحت صادق، مرجع سبق ذكره، ص25

السندات مقابل الدفع، لان السندات و مهما كانت قيمتها القانونية في اثبات الحق المصدر الا انها لا ترقى لكي تكون نقود كاملة (1)

وتتمثل أنواع الكمبيالات المستخدمة في هذا السياق فيمايلي: (2)

1-1. الكمبيالة المستحقة في تاريخ معين : ويتميز هذا النوع من الكمبيالات بأنه يشترط سداد القيمة المستحقة بموجبه ، خلال فترة معينة بعد تاريخ ثابت وظاهر على المستند ،وتتراوح الفترة بين 30 أو 60 أو 90 يوما،ولذا يمكن القول أن هذا النوع من الكمبيالات يمتاز بثبات كبير في مواعيد الإستحقاق.

1-2. الكمبيالة المستحقة بمجرد الإطلاع : وتتم هذه الكمبيالات باستحقاقها للدفع فورا عند الإطلاع عليها،ويعني الإطلاع هنا إن يكون المشتري (المستورد) قد إطلع عليها وقبلها،وهناك نوع آخر منها يسمى المستحقة بعد الإطلاع، وهذا يعني أن المشتري يدفع قيمتها بعد فترة تتراوح بين 30 أو 60 أو 90 يوما من تاريخ الإطلاع عليها وقبولها حيث يكون بذلك قد قبل الإلتزام بالدفع في أحد هذه التواريخ.

1-3. الكمبيالة المستحقة عند وصول البضاعة: ويرتبط هذا النوع من الكمبيالات بمواعيد وصول البضاعة موضوع التبادل التجاري إلى المستورد،وحيث أن مواعيد وصول البضائع من الصعب تحديده على وجه الدقة،فإنه بالتالي لا يمكن وضع تاريخ محدد لإستحقاق هذا النوع من الكمبيالات ،ولذا فهي لا تستخدم إلا في النادر، بل وتعتبر من وجهة نظر بعض الدول غير قانونية.

إن خصم الكمبيالة المستندية إمكانية متاحة للمصدر، كي يقوم بتعبئة الكمبيالة التي تم سحبها على المستورد،وإذا كان الأمر في التحصيل المستندي يتمثل في التكاليف الذي يحصل عليه بنك المصدر في تحصيل دين المصدر على المستورد،فإنه في حالة خصم الكمبيالات المستندية يطلب المصدر من بنكه أن يخصم له هذه الورقة ، أي يقوم بدفع قيمتها له ويحل محله في الدائنية إلى غاية تاريخ الإستحقاق،وتجدر الإشارة إلى أن هذا النوع من القرض لا يخلو من مخاطر مثل القروض العادية.

2. قروض التعبئة الحقوق الناشئة في الخارج: يقترن هذا النوع من التمويل بالخروج الفعلي لبضاعة من المكان الجمركي لبلد المصدر،وتسمى بالقروض الخاصة بتعبئة الديون لكونها قابلة للخصم لدى البنك،ويخص هذا النوع من التمويل الصادرات التي يمنح فيها المصدرون زبائنهم أجلا للتسديد لا يزيد عن 18 شهرا كحد أقصى، وأكثر الأنظمة إرتباطا بهذا النوع من التمويل هو النظام الفرنسي،ويشترط البنك عادة تقديم بعض المعلومات قبل الشروع في إبرام أي عقد خاص بهذا النوع من التمويل وتنفيذه، وهذه المعلومات هي على وجه الخصوص:

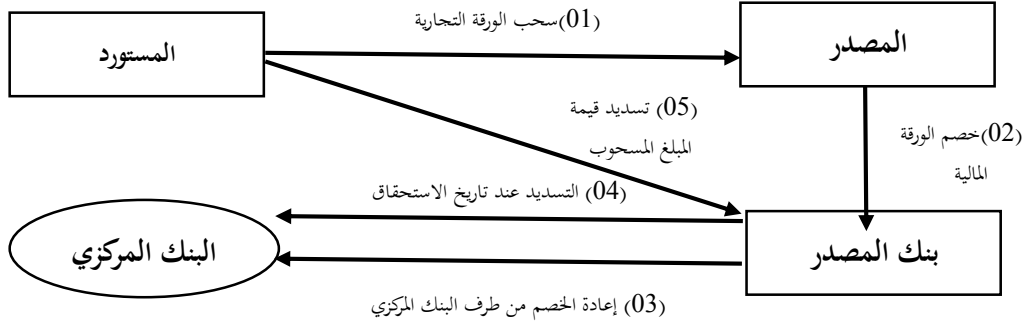
- مبلغ الدين .
- طبيعة ونوع البضاعة المصدرة .

(1)الطاهر لطرش،تقنيات البنوك، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007 ، ص 120-121.

(2)طلعت أسعد عبد الحميد ، الإدارة الفعالة لخدمات البنوك الشاملة ،مكتبة الشقري ، جدة ، السعودية ، 1998 ، ص 191-192.

- اسم المشتري الأجنبي وبلده.
- تاريخ التسليم وكذلك تاريخ المرور بالجمارك.
- تاريخ التسوية المالية للعملية.

الشكل رقم (1-3) : يبين قروض تعبئة حقوق الناشئة في الخارج



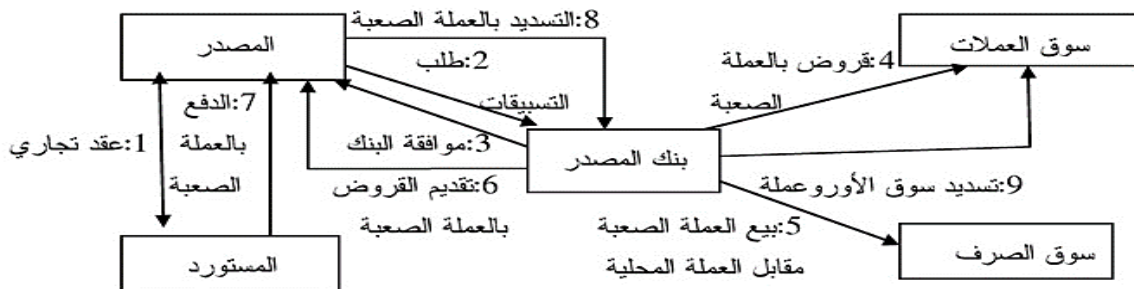
Source : sylvie Graumam-yettou, *Commerce international-guide pratique*, LITEC ,5éme édition, Paris, 2002, p :282.

3. التسيقات بالعملة الصعبة

يقوم بنك المصدر بطلب من المصدر ان يقدم له تسيقات بالعملة الصعبة بضمان تلك السلع و الخدمات التي تمت فعلا و فقا للوثائق المقدمة، ثم تحويلها الى العملة المحلية، و تكون مدة التسيق موافقة لمدة دين المورد الذي قدمه المصدر له، و عند التسديد فانه يتم بالعملة الصعبة، فهو بذلك يتحمل خطر الصرف، و فرق الصرف ان وجد، ، كما يدفع فوائد التسيق للبنك عند تسديد الأصل (1)

و الشكل التالي يبين سير تقنية التسيقات بالعملة الصعبة

الشكل رقم (1-4) سير عملية التسيقات بالعملة الصعبة



Source : Sylvie Graumam-yettou, op cit, p :286.

(1) الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص ص 113-115.

3-1. إيجابيات التسيقات بالعملة الصعبة

- سهولة الحصول عليها ؛
- طريقة استعمالها بسيطة؛
- نفقاتها منخفضة عن النفقات قروض تعبئة الحقوق الناشئة في الخارج ؛
- وسيلة تغطية خطر سعر الصرف عندما يكون القرض المحرر بنفس عملة الحقوق .

3-2. سلبيات التسيقات بالعملة الصعبة

إمكانية التعرض لخطر سعر الصرف عندما تكون القروض المحررة مختلف عن عملة الحقوق .

4. عملية تحويل الفاتورة الدولية

تحويل الفاتورة هي آلية تقوم بواسطتها مؤسسة متخصصة - تكون في غالب الأمر مؤسسة قرض - بشراء الديون التي يملكها المصدر على الزبون الأجنبي ، حيث تقوم هذه المؤسسة بتحصيل الدين وضمان حسن القيام بذلك ، وبهذا فهي تحل محل المصدر في الدائنية وتبعا لذلك فهي تتحمل كل الأخطار الناجمة عن احتمالات عدم التسديد، ولكن مقابل ذلك فإنها تحصل على عمولة مرتفعة نسبيا قد تصل إلى 4 % من رقم الأعمال الناتج عن عملية التصدير.

وعملية تحويل الفاتورة هي عبارة عن ميكانيزم للتمويل قصير الأجل بإعتبار أن المصدرين يحصلون على مبلغ الصفقة مسبقا من طرف المؤسسات المتخصصة التي تقوم بهذا النوع من العمليات قبل حلول أجل التسديد الذي لا يتعدى عدة أشهر (1) .

4-1. أطراف عملية تحويل الفاتورة (2)

تتطلب عملية تحويل الفاتورة وجود ثلاثة أطراف تنشأ فيما بينها علاقة تجارية :

الطرف الأول : وهو التاجر أو الصانع أو الموزع ، وهو الطرف الذي يكون في حوزته الفاتورة التي تشتريها المؤسسات المالية المتخصصة في هذا النشاط، أو أحد البنوك التجارية التي تتوفر لديها هذه الخدمة المصرفية.

الطرف الثاني : وهو العميل ويقصد به الطرف المدين للطرف الأول.

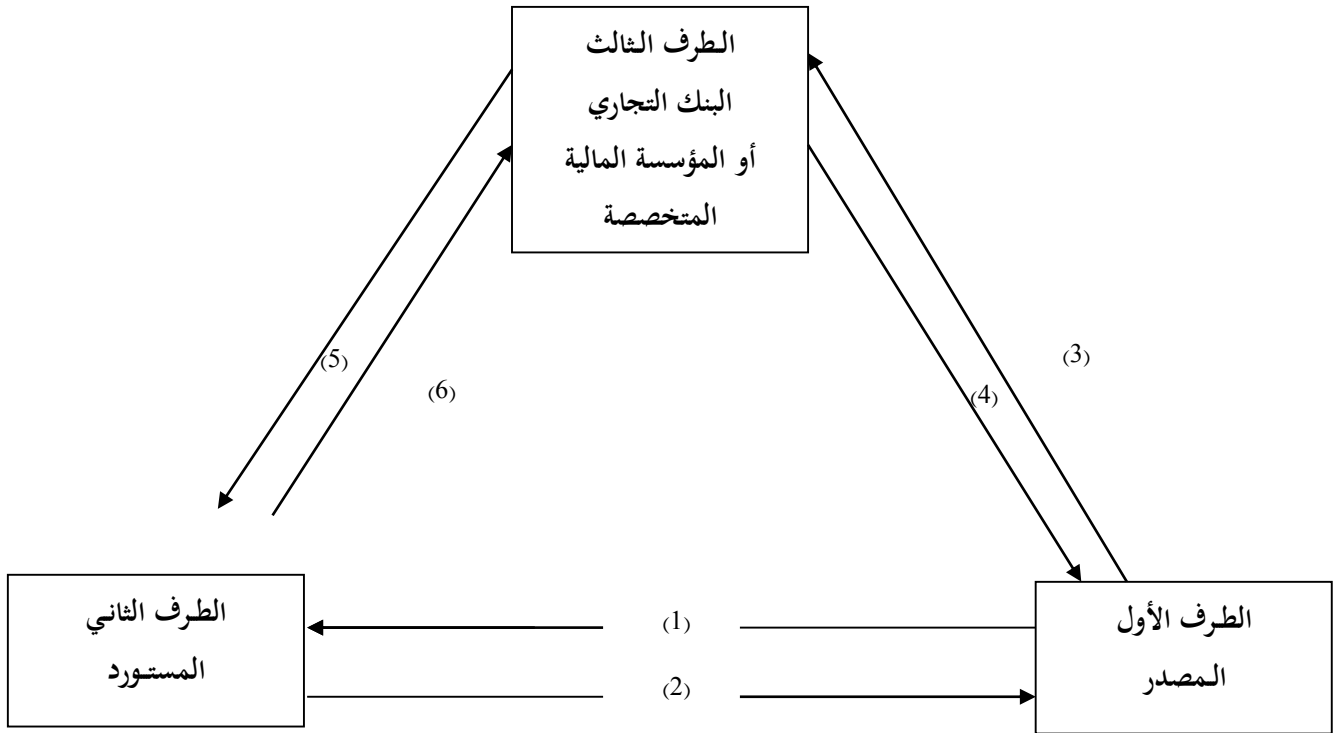
الطرف الثالث : وهو المؤسسات المالية المتخصصة في هذا النشاط أو أحد البنوك التجارية التي تتوفر لديها هذه الخدمة والتي يعهد إليها بهذا النشاط.

و الشكل التالي يوضح آلية سير عملية تحويل الفاتورة الدولية

(1)الظاهر لطرش،مرجع سبق ذكره ، ص 115

(2)مدحت صادق ، مرجع سبق ذكره ، ص 44-45

الشكل رقم (1-5) : سير عملية تحويل الفاتورة الدولية



المصدر: مدحت صادق ، مرجع سابق، ص 46.

2-4. إيجابيات و سلبيات عملية تحويل الفاتورة :

إيجابيات :

- ان تحويل الفاتورة يسمح للمؤسسات من تحسين خزيرتها ووضعيتها المالية و ذلك بالتحصيل الايني لدين لم يحن اجل التسديد بعد،
- تستطيع المؤسسات المصدرة بهذا التحصيل من تحسين هيكلتها المالية وذلك بتحويل دوين آجلة إلى سيولة جاهزة ؛
- تخفيف العبئ الملقي على المؤسسة فيما يخص التسيير المالي و المحاسبي و المالي و الإداري لبعض الملفات المرتبطة بالزبائن و ذلك بان تعهد بهذا التسيير الى الجهة أخرى هي المؤسسات المتخصصة في هذا النوع من العمليات . (1)

سلبيات :تغير التكلفة من حالة الى اخري،بالإضافة انها مرتفعة تؤثر على الزبون .

(1)الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره ، ص 116.

في بعض الحالات يكون التمويل العاجل لعمليات التجارة الخارجية صعب التحقيق، مما يحتم اللجوء إلى أساليب تمويل متوسطة وطويلة الأجل مناسبة لهذه الصفقات، وهناك العديد من التقنيات التي تستعمل في هذا المجال والهدف منها هو توفير وسائل التمويل الضرورية التي تسمح بتسهيل وتطور التجارة الخارجية، وسوف نحاول التعرف في هذا المبحث على أهم التقنيات المستعملة في التمويل متوسط وطويل الأجل.

المبحث الثالث: تقنيات التمويل متوسطة و طويلة الاجل

ينصب التمويل المتوسط و الطويل الأجل للتجارة الخارجية على تمويل تلك العمليات التي تفوق في العادة ثمانية عشر شهراً، فالهدف منه هو توفير الوسائل الضرورية لتسهيل وتطوير التجارة الخارجية و تنويعها حسب الظروف السائدة و طبيعة العمليات المراد تمويلها من طرف الأنظمة البنكية، بحيث يمكننا تصنيف مختلف وسائل التدخل البنكي في هذا المجال أربعة أدوات: قرض المشتري، قرض المورد، التمويل الجزائي، الائتمان التجاري الدولي.

المطلب الأول : قرض المورد

إن هذا القرض برز بشكل جلي في ظروف المنافسة الدولية بين المتعاملين الإقتصاديين، الذين يريدون كسب أسواق جديدة أو الحفاظ على أسواقهم وذلك بلجوئهم إلى تقديم خدمات معينة ممثلة في تسهيلات عملية تسديد قيمة الصفقة التجارية، من اجل ربح أكبر عدد من المتعاملين (الأسواق).

1. تعريف قرض المورد

هو قرض يمنح للمورد المحلي الذي منح للمستورد الأجنبي آجال للتسديد، حيث يتمكن المورد من تحصيل المبالغ التي يدين له بها المستورد الأجنبي عند تسليم البضاعة (جزئياً أو كلياً) ، فالبنك إذن يمنح القرض للمورد الوطني، ومن هنا أتت تسمية قرض المورد. (1)

وعليه فقرض المورد هو آلية أخرى من آليات تمويل التجارة الخارجية على المدى المتوسط و طويل، من خلال قيام البنك بمنح قرض للمصدر لتمويل صادراته، ولكن هذا القرض هو ناشئ بالأساس عن مهلة للتسديد يمنحها المصدر لفائدة المستورد، وبمعنى آخر عندما يمنح المصدر لصالح زبونه الأجنبي مهلة للتسديد يلجأ إلى البنك للتفاوض حول إمكانية قيام هذا الأخير بمنحه قرضاً لتمويل هذه الصادرات، ولذلك يبدو قرض المورد على أنه شراء لديون من طرف البنك على المدى المتوسط و تصل مدة هذا القرض إلى (07) سنوات في حالة المدى المتوسط ، و(10) سنوات في حالة المدى الطويل ، ويتم ضمان هذا النوع من القروض من طرف هيئات متخصصة مثل (COFACE) في فرنسا و (HERMES) في ألمانيا ، و (SACCE) في إيطاليا (2).

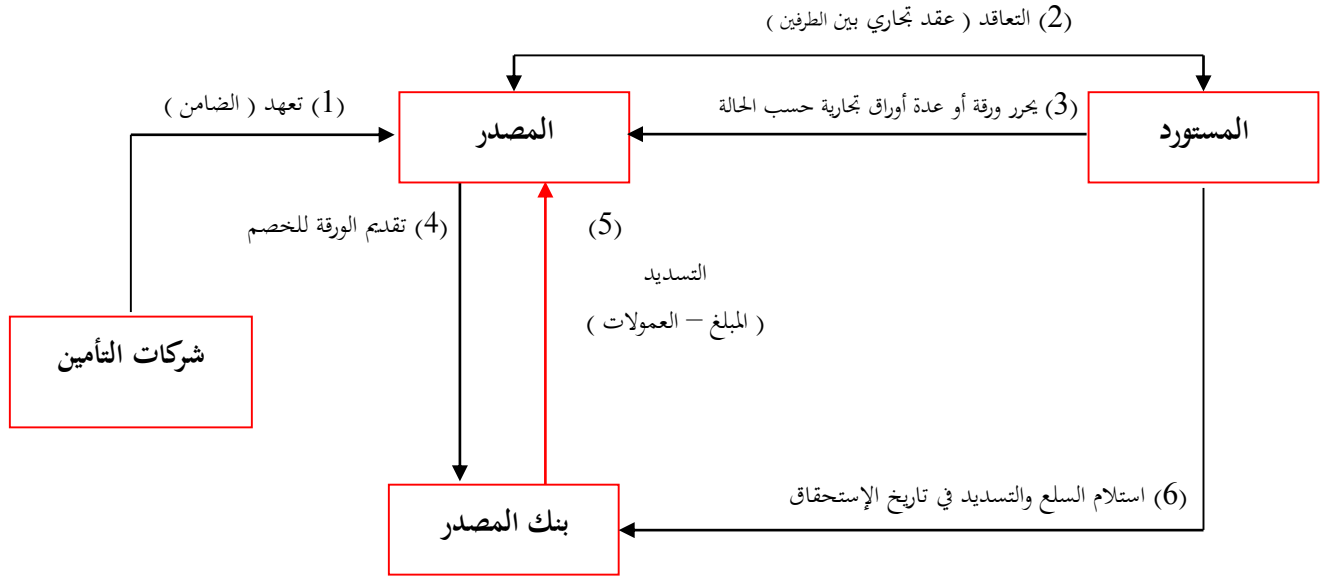
(1)Philippe Guarsault et Stephane Priami : op-cit, P 199

(2)الطاهر لطرش ، مرجع سبق ذكره ، ص 124.

2. ميكانيزم عملية قرض المورد

يمكن توضيح سير عملية قرض المورد بمن خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (1-6): سير عملية قرض المورد



Source : Henri Suberge et Pierre Maurer : *Financement et assurance des credits a l'exportation* , édition Droz , Paris , 1985,P103.

3. خصائصه (1)

- ✓ قرض المورد يتطلب إبرام عقد واحد ، يتضمن بالإضافة إلى الجانب التجاري للصفقة شروط وطرق تمويلها ، وهذا يعني أنه يتضمن عقدا ماليا أيضا؛
- ✓ يمنح قرض المورد إلى المصدر الذي منح مدة تسديد للمستورد.

3-1-1. مزايا وعيوب قرض المورد⁽²⁾

3-1-1. المزايا

- ✓ يتم قرض المورد بإصدار وثيقة واحدة وبذلك يكسب الوقت؛
- ✓ يتمتع المورد بحرية التصرف بما أنه الشخص الوحيد الذي يفاوض المستورد.

3-1-2. العيوب

- ✓ يتحمل المستورد تكاليف التأمين و التحويل؛
- ✓ يواجه المورد مخاطر أهمها مخاطر عدم التسديد من طرف المستورد؛

(1)الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص125.

(2)Guy Omar André : *Commerce international*, Edition Dalloz,Paris , 1992, P 165

✓ لا يمكن للمستورد فصل شروط التمويل عن شروط العقد التجاري، حيث أن الكثير من المستوردين يعطون أهمية أكبر لشروط التمويل مقارنة بعناصر العملية الأخرى

المطلب الثاني: قرض المشتري

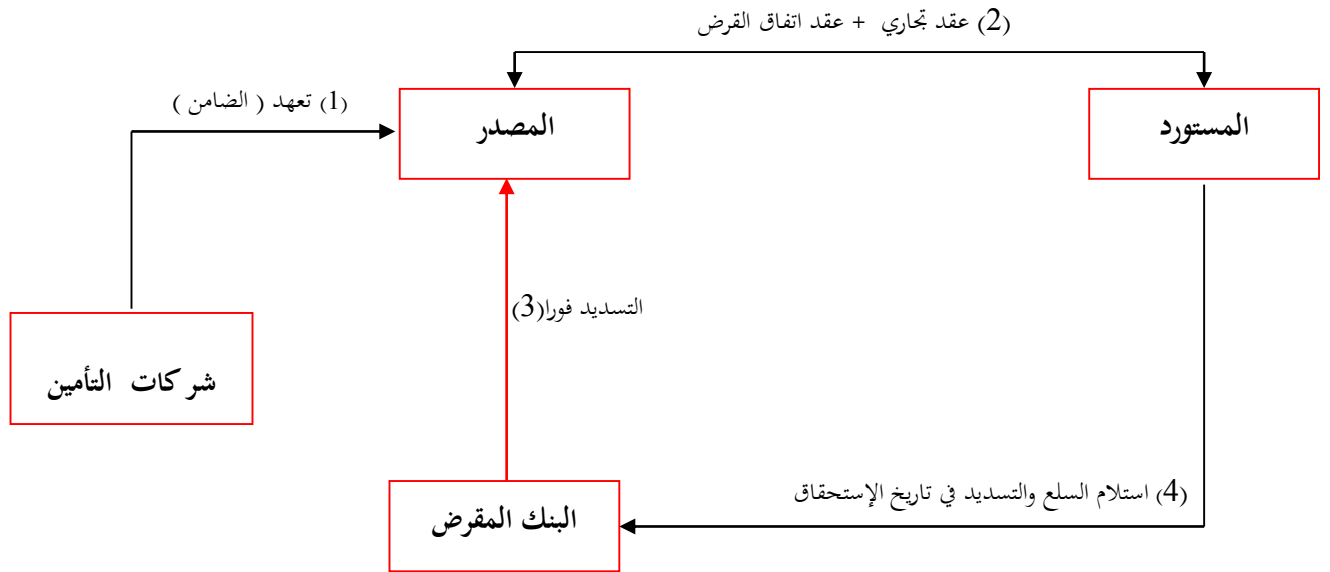
1. تعريف قرض المشتري :

هو عبارة عن آلية يقوم بموجبها بنك معين أو مجموعة من بنوك بلد المصدر ، بحيث يستعمله هذا الأخير لتسديد مبلغ الصفقة نقدا للمصدر ، ويمنح قرض المشتري لفترة تتجاوز (18) شهراً ويلعب المصدر دور الوسيط في المفاوضات ما بين المستورد والبنوك المعنية بغرض إتمام عملية القرض هذه ، فكلا الطرفين سيستفيدان من هذا النوع من القروض حيث يستفيد المستورد من تسهيلات مالية نسبياً مع استلامه الآني للبضاعة ، كما يستفيد المصدر من تدخل هذه البنوك وذلك بحصوله على التسديد الفوري من طرف المستورد لمبلغ الصفقة (1).

2. ميكانيزم عملية قرض المشتري

يمكن توضيح سير عملية قرض المشتري بواسطة الشكل التالي:

الشكل (1-7) : سير عملية قرض المشتري



المصدر: عبد الحق بوعتروس، مرجع سبق ذكره ، ص 85 .

3. خصائصه

يتم هذا النوع من القروض بإمضاء عقدين مستقلين: (2)

1-3. العقد التجاري

(1) الطاهر لطرش ، مرجع سبق ذكره، ص 123.

(2) Yves Simon, op-cit, P 502.

يبين فيه نوعية السلع ومبالغها وشروط تنفيذ الصفقة ، فهو يحدد شروط البائع وإجراءات الدفع الفوري للبائع من طرف المشتري .

3-2. عقد القرض

يبين فيه شروط إتمام القرض وإنجازه مثل فترة القرض وطريقة استرداده ومعدلات الفائدة المطبقة ، فهو يسمح للبنوك بوضع في الوقت اللازم وتحت بعض الشروط المبالغ الضرورية حسب إلتزامات المشتري بالدفع تحت تصرف هذا الأخير .

3-2. مزايا وعيوب قرض المشتري⁽¹⁾

3-2-1. المزايا

✓ مدة التفاوض لموافقة العقدين طويلة مقارنة بقرض المورد.

✓ يتحصل المورد على المبلغ نقدا وفقا للشروط المتفق عليها في العقد ، وبذلك فهو معفى من خاطر القرض لأن خطر عدم الدفع يتحمله البنك المقرض .

3-2-2. عيوب

✓ خطر عدم قبول المشتري للسلعة يتحمله البائع .

المطلب الثالث : التمويل الجزائي

تعتبر هذه التقنية أداة من أدوات تمويل التجارة الخارجية ، وتتضمن بيع سندات أو كمبيالات من أجل الحصول على تمويل نقدي فوري ، وتنشأ هذه الإلتزامات المالية نتيجة قيام أحد المصدرين ببيع سلع إلى مستورد في بلد آخر ، ورغبة من المصدر في الحصول على تمويل مقابل سندات الدين التي في حوزته ، فإنه يقوم ببيعها إلى أحد البنوك أو مؤسسات التمويل المتخصصة دون حق الرجوع من البائع ، ويتم هذا البيع بأن يسلم المصدر السندات أو الكمبيالات المباعة والتي تستحق عادة خلال فترة زمنية تمتد إلى (05) سنوات من تاريخ الصفقة إلى مشتري الدين مقابل الحصول على قيمتها فوراً⁽²⁾ .

من خلال هذا التعريف نلاحظ أن التمويل الجزائي يظهر خاصيتين أساسيتين :

الأولى : وتتمثل في أن هذه القروض تمنح لتمويل عمليات الصادرات ولكن لفترات متوسطة.

الثانية : أن مشتري هذا النوع من الديون يفقد كل حق في متابعة المصدر أو الأشخاص الذين قاموا بالتوقيع على هذه الورقة (أي ممتلكو هذا الدين) وهذا مهما كان السبب⁽³⁾ .

(1) Guy Omar André , op-cit, P 167.

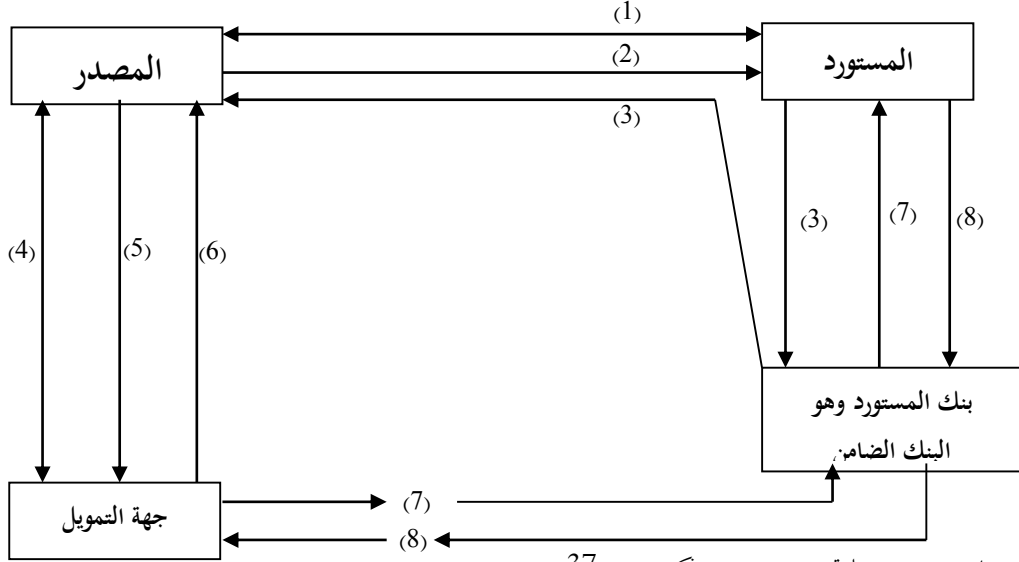
(2) مدحت صادق مرجع سبق ذكره، ص 35.

(3) الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره ، ص 126

❖ ميكانيزم عملية التمويل الجزائي

سيتم اوضحها من خلال الشكل التالي:

الشكل (1-8): سير عملية التمويل الجزائي .



المصدر: مدحت صادق ، مرجع سبق ذكره ، ص 37.

(1) عقد بيع السلعة الرأسمالية بين المصدر والمستورد.

(2) تسليم السلعة المباعة للمستورد.

(3) تسليم السندات الإذنية للمصدر.

(4) عقد التمويل الجزائي بين المصدر وجهة التمويل.

(5) تسليم السندات الإذنية لجهة التمويل.

(6) سداد قيمة للمصدر ناقص نسبة الخصم.

(7) تقديم السندات الإذنية لبنك المصدر لتحصيلها عند الإستحقاق.

(8) سداد قيمة السندات في تواريخ الإستحقاق .

إن التمويل الجزائي يتيح للمصدر التمتع بعدد كبير من المزايا يمكن أن نذكر أهمها فيما يلي: (1)

✓ إن المبيعات الآجلة التي قام بها المصدر يستطيع أن يحصل على قيمتها نقدا.

✓ إن الحصول على هذه القيمة نقدا يسمح للمصدر بتغذية خزينته وتحسين وضعيته المالية.

✓ تسمح للمصدر أيضا بإعادة هيكلته ميزانيته وذلك بتقليص رصيد الزبائن مقابل زيادة رصيد السيولة

الجاهزة .

✓ التخلص من التسيير "الشائك" لملف الزبائن، حيث يتعهد بهذا التسيير البنك الذي قام بشراء الدين.

(1) الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص 126.

- ✓ تجنب التعرض للأخطار المحتملة التجارية والمالية ، والمرتبطة بطبيعة العمليات التجارية .
- ✓ تجنب احتمالات التعرض إلى أخطار الصرف الناجمة عن تغيرات أسعار الصرف بين تاريخ تنفيذ الصفقة التجارية وتاريخ التسوية المالية.

المطلب الرابع : قرض الإيجار الدولي

هو عبارة عن آلية للتمويل متوسط الأجل للتجارة الخارجية ، ويتمثل مضمون هذه العملية في بيع مصدر في دولة ما بعض المعدات التي ينتجها لشركة تأجير في نفس الدولة ، وقامت هذه الأخيرة بتأجير هذه المعدات إلى مستأجر أجنبي في دولة أخرى ، غير أنها تظل مملوكة لشركة التأجير طوال مدة عقد الإيجار ، وفي معظم الأحوال يقوم المستأجر بشراء المعدات المؤجرة بسعر منخفض في نهاية فترة التأجير ، وبهذا تعتبر عملية التأجير هذه كأنها تصدير معدات استغرقت سداد قيمتها مدة عقد الإيجار ، ويحدث التأجير التمويلي عبر الحدود في حالة السلع الرأسمالية ، كما هو الحال بالنسبة للطائرات والبواخر التي تستأجرها بغض الدول من دول أخرى (1) .

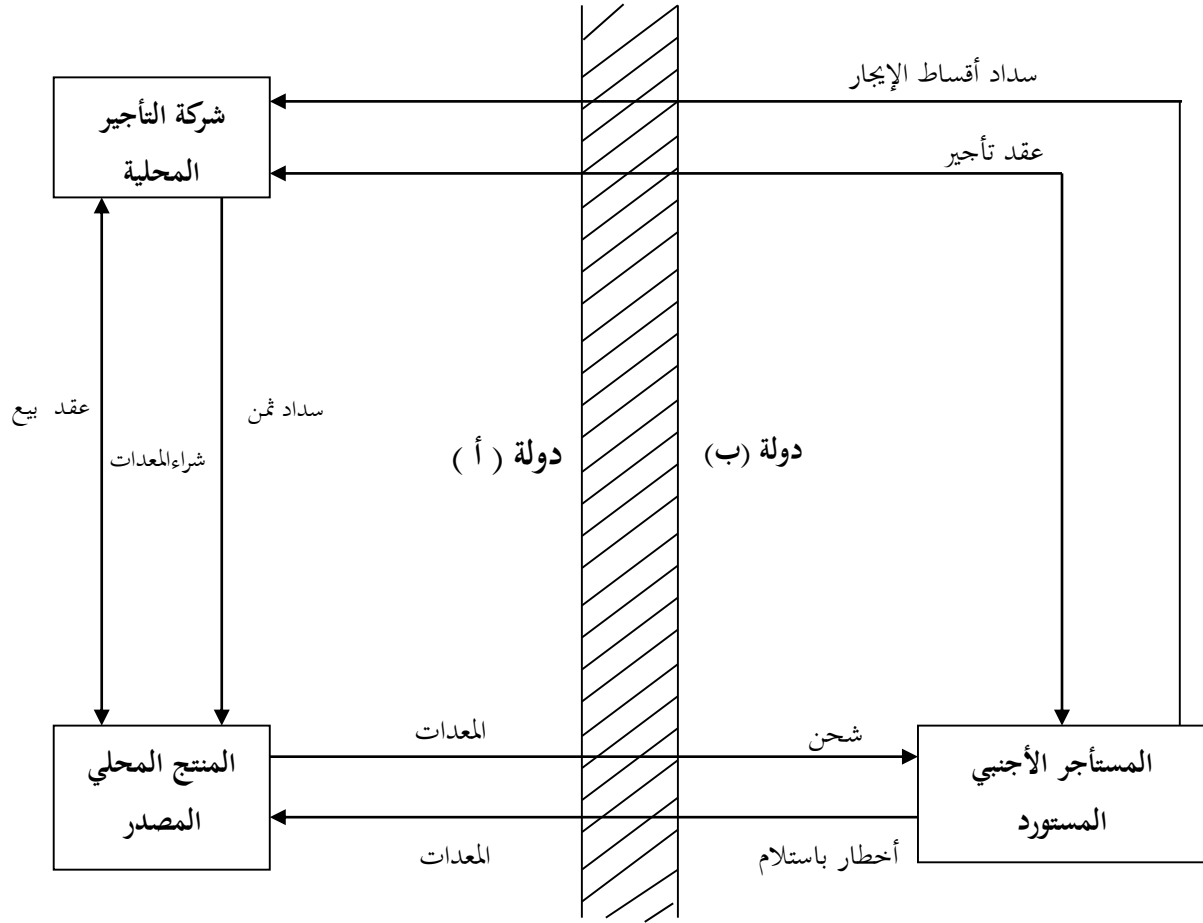
وفي هذا الإطار جاء في قانون المالية لسنة 1996 إنشاء قرض الإيجار الدولي للمواد المتنقلة ذات الإستعمال لمهني ، تخضع هذه العملية لنظام جمركي يعني الحقوق والرسوم الجمركية عند القبول المؤقت لهذه المواد .

في نهاية فترة الإيجار وفي حالة إختيار شراء التجهيزات عن طريق قرض ، يلجأ المستورد إلى التخليص الجمركي . والنظام 96-09 الصادر بتاريخ 03 جويلية 1996 لبنك الجزائر ، يضع الأسس العامة التي تحكم القرض التأجيري الدولي .

والشكل الموالي يوضح سير عملية قرض الإيجار الدولي :

(1)مدحت صادق، مرجع سبق ذكره ،ص 61.

شكل رقم (1-9) : سير عملية قرض الإيجار الدولي.



المصدر : مدحت صادق، مرجع سبق ذكره ، ص 61 .

■ مزاياه وعيوبه

- المصدر غير معرض لخطر الصرف وخطر عدم دفع المشتري .
- المستورد ليس عليه أن يجمد الأموال لدفع ثمن المواد المستوردة ، يكفي له أن يدفع قيمة الإيجار التي يمكن أن تتعدل في الزمن حسب وضعيته المالية .
- تكاليف الإيجار تكون بصفة عامة مرتفعة عن تكاليف القرض متوسط الأجل الذي يمنحه البنك ، وذلك لأن مبلغ الإيجار يتضمن ثمن التجهيزات المؤجرة ، أعباء الإستغلال وهوامش الربح لشركة قرض التأجير .
- قد تواجه الشركة المؤجرة مشاكل قانونية وضريبية من جهة ، ومخاطر مالية وسياسية من جهة أخرى (1)

(1)Yves Simon ,op-cit P 246

خلاصة

إن معرفة التجارة الخارجية و أهميتها الاقتصادية و إظهار خصائصها و كيفية العمل بها و إبراز لعوامل التي تؤثر فيها و طرق تمويلها سواء طرق التمويلية قصيرة او متوسطة و طويلة الاجل كان هدف هذا الفصل.

و قد تم استخلاص ما يلي:

- التجارة الخارجية تعتبر مقياسا للتقدم العلمي و الاجتماعي و الاقتصادي لأي دولة، و على قدر حجم تجارتها الخارجية و قيمتها تتحدد إمكانياتها للتقدم و النمو؛
- ان عمليات تمويل التجارة الخارجية تحتاج عملة صعبة و بذلك فأسلوب التمويل يرتبط بمدى توفر هذه الأخيرة لدى الدولة ؛
- أكثر المتعاملين الإقتصاديين اليوم يلجؤون إلى التمويل عن طريق الإعتماد المستندي ، الذي يعتبر من الأساليب الأكثر إستعمالا في العالم في مجال التجارة الخارجية ، لأنه يمثل نوعا من الضمان لا نجده في الأساليب الأخرى ، فهو يقلل من المخاطر التي يمكن أن يواجهها المصدر خاصة ، ولكن تبقى درجة الضمان التي يقدمها مرتبطة بنوع الإعتماد المستندي المتفق عليه؛

و على العموم تعتبر عملية إختيار طريقة التمويل وسيلة الدفع في التجارة الخارجية أساسا مهما في نجاح الصفقات التجارية، و لكل منها مميزاتة الخاصة من حيث السرعة، الضمان، التكلفة و القبول التجاري، إذ يتم الاتفاق بين كل من المستورد و المصدر على نوع وسيلة الدفع الواجب اختيارها في عملية تسديد مبلغ الصفقة. لكن رغم جميع الجهود المبذولة لإنجاح الصفقات الدولية إلا أنها لا تخلو من الأخطار التي تتعرض لها و ذلك لاعتبارات عديدة، و كل هذه التقنيات و العمليات تتبناها المصارف و من هذا المنطلق فإن البنوك مطالبة بتبني مضامين الجودة ، و اعتبارها أحد المدخل الرئيسية لزيادة وتطوير القدرات التنافسية للبنوك، و تعزيز أوضاعها في الأسواق الداخلية والخارجية، و هذا ما سيتم التفصيل فيه في الفصول القادمة .



الفصل الثاني

الإطار النظري لجودة الخدمات
المصرفية وأساليب قياسها

تمهيد

تعد المصارف من ركائز النشاط الاقتصادي لأي بلد، فلا يمكن تصور نشاط اقتصادي ناجح خاص بدولة ما، دون وجود جهاز مصرفي قادر على تقديم الخدمات المصرفية بفاعلية وكفاءة، فالمصارف دور ريادي مهم في تنشيط النشاط الاقتصادي من خلال تقديم الدعم المالي المناسب وتوفير شروط التطور والنمو، وهي بذلك تعتمد على عدد من النشاطات المصرفية المتنوعة والتي يعبر عنها بالعمليات المصرفية بدء من قبول الودائع وتقديم القروض وتغيير العملة وفتح الحسابات الجارية، وتقديم خطابات الضمان و الاعتمادات المستندية وصولاً إلى تصفية التركات وتنفيذ الوصايا وعمليات مصرفية أخرى مختلفة.

وللوصول إلى مستويات عالية من الفاعلية والكفاءة في تنفيذ هذه العمليات عادة ما تعتمد المصارف على مجموعة من الإجراءات والخطوات اللازمة لإنجاز العمل بالشكل المطلوب، وللتأكد من كون الخدمة المصرفية المقدمة تتم وفق المعايير المحددة للأداء تحتاج المصارف إلى نظام للجودة يتم من خلاله التأكد من كون الأمور تسير وفق ما هو مطلوب وبأقل ما يمكن من الأخطاء، مع التأكيد على كون أساليب وتطبيقات الجودة المطبقة تنسجم وخصوصية نشاط الخدمة في المصارف، و سنقوم من خلال هذا الفصل بالتطرق الى :

- المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للجودة و الخدمة
- المبحث الثاني: الاطار المفاهيمي لجودة الخدمة المصرفية
- المبحث الثالث: نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للجودة و الخدمة

يهدف هذا المبحث إلى توضيح المفاهيم الأساسية للجودة و الخدمة حيث قمنا بتقسيم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب نتناول فيه أهم الجوانب المتعلقة بالجود و الخدمة

المطلب الأول: مفهوم الجودة و خصائصها

1. مفهوم الجودة: هنالك عدة تعاريف للجودة و نلخصها فيما يلي:

التعريف الأول: " الجودة هي ملائمة المنتج للاستعمال في غرض المتخصص له بدرجة ترضي المستهلك " (1)

التعريف الثاني: عرفت الجمعية الامريكية لضبط الجودة(2) بأنها:

"المجموع الكلى للمزايا و الخصائص التي تؤثر في قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية حاجات معينة." (3)

التعريف الثالث: " المواصفة الدولية ISO 9000 عرفت الجودة على أنها درجة تلبية مجموعة الخصائص الموروثة في المنتج لمتطلبات العميل " (4)

التعريف الرابع: "يري فيشر* أن الجودة مفهوم مجرد يعني أشياء مختلفة للأفراد المختلفين و أنها في مجال الاعمال و الصناعة ، تعني كم يكون الأداء أو خصائص معينة ممتازة خصوصا عند مقارنتها مع معيار موضوع من قبل المستهلك " (5)

التعريف الخامس: " وقد عرف كوتلر (Kotler) * أنها نشاط أو أداء يخضع للتبادل ، بالضرورة غير ملموس و لا يسمح بأي تحويل للملكية. الخدمة يمكن أن تكون مرتبطة اولا بمنتج مادي" (6)

من الاستعراض السابق لمفاهيم الجودة يتضح الاختلاف الواضح في التعريف الجودة ، أي أن الجودة هي عبارة عن مقياس لمدى تلبية حاجات الزبائن و متطلباتهم الظاهرية و الضمنية ، فالجودة تعني ترجمة لحاجات الزبائن و توقعاتهم .

(1) محسن بن نايف العتيبي ، استراتيجية نظام الجودة في التعليم ، الطبعة الأولى، مكتبة فهد الوطنية ، السعودية ، 2007 ، ص13.

(2) وهي جمعية عالمية قائمة على المعرفة تتضمن عدداً من المختصين بضبط الجودة يصل عدد أعضائها إلى 85000 عضو معنيون بترقية وتطوير أدوات الجودة ومبادئها والممارسات المتبعة في مواقع العمل في مجتمعاتهم.

(3) محمد عبد الوهاب العزاوي، إدارة الجودة الشاملة، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن ، 2005 ، ص14-15.

(4) سوزن شاكر مجيد ، محمد عواد الزيدات، إدارة الجودة الشاملة ، الطبعة الثانية ، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان ، الأردن ، 2007 ، ص16.

* يرفينج فيشر (27 فبراير 1867 - 29 إبريل 1947) كان اقتصادي وإحصاء ومخترع أمريكي. يعتبر من أول الاقتصاديين الأمريكيين المنتمين لمدرسة الاقتصاد الكلاسيكي الحديث. ساهم فيشر بشكل هام لعدة مفاهيم اقتصادية منها نظرية التوازن العام وكان أول من دعا إلى الاكتفاء بتقييم الأوراق النقدية بالأوراق المالية والاستغناء عن الذهب كمعيار. (5) محمود حنين الوادي و اخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية ، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان ، الأردن ، 2010، ص19.

* فيليب كوتلر: مواليد 27 مايو 1931 في شيكاغو. بروفيسور في التسويق الدولي من إي & جي جوهانسون وديتنغوشيد بمدرسة كيلوغز للإدارة بجامعة نورث وسترن في إلنوي. أنجز درجة الماجستير من جامعة شيكاغو والدكتوراه من معهد ماستشوستس للتقنية ، وكان كلاهما في الاقتصاد. بعد الدكتوراه درس علم الرياضيات في جامعة هارفارد والعلوم السلوكية في جامعة شيكاغو.

(6) عادل محمد عبد الله ، إدارة جودة الخدمات ، الطبعة الأولى، مؤسسة وراق للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن ، 2012 ، ص 21.

2. خصائص الجودة

وقد صنف بعض الباحثين خصائص الجودة في خمسة اتجاهات هي: (1)

- الجودة هي مدى قدرة المنظمة على إنتاج وتقديم خدمة إستثنائية مميزة عن المنظمات الأخرى؛
- الجودة هي مدى قدرة المنظمة على إنتاج وتقديم خدمة تقترب من الكمال؛
- الجودة هي مدى قدرة المنظمة على تلبية احتياجات العميل بما يتناسب مع الأهداف المنشودة؛
- الجودة هي مدى قدرة المنظمة على إجراء التغيير في خدماتها أو إنتاجها وبما يتناسب مع حالة العرض والطلب في السوق؛
- الجودة هي مدى قدرة المنظمة على تحقيق أرباح مالية أكثر.

المطلب الثاني : أهداف الجودة و أبعادها

1. أهداف الجودة :

هناك هدفان للجودة هما: (2)

1-1. أهداف تخدم ضبط الجودة ، و هي التي تتعلق بالمعايير التي ترغب المنظمة في المحافظة عليها، و هي تصاغ على مستوى المنظمة ككل؛

2-1. أهداف تحسين الجودة ، وهي غالبا تنحصر في الحد من الأخطاء و تطوير المنتجات جديدة ترضي العملاء بفاعلية أكبر .

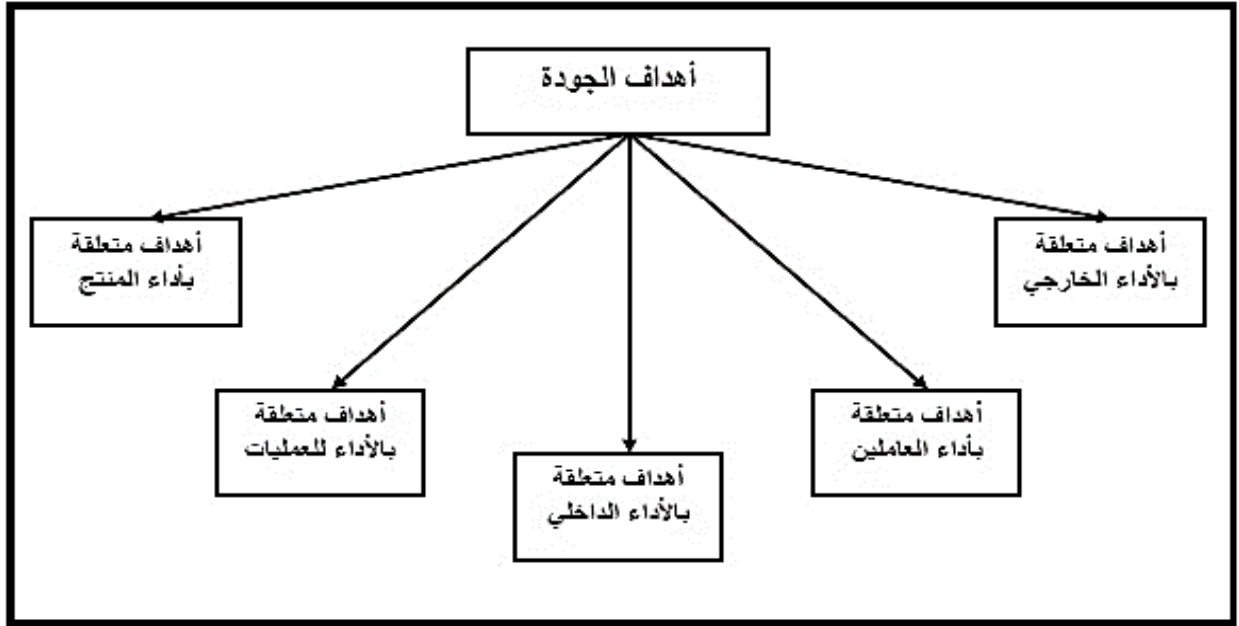
كما قد صنف قاسم المحياوي في كتابه " إدارة الجودة في الخدمات "أهداف الجودة إلى خمس فئات هي :

- أهداف الأداء الخارجي للمنظمة ويتضمن الأسواق والبيئة والمجتمع.
- أهداف أداء المنتج وتتناول حاجات العملاء والمنافسة.
- أهداف العمليات وتتناول مقدرة العمليات وفعاليتها وقابليتها للضبط.
- أهداف الأداء الداخلي وتتناول مقدرة المنظمة وفعاليتها ومدى استجابتها للتغيرات ومحيط العمل .

(1) عبد الله بن صالح بن رشود، قياس جودة الخدمى بالمصارف التجارية السعودية ، رسالة ماجستير (غير منشورة) ، جامعة نايف للعلوم الأمنية ، كلية الدراسات العليا ، قسم علوم الإدارية ، السعودية ، 2008، ص 29.

(2) المرجع نفسه ص 33-34.

الشكل رقم (2-1): أهداف الجودة



المصدر: عبد الله بن صالح بن رشود، مرجع سبق ذكره، ص 34.

2. تصنيفات أبعاد الجودة :

يتم تصنيف أبعاد الجودة كما يلي : (1)

- أبعاد جودة المنتج؛
- أبعاد جودة الخدمة؛
- أبعاد جودة البيانات؛
- أبعاد جودة الخدمة الالكترونية؛

1-2. أبعاد جودة المنتج: الجودة لها أبعاد و تم تعريفها من قبل جارفين* Garvin (1987) على النحو

التالي :

- الأداء: هي الصفات التشغيلية الرئيسية للمنتج؛
- الخصائص: الصفات الإضافية التي تكمل الصفات الرئيسية؛
- المعولية: احتمالية وجود خلل أو فشل في المنتج في الفترة زمنية محددة؛
- المطابقة: درجة الخصائص التشغيلية و التصميمية التي تقابل المعايير الموضوعية؛
- المتانة: مقدار استخدام المنتج قبل تدهور؛

(1) سوزن شاكرا مجيد ، مرجع سبق ذكره ، ص 32-33.

* ديفيد جارفين هو أستاذ بروفيسور في إدارة الأعمال في كلية هارفارد للأعمال انضم إلى هيئة التدريس في كلية إدارة الأعمال في عام 1979 ومنذ ذلك الحين يدرس دورات في القيادة والإدارة العامة، والعمليات في برامج الماجستير في إدارة الأعمال والإدارة المتقدمة، فضلا عن العمل كرئيس لاختياري المناهج وأعضاء هيئة التدريس و رئيس مركز مدرسة في التعليم والتعلم ؛ وقد درس أيضا في برامج التعليم التنفيذي والتشاور لأكثر من خمسين انظمة في جميع أنحاء العالم.

- مستوى الخدمة : التي تعتمد سرعة مقدمة الخدمة ، الملائمة ، الكفاءة و سهولة إصلاح المنتج؛
- جمال المنتج: التي ترتبط بالمظاهرة ، كيف تبدو ، الملمس ، الرائحة ، المذاق .
- الجودة المستلمة: ترتبط بسمعة المنتج .

2-2. أبعاد جودة الخدمة : (1)

- الاعتمادية؛
- الاستجابة؛
- اللياقة ؛
- الأمان ؛
- الملموسية .

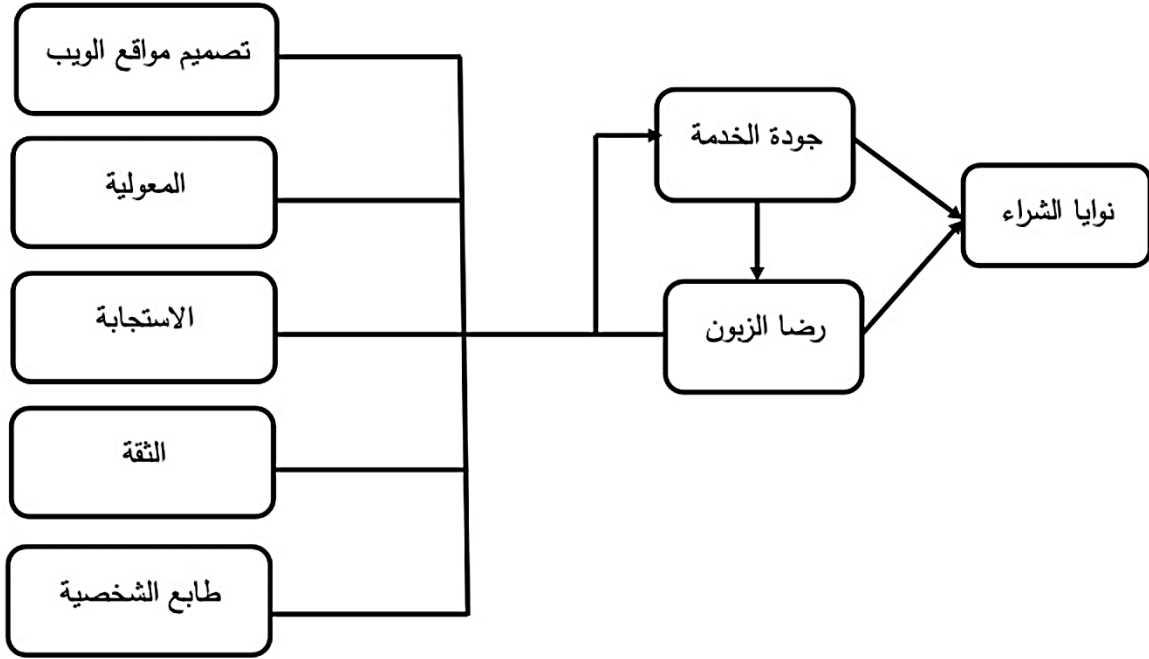
3-2. أبعاد جودة البيانات : هو جانب أو ميزة من المعلومات وهي طريقة لتصنيف إحتياجات جودة البيانات ، وهذه الأبعاد تستخدم لتعريف و قياس و إدارة جودة البيانات و المعلومات و الأبعاد هي :

- أساسيات سلامة البيانات : مقياس وجود و صحة ، و المحتوى ، و خصائص البنية الأساسية للبيانات .
- تكرار: مقياس الازدواجية غير المرغوب فيها الموجودة داخل أو عبر أنظمة لحقل معين في سجل مجموع البيانات ؛
- الدقة: مقياس لصحة مضمون البيانات ؛
- الاتساق و التزامن : مقياس لمعادلة المعلومات المخزنة أو المستخدمة في البيانات مختلفة المخازن ، و تطبيقات ، و النظم ، و عمليات لصنع بيانات مماثلة؛
- التوقيت و الإتاحة ؛
- الصيانة و سهولة الاستخدام : درجة الوصول للبيانات و إستخدامها ؛
- جودة العرض: كيفية تقديم المعلومات التي تم جمعها؛
- التبادل: معني أن البيانات التي سوف تعطي الصفات التجارية المطلوبة أو النتيجة.

4-2. أبعاد جودة الخدمة الالكترونية : هنالك خمسة أبعاد لجودة الخدمة الالكترونية تؤدي إلى رضا الزبون ، كما هو موضح في الشكل التالي :

(1) هذا ما سيتم التفصيل فيه في المباحث القادمة .

الشكل رقم (2-2): أبعاد لجودة الخدمة الإلكترونية

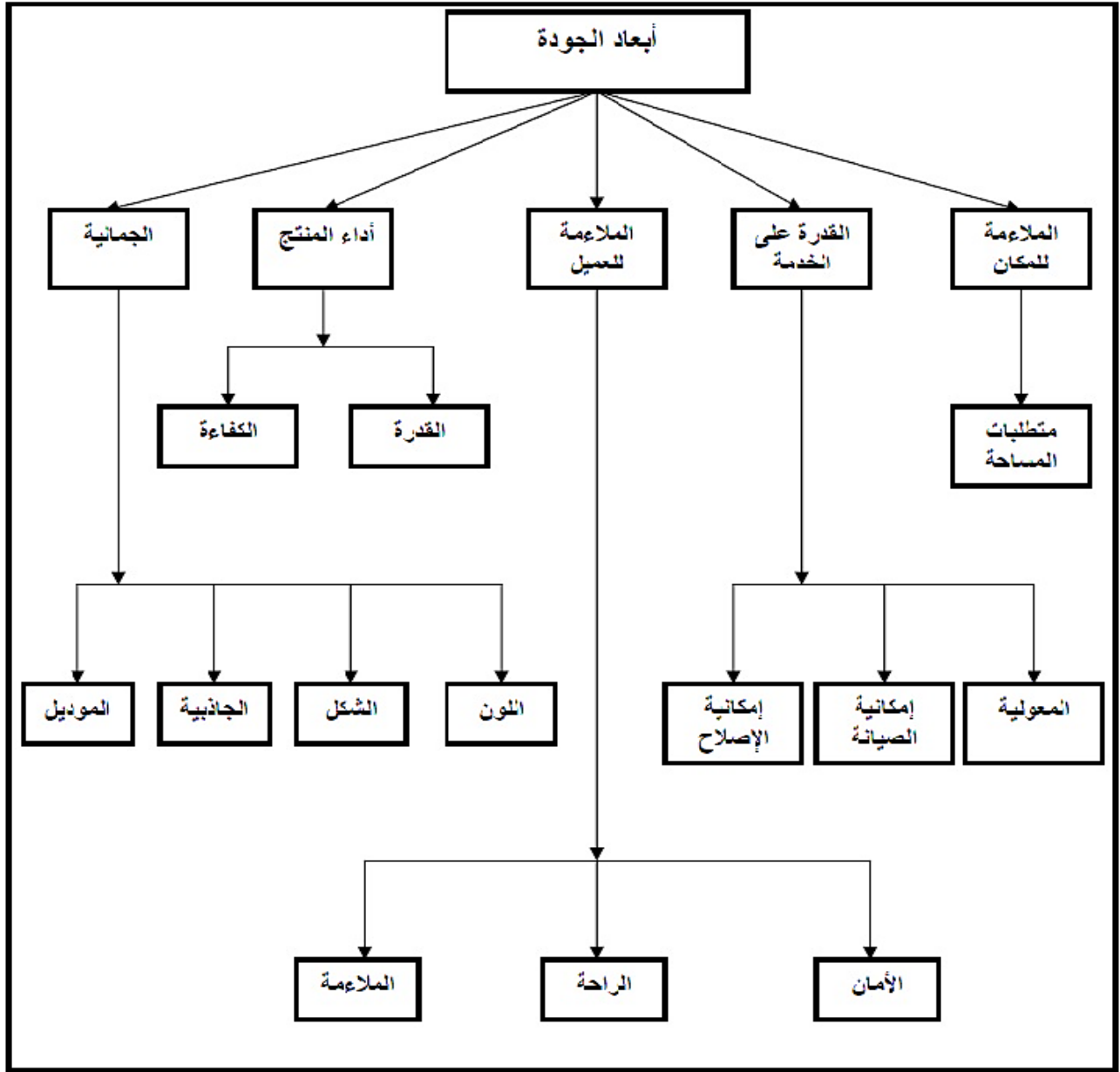


المصدر: سوزن شاكر مجيد ، مرجع سبق ذكره، ص33.

و يمكن القول أن هذه الأبعاد منها ما يحتل درجة أعلى من البعد الآخر فيما يتعلق بمنتج معين، وهناك خمسة أبعاد للجودة بالنسبة للسلع المعمرة (كالثلاجة، التلفزيون) وهذه الأبعاد الرئيسة يمكن أن يقسم كل منها إلى أبعاد فرعية (1) كما هو موضح في الشكل التالي:

(1) عبد الله بن صالح بن رشود ، مرجع سبق ذكره ، ص 36

الشكل رقم (2-3): أبعاد الجودة



المصدر: : عبد الله بن صالح بن رشود، مرجع سبق ذكره ص 37

ويستخلص من ما ذكر أن للجودة أبعاد تختلف حسب ما ذكره الباحثون لأن كل واحد منهم يذكر هذه الأبعاد حسب خلفية وممارسته العملية، كما أن كل بعد يحتل درجة أعلى للجودة من البعد الآخر وذلك حسب المنتج أو الخدمة المقدمة .

المطلب الثالث: مفهوم الخدمة ، خصائصها، تصنيفها

1. مفهوم الخدمة

التعريف الأول: "التعريف الذي أعطته جمعية التسويق الأمريكية للخدمات (AMA) على أنها الرغبة التي يحققها البائع إلى المشتري من خلال الأشياء المقدمة له أو المرتبطة مع البضاعة المباعة وبما يحقق رضاه".⁽¹⁾

حسب هذا التعريف فإن الخدمات هي أنشطة بين البائع والمشتري، وتكون مرتبطة بسلعة مادية، تؤدي إلى تحقيق رضا للعميل أو للمستهلك.

التعريف الثاني: عرفت الخدمة أيضا على أنها: كافة الأنشطة والعمليات التي يبرز فيها الجانب غير الملموس بشكل أوضح من الجانب الملموس والتي يتولد عنها منافع وإشباعات يمكن بيعها.⁽²⁾

يركز هذا التعريف على عدم ملموسية الخدمة، وأن الهدف الأساسي منها هو تحقيق رضا العميل.

التعريف الثالث: أما كوتلر (Kotler) فقد عرف الخدمة بأنها: نشاط أو أداء يخضع للتبادل، بالضرورة غير ملموس، ولا يسمح بأي تحويل للملكية، الخدمة تكون مرتبطة أو لا بمنتج مادي⁽³⁾.

حيث يؤكد على عدم ملموسية الخدمة، وعدم ارتباط الخدمة بمنتج مادي، وعدم وجود انتقال للملكية فيها.

التعريف الرابع: وعرف هاني الضمور في كتابه (تسويق الخدمات) الخدمة بأنها "أنشطة أو فعاليات غير ملموسة ونسبيا سريعة الزوال، وهي تمثل نشاط أو أداء يحدث من خلال عملية تفاعل هادفة إلى تلبية توقعات العملاء وإرضائهم إلا أنها عند عملية الاستهلاك الفعلي ليس بالضرورة ان ينتج عنها نقل للملكية.⁽⁴⁾

يركز هذا التعريف على عدم ملموسية الخدمة الى جانب تلبية توقعات العميل و عدم وجود لانتقال الملكية.

التعريف الخامس: وقد ذكر فوس (Voss) وزملائه تعريفا للخدمة بأنها "تفاعل إجتماعي بين مجهزة الخدم (الموظف) والعميل، يهدف هذا التفاعل إلى تحقيق الكفاءة لكليهما"، ولكن هذا التعريف جعل الخدمة تنتج بوجود عنصرين فقط وهما الموظف والعميل، ولكن في حقيقة الأمر لا يحدث ذلك بمعزل عن عناصر أخرى يتطلبها إنجاز الخدمة مثل المعدات والموقع والموارد وغيرها، فهذا العناصر تساعد على إنجاز الخدمة.⁽⁵⁾

ومن خلال كل التعاريف السابقة نلاحظ بأنها وإذا لم تتفق على تعريف واحد للخدمة إلا أنها اشتركت في نقاط التالية:

(1) هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، ، عمان ، 2008 ، ص 20 .

(2) ناجي معلا ورائف توفيق، أصول التسويق المصرفي: مدخل تحليلي، الطبعة الثالثة، عمان، دار وائل للنشر، 2005، ص 160 .

(3) هاني حامد الضمور ، مرجع سبق ذكره ، ص 22.

(4) عبد العزيز أبو نبعة، دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة: منهج تطبيقي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان ، 2005 ، ص 28 .

(5) عبد الله بن صالح بن رشود ، مرجع سبق ذكره ، ص 39.

- الفصل بين الخدمات التي تتعرض للبيع مباشرة وتلك التي تكون مرتبطة بسلعة ما ؛
- عدم ملموسية الخدمة؛
- تهدف إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلك (تحقق له منفعة)؛
- تحقيق رضا العميل ؛
- لا يمكن تملك الخدمة وتخزينها.

2. خصائص الخدمة

2-1. الخدمة غير ملموسة

تمثل هذه الخاصية أهم فرق بين الخدمة والسلعة، ذلك أن الخدمة لا يمكن تفحصها، تذوقها، لمسها، سماعها أو حتى الإحساس بها قبل شرائها ، وهذا يعني أن المستهلك غير قادر على التنبؤ بما سيحصل عليه إلا عندما تقدم له الخدمة، ويقوم بدفع ثمنها خاصة إذا كان هذا المستهلك لا يملك تجربة سابقة عنها، مما يجعله يواجه صعوبة كبيرة في تقييمها والتردد على القيام بشرائها، وهذا ما يجعل هذه الخاصية تمثل تحديا حقيقيا أمام المؤسسات الخدمية من حيث أنه كيف يمكنها طمأنة المشتري وإعطائه الثقة في خدماتها (1) وترتب على لا ملموسية الخدمات العديد من النتائج، أهمها: (2)

- استحالة المقارنة بين الخدمات لاختيار أفضلها كما هو الحال في السلع، وبالتالي فإن عملية الفحص والمقارنة لا تتم إلا بعد شراء الخدمة وليس قبله، وعليه فإن أهمية قيام المستهلك من الخدمة بالجولة الشرائية عند شراء الخدمات تكون ضئيلة أو عديمة الجدوى. وهذا عكس ما يحصل في حالة السلع المادية التي توفر للمشتري فرصة البحث عن السلع وإجراء المقارنة بينها، ومن ثم الإقدام على عملية الشراء.
- وبما أن الخدمات غير ملموسة فإن قدرة مسوقها على استخدام الأساليب التقليدية في الرقابة على الجودة تكون ضئيلة أو معدومة، ولهذا توجد أساليب أخرى مبتكرة لقياس جودة الخدمات، مثل قياسات ولاء العملاء ومستوى الرضا وغيرها.
- يصعب اللجوء إلى أساليب المضاربة التقليدية في الخدمات، حيث لا يمكن شراء الخدمة وقت الركود، حيث تصل الأسعار إلى مستوياتها الدنيا، وخزنها فترة معينة من الزمن، وبيعها فيما بعد، عندما يقل المعروض منها، حيث تبدأ الأسعار بالارتفاع، في حين أن المضاربة في السلع هو أسلوب شائع.
- أن عدم ملموسية الخدمات تؤدي إلى تعطيل وظيفة النقل، وهذا يترتب عليه فقدان منظمات مؤسسة الخدمة لقدرة على خلق المنفعة المكانية في الخدمات، أي المنفعة المتأتية من نقل الأشياء من أماكن الركود، حيث الحاجة إليها إلى أماكن الشح حيث يشتد الطلب عليها.

(1) مصطفى عبد القادر، تسويق السياسة والخدمات ، الطبعة الأولى، المؤسسة مجد للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت ، 2002 ، ص 81 .

(2) عبد الله بن صالح بن رشود ، مرجع سبق ذكره ، ص 45.

2-2. التباين (عدم التجانس)

تتميز الخدمات بعدم تماثلها باعتبار أن إنتاجها مرتبط بالأفراد الذين لا يكونون متسقين دائما في أدائها، حيث تختلف الخدمات من شخص لآخر داخل نفس المؤسسة⁽¹⁾

2-3. التلازمة

تفيد هذه الخاصية أن الخدمة يتم إنتاجها واستهلاكها في آن واحد، إذ يشارك كل من مقدمها ومستهلكها سواء كان شخص أو مجموعة من الأشخاص، طبيعي أو اعتباري في إنتاجها وهذا يتطلب ضرورة تواجد كل من مقدم الخدمة والمستفيد في مكان وزمان واحد، فالأستاذ لا يستطيع تقديم خدمة التعليم إن لم يحضر طلابه، ويتعذر على الطبيب القيام بتقديم خدماته إن لم يكن المريض متواجدا في عيادته، كما يعجز المصرف عن منح عملائه خدماته إذا لم يحضروا في الوقت المطلوب⁽²⁾، ويترتب على خاصية التلازمة الآتي: ⁽³⁾

- وجود علاقة مباشرة بين مقدم الخدمة والمستفيد، وتعتبر هذه خاصية مشتركة بين جميع الخدمات، وإن كانت هنالك خدمات لا تتطلب بالضرورة حضور المستفيد شخصيا إلى "مكان الخدمة" مثل الخدمات الموجهة إلى ممتلكات المستفيد (الصيانة المنزلية وغيرها).
 - إلا أنه بشكل عام، عند شراء الخدمة يتطلب حضور المستفيد، ووجود علاقة اتصال بينه وبين مقدم الخدمة، أي وجود علاقة مباشرة بينهما مثال ذلك، موظف المصرف والطبيب في المستشفى وموظفي الاستقبال في الفنادق والمضيفين في الطائرات.
 - كما يترتب على خاصية التلازمة ضرورة مساهمة المستفيد في إنتاجها، وهذه السمة أساسية حيث لا يمكن أداء الكثير من الخدمات دون توافرها، وكمثال على ذلك نجد أن دقة تشخيص الطبيب لحالة المريض الصحية تتوقف جزئيا على دقة المعلومات والإجابات التي يعطيها المريض، كما أن دقة الاستشارة الإدارية والقانونية تتوقف إلى حد كبير على دقة المعلومات والإجابات التي يعطيه العميل، إضافة لذلك يمكننا طرح أمثلة كثيرة في مجالات متعددة كالخدمات التي يرغب الضيف الحصول عليها في الفندق أو المطعم عندما يرغب بغرفة ذات سرير واحد أو سريرين أو قائمة طعام محددة... الخ.
- وعلى هذا الأساس يتضح أن المنظمات الخدمية لا تستطيع أن تنتج أو تباع خدماتها بالشكل المطلوب، ما لم يساهم المستفيد في عمليات إنتاج الخدمة بشكل أو بآخر حسب طبيعة الخدمة التي يريد الانتفاع منها، وفي الوقت الذي يلائمه.

(1) أحمد شاكر العسكري، التسويق: مدخل استراتيجي للبيئة التسويقية وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 169.

(2) مصطفى عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص، 83.

(3) عبد الله بن صالح بن رشود، مرجع سبق ذكره، ص 46.

4-2. التنوع⁽¹⁾

أي أن الخدمات تتميز بخاصية التباين أو عدم التماثل طالما أنها تعتمد على مهارة أو أسلوب أو كفاءة مقدمها وزمان ومكان تقديمها، فعملية جراحية يجريها جراح مشهور مثلاً، تعد أفضل من حيث الجودة والإنقاذ والأمان وفرص النجاح، مقارنة بعملية يجريها جراح أقل خبرة، كما أن مقدم الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتماداً على ظروف معينة) الطبيب قد يعالج مرضاه بطرق مختلفة (وبذلك تتباين الخدمة المقدمة من قبل نفس الشخص أحياناً، والواقع أن خاصية عدم التجانس في تقديم الخدمة تجعل من غير الممكن لمقدميها تمييز خدماتهم، إذ أن كل "وحدة" من الخدمة تختلف عن باقي الوحدات في نفس الخدمة، وهذا ما يدفع المستفيد من الخدمة إلى التحدث مع الآخرين قبل اختيار الجهة التي سيتعامل معها للحصول على الخدمة المطلوبة هذه الخاصية تدفع مؤسسات الخدمة إلى السعي لتقليل التباين في خدماتها إلى أدنى حد ممكن، ويمكن أن يتم ذلك من خلال إتباع الخطوات التالية:

- الاختبار والتدريب الجيد للعاملين؛
- تمييز عمليات أداء الخدمة على مستوى المنظمة كلياً، مثل الاستعانة بالأجهزة والمعدات خصوصاً الالكترونية منها للمحافظة على ثبات وتجانس الخدمة المقدمة؛
- متابعة مستوى رضا المستفيد عن الخدمات المقدمة، وذلك عن طريق الشكاوى وغيرها.

5-2. التلاشي

أن العديد من الخدمات غير قابلة للتخزين، فكلما زادت درجة اللاملموسية للخدمة انخفضت فرصة تخزينها، بمعنى آخر إن درجة عدم الملموسية تزيد أو ترفع من درجة الفئائية كثيراً، فالخدمات ذات الطبيعة الفئائية لا يمكن حفظها على شكل مخزون، وهذا ما يجعل تكلفة التخزين والإيداع منخفضة نسبياً أو بشكل كامل في المؤسسات الخدمية، وهذا يمكن النظر إليه كنتيجة إيجابية لخاصية الفئائية التلاشي.

إلا أن عدم إمكانية التخزين للخدمات يجعل القضية أكثر تعقيداً لإدارة الإنتاج، فالمديرون في مؤسسات الخدمات عليهم أن يواجهوا التقلبات في الطلب أو القدرة الاستيعابية، وهذا يشكل ضغطاً على مقدمي الخدمة في السعي الحثيث لتخفيض القدرة الاستيعابية غير المستغلة في أوقات معينة، وذلك إما عن طريق التغيير في الأسعار أو استخدام طرق جديدة في الترويج.

6-2. عدم التملك

أن عدم انتقال الملكية يمثل خاصية مميزة للخدمات مقارنة بالسلع المادية، فبالنسبة للسلع يمكن للمشتري أن يستخدم السلعة بشكل كامل، وبإمكانه تخزينها واستهلاكها أو بيعها في وقت لاحق، أما بالنسبة للخدمة فإن

(1) عبد الله بن صالح بن رشود، سبق ذكره، ص 46.

المستفيد قادر فقط على الحصول عليها واستخدامها شخصيًا لوقت محدد في كثير من الأحيان (تأجير غرفة أو سيارة وأن ما يدفعه إلا لقاء المنفعة المباشرة التي يحصل عليها من الخدمة المقدمة إليه) (1)

3. تصنيف الخدمة

يؤدي تصنيف الخدمات إلى تحقيق العديد من المزايا، فهو يساعد على الوصول إلى فهم أفضل لطبيعة الخدمات، كما يوضح أوجه الشبه والاختلاف بين مختلف أنواع الخدمات، وسوف يذكر الباحث عدة تصنيفات ذكرها الباحثون والمهتمون بالخدمات

جدول رقم (2-1): نظام تصنيف الخدمات

مستوى التصنيف	فئات التصنيف	الاختيارات المتاحة
طبيعة المنظمة	الغرض (إشباع احتياجات...)	الأفراد منظمات الأعمال كلا من الأفراد ومنظمات الأعمال
	هيكل المنظمة	هادفة للريح غير هادفة للريح
	نوع المنظمة	عامة خاصة
طبيعة الخدمة	درجة تداول الخدمة	خدمة مجسدة خدمة صرف
	الخدمة موجهة نحو	الأفراد الأشياء
	درجة قابلية البيع	مرتفعة متوسطة منخفضة
العلاقة بالعميل	نوع العلاقة	رسمي غير رسمي الاثنتين معا
	درجة المشاركة	يجب أن يكون العميل حاضرا يجب أن يبدأ العميل الخدمة وينهيها

(1) عبد الله بن صالح بن رشود ، مرجع سبق ذكره، ص46-48.

يجب أن يبدأ العميل الخدمة يجب أن ينهي العميل الخدمة		
الطلب يزيد عن الطاقة الإنتاجية يزيد الطلب أحيانا عن الطاقة الإنتاجية لا يزيد الطلب عن الطاقة الإنتاجية	مستوى الطلب	طبيعة الطلب
عالية منخفضة متذبذبة لا تقلب في الطلب	درجة تقلب الطلب	
خدمة واحدة خدمة واحدة وسلعة واحدة خدمة واحدة وسلع متعددة خدمات متعددة خدمات متعددة وسلعة واحدة خدمات متعددة وسلع متعددة	عدد الخدمات والسلع التي تقدم معا	مقدار الخدمة
تحدد بالموقف تحدد بالاثنين معا	وحدات السلعة	
مرتفع متوسط منخفض	درجة المكون المادي	
مرتفعة متوسطة منخفضة	درجة التواء مع عميل محدد	
عالية متوسطة منخفضة ترجع إلى العميل لا يمكن تحديدها	درجة التحمل والبقاء	
في موقع واحد	مدى توفر الخدمة	طريقة التقديم

في عدة مواقع		
متصلة متقطعة الاثنين معا	طبيعة التقديم	
مستقلة جمعية الاثنين معا	طبيعة الاستهلاك	
مستقلة جمعية الاثنين معا الحجز طلب الخدمة عند الوصول تفاضلية الحجز والطلب عند الوصول الحجز والطلب التفاضلي الحجز/الطلب عند الوصول/والطلب تفاضلي	تخصيص الخدمة	

المصدر : محمد محمود مصطفى، التسويق الاستراتيجي للخدمات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 72-73 .

المبحث الثاني: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة المصرفية

يستعملون الناس في حياتهم اليومية الكثير من الخدمات مثلما يستهلكون السلع، خدمات الهاتف، التعليم الصحة و الخدمات المصرفية و غيرها، و ستكون هذه الأخيرة محل دراستنا، إلا انه يعتري طبيعة الخدمة المصرفية بعض الغموض، و الذي سنحاول في هذا المبحث ازالته من خلال تسليط الضوء على بعض التعاريف الخاصة بجودة الخدمة و خصائصها، و أنواعها، الجودة في الخدمات المصرفية .

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة المصرفية و أبعادها

1. مفهوم جودة الخدمة و أهميتها

1-1. مفهوم جودة الخدمة

تعددت التعاريف لمفهوم جودة الخدمة ومنها:

التعريف الأول: "فقد عرف كل من (ديفيز وغويتش) جودة الخدمة بأنها" مقابلة احتياجات العملاء من أول مرة وفي كل مرة يتعاملون فيها مع منظمة الخدمة " (1)

ركز هذا التعريف على تلبية حاجة العميل من خلال تعامله مع المنظمة .

التعريف الثاني : "يعرف كل من وفلوك & ورايت (Lovelock & Wright) "جودة الخدمة هي تلك الدرجة من الرضا التي يمكن أن تحققها الخدمة للمستفيدين والزبائن عن طريق إشباع وتلبية حاجاتهم رغباتهم وتوقعاتهم" (2)

و يركز هذا التعريف على جانب رضا العميل من خلال تلبية حاجته و توقعاته

التعريف الثالث: "تعرف جودة الخدمة بالفرق بين ما يدعي أن هذه الخدمة تتمتع به، وبين الأداء الفعلية لها" (3)

التعريف الرابع : "جودة الخدمة هي تقديم خدمات تتمتع بمستوى أفضل مما يتوقعه العملاء" (4)

التعريف الخامس : "جودة الخدمة هي مقابلة أو تجاوز توقعات العملاء حول الخدمة المقدمة" (5)

من التعريفات السابقة يركز تعريف جودة الخدمة على المقارنة بين الخدمة المتوقعة و الخدمة الفعلية

يمكن توضيح مفهوم جودة الخدمة من خلال الشكل التالي :

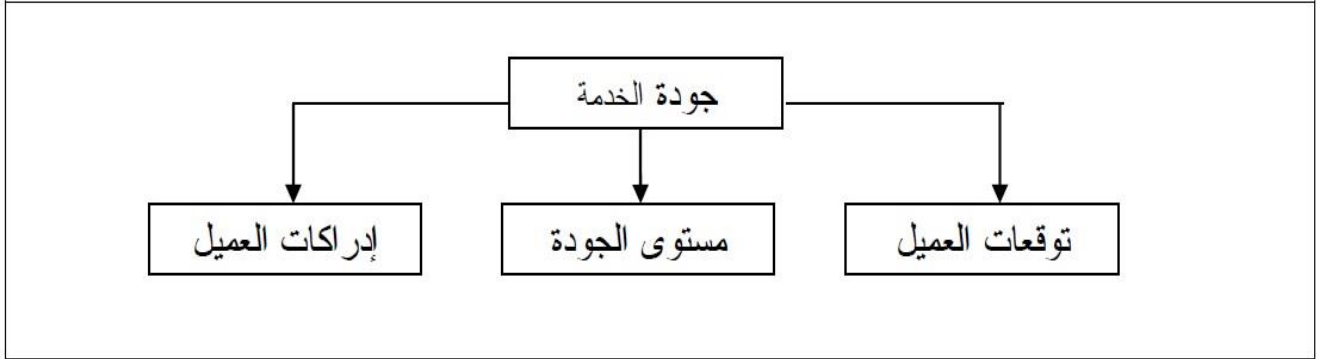
(1) عبد الله بن صالح بن رشود، مرجع سبق ذكره، ص 48.

(2) عبد العظيم عبد الواحد الشكري، الجودة في المصارف التجارية، دورية فصلية القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العراق، المجلد (8) العدد (4)، 2007 ص 35.

(3) حاتم غازي شعشاعة، قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2004، ص 37 .

(4) (6) حاتم غازي شعشاعة، مرجع سبق ذكره، ص 37.

الشكل رقم (2-4): مفهوم جودة الخدمة



المصدر: قاسم نايف، علوان الخياوي، إدارة الجودة في الخدمات (مفاهيم وعمليات وتطبيقات)، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص90.

1-2. أهمية جودة الخدمة

لجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات التي تهدف إلى تحقيق النجاح والإستقرار، ففي مجال المنتجات السلعية يمكن إستخدام التخطيط في الإنتاج، وتصنيف المنتجات بإنتظار العملاء لكن في مجال الخدمات فإن العملاء والموظفين يتعاملون معا من أجل خلق الخدمة وتقديمها على أعلى مستوى، فعلى المؤسسات الإهتمام بالموظفين والعملاء معا، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي (1) :

- نمو مجال الخدمة: لقد إزداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات الأمريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات إلى جانب ذلك فالمؤسسات الخدمائية مازالت في نمو متزايد ومستمر.
- إزداد المنافسة: إن تزايد عدد المؤسسات الخدمية سوف يؤدي إلى وجود منافسة شديدة بينها لذلك فإن الإعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.
- فهم العملاء: إن العملاء يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع المؤسسات التي تركز على الخدمة، فلا يكفي تقديم خدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعملاء.
- المدلول الإقتصادي لجودة الخدمة: أصبحت المؤسسات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها السوقية لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من أجل إجتناب عملاء جدد، ولكن يجب كذلك المحافظة على العملاء الحاليين، ولتحقيق ذلك لابد من الإهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.

2. مفهوم جودة الخدمة المصرفية

(1) مأمون الدراركة، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص151.

تعتبر جودة الخدمة المصرفية من أهم المواضيع التي أخذت إهتمام الكثير من الباحثين والممارسين على حد سواء، وقد نتج عن ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع، فدراسات ركزت على وضع تعريف لجودة الخدمات المصرفية وإيضاح مفهومها وركزت دراسات أخرى على أبعاد جودة الخدمة وطرق قياسها؛ والملاحظ من هذه الدراسات أن هناك تباين فيما يتعلق بوضع تعريف لجودة الخدمة المصرفية، بحيث تعددت آراء الكتاب في مجال مفهوم جودة الخدمة المصرفية (1).

وينظر عادة إلى جودة الخدمات المصرفية من وجهتي نظر إحداهما داخلية والأخرى خارجية فوجهة النظر الداخلية تقوم على أساس الالتزام بالمواصفات القياسية التي صممت الخدمة المصرفية على أساسها، أما وجهة النظر الخارجية فتتركز على جودة الخدمات المصرفية كما يدركها العملاء، كذلك تعبر وجهة النظر الداخلية عن موقف الإدارة في حين تعبر وجهة النظر الخارجية عن موقف العملاء. (2)

تعرف **جودة الخدمات المصرفية** على أنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة وغير الملموسة، المدركة من قبل الأفراد أو المؤسسات، من خلال دلالاتها وقيمها المنفعية التي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية و الائتمانية الحالية والمستقبلية، والتي تشكل مصدر لربحية المصرف من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين" (3)

وتعرف **جودة الخدمة المصرفية** من منظور العملاء بأنها البحث عن احتياجات العملاء ورغباتهم من مصادر المعلومات المتعددة، ثم العمل على تلبيةها ضمن موارد المصرف وقدراته ومتابعة تطورها وتوفير التغذية الرجعية في حالة حدوث خلل أو خطأ عند الوفاء بهذه الرغبات والاحتياجات (4)

3. مستويات جودة الخدمة المصرفية

يمكن التمييز بين خمسة مستويات لجودة الخدمات المصرفية ويمكن تحديدها فيما يلي: (5)

3-1. الجودة المتوقعة من قبل العملاء، والتي تمثل مستوى الجودة من الخدمات المصرفية التي يتوقعون أن يحصلوا عليها من المصرف الذي يتعاملون معه.

(1) بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 3، 2005، ص 295.

(2) وفاء صبحي صالح التميمي، أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية، دراسة ميدانية في المصارف التجارية الاردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، العدد الأول، 2007، ص 10.

(3) محمود حسين الوادي و اخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، دار الصفاء لنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 59.

(4) رسمية أحمد أمين، أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية، (رسالة ماجستير غير منشورة)، تخصص تمويل و مصارف، جامعة آل البيت، الأردن، 2005، ص 3.

(5) محمود حسين الوادي و اخرون، مرجع سبق ذكره، ص 55.

- 3-2. الجودة المدركة، وهي ما تدركه إدارة المصرف في نوعية الخدمة التي تقدمها لعملائها، والتي تعتقد أنها تشبع حاجاتهم ورغباتهم بمستوى عال.
- 3-3. الجودة الفنية، وهي الطريقة التي تؤدي بها الخدمة المصرفية من قبل عاملي المصرف، والتي تخضع لمواصفات النوعية للخدمة المصرفية المقدمة.
- 3-4. الجودة الفعلية التي تؤدي بها الخدمة، والتي تعبر عن مدى التوافق والقدرة في استخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل جيد يرضي العملاء.
- 3-5. الجودة المرجوة للعملاء، أي مدى الرضا والقبول التي يمكن أن يحصل عليه المصرف من عملائه عن تلقيهم لتلك الخدمات.

المطلب الثاني : إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية

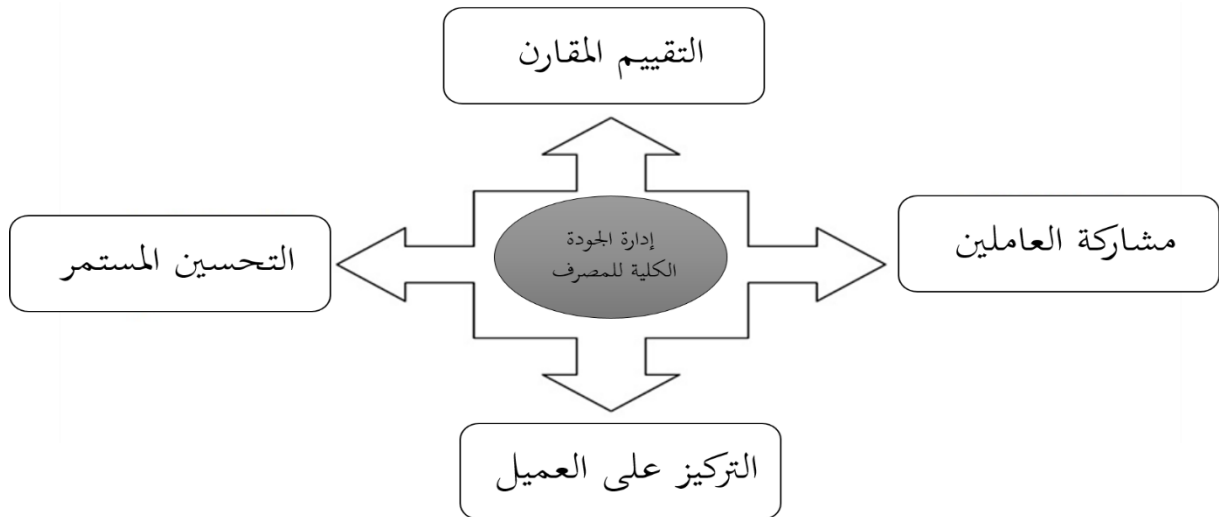
1. مفهوم إدارة الجودة الشاملة

إن مفهوم إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية لا يختلف عن مفهومها بصفة عامة، و يمكن تقديم التعريف التالي: "تعرف إدارة الجودة الشاملة للمصارف بأنها إحدى المداخل الإدارية الشاملة للعولمة و الهادفة إلى التحسين المستمر في أنشطة المصرف ككل لتقديم خدمات مرتفعة الجودة للعملاء و مساعدة الإدارة المصرفية على التعامل مع البيئة التنافسية العالمية." (1)

2. عناصر إدارة الجودة الشاملة في المصارف

إن مدخل إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية يقتضي قيام الإدارة العليا بالمصرف التركيز على أربعة عناصر أساسية، يوضحها الشكل الموالي:

الشكل (2-5): عناصر إدارة الجودة الشاملة في المصارف



(1) طه طارق، إدارة البنوك في بيئة العولمة و الانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر ، 2007، ص 133 .

المصدر: طه طارق ، مرجع سبق ذكره، ص 135 .

و فيما يلي شرح موجز لهذه العناصر : (1)

■ **مشاركة العاملين**: يقصد بمشاركة العاملين منح موظفي البنك صلاحية التأكد من جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعميل، بمعنى إعطائهم الحق في إيقاف أو عدم تقديم خدمة يعتمدون أ لا تفي بمعايير الجودة المطلوبة، وكذلك قيام المديرين بتشجيع العاملين على إبداء آرائهم و طرح تصوراتهم حول طرق أفضل في الأداء، بحيث لا يكون ذلك حكرا فقط على مستويات الإدارة العليا بالمصرف.

و ترجع أهمية مشاركة العاملين، إلى أن العميل يحكم على أداء المصرف ككل و يتوقع تلبية رغباته بداية من أبسط موظف و حتى مدير عام المصرف، و يرجع ذلك إلى خاصية عدم قابلية الخدمة المصرفية للانفصال، بمعنى أن الخدمة المصرفية تتطلب حدوث تفاعل بين مقدم الخدمة (و هم موظفو البنك)، و متلقيها العملاء، و يعتمد مبدأ مشاركة العاملين على مفهوم الإدارة بالمشاركة ذلك المدخل الإداري الذي يتبنى توفير و تداول المعلومات بين العاملين داخل المنظمة على اختلاف مستوياتهم التنظيمية و إشراكهم في عملية اتخاذ القرار.

■ **التركيز على العميل**: و يعني أن الإدارة المصرفية مطالبة بالبحث المستمر عن الوسائل و الأساليب التي تحقق رضا العميل، باعتباره مصدر ربحية البنك و سبب وجوده، فالبنك يحقق أرباحه من خلال العملاء، و بالتالي فهم الذين يدفعون أجور و مرتبات العاملين به.

و يعتمد مبدأ التركيز على العميل على المفهوم التسويقي الذي يعرف بالتوجه بالعميل و هي فلسفة تسويقية مفادها أن جميع السياسات و الخطط التسويقية للبنوك يجب أن تكون موجهة بالدرجة الأولى نحو العميل و رضاه باعتباره محور ارتكاز المصرف، و بالتالي فوفقا لافتراضات هذا التوجه فإن الاهتمام باحتياجات و رغبات العميل هو المدخل الحقيقي للنجاح التنظيمي.

■ **التحسين المستمر**: لا يمكن تحقيق إدارة الجودة الشاملة ما لم يكن هناك التزام من قبل المصرف بالسعي المتواصل نحو تحسين جودة خدماتها و العمل على تطويرها بصورة مستمرة، و هو ما يتطلب تقليل الخطأ، تخفيض التكلفة، تطوير نمط تقديم الخدمة، استحداث خدمات جديدة تلي الاحتياجات المتطورة و المتغيرة للعملاء، و تسليم الخدمة إليهم في التوقيت و المكان الملائمين.

■ **التقييم المقارن**: يشير أسلوب التقييم المقارن إلى عملية تقييم و مقارنة الممارسات الإدارية للمنظمات التي تتصف بأدائها المتفوق و محاولة تطبيق أفضلها أو تطويرها بما يتلاءم مع إمكانيات و ظروف المنظمة (المصرف في حالتنا)، و بالتالي فإن أسلوب التقييم المقارن يستخدم بغرض اكتشاف أفضل الأساليب و الممارسات الإدارية المطبقة في المصارف الأخرى المنافسة ، وخاصة تلك التي يطلق عليها قائمة الصناعة و تتمثل في المصارف التي تحقق معدلات إنجاز مرتفعة.

(1) طه طارق ، مرجع سبق ذكره، ص ص 135 - 138.

3. أهمية إدارة الجودة الشاملة في تميز المصرفي

ترتكز الجودة الشاملة في المصارف والمؤسسات المالية على تطوير الخدمة وتحسين الأداء في العمل حيث تتوجه الإستراتيجية الحديثة في كافة مصارف العالم نحو العميل وإرضائه، عندئذ يمكن ما هو أفضل للأخذ به، والأسوء لتركه ويتوقف تطوير الخدمة في المصارف على توافر عدة متطلبات منها⁽¹⁾:

- التعرف على احتياجات العملاء؛
- تقديم القروض بأحجام وبفائدة تحقق خطة البنك الربحية وفي نفس الوقت جذب المدخرات والودائع بفوائد وشروط تتلاءم مع خطة البنك الربحية؛
- تحسين الربحية عن طريق زيادة الكفاءة العملية؛
- توفير خدمة مالية متطورة؛
- المحافظة على الصورة العامة للبنك والخاصة بكونه أفضل المؤسسات المالية مرونة مع العملاء؛
- بذل أكبر جهد تسويقي للحصول على أعلى نسبة من المدخرات؛
- متابعة التطورات الحديثة في الخدمة المصرفية وأحدث ما وصل إليه العالم من تقدم ومعرفة في مجال البنوك والاقتصاد؛
- ترويض عملاء البنك بالخدمة السريعة والدقيقة المتميزة التي تهدف إلى تدعيم وتوسيع العلاقات المصرفية مع البنك؛
- حماية مصالح البنك من خلال التأكد من تطبيق المعايير الفعالة والخاصة بتقديم خدمات البنك المتنوعة؛
- تشجيع الأفكار والمقترحات الجيدة والجديدة والاهتمام بها ومتابعتها والتي تخدم أسلوب العمل وتساعد على تطوير الخدمة مما يحقق الجودة الشاملة؛
- مواكبة التقدم الاقتصادي الذي يعيشه المجتمع ومحاولة تقديم وتسهيل الإمكانيات التي تخدم الاقتصاد القومي مما يساعد على تحقيق الربحية للمؤسسة المالية ويحقق تطور الخدمة التي تهدف إلى تحقيق الجودة الشاملة إلى العملاء سواء كانوا أفراد أم هيئات؛
- تقديم صور مختلفة من الحوافز إلى العناصر المتميزة والتي تؤهلهم بأن يكونوا قدوة جيدة يحتذى بها الآخرون؛
- محاولة الاستفادة من إمكانيات العاملين العلمية والعملية والتي تخدم أهداف الجودة الشاملة؛
- غرس مبادئ روح الانتماء لقيمة العمل ذاته بعيدا عن أية مصالح ذاتية مما يحقق التطوير والتحسين المستمر لتحقيق أهداف الجودة الشاملة.

(1) طه طارق، مرجع سبق ذكره، ص 140-141.

كل هذه المتطلبات تساعد على تطوير الخدمة و تحسين أسلوب العمل و هي إحدى الركائز التي تركز عليها إدارة الجودة الشاملة في المصارف والمؤسسات المالية.

كما أن كل المؤسسات التي نجحت في تبني منهج إدارة الجودة الشاملة بنت قراراتها على حقائق وبيانات صحيحة، وليست افتراضات وتوقعات مبنية على آراء شخصية وارتجالية تعتمد النسبية في توقع النجاح المستمر للأداء فيما يخص العمليات والوظائف والمنتجات والخدمات والأفراد والمنظمة، باستخدام الموارد المالية والبشرية الموجودة من خلال الالتزام والانضباط والاستمرارية لمواجهة احتياجات وتوقعات العملاء الحالية والمستقبلية وتحقيق رضاهم

المطلب الثالث: رضا العميل كمدخل لتحقيق جودة الخدمة المصرفية

1. تعريف رضا العميل

لنجاح أي منظمة وإستمرار نشاطها مرتبط برضا العملاء وهو المقياس الذي يجب أن تسترشد به المنظمة لقياس مدى نجاحها في تحقيق الجودة الشاملة لعملائها والإرتقاء بمستوى الجودة المقدمة. كما أن رضا العميل من المفاهيم المهمة في مجال تسويق الخدمات إذ تم طرح العديد من التعاريف من قبل الباحثين حول رضا العملاء⁽¹⁾ نذكر منها:

1-1. تعريف زيثمال وآخرون (Zeithimal et al) : "الحكم على جودة المنتج الناتج عن مقارنة بين توقعات العميل للخدمة والأداء." ⁽²⁾

2-1. يعرف رضا العميل : "رضا العميل هو استجابة عاطفية راجعة لاستخدام منتج أو خدمة ما." ⁽³⁾

3-1. يعرف كوتلر (Kotler) "رضا العميل هو ذلك الانطباع الإيجابي أو السلبي الذي يشعر به عميل ما اتجاه تجربة شراء و /أو استهلاك، و هو ناتج عن مقارنة بين توقعاته (العميل اتجاه منتج ما) و أدائه المدرك" ⁽⁴⁾

2. رضا العميل و علاقته بجودة الخدمة المصرفية

تشير العديد من الدراسات التسويقية إلى أن رضا العملاء يعتبر أحد أهم المؤشرات غير المالية التي تدل على أن المنظمة تسيير بالاتجاه السليم. ⁽⁵⁾

وبين (edvzardssn, 2000) أن رضا العملاء في مجال الخدمات أهم منه في مجال السلع المادية لأن علاقته مع النمو وتحقيق الأرباح تكون بدرجة أقوى .

(1) ناجي معلا ورائف توفيق، مرجع سبق ذكره ، ص135.

(2) هاني حامد الضمور ،تسويق الخدمات، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، عمان، الأردن ، 2008 ، ص56.

(3) مرجع نفسه، ص56-57.

(4) مأمون ندم عكروش، سامر موسى المحمد، أثر العلامة التجارية في رضا العملاء عن منتجات الأجهزة الخلوية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 06 ، العدد 01 ، 2010 ، ص25.

(5) بلبالي عبد النبي، مرجع سبق ذكره ، ص82-83.

وقد حاولت العديد من الدراسات توضيح العلاقة بين رضا العملاء وجودة الخدمة إلا أن الباحثين في هذا المجال لم يتفقوا على رأي موحد بخصوص المفهومين، والعلاقة التي تربط بينهما وقد حاولت العديد من الدراسات توضيح العلاقة بين رضا العملاء وجودة الخدمة إلا أن الباحثين في هذا المجال لم يتفقوا على رأي موحد بخصوص المفهومين، والعلاقة التي تربط بينهما؛ من بينهم الباحثين سبرينغ و سينغ (Spreng and Singh 1993)

من خلال دراستهما لحالة بعض البنوك، فإذا استطاعت المصارف تقديم خدمات ذات جودة عالية تتطابق مع الجودة المتوقعة فهي ضمنياً تحقق رضا العملاء. (1)

لذلك يرى مأمون نديم عكروش وسامر المحمد أن قياس رضا العملاء يتم من خلال عدة نماذج أهمها مدخل الفجوة ومدخل الأداء، وهي نفس النماذج التي يعتمد عليها قياس جودة الخدمات المصرفية.

3. العوامل المؤثرة على إدراك العملاء لجودة الخدمة

ويقصد بها مجموعة العناصر التي تؤثر على العميل عند تقييمه لجودة الخدمة المقدمة له وهي: (2)

3-1. خدمة المواجهة (اللحظات الحقيقية): إن الانطباع عن الخدمة يحصل في مواجهة الزبون مع المصرف و هي لحظة التفاعل، حيث يستخدم خبرته السابقة من حيث الاستقبال و سرعة تقديم الخدمة و الدقة... الخ. و يمكن تقسيمها على 3 أنواع هي:

- **المواجهة عن بعد:** يتفاعل الزبون مع المصرف من خلال نظام الصراف الآلي مثلا أو بطاقات الائتمان (الماسكرات و الفيزا كارت أو فيزا إكترون ،) و يحكم الزبون هنا على الجودة من خلال مدى الثقة في البطاقة و حجم المصارف التي تعتمد عليها.
- **المواجهة بالهاتف و الانترنت:** و هي الحصول على الخدمة عبر الهاتف لكنها تكون أكثر تعقيدا لأن نبرة الصوت تؤثر في حكم الزبون على الجودة، أما الخدمة على الانترنت فيرجع إلى مدى توفير المصرف الأمان و المصدقية و تكون عن طريق عرض استبيانات إلكترونية للحكم على الجودة.
- **المواجهة وجها لوجه:** و هنا يكون التفاعل مباشر مثل التعامل مع موظف القروض أو الحساب الجاري في المصرف.

3-2. دليل أو ملامح الخدمة: ويعد من العوامل الرئيسية المؤثرة في ادراكات الزبون للخدمة لأنه دائما يبحث عن دليل أو مظهر للخدمة في أي عملية تفاعل مع المصرف

(1) نجاح مأمون نديم عكروش، وسامر موسى المحمد، مرجع سبق ذكره ، ص 10 .

(2) بربيش عبد القادر، مرجع سبق ذكره ، ص 267.

المبحث الثالث: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية

إن عدم ملموسية الخدمات المصرفية وما تتسم به من خصائص كالفناء السريع وتزامن إنتاجها مع استهلاكها وعدم تجانسها يخلق صعوبة في قياس درجة جودتها، فمثلا في الإنتاج السلعي يستطيع الموظف أن ينتج السلعة، وبعد ذلك يجلس ليتأملها ويراجع مواصفاتها، ويستبعد الوحدات المعيبة بإجراء عملية الفرز، لكن هذا الأمر يعتبر مختلفاً بالنسبة للخدمة المصرفية فالموظف يتفاعل مباشرة مع العميل، والاستهلاك يتم بمجرد تقديم الخدمة، وبالتالي لا يمكن إجراء عملية الفرز والرقابة على الجودة بعد الإنتاج، وعلى الرغم من هذه الصعوبة فقد توالى العديد من المحاولات من أجل إيجاد مقياس يساعد على تحديد مستوى الجودة في قطاع الخدمات، وتُقسم وسائل وأساليب قياس جودة الخدمة إلى أسلوبين هما: الأسلوب المباشر و الأسلوب غير المباشر ويمكن تفصيل فيه في المطالب القادمة .

المطلب الأول : طرق القياس المباشر لجودة الخدمة المصرفية

و تصنف إلى : (1)

1. مناهج الاستقصاء

وبموجب هذه الوسيلة _ من وسائل القياس _ تؤخذ عينة محددة تمثل جميع أفراد المجتمع، ويتم اختيار هذه العينة إما بطريقة عشوائية أو فتوية، حيث توزع على أفرادها استمارة الاستقصاء، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة للموضوع المراد معرفة أداء هذه الفئة فيه، وتكون هذه الأسئلة معدة بطريقة معينة حتى يسهل على أفرادها الإجابة عليها، ومن ثم تقوم أجهزة متخصصة بتبويب الإجابات وتحليل المعلومات للحصول على النتائج وتفسيرها.

2. الملاحظة المباشرة

ويعتمد هذا الأسلوب على أن تتولى الإدارة نفسها عملية قياس مستوى جودة خدماتها، بطريقة الملاحظة المباشرة للإجراءات الإدارية المختلفة في ميدان العمل، والاحتكاك المباشر بالعملاء وملاحظة ردود أفعالهم، وأيضا ملاحظة أداء مقدمي الخدمات أثناء عملهم.

ومن أمثلة أسلوب الملاحظة المباشرة حساب الوقت الفعلي لإنهاء إجراء معين، وملاحظة حسن وفن التعامل لدى مقدمي الخدمة، وتوجيه أسئلة مباشرة للعملاء عن مدى رضائهم عن مستوى الخدمة عموما.

3. المسح العام

ويدخل في إطاره طريقة المقابلة واستقصاء الرأي الفردي العميق وطريقة المناقشة الجماعية.

(1) عبد الله بن صالح بن رشود، مرجع سبق ذكره، ص 55.

المطلب الثاني : عدد الشكاوي كمقياس لجودة الخدمة المصرفية

من بين الشركات التي استفادت من شكاوي العملاء في مجال عملها نذكر (1):

بفضل جمع ودراسة شكاوي العملاء توصلت شركة اريتك إلى قرار التخلص من % 25 من منتجاتها الخاسرة، ثم استأصلت العمليات الزائدة، وقلصت أنشطة الهدر بنسبة %90 نتيجة تعدد الشكاوي بخصوص استلام بضائع معيبة أدركت شركة وستن هاوس ضرورة تغيير نظام التغليف والنقل تغيباً ر جذرياً، فكانت من أولى الشركات التي استخدمت الفلين في تغليف الأجهزة المنزلية، مما أدى إلى تقليص نسبة العيوب ب%9، وانعكس ذلك على توفير % 40 من تكاليف الصيانة.

بفضل متابعة الشكاوي والاستجابة الفورية لها تمكن بنك مانشيستر من اكتشاف حالات الاختلاس والتزوير والقضاء عليها تماماً.

لولا الإستجابة الفورية لشكاوي العملاء لتحملت شركة كوكاكولا أضعاف الخسائر التي أصابتها نتيجة طرحها لمنتج نيوكاك، فعندما إتفقت إدارة التسويق وإدارة الإنتاج بعد بحوث طويلة على طرح نيوكاك في الأسواق، تمكنت إدارة خدمة العملاء من انقاذ الشركة من الإفلاس بفضل إستماعها لشكاوي العملاء.

الشكاوي هي توقعات العميل التي لم يتم إشباعها، وعندما يجهر العميل بها، فإنه يمنح البنك الفرصة لتجديد آماله المحبطة، وإشباع توقعاته الخائبة، ويمكنه من سد ثغرة التوقعات بين ما يريده العميل وما يستطيعه البنك، وقد أثبتت الدراسات أن % 80 من العملاء الذين يتم الاستجابة لشكواهم يعاودون الشراء ويصبحون أكثر ولاء مما كانوا عليه، لذلك لا بد من اعتبار شكاوي العملاء مقياساً فعالاً لزيادة جودة الخدمات المقدمة من قبل الشركات، ويتوقف قرار تقديم الشكاوي من طرف العملاء على مجموعة من العوامل منها (2):

1. معتقدات العميل المتعلقة بنتيجة الشكاوي

أي المكاسب التي يتوقع العميل الحصول عليها بعد تقديم الشكاوي، مثل: التعويض المادي أو الاعتذار أو الوعد بتقديم منتجات وخدمات أفضل في المستقبل.

2. معتقدات الجماعة المرجعية

وهي توصيات الأقارب والأصدقاء للعميل بتقديم الشكاوي.

3. معتقدات العميل المتعلقة بصعوبة تقديم الشكاوي

وهي درجة صعوبة أو سهولة تقديم العميل للشكاوي، وتتوقف على ثقته بنفسه، ومدى وجود فرص متاحة أمامه لتقديم الشكاوي، ودرجة معرفته بإجراءاتها.

(1) محبوب مراد، استخدام إستراتيجية إعادة الهندسة الإدارية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، (أطروحة دكتوراه غير منشورة)، تخصص

اقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013-2014. ص 87.

(2) سفيان مسالنة، قياس جودة الخدمات المصرفية باستخدام نموذج الفجوة بين الإدراك والتوقعات، (رسالة ماجستير غير منشورة)، المركز

الجامعي، تبسة، الجزائر، 2007، ص 133.

معالجة الشكاوي

من أجل معالجة شكاوي العملاء لابد من القيام ب:

- تشجيع العملاء على التعبير عن حالة عدم الرضا التي يحسون بها، وإعلامهم بطريقة تبليغها والجهة المسؤولة عن استقبالها.
- تسجيل وتشخيص المشكلة واتخاذ القرار المناسب، وتميز بين نوعين من الشكاوي هما:

الشكاوي الموضوعية - وفيها يشكو العميل أخطاء أو نقائص يريد إصلاحها، وقد يطلب اعتذاراً أو تعويضاً مادياً عنها.

الشكاوي الكاذبة: تشير الإحصائيات إلى أن نسبة الشكاوي الباطلة لا تزيد عن 10% ، وبالتالي لا يمكن أخذ الكل بجريرة الجزء، لذلك لا ينبغي إختبار صحة شكاوي العملاء بطريقة تشبه التحقيق أو الاستجواب، والحل هو تحويل الاتهامات إلى معلومات، وطرح الأسئلة دون الإفصاح عن النوايا.

- استغلال المعلومات التي تم جمعها من شكاوي العملاء في تطوير وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

المطلب الثالث: نموذج الفجوة (servqual)

من أبرز الدراسات التي استهدفت قياس الجودة في قطاع الخدمات دراسة برسورما وباري Parasuraman و Berry حيث قاما بإجراء دراسة كمية على عملاء أربع قطاعات خدمية وهي: (1)

بنوك التجزئة، خدمات التصليح والصيانة، خدمات بطاقات الائتمان، وخدمات الوساطة المالية، وتوصلاً إلى أن العوامل ذات الأهمية في تحديد جودة الخدمة هي تلك التي يحددها العميل، بينما التقويمات الأخرى التي يقوم بها مقدمو الخدمة أو المسؤولون في المؤسسات الخدمية تعتبر بمثابة أدوات مكملية وليست رئيسية، ما جعلهما يستحدثان نموذج لقياس الجودة يقوم على مقارنة توقعات العملاء للخدمة مع الأداء الفعلي لها، وسمي هذا المقياس ب(servqual) ويمكن التعبير عنه رياضياً كما يلي:

جودة الخدمة = الأداء - التوقعات.

وبناءً عليه فإن الجودة تقاس على النحو التالي:

1. إذا كانت الجودة المتوقعة أكبر من جودة الخدمة المدركة (الأداء الفعلي) فإن الجودة المقدمة تكون غير مرضية وتتجه نحو عدم قبولها من طرف العملاء.
2. إذا كانت الجودة المتوقعة مساوية لجودة الخدمة المدركة فإن الجودة المقدمة تكون مرضية ومقبولة.
3. إذا كانت الجودة المتوقعة أقل من الجودة المدركة فإن جودة الخدمة المقدمة تكون أكثر من مرضية وتتجه نحو المثالية التي يريدها العملاء بشكل مستمر.

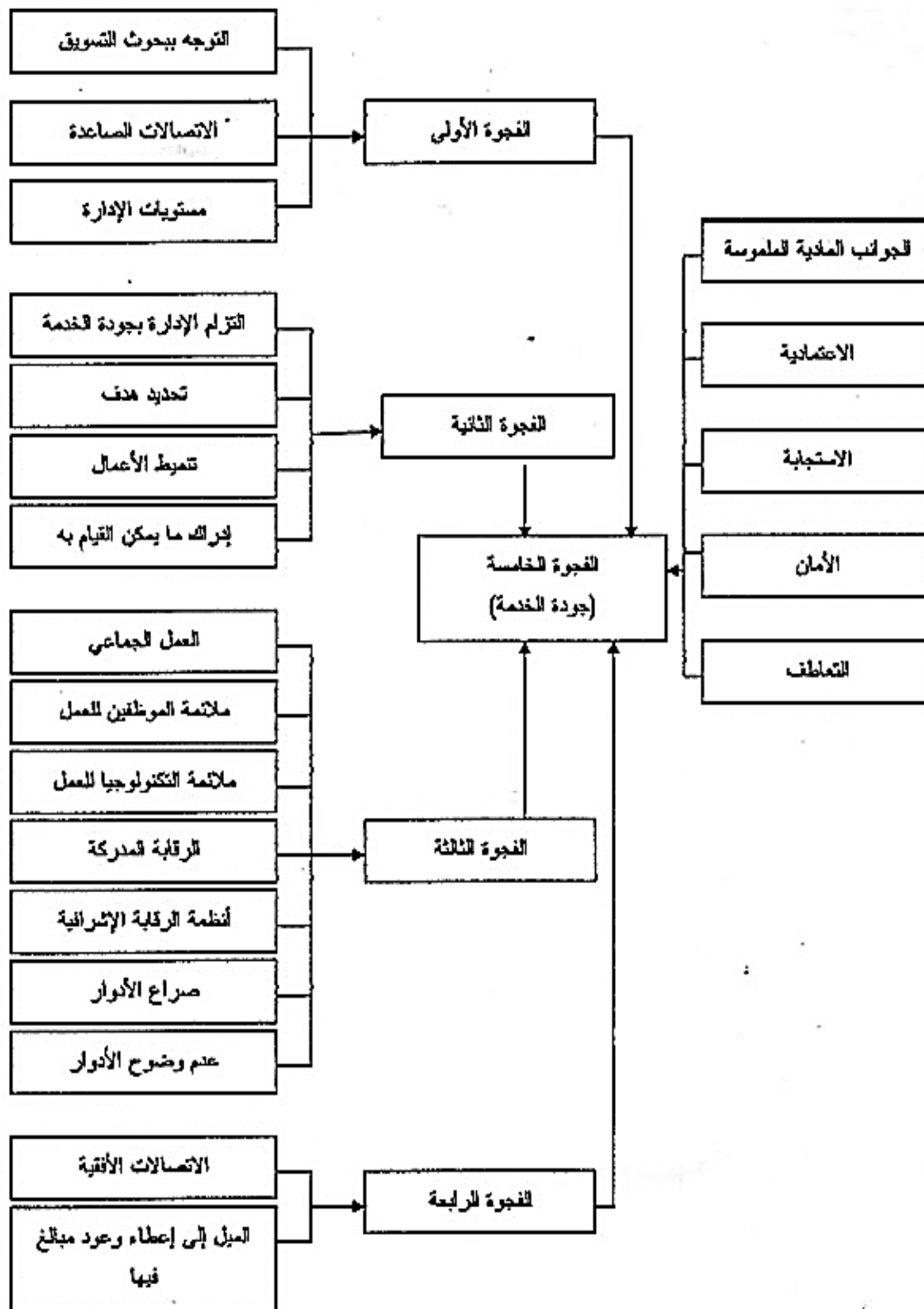
(1) عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، 1999 ص 54-52

في قياس جودة الخدمة المصرفية يعتمد مقياس (servqual) على تصميم استمارة استبيان مكونة من 22 بنداً أو استفسار و تعكس الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة و المتمثلة في المظاهر المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان ، التعاطف.

ويتم العمل بالمقياس من خلال المقارنة بين نموذجين للاستبيان، يعمل الأول على قياس توقعات العملاء حول المنظمة المميزة أو المفضلة لديهم وما يجب أن تقدمه من خدمات، ويعمل الثاني على قياس إدراكات العملاء لجودة الخدمة المقدمة لهم فعليا، فإذا كانت النتيجة لصالح توقعات العملاء تكون الجودة منخفضة والعكس صحيح.

وقد أوضح الباحثان أن الفجوة بين توقعات العملاء وإدراكهم للجودة المقدمة تتكون في الحقيقة من خمسة فجوات، أربعة منها تتعلق بمقدم الخدمة وواحدة تتعلق بالزبون، والشكل التالي يوضح هذه الفجوات:

الشكل (2-6) جودة الخدمة المصرفية حسب نموذج (servqual).



المصدر: محبوب مراد، مرجع سبق ذكره، ص 91.

من خلال الشكل يمكن توضيح الفجوات الخمسة كالتالي : (1)

الفجوة الأولى: بين توقعات العميل وإدراك الإدارة لهذه التوقعات، فقد تعتقد الإدارة أنها تعرف ما الذي يريده العملاء وتستمر في تقديمه في حين أن العملاء يتوقعون شيئاً مختلفاً، فقد يرغب العميل أساساً في الحصول على خدمة فورية من موظفي البنك دون الانتظار لمدة طويلة، في حين ترى الإدارة أن العملاء لا يهتمون بعامل الزمن وما يهمهم هو الحصول على الخدمة مهما كانت الظروف.

الفجوة الثانية: تنبع عن الاختلاف بين المواصفات الخاصة بالخدمة المقدمة بالفعل، وبين إدراكات الإدارة فقد يكون للإدارة التصور الصحيح لرغبات الزبائن إلا أنها غير قادرة أو غير مكترثة بتحديد إمكاناتها لتلبية تلك الرغبات فقد يكون مدير البنك مطلعاً على حجم الضيق الذي يشعر به العميل من جراء الانتظار لمدة طويلة إلا أنه لا يتخذ الإجراءات والتدابير اللازمة لتخفيف حدة هذه المشكلة.

الفجوة الثالثة: تنبع هذه الفجوة عن الفرق بين مواصفات جودة الخدمة والتسليم الفعلي لها، وتسمى كذلك بفجوة أداء الخدمة الفعلية، وتعني وجود مواصفات مناسبة لجودة الخدمة لكن الموظفين في المصرف لا يلتزمون بها، ويرجع الفرق في الأداء هنا لعدم قدرة الموظفين على تقديم الخدمة بالشكل المناسب، أو عدم رغبتهم في تقديم الخدمات بالأسلوب الذي تحدده الإدارة نظراً لعدم اقتناعهم به أو نتيجة لعدم إحساسهم بالانتماء للبنك.

الفجوة الرابعة: وتمثل الفرق بين الخدمة المقدمة والخدمة المروجة أي أن الوعود التي يقدمها المصرف من خلال الاتصال بالعملاء وعن طريق أساليب الترويج المختلفة لا تتوافق مع المستوى الفعلي لتقديم الخدمة، فقد يركز المصرف من خلال إعلاناته على أنه الأسرع في إنجاز معاملات التحويل الخارجي، لكن الحقيقة عكس ذلك لأن العميل يستغرق وقتاً أطول لإنجاز هذه العملية مقارنة مع مصارف أخرى.

الفجوة الخامسة: وتمثل الفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة وهي عبارة عن المحصلة النهائية لجميع الفجوات السابقة، إذ يتم على أساسها الحكم على جودة الخدمة ككل، وتحدث كنتيجة لحدوث إحدى الفجوات السابقة أو بعضها أو جميعها، وفي دراسة أخرى سنة 1991 قام نفس الباحثين بتنقيح وإعادة تقييم نموذج الفجوة ليعطي أوزاناً نسبية لكل بعد، حيث يتم حساب جودة الخدمة كالتالي: الجودة = الوزن النسبي للبعد الجودة المدركة - الجودة المتوقعة، وعلى هذا الأساس تم إضافة جزء لاستبيان يطلب فيه من العميل أن يقوم بتوزيع 100 نقطة على أبعاد جودة الخدمة حسب أهميتها له.

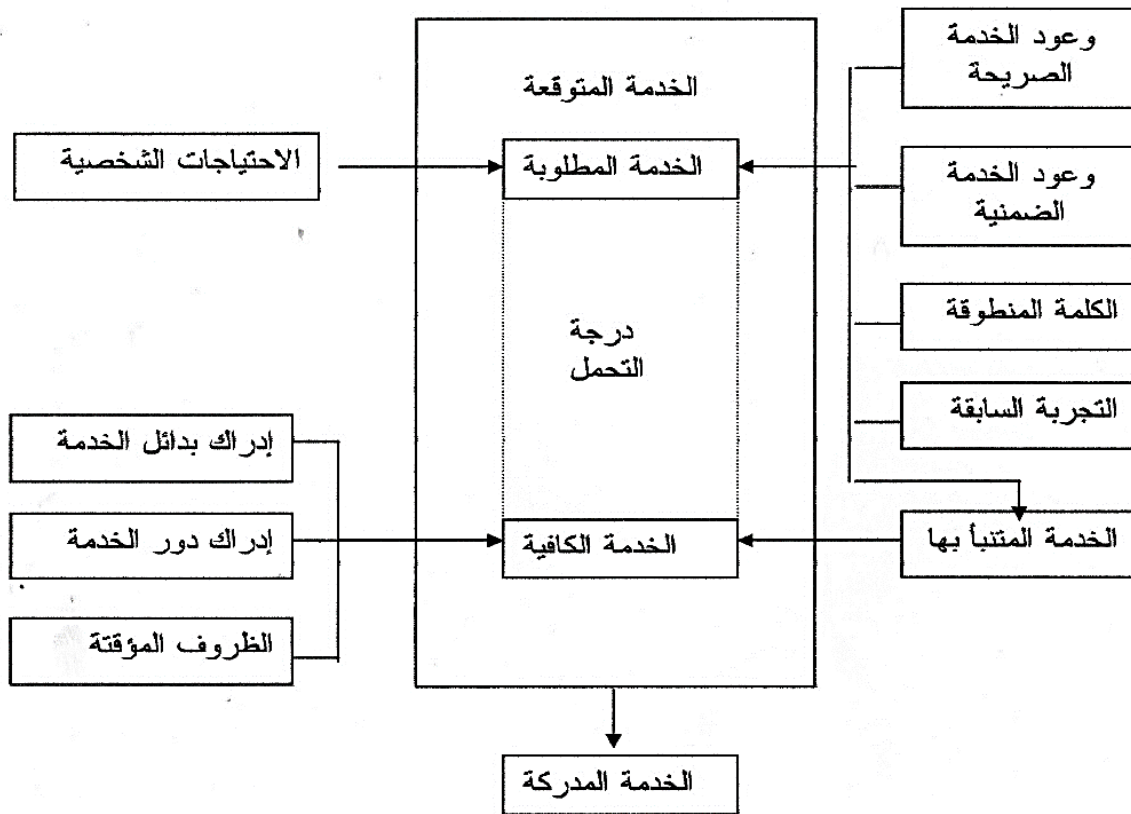
وفي مواصلتهم لتطوير نموذجهم قام كل من "بريسورما، زيتهامل و بري" "Parasuraman, Zeithaml and Berry" سنة 1993 بإعادة تحديد مفهوم توقعات العملاء حيث قاموا باستحداث مفهوم منطقة جودة الخدمة المقبولة أو منطقة التحمل وهي المنطقة التي تقع بين مستوى الخدمة المرغوبة ومستوى الخدمة المناسبة الذي يكون العميل

(1). محبوب مراد، مرجع سبق ذكره، ص 92.

مستعداً لقبوله، فإذا كان مستوى أداء الخدمة أسفل منطقة التحمل فإن العميل سيشعر بالإحباط وعدم الرضا، أما إذا كان الأداء الفعلي أعلى من منطقة التحمل فإن العميل سيشعر بالرضا عن الخدمة المقدمة. فلو فرضنا أن أحد العملاء يرغب في صرف شيك لدى بنكه في مدة لا تتجاوز 10 دقائق، وهذا ما نسميه مستوى الخدمة المرغوبة ولكن وفقاً لتجربته ومع الأخذ بعين الاعتبار الوقت المتأخر الذي قصد فيه البنك وعدد العملاء الموجودين خلال نفس الفترة فهو مستعد للانتظار لمدة 30 دقيقة من أجل صرف الشيك -، أي أن منطقة التحمل بالنسبة له تستغرق 20 دقيقة (10 - 30) فإذا ازدت عن 20 دقيقة فإن العميل سيشعر بالقلق وعدم الرضا، أما إذا استغرقت عملية تحصيل الشيك أقل من 10 دقائق فسيكون سعيد وراضياً عن الخدمة المقدمة لأن الجودة المحققة هنا هي الجودة المرغوبة. (1)

والشكل التالي يوضح مفهوم منطقة التحمل أو الجودة المقبولة:

الشكل رقم (2-7): الجودة المقبولة



المصدر : محبوب مراد، مرجع سبق ذكره ص، 94

(1) محبوب مراد، مرجع نفسه، ص 92-93.

نلاحظ من خلال الشكل أن:

1. الخدمة المتوقعة تتكون من الخدمة المطلوبة والخدمة الكافية.
2. الخدمة الكافية يتأثر تشكيلها بالعوامل التالية:
 - **الظروف المؤقتة:** وهي ظروف مرحلية ينخفض خلالها الحد الأدنى من الخدمة المناسبة ويتسع نطاق منطقة التحمل كالطلب الزائد الذي يجعل الزبون ينتظر أكثر من الوقت المعتاد للحصول على الخدمة المرغوبة.
 - **إدراك بدائل الخدمة:** في حالة عدم توفر بدائل أمام الزبون للحصول على الخدمة من مصارف أخرى يقبل بالخدمة الحالية التي يقدمها مصرفه رغم انخفاض جودتها.
 - **إدراك العميل لدور الخدمة:** قد يفضل الزبون التعامل مع بنك معين بمستوى جودة أقل لتأكيد أن الخدمة متوفرة دائما وبالتالي ليس لديه الرغبة في المجازفة مع مصرف آخر قد تغيب فيه الخدمة خلال فترات معينة.
3. تلعب الإحتياجات الشخصية للعملاء دورا مهما في تحديد مستوى الخدمة المطلوبة.
4. يتأثر تشكيل الخدمة المطلوبة والخدمة الكافية بمجموعة من العناصر هي: الوعود الظاهرة أو الصريحة، الوعود الضمنية، الخبرة السابقة، اتصالات الكلمة المنطوقة.

المطلب الرابع: نموذج الأداء. SERVPERF

ينسب هذا النموذج الذي ظهر سنة 1992 إلى الباحثين جوزف سرنين و ستيفن تايلور (Joseph Cronin and Steven Taylor) وقد جاء نتيجة للانتقادات التي وجهت من طرفهم لنموذج (service performance) ويطلق عليه إسم الفجوة خاصة الجزء المتعلق بالتوقعات، إذ يرفض هذا النموذج فكرة الفجوة بين إدراكات العملاء وتوقعاتهم ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة المقدمة. ولا يختلف نموذج (service performance) عن سابقه في اعتماده على نفس مؤشرات التقييم المظاهر المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان، التعاطف لكنه يتميز عليه من خلال بساطته في القياس والتحليل، كما أنه يلغي الحاجة لقياس التوقعات التي تتغير بعد تلقي الخدمة، مما يزيد من درجة مصداقيته وواقعيته. (1)

و يعتمد نموذج الداء على ابعاد جودة الخدمة المصرفية حيث أوضحت أغلب دراسات لاحقة أن جودة الخدمة لها خمسة (5) أبعاد رئيسية وتشمل: (2)

- **الملموسية:** تشمل التسهيلات المادية المستخدمة في العمل بدءا بالمظهر الخارجي للبنك و تهيئة من الداخل و الأجهزة و وسائل المستخدمة في أداء الخدمة .

(1) محبوب مراد، مرجع سبق ذكره، ص 94-95.

(2) محمود حسين الوادي و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 42.

- **الاعتمادية:** و تعني ثبات الأداء و انجاز الخدمة بشكل سليم و احسن من المرة الأولى ووفاء البنك لما تم وعد العميل به، و هذا يتضمن :
 - ✓ دقة الحسابات و الملفات و عدم حدوث الأخطاء؛
 - ✓ تقديم الخدمة المصرفية بشكل صحيح؛
 - ✓ تقديم الخدمة في المواعيد المحددة و في الوقت المصمم لها ؛
 - ✓ ثبات مستوي تقديم الخدمة .
- **الاستجابة(سرعة الاستجابة من قبل العاملين):** و تشير الى رغبة و استعداد العاملين بالبنك في تقديم الخدمة و مساعدة الزبائن و الرد على استفساراتهم و السرعة في أداء الخدمة، و الاستجابة الفورية لطلب العميل .
- **التعاطف:** : و يقصد بها أيضا:المجاملة،التعاطف،التعاون وهي حسن معاملة العملاء وتقدير ظروفهم الخاصة وإحترام عادات وتقاليد العميل.
- **الأمان:** وهو الإطمئنان من قبل العملاء بأن الخدمة المقدمة للعملاء تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك شاملا الاطمئنان النفسي والمادي و يعكس ذلك خلو المعاملات مع البنك من الشك و الخطورة و يتضمن الأمان المادي و المالي .
- **فجودة الخدمة المصرفية ترتبط و تعتمد على احتياجات و توقعات العملاء،** فإذا تم تقديم خدمة تتفق مع احتياجات و توقعات العملاء او تتفوق عليها قيل ان الخدمة تتصف بالجودة

خلاصة:

كما إتضح أن المدخل الأكثر شيوعا في تقييم جودة الخدمات هو ذلك الذي يعتمد على حكم العميلا الذي يعتمد على معايير مختلفة للحكم على جودة الخدمة، لذا فإنه يتوجب على مؤسسة الخدمة العمل على معرفة هذه المعايير ، و على تقديم خدمات تلي حاجات زبائننا و تلي توقعاتهم، حتى تتمكن من تحقيق رضاهم و كسب ولائهم.

ومن خلال دراستنا لهذا الفصل توصلنا إلى أن الخدمات المصرفية تختلف عن السلع المادية في مجموعة من الخصائص التي تجعلها تواجه مشكلة في مجال تسويقها، ومنها ارتباطها بالشخص الذي يتولى تقديمها، وعدم وجود مقاييس معيارية لتحديد نوعيتها، مما يتطلب من المصارف أن تبذل جهودا إضافية كي تحصل على رضا العملاء وتقنعهم بالإقبال على منتجاتها و خدماتها.

كما تبين أيضا أن نماذج قياس جودة الخدمة تساعد إدارة المؤسسة الخدمية بصفة عامة و البنوك بصفة خاصة في التعرف على مدى قدرة الخدمة المقدمة للعملاء على الوفاء باحتياجاتهم و رغباتهم بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم و يحقق رضاهم، و ذلك بالاعتماد على عدة نماذج لقياس جودة الخدمة المصرفية أهمها مقياس عدد الشكاوي ونموذج الفجوة ، و نموذج الأداء الفعلي الذي سيتم اعتماده في الدراسة الميدانية بإعتباره أفضل النماذج لأنه يرفض فكرة الفجوة بين إدراكات العملاء وتوقعاتهم، ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للعميل.



الفصل التطبيقي

دراسة حالة عينة

عملاء وكالات البنوك التجارية

وكالات المسيلة (BEA-BADR-AGB-CPA)

تمهيد

من أجل ربط الجانب النظري بالجانب التطبيقي، وفي محاولة لتقديم جودة الخدمة المصرفية قصيرة الأجل في ظل التجارة الخارجية، تم إسقاط هذه الدراسة ميدانيا على عينة من البنوك التجارية، ومحاولة التعرف على جودة الخدمات المصرفية قصيرة الأجل في ظل التجارة الخارجية في هذه البنوك، وهي: بنك الفلاحة والتنمية الريفية، القرض الشعبي الجزائري، البنك الخارجي و بنك الخليج الجزائر (وكالات المسيلة)، وذلك من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: تقديم البنوك التجارية الجزائرية والوكالات عينة الدراسة

المبحث الثاني: تحليل البيانات و اختبار الفرضيات

المبحث الأول: تقديم البنوك التجارية الجزائرية والوكالات عينة الدراسة

تكون النظام المصرفي في نهاية 2014، من 29 بنك ومؤسسة مالية معتمدة، يقع مقرها الاجتماعي بالجزائر العاصمة، وتوزع الهيئات المصرفية والمؤسسات المالية كما يلي: (1)

- 06 بنوك عمومية، من بينها صندوق التوفير؛
- 14 بنكا خاصا برؤوس أموال خارجية، من بينها بنك واحد برؤوس أموال مختلطة؛
- 03 مؤسسات مالية من بينها اثنتان 02 عموميا؛
- 05 شركات للقرض بالإيجار، من بينها خاصة؛
- تعاونية تأمين واحدة 01 معتمدة لإجراء العمليات المصرفية.

تجمع هذه البنوك الموارد من الجمهور، وتوزع القروض وتضع بحوزة الزبائن أدوات دفع وتضمن تسييرها، كما تقوم أيضا بعمليات مختلفة ملحققة، وفي مجال العمليات البنكية ومقارنة مع البنوك فإن المؤسسات المالية غير مرخص لها بجمع الودائع لدى الجمهور، و سيتم من خلال المطالب التالية التركيز على البنوك العاملة في الجزائر، ووظائفها و حجم الخدمات التي تقدمها بصفة عامة و ثم التركيز على بنوك عينة الدراسة.

المطلب الأول: البنوك العاملة في الجزائر : وظائفها و حجم الخدمات المقدمة

بلغ عدد البنوك العاملة في الجزائر في نهاية شهر مارس من هذا العام 20 بنكا، شملت 6 بنوك حكومية و14 بنكا خاصا، وهذه الأخيرة تتوزع بين بنوك محلية، وعربية، وأجنبية، وقد بلغ مجمل عدد الفروع الداخلية للبنوك الجزائرية 1,328 فرعاً، ويعمل في القطاع المصرفي الجزائري نحو 35,000 موظف. كذلك تنقسم البنوك في الجزائر إلى 17 بنكا تجارياً، و3 بنوك إسلامية، أما بالنسبة إلى التقسيم من حيث الملكية المحلية أو الأجنبية، فيوجد 7 بنوك محلية و13 بنكا أجنبياً، وتسيطر البنوك الحكومية على الحصة الأكبر من النشاط المصرفي في الجزائر، إذ تستحوذ على نحو 86,5 في المئة من موجودات القطاع المصرفي، و85 في المئة من القروض و90 في المئة من الودائع. (2)

1. البنوك العاملة في الجزائر ووظائفها

1-1. البنوك التجارية العامة

و هي البنوك المملوكة بالكامل للدولة وتستحوذ على أكبر حصة من السوق المصرفي حاليا حوالي 86.5% من إجمالي الأصول البنكية في السوق المصرفي الجزائري (3).

■ البنك الوطني الجزائري BNA

(1) Rapport annuel de la Banque d'Algérie 2014, p 80.

(2) الموقع : <http://www.uabonline.org> تاريخ الاطلاع 30 أبريل 2015 ، على الساعة: 22:00

(3) Rapport annuel de la Banque d'Algérie 2014, op.cit, p 82.

أنشئ بموجب المرسوم 66-178 الصادر بتاريخ جوان 1966، و يعد البنك الوطني الجزائري بنك ودائع واستثمارات وبنك المؤسسات الوطنية، ويقوم بالعديد من الوظائف أهمها: (1)

- ✓ تنفيذ خطة الدولة فيما يخص القروض القصيرة والمتوسطة لأجل وضمان القروض كتسهيلات الصندوق والسحب على المكشوف، والتسليف على البضائع والإعتمادات المستندية؛
- ✓ منح القروض الزراعية للقطاع الفلاحي المسير ذاتيا (التسيير الذاتي)، مع المساهمة في الرقابة على وحدات الإنتاج حتى عام 1982 تاريخ إنشاء البنك الفلاحي للتنمية الريفية؛
- ✓ منح القروض للقطاع الصناعي سواء كان عاما أو خاصا؛
- ✓ يقوم بتمويل التجارة الخارجية بالإضافة إلى مساهمته في رأس مال عدة من البنوك الأجنبية.

فالبنك الوطني الجزائري يقبل الودائع من طرف الجمهور والمؤسسات، ويقوم بعملية الاستثمار في الداخل والخارج، ويقوم بتمويل النشاطات الزراعية، وبعد سنة 1982 أصبح يمول بصفة خاصة المؤسسات الوطنية لتسيير أموال الاستغلال سواء كانت صناعية أو زراعية.

■ بنك التنمية المحلية BDL

أنشئ بموجب المرسوم رقم 85/85 المؤرخ بتاريخ 30 أبريل 1985، انبثق عن القرض الشعبي الجزائري يعد بنك إيداع يقوم بجميع العمليات البنكية التقليدية من حسابات جارية، وتوفير وإقراض بضمانات، غير أن بنك التنمية المحلية يخدم بالدرجة الأولى الهيئات العامة المحلية، قروض قصيرة الأجل ومتوسطة وطويلة، تمويل عمليات الاستيراد والتصدير إضافة إلى خدمات القطاع الخاص، وذلك من خلال تقديم قروض قصيرة ومتوسطة الأجل فقط، بالإضافة إلى مساهمته البنك في تنفيذ المخططات والبرامج التنموية الوطنية، ويعالج جميع عمليات البنك من القرض، الصرف والخزينة التي لها علاقة بنشاطه لتسيير موجوداته المالية واستخدامها، كما يقوم بتمويل عمليات التجارة وعمليات الرهن، ويلعب دور الوسيط لبنوك أخرى، ويتولى خدمة الوكالة لمؤسسات القرض الأخرى. (2)

■ البنك الوطني للتوفير والاحتياط CNEP

لقد تم إنشاء الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بموجب القانون 64-227 المؤرخ في 10 أوت 1964 وحدد القانون دور ونشاط الصندوق التي تمثلت في جمع الادخار من المواطنين واستغلاله في خدمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وتمويل البناء، وتمويل الجماعات المحلية، ويقوم بالمهام التالية: (3)

- ✓ حث وتنشيط الادخار والتوفير، وجمع المدخرات العائلية وتوزيع قروض البناء.
- ✓ جمع مدخرات الجماعات المحلية وتمويل بعض الاستثمارات ذات الطابع الاجتماعي.

(1) الامر رقم 66-178 المؤرخ في 13/06/1966 المتعلق بإنشاء البنك الوطني الجزائري .

(2) المرسوم 85/85 المؤرخ بتاريخ 30 أبريل 1985 المتعلق بإنشاء بنك التنمية المحلية .

(3) القانون 64-227 المؤرخ في 10 أوت 1964.

✓ المساهمة في شراء الأراضي والبنائات للشركات العقارية. وتمويل مشاريع السكن بمنح قروض إما لبناء أو شراء سكن جديد أو تمويل مشاركة المقترض في تعاونية عقارية.

■ بالإضافة إلى البنوك السابقة هناك أيضا البنك الجزائري الخارجي بنك الفلاحة و التنمية الريفية و القرض الشعبي الوطني (1).

1-2. البنوك التجارية الخاصة

فتح قانون النقد والقرض المجال للعديد من البنوك الخاصة للعمل بالجزائر تكريسا لمرحلة اقتصادية ركيزتها الأساسية المنافسة الحرة والعمل وفق آليات اقتصاد السوق، حيث تم منح الاعتماد للعديد من البنوك الخاصة من طرف مجلس النقد و القرض ، و الجدول الاتي يبين البنوك التجارية الخاصة العاملة في الجزائر (2).

جدول رقم (3-1) البنوك التجارية الخاصة

البنوك التجارية الخاصة
بنك البركة الجزائري
سيتي بنك الجزائر
الصندوق الوطني لتعاون الفلاحي
بنك العرب لتعاون الجزائر
تتيكسيس بنك
الشركة العامة الجزائر Société Générale
بنك المتوسط العام
الريان بنك
بنك العرب الجزائر
البنك الوطني الشعبي الباربي BNP Paribas 58
ترست بنك الجزائر
المؤسسة العامة الجزائر
بنك الخليج الجزائر (3)
بنك اوركو

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على : المقترة رقم 15- 01 المؤرخ في 4 جانفي 2015، المتعلقة بنشر قائمة البنوك و المؤسسات المالية المعتمدة في الجزائر ، الجريدة الرسمية ، العدد 35، تاريخ 10 فيفري 2015، ص 18.

بينما بلغ عدد وكالات البنوك الخاصة 301 وكالة في نهاية سنة 2012 بعد أن كان عددها 239 وكالة نهاية سنة 2011، وهو عدد قليل جدا مقارنة بعدد وكالات البنوك التجارية العامة البالغ عددها 1088 وكالة في نهاية سنة 2011 و 1091 وكالة في نهاية سنة 2012. (4)

(1) سوف يتم التطرق اليه في المطلب الثاني باعتباره أحد بنوك عينة الدراسة .

(2) Guide des banques des établissements financiers, KPMG Algérie SPA, 2012, p15-17.

(3) سيتم التطرق اليه في المطلب الثاني باعتباره احد بنوك عينة الدراسة

(4): Guide des banques et des établissements financiers, Op.cit, p15-17.

2. تطور القطاع المصرفي الجزائري و حجم الخدمات المقدمة

نتطرق في بادئ الامر الى تطور القطاع المصرفي الجزائري بصفة عامة ، من خلال تطور الميزانية المجمعة للبنوك الجزائرية و هذا حسب ماهو موضح في الجدول رقم (3-2)

جدول (3-2): تطور الميزانية المجمعة للبنوك الجزائرية

2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008	
135	130	123	122	107	109	103	الموجودات
96	91	85	85	72	66	70	الودائع
67	65	55	50	44	43	38	القروض
32	31	26	23	20	20	18	للحكومة و المؤسسات العامة
35	35	29	27	24	23	20	القطاع الخاص
9.1	9.2	8.5	8.3	7.2	6.6	4.5	رأس المال و الاحتياطات

المصدر: تقارير البنك المركزي الجزائري، مارس 2014، الموقع <http://www.bank-of-algeria.dz>، تاريخ الاطلاع: 5 ماي 2015، الساعة 23:00.

نلاحظ من الجدول ان حجم الموجودات المجمعة للمصارف التجارية الجزائرية نحو 103 مليارات دولار في نهاية العام 2008، وارتفع إلى 109 مليارات دولار في نهاية العام 2009 (بزيادة 5.8 في المئة)، و انخفض بنسبة 1.8 في المئة الى 107 مليارات دولار عام 2010، ليرتفع الى 122 مليار دولار في نهاية العام 2011 (بزيادة 14 في المئة)، والى 123 مليار دولار عام 2012 (بزيادة 0.8 في المئة)، ليصل الى 130 مليار دولار في نهاية العام 2013 (بزيادة 5.7 في المئة)، و 135 مليار دولار في مارس 2014 (بزيادة 3.8 في المئة).

بلغت ودائع القطاع المصرفي الجزائري نحو 95.8 مليار دولار في نهاية شهر مارس العام 2014، محققة نسبة نمو 4.8 في المئة عن نهاية العالم 2013 مع الاشارة إلى أن هذه الودائع سجلت نسبة نمو بلغت 7.2 في المئة خلال العام 2013، 0.4 في المئة عام 2012، 17.4 في المئة عام 2011، 10 في المئة عام 2010 وانخفاض بنسبة 6 في المئة عام 2009⁽¹⁾

وبلغ مجموع الائتمان المقدم من قبل القطاع المصرفي الجزائري للقطاعين العام والخاص نحو 66.5 مليار دولار في نهاية شهر مارس العام 2014، بزيادة 2 في المئة عن نهاية العام 2013، مع الاشارة إلى أن القروض سجلت نمواً بلغ 9.1 في المئة عام 2013، و 8.3 في المئة عام 2012، و 14.8 في المئة عام 2011،

(1) عن الموقع <http://www.bank-of-algeria.dz> تاريخ الاطلاع: 5 ماي 2015.

2.3 في المئة عام 2010، و12 في المئة عام 2009، وبالنسبة إلى تقسيم الائتمان بين القطاعين الخاص والعام خلال العام 2014، فقد نال الأول نسبة 52.6 في المئة من مجمل الائتمان، مقابل 47.4 في المئة للثاني .

أخيراً، بلغ مجموع حقوق الملكية للقطاع المصرفي الجزائري نحو 9 مليار دولار في نهاية شهر مارس/ 2014، بانخفاض 1.1 في المئة عن نهاية العام السابق، وكانت حقوق الملكية قد سجلت نمواً بلغ 8.2 في المئة خلال العام 2013، 2.4 في المئة عام 2012، 15.3 في المئة عام 2011، 9.1 في المئة عام 2010 و46.67 في المئة عام 2009. (1)

3. الإطار العام لمجتمع الدراسة

يشكل القطاع المصرفي الجزائري نسبة 4.9 في المئة فقط من القطاع المصرفي العربي، على الرغم من أن الإقتصاد الجزائري يشكل نسبة 8.4 في المئة من الإقتصاد العربي ، وعلى الرغم من التطور الذي شهدته البنوك الجزائرية من حيث زيادة أصولها ورؤوس أموالها، إلى أنها لا تزال تعاني من صغر أحجامها مقارنة مع المصارف العربية والأجنبية. وتجدر الإشارة إلى أن البنوك الخاصة الموجودة في الجزائر هي فروع لبنوك أجنبية مما يعني غياب البنوك الوطنية ذات الملكية الخاصة. وهذا يؤثر على درجة المنافسة بين البنوك ومستوى الخدمات المقدمة وعلى تطوير المنتجات المصرفية، والجدول التالي يوضح بيانات لأكثر عشرة بنوك في الجزائر . (2)

(1) عن الموقع : <http://www.uabonline.org> ، تاريخ الاطلاع 30أفريل 2015 ، على الساعة 22:00.

(2) عن الموقع : <http://www.uabonline.org> ، تاريخ الاطلاع 30أفريل 2015 ، على الساعة 22:00.

الجدول رقم (3-3) : بيانات أكبر عشرة بنوك في الجزائر (بالمليون دولار)

الأرباح			حقوق ملكية			قروض			ودائع			موجودات			
2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	
393	455	269	2.476	1.799	1.998	7.425	7.371	9.614	28.702	23.632	21.491	34.675	29.478	27.018	بنك الجزائر الخارجي
458	348	م.غ	1.410	1.664	م.غ	11.841	14.517	م.غ	12.764	16.963	م.غ	21.312	26.369	م.غ	البنك الوطني الجزائري
176	197	م.غ	901	951	م.غ	5.784	6.832	م.غ	9.145	10.457	م.غ	13.137	14.651	م.غ	القرض الشعبي الجزائري
133	72	م.غ	451	909	م.غ	4.832	5.323	م.غ	10.364	10.737	م.غ	12.116	12.606	م.غ	بنك الفلاحة و التنمية الريفية
25	27	م.غ	363	379	م.غ	2.600	3.434	م.غ	3.744	3.763	م.غ	5.691	5.779	م.غ	بنك التنمية المحلية
50	54	52	272	274	286	775	832	802	1.363	1.481	1.197	1.760	1.917	2.010	بنك البركة الجزائري
34	52	64	131	219	259	597	832	1.040	575	839	1.173	989	1.347	1.778	بنك الخليج الجزائر
12	17	17	147	197	218	426	257	362	283	319	325	552	606	650	بنك المؤسسة العربية المصرفية
14	18	20	132	163	183	130	151	205	159	222	285	398	519	592	بنك الإسكان للتجارة و التمويل
12	13	18	212	229	234	241	241	341	163	189	235	396	466	524	ترست بنك الجزائر
1.312	1.254	م.غ	6.495	6.475	م.غ	34.641	40.039	م.غ	67.262	68.603	م.غ	91.029	93.739	م.غ	المجموع

المصدر: عن الموقع: <http://www.uabonline.org>، تاريخ الاطلاع في 30 أبريل 2015، على الساعة 22:00.

نلاحظ بأن القطاع المصرفي في الجزائر بنسبة تركز عالية حيث تدير أكبر 10 مصارف جزائرية نحو 77 في المئة من مجموع موجودات القطاع، ولديها أكثر من 75 في المئة من الودائع ونحو 62 في المئة من القروض. بلغت الحصة السوقية لأكثر ثلاثة مصارف جزائرية من حيث الموجودات نحو 57.3 في المئة من مجمل موجودات القطاع، فيما بلغت الحصة السوقية لأكثر خمسة مصارف نحو 72.3 في المئة، وبالنسبة للودائع بلغت حصة المصارف الثلاثة الأولى نحو 59.4 في المئة، والمصارف الخمسة الأولى 75.3 في المئة. أما بالنسبة إلى القروض، فقد بلغت حصة أكبر ثلاثة مصارف حوالي 44.2 في المئة، وحصة أكبر خمسة مصارف نحو 57.7 في المئة و يبين الجدول رقم (3-3) بيانات أكبر 10 بنوك جزائرية بحسب ترتيبها و بحسب حجم الموجودات . (1)

(1) عن الموقع: <http://www.uabonline.org> تاريخ الاطلاع 30 أبريل 2015، على الساعة 22:00.

و نشير هنا الى أن عينة الدراسة تم اقتنائها عشوائيا من بين هذه البنوك و نلاحظ من خلال الجدول ان بنك الجزائري الخارجي يحتل المرتبة الاولى من حيث الأرباح و الودائع و هذا حسب احصائيات 2012، و ان القرض الشعبي الوطني الجزائري احتل المرتبة الثالثة من حيث الأرباح و حجم القروض المقدمة و موجوداته لسنة 2012، ليحتل بنك الفلاحة و التنمية الريفية الرتبة الرابعة حسب احصائيات نفس السنة أما بنك الخليج فاحتل المرتبة الرابعة بين البنوك، و المرتبة الثانية بين البنوك الخاصة حسب إحصائيات سنة 2012.

المطلب الثاني : تقديم وكالات البنوك عينة الدراسة (BEA.CPA.BADR.AGB)

من خلال هذا المطلب نحاول التعرف على وكالات البنوك محل الدراسة بمدينة المسيلة والمتمثلة في القرض الشعبي CPA و بنك فلاحه و التنمية الريفية BADR، و البنك الخارجي BEA إلى جانب بنك الخليج الجزائر، و نشير هنا إلى أننا قمنا بإختيار هذه البنوك عشوائيا من بين أكبر عشر بنوك في الجزائر

1. القرض الشعبي الجزائري

القرض الشعبي الجزائري تأسس بمرسوم 166/66 ليوم 1967/05/14 يقوم هذا البنك بممارسة جميع العمليات المصرفية بالإضافة إلى الوظائف الأساسية التالية : (1)

- دور الوسيط في العمليات المالية للإيرادات الحكومية من حيث الإصدار والفوائد وتقديم القروض والسلفيات لقاء سندات عامة إلى الإدارة المحلية.
- تقديم القروض للحرفيين والفنادق وقطاع السياحة والزراعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وإقراض أصحاب المهن الحرة وقطاع الري والمياه.
- قروض الاستغلال.

أنشئت وكالة القرض الشعبي الجزائري بالمسيلة سنة 1973، مقرها في المركز التجاري بمدينة المسيلة يعمل بها 39 عاملا وإطارا دائمين والباقي هم عبارة عن عمال متكونين مرسلين من المعاهد المتخصصة في الولاية من أجل تحسين مستوى الإطارات داخل البنك و يشير الهيكل التنظيمي (2) للوكالة هناك مصلحة التجارة الخارجية تنسق مع مصالح الأخرى لاجل القيام :

- فتح وتصفية ملفات التوظيف للاستيراد والتصدير .
- فتح ملفات الاعتماد المستندي و التحصيل المستندي.
- متابعة تغير العملة عند الارتفاع أو الانخفاض.

2. بنك الفلاحة و التنمية الريفية

(1) تأسس بمرسوم رقم 166/66 بتاريخ 1967/05/14 .

(2) أنظر الملحق رقم ، 06، ص136.

أنشئ بموجب المرسوم المؤرخ في 13 مارس 1982 بنك الفلاحة والتنمية الريفية هو بنك تجاري، يمكنه جمع الودائع سواء كانت جارية أو لأجل، ويمثل أيضا بنكا للتنمية باعتباره يستطيع أن يقوم بمنح قروض متوسطة وطويلة الأجل هدفها تكوين رأس المال الثابت وتمويل الأنشطة الخاصة والعمومية للقطاع الزراعي والقطاع الصناعي الزراعي، الري، والصيد البحري، كتغطية مختلف العمليات المالية لجميع الوكالات الزراعية، وتلبية احتياجات النشاطات الفلاحية وقطاع الغابات، والمؤسسات الفلاحية، وجميع النشاطات التي تساهم في تطوير القطاع الزراعي (أطباء، صيدليين، حرفيين...).

وجميع الهياكل والنشاطات المرتبطة بتطوير القطاع الريفي ككل. (1)

تأسست وكالة بدر مسيلة في شهر فيفري سنة 1983 بعدما كانت تابعة إلى فرع البنك بالجللفة لتتحول إلى مقرها الحالي بالحلي الإداري وسط الولاية. يتألف مبنى الوكالة من طابقين أرضي المتمثل في الوكالة المحلية للاستغلال تحوز وكالة المسيلة على 20 حاسبا آليا، (PC) متصلة بنظام تشغيل SYBU، وعلى حاسبة أوراق نقدية وكاشفة للأوراق النقدية المزورة التي من شأنها أن تخفف العبء وتختصر الوقت لدى العامل في الحساب وتقليل الخطأ. وأجهزة الصراف الآلي، تشغل وكالة المسيلة 37 عاملا تعتمد على خبراتهم، والملاحظ حاليا أنها تعتمد على توظيف عمال جدد ذوي الشهادات العليا، وترتكز سياستها بصفة خاصة والبنك بصفة عامة على تكوين وتدريب العمال مستعنيين على ذلك بمعيار الخبرة والاقدمية، تعمل وكالة المسيلة تحت سلطة، إشراف ورقابة المديرية الجهوية للاستغلال بالمسيلة (2)

3. البنك الخارجي الجزائري BEA

البنك الخارجي الجزائري BEA تأسس بمرسوم رقم 204/67 في 1967/10/01 يتولى البنك الجزائري الخارجي مهمة تسهيل العلاقات التجارية والمالية مع الخارج، من خلال تأديته للوظائف التالية: (3)

- تسهيل تنمية العلاقات الاقتصادية بين الجزائر والدول الأخرى.
- منح اعتماد للاستيراد وضممان المصدرين الجزائريين، لتسهيل مهمتهم في التصدير (الاعتماد والتأمين).
- يقدم معلومات تجارية صحيحة وضرورية.

4. بنك الخليج الجزائر (4)

4-1. التعريف بنك الخليج الجزائر

أنشئ بنك الخليج في مارس 2014، مع رأس المال قدر ب 10 مليار دولار، و المهمة الرئيسية له هي المساهمة في التنمية الاقتصادية والمالية في الجزائر، وتقديم الأعمال للمهنيين والأفراد على نطاق واسع وبشكل

(1) مرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982 المتعلق بإنشاء بنك الفلاحة والتنمية، الجريدة الرسمية، العدد 11.

(2) من الوثائق الداخلية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة المسيلة.

(3) تأسس بمرسوم رقم 204/67 في 1967/10/01.

(4) الموقع: <https://www.agb.dz> تم الاطلاع 2015/06/01، الساعة 15.00.

مستمر إلى جانب التغيير في المنتجات والخدمات المالية، و تلبية تطلعات عملائه، و يقدم البنك المنتجات المصرفية التقليدية بما يتوافق و تعاليم الشريعة الإسلامية .

بنك الخليج الجزائر لديه الآن شبكة من 50 وكالة تشغيلية، والتي سيتم توسيعها لتشمل 60 فرعا في عام 2015 الحالي ليكون أقرب لعملائه في جميع أنحاء البلاد.

4-2. المبادئ التوجيهية الاستراتيجية للبنك الخليج الجزائر

وتركز هذه الاستراتيجية على خمسة مجالات هي :

- إدارة الجودة الشاملة :و هي كل الإجراءات المتخذة من قبل البنك من أجل تحقيق الجودة ، لكل العملاء ، و تدخل في عدة مجالات مثل جودة الخدمات والمنتجات، البنية التحتية، إدارة المخاطر.....
- توسيع شبكة الوكالة: أن تكون دائما أقرب إلى عملائها، وتمكينهم من الاستفادة من النقاط المشتركة عالميا من المنتجات والخدمات المصممة خصيصا لتلبية الاحتياجات المحلية الخاصة بهم .
- توسيع عرض المنتجات والخدمات من أجل تلبية توقعات جميع .
- إدارة أداء الموارد البشرية اعتمد بنك الخليج الجزائر سياسة إدارة الموارد البشرية، تهدف إلى توفير الكفاية لموظفيها ، من اجل نتائج مالية مجزية للسماح لتنمية البشرية والمهنية لجميع الموظفين .
- فتح النمو وسوق الأسهم :إيماننا من إمكانات الجزائر وقدرات موظفيها والدعم للمجموعة القوية، و يركز AGB في سياسته التجارية على منطق أسهم النمو وسوق المفتوح ، والمشاركة بنشاط في تطوير الاقتصادي للجزائريين .

يوسع بنك الخليج الجزائر شبكته من خلال افتتاح فروع جديدة في المسيلة وغرداية، ليصل المجموع إلى 50 فرعا تغطي المدن الرئيسية في الجزائر.

4-3. أهم العمليات التي يقوم بها بنك الخليج الجزائر في ظل تمويل التجارة الخارجية

عمليات الاستيراد

إدارة حسابات العملات :

- حسابات العملة بالدينار وقابلة للتحويل .
- حسابات المهنية؛
- تخصيص العملة لرحلات السياحة .

طرق الدفع

- بطاقات الدفع الدولية؛
- التحويلات؛
- تحويل الى الخارج .

تمويل التجارة الخارجية

- تلقي ضمانات دولية .
- إستلام الاعتمادات المستندية .

لمبحث الثاني: تحليل البيانات و إختبار الفرضيات

سوف يتم التطرق في هذا المبحث الى عينة الدراسة و أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة، و الأساليب الإحصائية المستخدمة ، و في الأخير اختبار الفرضيات المصاغة و تحليل البيانات و و من ثم عرض نتائجها.

المطلب الأول: آلية إختبار الفرضيات

من خلال هذه المطلب سيتم التعرف على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية نظرا لانتشار إستعماله في هذا النوع من البحوث بالإضافة إلى ملائمتها لاختبار فرضياتنا ، إلى جانب جميع الأساليب الإحصائية المستخدمة في اختبار الفرضيات.

1. الإستبيان كأداة رئيسية لاختبار الفرضيات

تم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة من خلال إستبيان يتكون من 31 سؤالاً موجه لعملاء كل من (بنك الفلاحة والتنمية الريفية -القرض الشعبي الجزائري - البنك الخارجي - بنك الخليج) ، قصد الوقوف على آرائهم حول جودة الخدمة المصرفية في ظل تمويل التجارة الخارجية على مدى القصير والتعرف على مدى إدراكهم لجودة الخدمة المقدمة ولقد تم إقتباس عبارات الاستبيان من دراسة (عبد الله بن صالح بن رشود، 2008)، والموسومة بعنوان قياس جودة الخدمات المصرفية في المصارف السعودية مع إجراء تغييرات طفيفة على الخصائص الديمغرافية فقط. (1)

وقد تم التعرف على مدى إدراك العملاء لجودة الخدمة المقدمة من خلال استخدام نموذج الأداء الفعلي كما إقترحه (Parasuraman et al. 1991) بأبعاده الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف)، والذي يتميز بسهولة الاستخدام مقارنة بنموذج الفجوات، حيث يعتمد على قائمة واحدة لقياس الجودة الفعلية، في حين يضيف نموذج الفجوة قائمة ثانية تتعلق بتوقعات العملاء يتم مقارنتها مع القائمة الأولى، وما يعاب على القائمة الثانية هو مبالغة العملاء في توقعاتهم بشكل غير منطقي، أو تغييرها بعد الحصول على الخدمات وتجربتها، وبذلك يكون نموذج الأداء الفعلي أكثر مصداقية وواقعية، و إقتصرت الدراسة على 90 إستبيان صالح لتحليل الاحصائي من اصل 120 استبيان موزع، وعليه كانت عبارات الاستبيان موزعة كما يلي:

القسم الأول :يتعلق بالخصائص الديمغرافية لكل عميل وهي: الجنس، السن ، المستوى التعليمي، نوع البنك الذي يتعامل معه العميل، بالإضافة إلى سؤال يتعلق بسبب إختيار العميل للبنك.

(1)عبد الله بن رشود،مرجع سبق ذكره،ص161-165.

القسم الثاني: ويتضمن 31 سؤالاً تعكس المؤشرات الخمسة لقياس جودة الخدمة المصرفية في كل من بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وبنك الخارجي الجزائري، والقرض الشعبي الوطني، وبنك الخليج (وكالات المسيلة)، وهي موزعة كالتالي:

- العبارات من 1- إلى 8 تشير إلى بعد المظاهر المادية الملموسة (الملموسة)؛
- العبارات من 9- إلى 14 تشير إلى بعد الاعتمادية؛
- العبارات من 15 إلى 19 تشير إلى بعد الاستجابة؛
- العبارات من 20 إلى 25 تشير إلى بعد الأمان؛
- العبارات من 26 إلى 31 تشير إلى بعد التعاطف.

وقد تم قياس اتجاهات العملاء من خلال سلم ليكرت المكون من خمس خيارات للإجابة، يعبر عنها من خلال الأرقام من 1 إلى 5 (1).

ولأن مقياس جودة الخدمة بأبعادها المختلفة تم إقتباسه من دراسة (عبد الله بن صالح بن رشود) فإننا غير ملزمين بدراسة و مناقشة ثبات وصدق أداة البحث (الاستبيان) (2)

2. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لاختيار الأدوات الإحصائية المناسبة من أجل تحليل إجابات أفراد العينة الدراسة واختبار صحة الفرضيات وجب علينا أولاً أن نتعرف على طبيعة توزيع بيانات العينة، وهو اختبار ضروري لإختيار الاختبارات، ففي حالة كون البيانات تتبع التوزيع الطبيعي نلجأ إلى الاختبارات المعلمية و في الحالة العكسية نلجأ إلى الاختبارات الغير المعلمية. وهناك العديد من الاختبارات لمعرفة فيما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، من بينها اختبار كولجروف سمرنوف الذي تم إعماده في دراستنا.

■ إختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجرروف سمرنوف)

يبين الجدول رقم (3-4) النتائج المحصل عليها بعد اجراء اختبار Kolmogorov-Smirnov على الأبعاد الخمسة لجودة الخدمات المصرفية في ظل تمويل التجارة الخارجية على المدى القصير، ونشير هنا الى ان قاعدة الحكم على توزيع البيانات في هذا الاختبار مرتبطة بقيمة sig فإذا كانت أكبر من 0.05 فهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي و العكس صحيح .

(1) مقياس ليكرت: هو أسلوب لقياس السلوكيات و التفضيلات مستعمل في الاختبارات النفسية استنبطه عالم النفس رينسيس ليكرت . يستعمل في الاستبيانات ، ويعتمد المقياس

على ردود تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض على صيغة ما، ولقد تم إعماده:

1: غير موافق بشدة، 2: غير موافق، 3: محايد، 4: موافق، 5: موافق بشدة .

(2) وعلى الرغم من ذلك تم إدراج صدق الاتساق الداخلي و صدق الاتساق البنائي و ثبات أداة الدراسة في الملاحق رقم (5) ص 131-135 على الترتيب، وكما هو ملاحظ فإن معاملات الارتباط دالة إحصائية كما ان معامل ألفا كرونباخ أكبر من الحد الأدنى (0.6) لكل الابعاد، وعليه فإن أداة الدراسة (الاستبيان) صالح لدراسة .

جدول رقم (3-4): إختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogorov-Smirnov)

المحور	البعد	القيمة الإحصائية	مستوى الدلالة sig
1	الملموسية: يعبر عن الجوانب المحسوسة المتعلقة بالخدمة البنكية	0,086	0,099
2	الاعتمادية: تقديم الخدمة في الوقت المحدد والدقة المطلوبة	0,090	0,097
3	الاستجابة: التعامل الفعال مع الشكاوى والاقتراحات المباشرة في تقديم الخدمة للعملاء	0,138	0,057
4	الأمان: يعبر عن مستوى الاطمئنان بان الخدمة المقدمة للعملاء تخلو من الشك او الخطأ شاملا الاطمئنان النفسي والمادي.	0,134	0,067
5	التعاطف: مستوى المودة بين العاملين والعملاء وانشغالهم باهتماماتهم والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاتهم	0,142	0,087

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS v22

ومن خلال الجدول رقم (3-4) نجد أن مستوى الدلالة sig أكبر من (0.05) لكل محور من محاور الاستبيان، مما يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، ومنه لاختبار الفرضيات تتبع الأساليب الإحصائية المعلمية .

و بعد ما تم تفرغ بيانات الاستبيان وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية) (IBM SPSS Statistics V22)، و التأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي، تم الاعتماد على الأدوات الإحصائية التالية :

- التكرارات والنسب المئوية للتعرف على الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة؛
- المتوسط الحسابي ، و الانحراف المعياري ، و المدى لوصف متغيرات الدراسة؛
- اختبار (One Sample test T)⁽¹⁾ للعينة الواحدة بإتجاه واحد لاختبار فرضيات البحث .

(1) وتحسب قيمة t في هذا الاختبار من خلال المعادلة التالية $T = \frac{\bar{X} - \mu}{s/\sqrt{n}}$ بحيث \bar{X} : المتوسط الحسابي للعينة ، μ : القيمة الثابتة المفترضة (وتساوي

4 في دراستنا هذه) s: الانحراف المعياري ، n: عدد مفردات العينة و تساوي 90 في دراستنا .

3. وصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

سيتم عرض وصفي لتوزيع أفراد العينة وفقا للمتغيرات الديموغرافية متمثلة في السن والجنس والمستوي التعليمي، ونوع البنك الذي يتعامل معه العميل.

3-1. توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

يوضح الجدول (3-5) توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجدول رقم (3-5): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة %	التكرار	الجنس
93,3	84	ذكر
6,7	6	انثى
100,0	90	المجموع

المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على برنامج spss v22

يلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث حيث قدرت ب 93,3%، مما يدل على أن غالبية زبائن البنوك محل الدراسة ذكور، وهذا التباين في النسب منطقي باعتبار أن عينة المستجوبين تمثل المستوردين والمصدرين.

3-2. توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

توزع أفراد عينة الدراسة حسب فئات العمر يوضحها جدول رقم (3-6):

الجدول رقم (3-6): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

النسبة %	التكرار	الفئة العمرية
18,9	17	من 18 إلى 30 سنة
13,3	12	من 31 إلى 40 سنة
57,8	52	من 41 إلى 50 سنة
10,0	9	أكبر من 50 سنة
100,0	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على برنامج SPSS V22

يلاحظ من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة من الفئة العمرية (من 41 إلى 50 سنة) حيث بلغ عددهم 52 فرد بنسبة 57,8% و هي الأكثر نشاطا ومساهمة في مجال التعاملات المصرفية قصيرة الاجل في ظل التجارة الخارجية، في حين بلغت نسبة أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم (من 18 إلى 30 سنة) 18,9% و هي أقل من النسبة الأولى، ويعود السبب إلى انشغال البعض من أفراد هذه الفئة بالدراسة مما يقلص من مساهمتهم في ممارسة نشاط التجارة الخارجية، أما نسبة 10,0% والتي عبرت عن الفئة العمرية للأفراد الأكثر من 50 سنة فيفسر انخفاضها بضعف مشاركة هؤلاء في الإجابة على عبارات الاستبيان بسبب عدم معرفتهم للقراءة والكتابة أو لصعوبة استيعابهم لأسئلة الاستبيان وذلك حسب تصريحات العديد منهم.

3-3. توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي: يوضح الجدول رقم (3-7) توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

الجدول رقم (3-7): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
23,3	21	ابتدائي
20,0	18	متوسط
21,1	19	ثانوي
12,2	11	جامعي
10,0	9	ماجستير
13,3	12	دكتوراه
100,0	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب اعتمادا على برنامج SPSS V22

يلاحظ من خلال الجدول أن نسبة عالية من أفراد العينة ذات مستوى تعليمي ابتدائي و ثانوي ومتوسط بنسبة (23,3% و 21,1% و 20%) على التوالي، أما بالنسبة لمستوي جامعي ودراسات عليا كانت النسب منخفضة بين (13,3% و 10%) ويمكن تفسير ذلك بانشغال هذه الشريحة بالبحث العلمي.

3-4. توزيع أفراد العينة حسب نوع البنك الذي يتعاملون معه: يوضح الجدول رقم (3-8) توزيع أفراد العينة حسب نوع البنك الذي يتعاملون معه.

الجدول رقم (3-8): نوع البنك الذي يتعاملون معه أفراد العينة

نوع البنك	التكرار	النسبة %
بنك الخارجي الجزائري	37	41,1
بنك الفلاحة والتنمية الريفية	32	35,6
القرض الشعبي الوطني	16	17,8
بنك الخليج جزائر	5	5,6
المجموع	90	100

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على مخرجات برنامج spss v22

يلاحظ من خلال الجدول أن النسبة الأكبر لأفراد العينة يتعاملون مع بنك الخارجي الجزائري بنسبة 41,1% ويفسر هذا بأن بنك الخارجي الجزائري هو بنك متخصص في معاملات التجارة الخارجية ويليه بنك الفلاحة والتنمية الريفية بنسبة 35,6% ويرجع ذلك أن البنك الفلاحة والتنمية الريفية أصبح أكبر البنوك تمويلا لصفقات في جميع المجالات خاصة في السنوات الأخيرة، أما بالنسبة بنك الخليج جزائر كانت النسب منخفضة بنسبة 5,6% ويفسر هذا بأن بنك الخليج الجزائري بنك خاص وحديد في الميدان تمويل التجارة الخارجية .

3-5. توزيع أفراد العينة حسب طريقة اختيار البنك.

الجدول رقم (3-9): طريقة اختيار البنك

سبب اختيار البنك	التكرار	% النسبة
تم يشكل عشوائي	35	38.89
بعد مقارنته مع بنوك أخرى	17	18.89
نظرا لتوفر احتياجاتك من الخدمات في هذا البنك	38	42.22
المجموع	90	100

المصدر: من إعداد الطالب اعتماد على مخرجات برنامج spss v22

يلاحظ من بيانات الجدول أن معظم أفراد العينة قاموا باختيار البنك الذي يتعاملون معه نظرا لتوفر الخدمة في هذا البنك، حيث بلغ عدد هؤلاء 38 متعامل بنسبة 42,22%، بينما بلغ عدد من اختاروا البنك بشكل عشوائي 35 متعامل بنسبة 38,89% و يعود السبب الى توفر معارف شخصية لتسهيل العمليات و ذلك حسب بعض اراء عملاء البنوك و حسب ما جاء في المقابلة (1)، أما بالنسبة للأفراد الذين قاموا باختيار البنك بعد مقارنته مع وكالات بنوك أخرى فكان عددهم 17 متعامل بنسبة 18.89%.

(1) كما ورد في المقابلات المدرجة في الملاحق الملحق 04، ص 126-128.

المطلب الثاني: اختبار فرضيات البحث

سنحاول في هذا المطلب تحليل كل محور على حدا واختبار الفرضية المتعلقة بكل محور أي بكل بعد من ابعاد جودة الخدمة المتمثلة في الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف وذلك بعد عرض مخرجات البرنامج الإحصائي SPSS.

لاختبار الفرضيات سنحاول معرفة آراء واتجاهات أفراد العينة من خلال تحليل عبارات المحور باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري و اختبار one sample t-test، و لغرض وصف متغيرات البحث تم تحديد طول الفئة : $(5-1)/5 = 0.8$ لكل عبارة لتحديد مستوى جودة الخدمة المصرفية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية من خلال كل عبارة لنحصل على مجالات كما يلي:

الجدول رقم (3-10): مقياس ليكرت.

مجال المتوسط الحسابي	من 01 إلى 1.79	من 1.80 إلى 2.59	من 2.60 إلى 3.39	من 3.40 إلى 4.19	4.20 إلى 5
مستوى التطبيق	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	جيد	جيد جدا

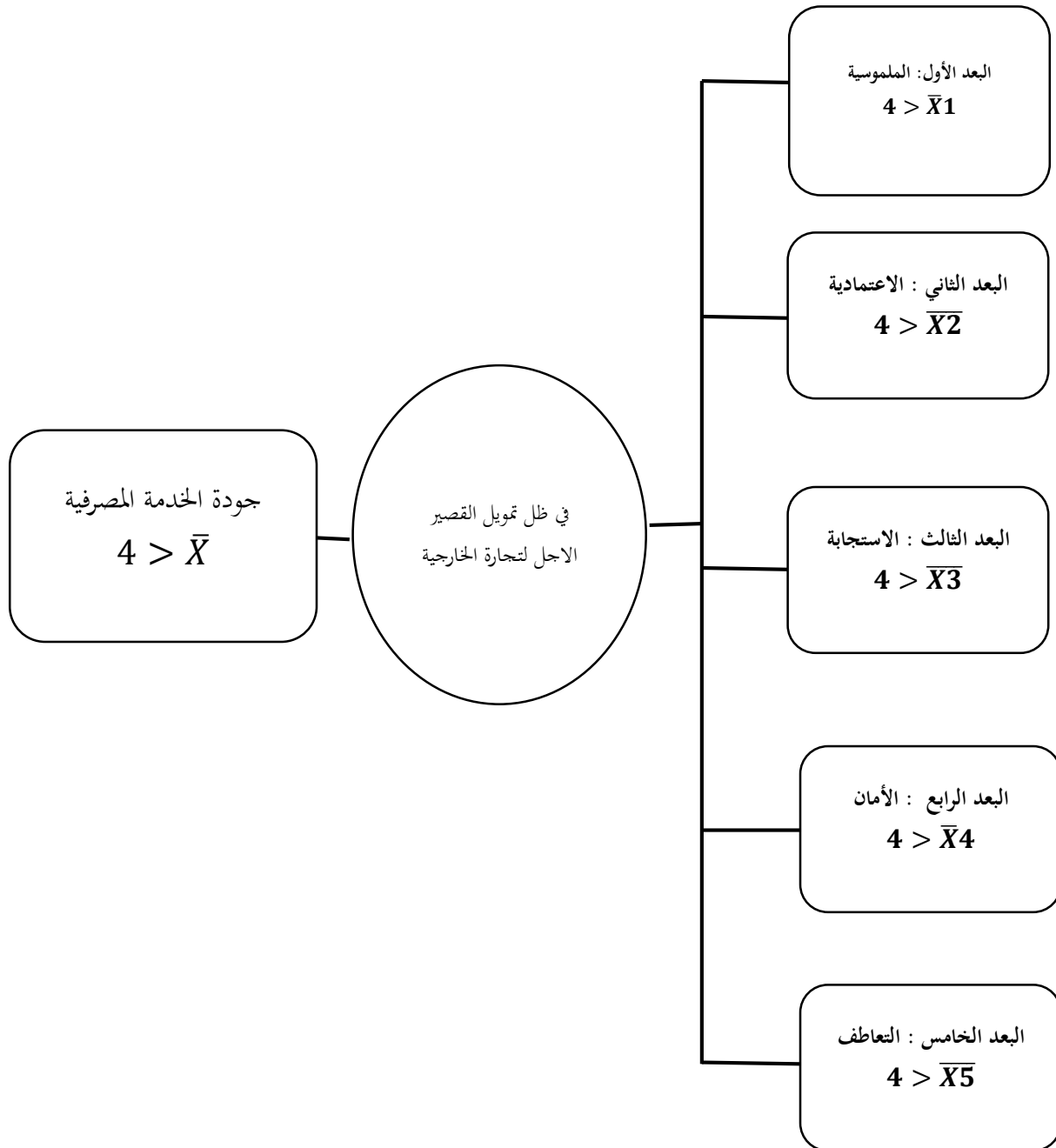
المصدر: من إعداد الطالب.

و لأجل توصيف متغيرات البحث، سيتم حساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة والمتمثلة في ابعاد الجودة ليتم التوجه لاختبار الفرضيات المتعلقة بمستوى جودة الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية، فيما إذا كانت هذه الاخيرة ترقى الى المستوى المطلوب ام لا، بالاعتماد على اختبار (one sample T-Test) بتجاه واحد، و يعد هذا الاختبار من الاختبارات الإحصائية المهمة و الشائعة الاستخدام، و سنلجأ الى تطبيق هذا الاختبار لمعرفة ما اذا كانت هناك فروق معنوية بين متوسط كل بعد من ابعاد الجودة و المتوسط المفترض و هو 4 في دراستنا هذه، و ذلك اعتمادا على مستوى معنوية (0,05) كأساس لقبول الفرضيات أو رفضها و يتم رفض الفرضية البديلة إذا كانت قيمة المعنوية أكبر أو تساوي (0,05)، و بطبيعة الحال سيتم قبول الفرضية اذا كانت قيمة المعنوية أقل من 0,05 .⁽¹⁾

(1) و نشير هنا كملاحظة هامة إلى أن قيمة sig المتحصل عليها سيتم قسمتها على 2 باعتبار أن اختبار الفرضية سيتم باتجاه واحد و ليس باتجاهين

ويوضح الشكل رقم (3-1) نموذج الدراسة الذي يوضح أبعاد جودة الخدمة المصرفية وآلية اختبارها .

الشكل رقم (3-1): نموذج فرضي لدراسة



المصدر: من اعداد الطالب.

* حيث افترضنا في دراستنا أن قيمة الاختبار المفترضة $\mu = 4$ هي الحد الأدنى للمستوي المطلوب في جودة الخدمة المقدمة ونقصد بالمستوي المطلوب المستوي الجيد فأكثر و هو ما تعكسه المتراجحة $\mu \leq \bar{X}$ وعليه يمكن صياغة فرضيات الدراسة على الشكل التالي:

H₀: إذا كان $4 \leq \bar{X}$ وقيمة T test دالة إحصائية وموجبة فهذا يعني أن المستوي السائد لجودة الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل ترقى الى المستوي المطلوب؛

H₁: إذا كان $4 > \bar{X}$ وقيمة T test دالة إحصائية فهذا يعني أن المستوي السائد لجودة الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل لا ترقى الى المستوي المطلوب. (1)

1. اختبار الفرضية الأولى:

H₀: إذا كان $4 \leq \bar{X}_1$ و T دالة إحصائية

H₁: إذا كان $4 > \bar{X}_1$.

بحيث \bar{X}_1 : يمثل المتوسط الحسابي لمستوي الملموسية السائدة في البنوك محل الدراسة

و لقد افترض الطالب أن مستوي الملموسية السائد في الخدمة الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا ترقى إلى المستوى المطلوب أي أن $4 > \bar{X}_1$.

و لأثبات هذه الفرضية يجب أن يكون متوسط هذا البعد أقل من متوسط المفترض (04)، و أن قيمة test سالبة و يكون $\frac{SIG}{2} < 0.05$ أي دالة احصائيا عند مستوي المعنوية 0,05 و الجدول رقم (3-11) يبين نتائج تحليل إجابات افراد العينة على عبارات بعد الملموسية

(1) مع الإشارة الى ان الطالب افترض أن المستوي السائد لجودة الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل في البنوك محل الدراسة (بكل ابعاده) لا يرقى الى المستوي المطلوب H_0 و لاجل التأكد من ذلك يجب أن يتحقق مايلي:

1- أن يكون متوسط كل بعد أقل من المتوسط المفترض لأن $(H_1: \bar{X} < 4)$ فإذا تحقق الشرط 1 تنتقل الى الشرط 2 ، و إذا لم يتحقق شرط 1 نقبل الفرضية العدمية $4 \leq \bar{X}$.

2- أن تكون قيمة $\frac{SIG}{2} < 0.05$ ، وعليه نقبل الفرضية البديلة $(H_1: \bar{X} < 4)$ و نرفض الفرضية العدمية $4 \leq \bar{X}$.

الجدول رقم (3-11): نتائج تحليل إجابات افراد العينة على عبارات بعد الملموسية

Sig/2	T test	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات البعد لأول: الملموسية
-	-	جيدة	1,1617	3,433	مبنى البنك جذاب وراقي
-	-	متوسطة	1,4034	3,089	الصالات الاستقبال مهياة بشكل جيد
-	-	متوسطة	1,1731	3,289	مظهر الموظفين في البنك مرتب
-	-	جيدة	1,1229	3,556	النماذج والبيانات المستخدمة في البنك سهلة التعبئة
-	-	ضعيفة	1,2467	2,344	المعدات والتجهيزات في المصرف جذابة
-	-	ضعيفة	1,3529	2,300	يوفر المصرف مواقف سيارات كافية لعملائه
-	-	جيدة	1,1207	3,411	التصميم الداخلي للمصرف منظم
-	-	ضعيفة	1,3394	2,322	لدى المصرف أجهزة متطورة
0,000	-8.268	متوسطة	1,1617	2,968	المستوي السائد لبعد الملموسية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على آراء العينة وتحليل برنامج SPSS v22

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3-10) أن مستوى بعد الملموسية السائد في الخدمة المقدمة في ظل تمويل التجارة الخارجية على المدى القصير كان ضمن المتوسط في البنوك محل الدراسة بمتوسط

حسابي الذي بلغ 2,968 و بانحراف معياري 1,1617 ، ولكن بالتدقيق في العبارات المكونة لهذا البعد تبين لنا أن المعدات و التجهيزات و مدي تطورها و كذلك مدى توفر مواقف سيارات كانت ضعيفة اذ قدرت متوسطاتها على التوالي (2,344 ، 2,322 ، 2,300) و بانحرافات معيارية على التوالي (1,2467 ، 1,3529 ، 1,3394) و هذا يعود أن التجهيزات و المعدات لدى البنوك محل الدراسة قديمة و هذا حسب ملاحظة الطالب خلال إجراء زيارات ميدانية للبنوك محل الدراسة بالإضافة الى تصريحات موظفي البنوك⁽¹⁾ ، اما بالنسبة لمدى توفر مواقف كافية لسيارات العملاء فكان ضعيف و هذا يرجع الى ان البنوك دائما ما تقع بجانب الأماكن المزدحمة مما يزيد صعوبة توفر مواقف للسيارات ، في حين كانت العبارات المرتبطة بالجانب الجمالي للمبني للبنوك محل الدراسة كانت مرتفعة(جيدة) إذ قدرت متوسطاتها على الترتيب (3,433 ، 3,411) و بانحرافات معيارية على التوالي (1,2467 ، 1,1229) ، و يرجع سبب ذلك حسب تصريحات موظفي بنوك محل الدراسة أن البنوك توفر ميزانية كافية تتعلق بالبناء و إعادة الترميم⁽²⁾

و بالرجوع إلى اختبار الفرضية الأولى نلاحظ أن $2,9681 = \bar{X}_1 > 4$ و قيمة T دالة إحصائيا أي أن مستوي الدلالة الفعلي أقل من 0,05 و عليه فإن الفرضية الأولى محققة حيث أن ملموسية الخدمة الائتمانية السائدة في ظل تمويل التجارة الخارجية على المدى القصير لا ترقى إلى المستوى المطلوب.

2. اختبار الفرضية الثانية

$$H_0 : \text{إذا كان } 4 \leq \bar{X}_2$$

$$H_1 : \text{إذا كان } 4 > \bar{X}_2$$

بحيث \bar{X}_2 : يمثل المتوسط الحسابي لمستوي الاعتمادية السائد في البنوك محل الدراسة.

لقد افترض الطالب أن مستوى الاعتمادية السائد في الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى إلى المستوى المطلوب أي أن $4 > \bar{X}_2$.

(1) من خلال مقابلة تم إجرائها مع موظفي البنوك محل الدراسة ، كما هو موضح في الملحق رقم (03)، ص 127-128.

(2) من خلال مقابلة تم إجرائها مع موظفي البنوك محل الدراسة ، كما هو موضح في الملحق رقم (03)، ص 127-128.

و لأثبت هذه الفرضية يجب أن يكون متوسط هذا البعد أقل من متوسط المفترض أي قيمة t -test سالبة و يكون $0.05 < \frac{SIG}{2}$ أي دالة احصائيا عند مستوي المعنوية 0,05 و الجدول رقم (3-12) يبين نتائج تحليل إجابات افراد العينة على عبارات بعد الاعتمادية

الجدول رقم(3-12): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات لبعدها الاعتمادية .

Sig/2	T test	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات البعد الثاني: الاعتمادية
-	-	ضعيفة	1,2822	2,544	يقدم البنك خدماته في الأوقات التي وعد بها
-	-	ضعيفة	1,1298	2,067	يظهر البنك الجدية في حل المشكلات
-	-	متوسطة	1,2604	3,389	تؤدي الخدمة في البنك بطريقة صحيحة من أول مرة
-	-	جيدة	1,2291	3,522	الموظفون مؤهلون للقيام بأعمالهم
-	-	جيدة	1,1142	3,489	يحتفظ البنك بسجلات وملفات بشكل دقيق
-	-	جيدة	1,1859	3,622	يقدم البنك كشوف حسابات واضحة ودقيقة
0,000	-7.388	متوسط	1,14859	3,1056	المستوي السائد لعبد الملموسية

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على آراء العينة وتحليل برنامج SPSS v22

يتضح من خلال نتائج الجدول رقم(3-12) أن موافقة أفراد عينة الدراسة كانت متوسطة لبعدها الاعتمادية وبمتوسط حسابي قدر ب: 3,1056 و بانحراف معياري 1,14859، و يتضح لنا أن هنالك تفاوت في تقييم عينة الدراسة لمستوي الاعتمادية في الخدمة المصرفية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة، إذ نلاحظ بأن المستوى كان جيد لكل من مدى تؤول الموظفين للقيام بأعمالهم و مدى دقة البنك في الاحتفاظ بالسجلات و الملفات، إذ بلغت المتوسطات الحسابية لها على الترتيب 3,522 بانحراف معياري 1,2291، و 3,489 بانحراف

معياري 1,1142، و 3,622 بانحراف معياري 1,1859 و يعود ذلك حسب ما يري الطالب أن الموظفون مؤهلون للقيام بأعمالهم مما يعني بأن البنوك محل الدراسة توفر فرص تأهيل المناسبة للموظفين حتي ترفع من مستوى الأداء و هذا حسب ما أكده موظفي بنوك محل الدراسة (1).

البي جانب ذلك نجد أن البنوك محل الدراسة تحرص على تقديم كشوفات واضحة و دقيقة لهم من أجل كسب ثقتهم و بغض النظر عن ذلك فإن المعاملات المالية تفرض ذلك على الموظفين ، على العكس من ذلك نجد أن مستوي الاعتمادية ضعيف فيما يخص تقديم البنوك محل الدراسة للخدمات في الأوقات التي وعد بها و كذلك جديده حل المشكلات إذ بلغت متوسطاتها الحسابية على الترتيب 2,544 و بانحراف معياري 1,2822 ، و 2,067 بانحراف معياري 1,1298 ، و يعود ذلك أنه في كل مرة تصدر تعليمات من البنك المركزي في كيفية سير عمليات التجارة الخارجية (2)، مما يجعل الموظفين غير قادرين على تقديم الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية بطريقة صحيحة من أول مرة ، و نتيجة إلى أن أجهزة و المعدات قديمة نوعا ما ، و بالإضافة إلى أن وسائل الاتصال (شبكة الاتصال) في الجزائر ضعيفة و هذا ما أكده تصريح موظفي وكالات عينة الدراسة (3) .

وبالرجوع إلى اختبار الفرضية الثانية نلاحظ ان $\bar{X}_2 = 3,1056 > 4$ بانحراف معياري قدر ب 1,14859 ، و قيمة T دالة احصائيا أي أن مستوي الدلالة الفعلي أقل من 0,05 ، و عليه فإن الفرضية البديلة الثانية محققة أي أن اعتمادية الخدمة الائتمانية المقدمة في ظل تمويل التجارة الخارجية على المدى القصير السائدة في البنوك محل الدراسة لا ترقى إلى المستوي المطلوب أي ان $\bar{X}_2 > 4$.

3. اختبار الفرضية الثالثة:

H0 : إذا كان $\bar{X}_3 \leq 4$

H1 : إذا كان $\bar{X}_3 > 4$

بحيث \bar{X}_3 : يمثل المتوسط الحسابي لمستوي الاستجابة السائدة في البنوك محل الدراسة.

(1) من خلال مقابلة تم إجرائها مع موظفي البنوك محل الدراسة ، كما هو موضح في الملحق رقم (03)، ص 127.

(2) من خلال مقابلة تم إجرائها مع موظفي البنوك محل الدراسة ، كما هو موضح في الملحق رقم (03)، ص 126.

(3) من خلال مقابلة تم إجرائها مع موظفي البنوك محل الدراسة ، كما هو موضح في الملحق رقم (03)، ص 128.

افتراض الطالب أن مستوى الاستجابة السائدة في الخدمة الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة لا ترقى إلى المستوى المطلوب.

و لأثبت هذه الفرضية يجب أن يكون متوسط هذا البعد أقل من متوسط المفترض أي قيمة T test سالبة و يكون ($\text{sig} \leq 0.05$) أي دالة احصائيا عند مستوي المعنوية 0,05 و الجدول رقم (3-13) يبين نتائج تحليل إجابات افراد العينة على عبارات بعد الاستجابة .

جدول رقم (3-13): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات بعد الاستجابة

Sig/2	T test	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات البعد الثالث الاستجابة
-	-	ضعيفة	1,2293	2,289	يستجيب الموظفون للخدمة بشكل سريع
-	-	ضعيفة	1,0896	2,122	يتفهم الموظفون احتياجات العملاء ويسعون إلى تحقيقها
-	-	جيدة	1,1833	3,644	يوضح الموظفون للعملاء الوقت المحدد لتنفيذ الخدمة المطلوبة
-	-	ضعيفة	1,3230	2,411	لا ينشغل الموظفون عن العملاء بأعمال خاصة بهم
-	-	ضعيفة	1,2503	2,256	يقدم البنك جميع المعلومات لأي خدمات مستجدة
0,000	-11.829	ضعيف	1,16736	2,5444	المستوي السائد لبعد الاستجابة

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على آراء العينة وتحليل برنامج SPSS v22

من خلال الجدول الموضح أعلاه نجد أن تقييم افراد العينة الدراسة من عملاء البنوك محل الدراسة على مستوى الاستجابة في الخدمة المصرفية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية كانت ضمن المتوسط بمتوسط حسابي قدر ب: 2,5444 و بانحراف معياري 1,16736 ، نشير إلى أن المستوى كان ضعيفا لمدى استجابة البنوك محل الدراسة للخدمة بشكل سريع إلى جانب تقديم المعلومات حول الخدمات المستجدة إذ بلغت المتوسطات الحسابية لها على الترتيب 2,289 بانحراف معياري 1,2293، و 2,256 بانحراف معياري 1,2503، و يرجع سبب ذلك الى ضعف شبكة الاتصال بين البنوك في الجزائر ، و هذا حسب تصريح بعض موظفي وكالات عينة الدراسة جانب عدم اهتمام البنوك محل الدراسة في تجديد الخدمات أو تطويرها .⁽¹⁾

وبالرجوع الى اختبار الفرضية الثالثة نلاحظ ان $4 > 2,5444 = \bar{X}_3$ بانحراف معياري 1,16736، وأن قيمة T دالة احصائيا أي أن مستوي الدلالة الفعلي أقل من مستوى الدلالة 0,05 وعليه فإن الفرضية الثالثة محققة أي أن مستوي الاستجابة السائدة للخدمة المقدمة في ظل تمويل التجارة الخارجية على المدى القصير في البنوك محل الدراسة لا ترقى إلى المستوي المطلوب.

4. اختبار الفرضية الرابعة

$$H_0 : \text{إذا كان } 4 \leq \bar{X}_4$$

$$H_1 : \text{إذا كان } 4 > \bar{X}_4$$

بحيث \bar{X}_4 : يمثل المتوسط الحسابي لدرجة الأمان السائدة في البنوك محل الدراسة.

افترض الطالب أن درجة الأمان السائد في الخدمة الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة لا ترقى إلى المستوي المطلوب.

و لأثبت هذه الفرضية يجب أن يكون متوسط هذا البعد أقل من متوسط المفترض أي أن قيمة test سالبة و يكون $sig \leq 0.05$ أي دالة احصائيا عند مستوي المعنوية 0,05 و الجدول رقم (3-14) يبين نتائج تحليل إجابات افراد العينة على عبارات بعد الأمان.

⁽¹⁾ من خلال مقابلة تم إجرائها مع موظفي البنوك محل الدراسة ، كما هو موضح في الملحق رقم (03)، ص 127.

رقم (3-14): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات بعد الأمان.

Sig/2	T test	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات البعد الرابع: الأمان
-	-	ضعيفة	1,2564	2,289	سلوك الموظفين يولد الطمأنينة والثقة لدى العملاء
-	-	ضعيفة	1,3137	2,400	يوجد عدد كاف من حراس الأمن في البنك
-	-	جيدة	1,3549	3,611	اشعر بالأمان في تأدية العمليات البنكية
-	-	جيدة	1,3059	3,589	يتعامل الموظفون مع معلومات العملاء بسرية تامة
-	-	جيدة	1,3343	3,522	يتم التحقق بشكل صحيح من هوية العملاء
-	-	جيدة	1,3666	3,556	يوجد عدد كاف من كاميرات مراقبة
0,000	-6.283	متوسط	1,26670	3,1611	درجة الأمان السائدة لبعد الأمان

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على آراء العينة وتحليل برنامج SPSS v22

من خلال الجدول رقم (3-14) نلاحظ أن تقييم أفراد عينة الدراسة من عملاء البنوك محل الدراسة على مستوى درجة الأمان في الخدمة المصرفية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية كانت متوسطة إذ بلغ المتوسط الحسابي 3,1611 بانحراف معياري 1,26670، و من خلال التدقيق في عبارات المكونة لهذا البعد تبين لنا بأن المستوى كان مرتفعا (جيد) لكل من التعامل مع معلومات العملاء بسرية تامة و أن العميل يشعر بالأمان في تأدية العمليات البنكية بمتوسطات حسابية هي على التوالي 3,611 بانحراف معياري 1,3549، و 3,589 بانحراف معياري 1,3059، و يعود ذلك لإجراءات الأمن و التأمين الظاهرة للعميل مما يزيد شعورهم بالأمان في تأدية

العمليات المصرفية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية ، الى جانب التعليمات و القوانين تفرض على موظفي البنوك محل الدراسة المحافظة على سرية المعلومات خاصة بعملاء.

وبالرجوع الى اختبار الفرضية البديلة نلاحظ أن $\bar{X}_4 = 3,1611 > 4$ بانحراف معياري 1,26670 و قيمة T دالة احصائيا أي أن مستوي الدلالة الفعلي أقل من 0,05، و عليه الفرضية البديلة الرابعة محققة حيث أن درجة الأمان السائدة للخدمة الائتمانية المقدمة في ظل تمويل التجارة الخارجية على المدى القصير في البنك محل الدراسة لا ترقى إلى المستوي المطلوب.

5. اختبار الفرضية الخامسة

H0 : إذا كان $4 \leq \bar{X}_5$

H1 : إذا كان $4 > \bar{X}_5$

بجيث \bar{X}_5 : تمثل المتوسط الحسابي لدرجة التعاطف السائدة في البنوك محل الدراسة.

افترض الطالب أن درجة التعاطف السائدة في الخدمة الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لدى البنوك محل الدراسة المقدمة لا ترقى الى المستوى المطلوب.

و لأثبات هذه الفرضية يجب أن يكون متوسط هذا البعد أقل من متوسط المفترض و هو 4 أي أن قيمة T- test سالبة و يكون ($\text{sig} \leq 0.05$) أي دالة احصائيا عند مستوي المعنوية 0,05 و الجدول رقم (3-15) يبين نتائج تحليل إجابات افراد العينة على عبارات بعد التعاطف.

رقم (3-15): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على العبارات بعد التعاطف

Sig/2	T test	درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عبارات البعد الخامس: التعاطف
-	-	متوسطة	1,2183	3,433	ساعات العمل مناسبة للعملاء
-	-	متوسطة	1,3694	3,300	يعطي الموظفون بالبنك عملاءهم اهتماماً شخصياً
-	-	متوسطة	1,3309	3,322	تقدير ظروف العملاء والتعاطف معهم
-	-	جيدة	1,3086	3,467	ييدي الموظفون بالبنك روح الصداقة للعملاء
-	-	ضعيفة	1,2893	2,422	يعتبر الموظفون بالبنك خدمة العملاء من أهم أولوياتهم
-	-	متوسطة	1,2255	3,322	يمتاز الموظفون بالبنك بحسن المعاملة واللباقة مع العملاء
0,000	-5.959	متوسط	1,25590	3,2111	المستوي السائد لبعد التعاطف

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على آراء العينة وتحليل برنامج SPSS v22

من خلال الجدول الموضح أعلاه نلاحظ أن تقييم أفراد عينة الدراسة من عملاء البنوك محل الدراسة على مستوى درجة التعاطف في الخدمة المصرفية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية كانت متوسطة بمتوسط حسابي بلغ 3,2111 بانحراف معياري 1,25590 ، و من خلال التدقيق في عبارات المكونة لهذا البعد تبين لنا أن المستوى كان جيدا بالنسبة لمدى توفر روح الصداقة بين العملاء و موظفي البنك إذ بلغ المتوسط الحسابي 3,467 بانحراف معياري 1,3086 ، و يرجع ذلك إلى ان جل العملاء يبحثون على معارفهم الشخصية في البنوك محل الدراسة من اجل تسهيل العمليات البنكية وهذا حسب تصريح بعض العملاء الذين تمت مقابلتهم .

وبالرجوع الى اختبار الفرضية الخامسة نلاحظ ان $4 > 3,2111 = \bar{X}_5$ بانحراف معياري 1,25590، وقيمة T دالة احصائيا أي أن مستوي الدلالة الفعلي أقل من 0,05، هذا يعني أن الفرضية الخامسة البديلة محققة أي أن درجة التعاطف السائدة للخدمة المقدمة في ظل تمويل التجارة الخارجية على المدى القصير لدى البنوك محل الدراسة لا ترقى إلى المستوي المطلوب.

وبما أنه قد تم إثبات صحة الفرضيات البديلة الخمسة كاملة و التي تمثل أبعاد الجودة فإننا نستطيع الحكم على الفرضية الرئيسية بالإثبات كليا ، أي يمكن القول أن المستوي السائد لجودة الخدمات الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية في البنوك محل الدراسة لا يرقى الى المستوي المطلوب أي انها دون المستوي الجيد.

خلاصة

تم خلال هذا الفصل عرض و تحليل نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بقياس و تقييم جودة الخدمة المصرفية من قبل عملاء البنوك محل الدراسة وكالات المسيلة، حيث قمنا في المبحث الأول بعرض البنوك العاملة في الجزائر و حجم المعاملات التي تقوم بها ، أما فيما يخص المبحث الثاني فقد تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية التي تم من خلالها اختبار فرضيات الدراسة اعتمادا على مقياس الأداء الفعلي لقياس الجودة.

خاتمة

يعد موضوع جودة الخدمة و نماذج قياسها من المواضيع التي جذبت اهتمام الكثير من الباحثين في مجال الخدمات البنكية، ففي السابق كان التركيز منصبا على مفهوم الجودة في المنتجات المادية الأمر الذي نتج عنه العديد من الأساليب و الإجراءات التي من خلالها يمكن للمؤسسات أن ترتقي بجودة منتجاتها ، و لكن بعد تنامي دور قطاع الخدمات في الاقتصاديات العالمية و إدراك المؤسسات لضرورة التوجه بالزبون فقد أضحي الاهتمام بموضوع جودة الخدمة ضرورة ملحة و مطلبا هاما لا يمكن للمؤسسات أن تتجاهله.

و من خلال دراسة موضوع هذا البحث تبين أن وجود عنصر الجودة في الخدمات المصرفية في ظل تمويل التجارة الخارجية أصبح ضرورة تتطلبها التغيرات الاقتصادية، و تطور سوق الخدمات المصرفية الذي سمح بدخول الكثير من البنوك الخاصة في مجال تمويل الصادرات والواردات، مما خلق جوا من المنافسة بين البنوك الجزائرية لجلب عدد أكبر من المتعاملين، لذلك تم تسليط الضوء في هذه الدراسة على قياس مستوى الجودة الخدمات الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية، وذلك بالتركيز على أبعاد الجودة الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، والتعاطف).

■ نتائج الدراسة

ولقد خلصت دراسة وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات الاستبيان؛ والتي على أساسها تم اختبار الفرضيات الموضوعية من وجهة نظر المتعاملين في البنوك محل الدراسة إلى ما يلي:

1. مستوى الملموسة السائد في الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى الى المستوى المطلوب أي دون المستوى الجيد ؛
2. مستوى الاعتمادية السائد في الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى الى المستوى المطلوب أي أنها دون المستوى الجيد ؛
3. مستوى الاستجابة في الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى الى المستوى المطلوب أي أنها دون المستوى الجيد ؛
4. مستوى الأمان السائد في الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى الى المستوى المطلوب أي أنها دون المستوى الجيد ؛
5. مستوى التعاطف السائدة في الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لا يرقى الى المستوى المطلوب أي أنها دون المستوى الجيد.

و عليه استطعنا الحكم على مستوى جودة الخدمات الائتمانية في الاجل القصير في ظل تمويل التجارة الخارجية في المصارف محل البحث بأنها لا ترقى إلى المستوى المطلوب و بذلك أكدنا صحة الفرضيات البديلة التي تم طرحها في مقدمة البحث و بالضرورة نفي الفرضيات الصفرية المقابلة لها.

■ توصيات:

و على ضوء النتائج المتوصل اليها في هاته الدراسة و كمحاولة متواضعة مناقترح على البنوك العاملة في الجزائر و بالاخص عينة الدراسة ماييلي :

- ✓ نشر ثقافة الجودة بين جميع الموظفين؛
- ✓ التركيز على رضا العميل و ذلك لأن الجودة العالية تحقق رضا عالي لدى العميل و بالتالي كسب عملاء جدد و تحقيق الرضا التام و الذي بدوره سيحقق أرباح عالية نتيجة الاحتفاظ بالعملاء؛
- ✓ أهمية اهتمام البنوك بالاستجابة السريعة ، و تلبية متطلبات العملاء؛
- ✓ الاستماع إلى شكاوي العملاء و مقترحاتهم و سرعة حلها؛
- ✓ إجراء دراسات للتعرف على إحتياجات و متطلبات العملاء ؛
- ✓ إقامة البرامج التدريبية التي تركز على تنمية المهارات السلوكية لمقدمي الخدمات في التعامل مع العميل،
- ✓ العمل على توفير و توظيف العناصر البشرية المؤهلة و المدربة و المحافظة عليها .

■ آفاق الدراسة:

- تلقت هذه الدراسة النظر الى أهمية اجراء دراسات مستقبلية حول:
- ✓ توسيع عينة الدراسة لتشمل عددا أكبر من المستجوبين و البنوك؛
 - ✓ اختبار نماذج أخرى لقياس جودة الخدمة المصرفية؛
 - ✓ دراسة تأثير جودة الخدمات المصرفية في ظل التجارة الخارجية على تسويق الخدمات دوليا؛
 - ✓ دراسة تأثير جودة الخدمات المصرفية في ظل التجارة الخارجية على الحصة السوقية للبنك.

المراجع

أولا :المراجع باللغة العربية.

👉 الكتب:

1. أحمد شاکر العسكري، التسويق:مدخل استراتيجي للبيئة التسويقية وسلوك المستهلكين والمزيج التسويقي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
2. أحمد ضياء الدين زيتون، مبادئ في علم الاقتصاد، المكتب العلمي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2001.
3. حمدي عبد العظيم، اقتصاديات التجارة الدولية، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، مصر، 1996.
4. خالد أمين عبد الله وآخرون، إدارة العمليات المصرفية ، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2006 .
5. رشاد العصار وآخرون، التجارة الخارجية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2000.
6. زينب حسين عوض الله، الاقتصاد الدولي ، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1999.
7. سامي عفيفي حاتم، التجارة الخارجية بين التنظير والتنظيم، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية، 1993.
8. سوزن شاکر مجيد، محمد عواد الزيدات، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الثانية ،دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
9. السيد محمد احمد السريتي، التجارة الخارجية، الدار الجامعية، عمان، الأردن، 2009 .
10. شاکر القزويني ،محاضرات في اقتصاد البنوك ، ديوان المطبوعات الجزائرية ،الجزائر، 1999.
11. صلاح الدين حسن السيبي، قضايا مصرفية، الائتمان المصرفي، الضمانات، الاعتمادات المستندية ، دار الفكر العربي، مصر، 2004 .
12. الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، الطبعة السادسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
13. طلعت أسعد عبد الحميد، الإدارة الفعالة لخدمات البنوك الشاملة، مكتبة الشفري، جدة، السعودية، 1998.
14. طه طارق، إدارة البنوك في بيئة العولمة و الانترنت ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر ، 2007.
15. عادل محمد عبد الله، إدارة جودة الخدمات، مؤسسة وراق لنشر والتوزيع ، عمان، الأردن، 2012.

قائمة المراجع

16. عبد الحق بوعتروس، الوجيز في البنوك التجارية، ديوان المطبوعات الجامعية، قسنطينة، الجزائر، 2000.
17. عبد العزيز أبو نبعة، دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة: منهج تطبيقي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
18. عبد العزيز عبد الرحيم سليمان، التبادل التجاري، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2003.
19. عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة عملياتها وإداراتها، الدار الجامعية للطباعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2000.
20. عبد المطلب عبد الحميد، السياسات الاقتصادية على مستوى الاقتصاد القومي، الجزء الثاني، القاهرة، 2003.
21. عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، 1999.
22. مأمون الدراكة، إدارة الجودة الشاملة، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2001.
23. مجدي محمود شهاب، أساسيات الاقتصاد الدولي، الطبعة الثالثة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 1998.
24. محسن بن نايف العيتبي، استراتيجية نظام الجودة في التعليم، مكتبة فهد الوطنية، السعودية، 2007.
25. محمد عبد الوهاب العزاوي، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2005.
26. محمود حسين الوادي و اخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، دار الصفاء لنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2010.
27. محمود حين الوادي و اخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، دار الصفاء لنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2010.
28. محمود يونس، أساسيات التجارة الدولية، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 1993.
29. مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2001.
30. مصطفى راشدي شيحة، النقود والمصاريف والائتمان، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 1999.

قائمة المراجع

31. مصطفى عبد القادر، تسويق السياسة والخدمات، المؤسسة مجد للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2002 .
32. ناجي معلا ورائف توفيق، أصول التسويق المصرفي: مدخل تحليلي، الطبعة الثالثة، عمان دار وائل للنشر، 2005 .
33. نداء محمد الصوص، التجارة الخارجية ، مكتبة المجتمع العربي لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
34. هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، الطبعة الرابعة، عمان، 2008.
35. هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الرابع، دار وائل للنشر ، عمان، الأردن، 2008 .
36. وفاء صبحي صالح التميمي ، أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية، دراسة ميدانية في المصارف التجارية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، العدد الأول، 2007 .

رسائل ماجستير و دكتوراه

37. حاتم غازي شعشاعة، قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص إدارة الأعمال، كلية التجارة قسم إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، فلسطين، 2004.
38. سفيان مسالمة ، قياس جودة الخدمات المصرفية باستخدام نموذج الفجوة بين الإدراك والتوقعات، رسالة ماجستير غير منشورة ، المركز الجامعي، تبسة ، الجزائر 2007 .
39. صليحة بوسليماني، تغطية اخطار التمويل التجارية الخارجية عن طريق الوساطة المالية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير: "تخصص مالية المؤسسات"، جامعة الجزائر 3، السنة الجامعية 2012-2013.
40. طارق خاطر، قوى التغيير الاستراتيجية في المجال المصرفي وأثرها على أعمال البنوك، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم الاقتصاد، جامعة الجزائر، 2006.
41. عبد الله بن صالح بن رشود، قياس جودة الخدمى بالمصارف التجارية السعودية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف للعلوم الأمنية، كلية الدراسات العليا، قسم علوم الإدارية، السعودية، 2008.
42. محبوب مراد، استخدام استراتيجية إعادة الهندسة الإدارية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2013-2014.

الملتقيات والمؤتمرات

43. عاشور كتوش ، حاج قويدر قورين، دور الاعتماد المستندي في تمويل التجارة الخارجية حالة المؤسسة الوطنية للمركبات الصناعية ، مداخلة قدمت في اطار الملتقي الدولي حول السياسات التمويل و أثرها

قائمة المراجع

- على الاقتصاديات و المؤسسات ،دراسة حالة الجزائر و الدول النامية ،جامعة بسكرة ،يومي 21 و 22 نوفمبر 2006.
44. عبد الحق بو عتروس ، مسؤولية البنك فاتح الاعتماد من عدم مطابقة البضاعة للموصافات المذكورة في عقد الاعتماد ،مداخلة قدمت في إطار الملتقي الوطني الأول حول المنظومة المصرفية في الالفية الثالثة ، منافسة مخاطر تقنيات ، الجامعة جيجل يومي 6-7 جوان، 2005
45. عبد العظيم عبد الواحد الشكري، الجودة في المصارف التجارية، دورية فصلية علمية محكمة تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد، القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، العراق، المجلد (8) العدد(4)، 2007
46. مأمون نديم عكروش، سامر موسى المحمد، أثر العلامة التجارية في رضا العملاء عن منتجات الأجهزة الخلوية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 06 ، العدد 01 ، الأردن ، 2010.
- المجلات و الدوريات
- قوانين و مراسيم
47. الامر رقم 66-178 المؤرخ في 13/06/1966 المتعلق بانشاء البنك الوطني الجزائري
48. مرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982 المتعلق بانشاء بنك الفلاحة و التنمية ، الجريدة الرسمية ، العدد 11

ثانيا: مراجع بلغة الفرنسية

- Amoure Benhalima, Le système bancaire algérien textes et réalité, Editions DAHLEB, Alger, 2001. Guide des banques et des
- Bouyakoub Farouk, L'entreprise et le Financement Bancaire, Edition Casbah, Alger 2000 .
- Philip Kotler, Kevin Keller, Bernard Dubois Delphine Manceau, Marketing management, Pearson Education, 12ème Edition, Paris, 2006
- Philippe Guarsuault et Stephane Priami , les opérations bancaires à l'international , banque – éditeur, Paris , 1999 .
- Rapport anuel de la Banque d'Algérie 2014.
- tablissements financiers, KPMG Algérie SPA, 2012.
- Yves Simon , Techniques Financières Internationales, 5 ème édition, paris, 1993.

ثالثا: المواقع الإلكترونية:

- <http://www.uabonline.org/> / تاريخ الاطلاع 30 أفريل 2015
- <http://www.bank-of-algeria.dz/> / تاريخ الاطلاع 5 ماي 2015



الملاحق

الملحق رقم (01): الاستبيان قبل التحكيم الأستاذة

جامعة المسيلة-كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير - قسم علوم التسيير

استبيان

أخي العزيز

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته....

يتشرف الباحث بأن يضع بين يديكم الاستبانة الخاصة برسالة ماستر أكاديمي بعنوان قياس جودة الخدمة المصرفية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة ماستر تخصص إدارة اعمال تجارة دولية .

وحيث أن نجاح مهمة الباحث مرتبطة بمدى تعاونكم معه، فإنني آمل منكم التكرم بالاطلاع على كل عبارة من عبارات محاور الدراسة والإجابة عليها بدقة وموضوعية، علمًا بأن جميع الإجابات ستكون موضع العناية والاهتمام وسوف تقابل بسرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرًا لكم حسن اهتمامكم وصادق تعاونكم،،،،،

أولاً: بيانات خاصة بالزبون:

الرجاء وضع علامة (✓) في المكان المقابل للإجابة المناسبة:

- 1-الجنس: ذكر أنثى
- 2-العمر: من 18 الى 30 من 31 الى 40 من 41 الى 50
- أكبر من 51 سنة
- 3-المستوى الدراسي: ابتدائي أو أقل متوسط ثانوي جامعي
- دراسات عليا: ماجستير دكتوراه
- 4- النشاط أو المهنة: موظف تاجر عمال حرة متقاعد أخرى

-ماهي المصارف التي تتعامل معها حاليا في ظل تمويل التجارة الخارجية:

CPA BADR AGB BEA

عدد السنوات التي تتعامل به معا هذا البنك: ()

6-اختيارك للبنك جاء بشكل عشوائي بعد مقارنته مع بنوك أخرى
لتوفر الخدمة في البنك فقط

ثانيا: محاور الدراسة:

الرجاء وضع علامة صح (✓) في الخانة التي تراها مناسبة لك:

المحور الأول: يعبر عن الجوانب المحسوسة (الملموسة) المتعلقة بالخدمة البنكية

م	العبارات	الخدمة الفعلية بالبنك				
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	مبنى البنك جذاب وراقي					
02	الصالات الاستقبال مهياً بشكل جيد					
03	مظهر الموظفين في البنك مرتب					
04	النماذج والبيانات المستخدمة في البنك سهلة التعبئة					
05	المعدات والتجهيزات في المصرف جذابة					
06	يوفر المصرف مواقف سيارات كافية لعملائه					
07	التصميم الداخلي للمصرف منظم					
08	لدى المصرف أجهزة متطورة					

المحور الثاني(الاعتمادية): تقدم الخدمة في الوقت المحدد والدقة المطلوبة

م	العبارات	الخدمة الفعلية بالبنك				
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
09	يقدم البنك خدماته في الأوقات التي وعد بها					
10	يظهر البنك الجدية في حل المشكلات					
11	تؤدي الخدمة في البنك بطريقة صحيحة من أول مرة					
12	الموظفون مؤهلون للقيام بأعمالهم					

الملاحق

					13	يحتفظ البنك بسجلات وملفات بشكل دقيق
					14	يقدم البنك كشوف حسابات واضحة ودقيقة

لمحور الثالث (الاستجابة): التعامل الفعال مع الشكاوى والاقتراحات المباشرة في تقديم الخدمة للعملاء

الخدمة الفعلية بالبنك					العبارات	
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					15	يستجيب الموظفون للخدمة بشكل سريع
					16	يتفهم الموظفون احتياجات العملاء ويسعون إلى تحقيقها
					17	يوضح الموظفون للعملاء الوقت المحدد لتنفيذ الخدمة المطلوبة
					18	لا ينشغل الموظفون عن العملاء بأعمال خاصة بهم
					19	يقدم البنك جميع المعلومات لأي خدمات مستجدة

المحور الرابع (الأمان): يعبر عن مستوى الاطمئنان بان الخدمة المقدمة للعملاء تخلو من الشك او الخطأ شاملا الاطمئنان النفسي والمادي.

الخدمة الفعلية بالبنك					العبارات	
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					20	سلوك الموظفين يولد الطمأنينة والثقة لدى العملاء
					21	يوجد عدد كاف من حراس الأمن في البنك
					22	اشعر بالأمان في تأدية العمليات البنكية
					23	يتعامل الموظفون مع معلومات العملاء بسرية تامة
					24	يتم التحقق بشكل صحيح من هوية العملاء
					25	يوجد عدد كاف من كاميرات مراقبة

المحور الخامس (التعاطف): مستوى المودة بين العاملين و العملاء و انشغالهم باهتماماتهم و الرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاتهم

الخدمة الفعلية بالبنك					العبارات	
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					26	ساعات العمل مناسبة للعملاء
					27	يعطي الموظفون بالبنك عملاءهم اهتماماً شخصياً
					28	تقدير ظروف العملاء والتعاطف معهم
					29	ييدي الموظفون بالبنك روح الصداقة للعملاء

الملاحق

					يعتبر الموظفون بالبنك خدمة العملاء من أهم أولوياتهم	30
					يمتاز الموظفون بالبنك بحسن المعاملة واللباقة مع العملاء	31

✓ كيف تقيم مستوى جودة الخدمة بالبنك بشكل عام؟

ممتازة جيدة متوسطة سيئة سيئة جدًا

✓ حدد بدقة درجة رضاك عن الخدمات التي يقدمها لك المصرف؟

غير راض تمامًا غير راض راض إلى حد ما راض راض تمامًا

الملحق رقم (02): الاستبيان بعد التحكيم الأستاذة المشرفة

جامعة المسيلة-



كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



استبيان

أخي العزيز

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته....

يتشرف الباحث بأن يضع بين يديكم الاستبانة الخاصة برسالة ماستر اكايمي بعنوان قياس جودة الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماستر تخصص إدارة اعمال تجارة دولية .

وحيث أن نجاح مهمة الباحث مرتبطة بمدى تعاونكم معه، فإنني آمل منكم التكرم بالاطلاع على كل عبارة من عبارات محاور الدراسة والإجابة عليها بدقة وموضوعية، علماً بأن جميع الإجابات ستكون موضع العناية والاهتمام وسوف تقابل بسرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي

شاكرا لكم حسن اهتمامكم وصادق تعاونكم،،،،

تحت إشراف الاستاذة : حياة صغيور

الطالب : نذير حمزة

أولاً:

الرجاء وضع العلامة (X) في المكان المقابل للإجابة المناسبة:

- 1-الجنس: ذكر أنثى
- 2-العمر: من 18 الى 30 31 الى 40 41 الى 50 أكبر من 51 سنة
- 4-المستوى الدراسي: ابتدائي أو أقل متوسط نوي
- جامعي ماجستير دكتوراه
- 5- نوع المصرف الذي تتعامل معه:
- BEA AGB BADR CPA
- 6-اختيارك للبنك :
- جاء بشكل عشوائي بعد مقارنته مع بنوك أخرى
- نظراً لتوفر احتياجاتك من الخدمات في هذا البنك

ثانيا: في ظل حصولك على الخدمات الائتمانية قصيرة الاجل لتسوية مدفوعاتك في ظل التجارة الخارجية - ضع علامة X في خانة التي تراها متوفرة في البنك الذي تتعامل معه

رقم عبارة	العبارات	الخدمة الفعلية بالبنك			
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق بشدة
01	مبنى البنك جذاب وراقي				
02	الصالات الاستقبال مهياً بشكل جيد				
03	مظهر الموظفين في البنك مرتب				
04	النماذج والبيانات المستخدمة في البنك سهلة التعبئة				
05	المعدات والتجهيزات في المصرف جذابة				
06	يوفر المصرف مواقف سيارات كافية لعملائه				
07	التصميم الداخلي للمصرف منظم				
08	لدى المصرف أجهزة متطورة				
09	يقدم البنك خدماته في الأوقات التي وعد بها				
10	يظهر البنك الجدية في حل المشكلات				
11	تؤدي الخدمة في البنك بطريقة صحيحة من أول مرة				
12	الموظفون مؤهلون للقيام بأعمالهم				
13	يحتفظ البنك بسجلات وملفات بشكل دقيق				
14	يقدم البنك كشوف حسابات واضحة ودقيقة				

الخدمة الفعلية بالبنك					العبارات	
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					يستجيب الموظفون للخدمة بشكل سريع	15
					يتفهم الموظفون احتياجات العملاء ويسعون إلى تحقيقها	16
					يوضح الموظفون للعملاء الوقت المحدد لتنفيذ الخدمة المطلوبة	17
					لا ينشغل الموظفون عن العملاء بأعمال خاصة بهم	18
					يقدم البنك جميع المعلومات لأي خدمات مستجدة	19
					سلوك الموظفين يولد الطمأنينة والثقة لدى العملاء	20
					يوجد عدد كاف من حراس الأمن في البنك	21
					اشعر بالأمان في تأدية العمليات البنكية	22
					يتعامل الموظفون مع معلومات العملاء بسرية تامة	23
					يتم التحقق بشكل صحيح من هوية العملاء	24
					يوجد عدد كاف من كاميرات مراقبة	25
					ساعات العمل مناسبة للعملاء	26
					يعطي الموظفون بالبنك عملاءهم اهتماماً شخصياً	27
					تقدير ظروف العملاء والتعاطف معهم	28
					ييدي الموظفون بالبنك روح الصداقة للعملاء	29
					يعتبر الموظفون بالبنك خدمة العملاء من أهم أولوياتهم	30
					يمتاز الموظفون بالبنك بحسن المعاملة واللباقة مع العملاء	31

الملحق رقم (03): مقابلات عامة مع موظفي مصلحة التجارة الخارجية في وكالات محل الدراسة

سيدي المحترم هذه المقابلة كما تعلم في إطار بحثنا حول جودة الخدمة الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية و التي تحتاج الى توضيحاتكم لبعض الجوانب ذات الصلة بالموضوع:

مقابلة مع رئيس مصلحة التجارة الخارجية بوكالة CPA المسيلة :

ماهو الاطار القانوني لتمويل التجارة الخارجية لدي بنكمم ؟

هو العمل بالتعليمات الصادرة عن البنك المركزي (بنك الجزائر)، الى جانب قانون النقد و القرض 90-10 ، و قانون 07-01 / 03 فيفري 2007 من القانون تنظيم تمويل التجارة الخارجية. (1)

← ماهي الظروف التي يتم بيها تمويل التجارة الخارجية و ماهي اهم المشاكل التي تواجهكم ؟

الظروف التي يتم فيها تمويل التجارة الخارجية غير مساعدة وصعبة نوعا ما و نواجه عدت مشاكل في سير عمليات التجارة الخارجية و ذلك لعدت أسباب نذكرها:

✓ عدم مرونة مصلحة الجمارك و تأخير الإجراءات اللازمة و هذا ما يثير قلق الزبائن ؛

✓ أجهزة قديمة نوعا ما (أجهزة كمبيوتر، طابعة ، جهاز سكانار) تصعب علينا سير عملية من عمليات التجارة الخارجية ؛

✓ شبكة الاتصال الجزائرية ضعيفة جدا دائما ما نواجه معها مشاكل و تثير غضب الزبون ؛

← ماهي الحلول المقترحة من طرفكم؟

الحلول هي مراجعة منظومة الاتصال الجزائرية بصفة عامة ، و بين البنوك بصفة خاصة ، و مسايرة التكنولوجيا الحديثة ، الى جانب تحديث الأجهزة و برامج التي يعمل بها .

← ماهي اهم التقنيات القصيرة الاجل لتمويل التجارة الخارجية المعمول بها لدى و كالتكم ؟

(1) لتفصيل في القوانين: المرسوم رقم 03-04 المؤرخ في 19 جمادى الأولى الموافقة ل 19 جويلية 2003 و المتعلق بالقواعد العامة المطبقة على عمليات استيراد و تصدير البضائع.

– مرسوم تنفيذي رقم 09-102 مؤرخ في 10 مارس سنة 2009، يحدد الإجراءات المطبقة عند إستيراد و تصدير الأدوية ذات الإستعمال البشري

– قرار مؤرخ في 22 ديسمبر 2009 يحدد كفاءات تطبيق المادة 141 من قانون الجمارك، المتعلقة بالمستودع العمومي (الجريدة الرسمية رقم 25 المؤرخة في 18 أبريل 2010).

– مرسوم تنفيذي رقم 09-429 مؤرخ في 13 محرم عام 1431 الموافق 30 ديسمبر سنة 2009، يتضمن

إنشاء لجنة متابعة التجارة الخارجية و تحديد تشكيلتها و مهامها وتنظيمها. (جريدة رسمية رقم 77 الموافقة ل 30/12/2009)

– مرسوم تنفيذي رقم 296 - 09 مؤرخ في 12 رمضان عام 1430 الموافق 2 سبتمبر سنة 2009 يعدل ا

لمرسوم التنفيذي رقم 181 - 09 المؤرخ في 17 جمادى الأولى عام 1430 الموافق 12 مايو سنة 2009

الذي يحدد شروط ممارسة أنشطة استيراد المواد الأولية والمنتجات والبضائع الموجهة لإعادة البيع على حالتها من طرف الشركات التجارية التي يكون فيها الشركاء أو المساهمون أجنب

نعمل بثلاث تقنيات و هي :

- ✓ التحصيل المستندي تاتي في المرتبة الأولى و نتعامل بها كثيرا ؛
- ✓ الاعتماد المستندي؛
- ✓ تحويل مبلغ (الدفع نقدا).

← ماهو سبب اقتصاركم على هذه التقنيات فقط ؟

تعليمات من بنك الجزائر تنص على الاقتصار بثلاث تقنيات المذكورة .

← ماهي إيجابيات و وسلبيات كل تقنية ؟

بالنسبة لتحصيل المستندي: هذه التقنية تتميز بالسهولة و قلة التكاليف ووسيلة الدفع أسرع من الطرق الأخرى إلا أنّها لا تقدّم ضمانات كافية للمصدر وهي مساعدة لي كلا الطرفين ، اما بالنسبة لتقنيات الأخرى لا تستعمل كثيرا بالنسبة الدفع نقدا: هي أبسط طرق الدفع، تستخدم في دول العالم ، أما بالنسبة للجزائر فلا تستعمل هذه الوسيلة للتعاملات الخارجية.ارجع الى قانون 07-01 يكون تحويل المبلغ في حدود 4 مليون دينار جزائري في العام و ذلك للمنتجين فقط و هذه تعليمة من بنك الجزائر.

← ماهي قوانين التي تظبط هذه التقنية و سياسة البنك حولها ؟

القوانين دائما خاضعة بنك الجزائر و أساس هو قانون 07-01 / 03 فيفري 2007 الى جانب تعليمات بنك الجزائر ،اما فيما يخص سياسة بنك حول هذه التقنية لا يوجد أي سياسة حول هذه التقنية . (نظام 07-01 المؤرخ 03-فيفري 2007، يتعلق بقواعد المطبقة على المعاملات الجارية مع الخارج و الحسابات بالعملة الصعبة)
ما حجم المعاملات بهذه التقنية في السنوات الأخيرة ؟
483 متوسط عملية في كل عام .

← مامدى اهتمام البنك بجودة الخدمة الائتمانية ؟

لا يوجد اهتمام بجودة الخدمة لكن نحاول اللحوق بركب حاليا ، و ان أهم شئ يعيق سير العمليات و ينقص جودة الخدمة الائتمانية هي الاتصال و جودة الاتصال في الجزائر لانها ضعيفة جدا .

← هل هناك أي دراسات حول جودة الخدمة المصرفية بصفة عامة و الائتمانية بصفة خاصة ؟

لا توجد أي دراسات أو إهتمامات بهذا الجانب اطلاقا.

ماهو السبب ؟ هي ظروف البلد التي نعيشها ليس هناك اهتمام بجودة الخدمة

ماهي اهم الشكاوي من قبل العملاء؟

لايعتمد العملاء على صندوق او دفتر الشكاوي خاص بمصلحتنا ،

هل هناك أي دراسات يقوم بها بنك لمعرفة احتياجات العملاء ؟

لا توجد أي دراسات في هذا المجال.

ماهو السبب ؟

لا نملك هذه الثقافة في مؤسساتنا (كونها عمومية كل التعليمات تكون دولة و ليس لنا دخل إلا سير العمل فقط)

← هل هناك اهتمام باحتياجات العميل ؟

نعم هناك اهتمام بالعميل من طرفنا لكن المعوقات التي نواجهها و قد سبق ذكرها هي التي تعطل و تثير غضب العميل و لاكن بمجرد توضيح الامر الى العميل يبعث في نفسه قليل من الراحة .

← كيف يتم اجراء الاتصال سواء مع البنوك العاملة في الجزائر او البنوك الأجنبية التي تتعاملون معها

؟

بالنسبة لعملية الاتصال بين البنوك في الجزائر هي شبكة انترانات وهي شبكة خاصة بين البنوك و تكون محمية بدرجة امان عالية من الصعب اختراقها .

ما مدى سرعة إنتقال المعلومات على هذه الشبكة ؟

ضعيفة خاصة في أحوال الجوية على سبيل المثال الامطار فيكون دائما هنالك انقطاعات .

الملحق رقم (04): مقابلات عامة مع عملاء بنوك محل الدراسة

سيدي المحترم هذه المقابلة كما تعلم في إطار بحثنا حول جودة الخدمة المصرفية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجية و التي تحتاج الى توضيحاتكم لبعض الجوانب ذات الصلة بالموضوع:

العميل Q	العميل Z	العميل Y	العميل X	الجواب السؤال
ج: مؤسسة إستيراد و التصدير الاقمشة .	ج: مؤسسة إستيراد و التصدير التجهيزات المكتبية.	ج: مؤسسة إستيراد و تصدير التجهيزات الصناعية الفلاحية	ج: مؤسسة إستيراد و تصدير العجلات المطاطية .	س: ماهو نوع النشاط الذي تقوم به؟
ج: منذ 12 سنوات	ج: منذ 10 سنوات	ج: عامين.	ج: من سنة 1993- إلى يومنا هذا.	س: منذ متي و أنتم تمارسون هذا النشاط؟
ج : البنك الفلاحة و التنمية الفلاحة . BADR	ج : البنك الخارجي الوطني BEA .	ج : البنك الخارجي الوطني BEA .	ج : بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR.	س : ماهو البنك الذي تتعامل معه ؟
ج: منذ بداية نشاطي .	ج: منذ 5 سنوات .	ج: منذ بداية نشاطي.	ج: منذ بداية نشاطي إلى يومنا هذا.	س: منذ متي و أنت تتعامل مع بنك ؟
ج : لا لم يسبق لي التعامل مع بنوك أخرى	ج : نعم كنت أتعامل مع القرض الشعبي الوطني و قمت بتغيير البنك لانني وجدت معارفي شخصية في بنك الخارجي	ج : لا لم يسبق لي و أن تعاملت مع بنوك أخرى.	ج : لا لم يسبق لي و أن تعاملت مع بنوك أخرى لتوفر معارفي الشخصية في هذا البنك	س: هل سبق لك التعامل مع بنوك أخرى غير البنك الذي تتعامل معه حاليا و إذا كان الجواب بنعم ما سبب هذا القرار ؟
ج : الاعتماد المستندي.	ج : الاعتماد المستندي.	ج : الاعتماد المستندي.	ج : الاعتماد المستندي لانه يقدم ضمانات للمصدر و المستورد و أي هامش الضمان كبير	س: ماهي التقنيات التي تتعامل بها في تمويل صفقاتكم
نعم اشعر براحة	ج: اشعر براحة لتوفر من يقوم بتسهيل العمليات التي احتاجها	ج: اشعر براحة، لتوفر معارفي الشخصية في هذا البنك	نعم اشعر براحة	س: اثناء تعاملك مع هذا البنك في هذه السنوات هل تشعر براحة في تعاملك معه ؟
نعم اشعر بالامان	ج: اشعر بالامان، لكن ليس بدرجة كبيرة . و سبب ذلك عدم وجود ثقة في البنوك الجزائرية و واقعتا يدل على ذلك	ج: لا اشعر بالامان، لا اثق في البنوك الجزائرية و يعود هذا الى واقع الجزائر و ما نسمعه من اختلاسات للأموال .	ج: أشعر بالأمان إلى حد ما و لكن دائما يتتابني الشك و رنية في مصداقية المعاملات و سبب ذلك واقع الجزائر من اختلاسات لاموال ، و التلاعبات في الوثائق.	س: هل تشعر بالأمان في تنفيذ العمليات البنكية ؟ و إذا كان الجواب لا فما سبب ذلك ؟
ج: لدي معارفي الشخصية، هم من يقوموا بتسهيل عملية الدفع لي.	ج: اعامل بطريقة عادية لآكن هناك صديقي يسهل عليا دائما	ج: أعامل بطريقة خاصة، و أسوي معاملي بسهولة و سبب ذلك هو معارفي الشخصية .	صاحب المبالغ المالية الكبيرة له نفس معاملة الذي يتعامل بصفقات أقل .	س: عند دفعك لمبالغ مالية كبيرة هل تُعامل بخصوصية، أو تُعامل كباقي عملاء البنك

الملاحق

	العمليات .			؟
ج:نعم هنالك إحترام متبادل .	ج:نعم هنالك إحترام متبادل	ج:نعم هنالك إحترام متبادل.	ج: لا يبدو ذلك الاهتمام، ولو كان البنك خاص لوجدنا هذا الجانب،و لكن إدارة البنوك العمومية لا تراقب مثل هذه الجوانب.	س:هل هنالك إحترام متبادل بينكم و بين موظفي بنك
لا يهمني اطلاقا .	لا اهتم بهذا الجانب لكن مبني البنك جذاب احسن من البنك الذي كنت اتعامل معه	ج: لا يهمني هذا الجانب إطلاقا أما موقف السيارات فدائما احد صعوبة في ركن السيارة.	/	س:هل تهتم بجانب الجمالي للبنك (مبني؛موقف سيارات ، صالات الانتظار...الخ) و ماتقييمك لهذا الجانب
ج: ليس هناك استجابة المطلوبة	ج: ليس هناك استجابة المطلوبة	ج: ليس هناك استجابة المطلوبة .	ليس هناك استجابة المطلوبة	س:هل يستجيب الموظفون البنك للخدمة بشكل سريع ؟
ج: لا ترقى الى المستوي المطلوب.	ج: ليس هناك استجابة المطلوبة .	ج: عادية، ليست في المستوي المطلوب.	ج: لايمكن القول انها سيئة أو جيدة لكن يمكن الحكم عنها أنها دون مستوى تاطلعاتي.	س:أخير كيف تقيم لنا الجودة الائتمانية قصيرة الاجل في ظل تمويل التجارة الخارجة حسب وجهة نظرك؟

الملحق رقم (05): صدق الاتساق الداخلي و صدق الاتساق البنائي و ثبات أداة الدراسة

1. صدق الاتساق الداخلي:

1-1. معاملات الارتباط، بين كل فقرة من فقرات البعد الأول، والمعدل الكلي لفقراته.

البعد	الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	دلالة الإحصائية
الملموسية:	1	مبنى البنك جذاب وراقي	0,757**	دال
	2	الصالات الاستقبال مهياة بشكل جيد	0,868**	دال
	3	مظهر الموظفين في البنك مرتب	0,808**	دال
	4	النماذج والبيانات المستخدمة في البنك سهلة التعبئة	0,733**	دال
	5	المعدات والتجهيزات في المصرف جذابة	0,676**	دال
	6	يوفر المصرف مواقف سيارات كافية لعملائه	0,543*	دال
	7	التصميم الداخلي للمصرف منظم	0,679**	دال
	8	لدى المصرف أجهزة متطورة	0,678**	دال
Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed) **			* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).	

الملاحق

2-1. معاملات الارتباط، بين كل فقرة من فقرات البعد الثاني، والمعدل الكلي لفقراته.

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	دلالة الإحصائية
1.	يقدم البنك خدماته في الأوقات التي وعد بها	0,899**	دال
2.	يظهر البنك الجدية في حل المشكلات	0,841**	دال
3.	تؤدي الخدمة في البنك بطريقة صحيحة من أول مرة	0,834**	دال
4.	الموظفون مؤهلون للقيام بأعمالهم	0,698**	دال
5.	يحتفظ البنك بسجلات وملفات بشكل دقيق	0,699**	دال
6.	يقدم البنك كشوف حسابات واضحة ودقيقة	0,807**	دال
		** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)	* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

الاعتمادية

3-1. معاملات الارتباط، بين كل فقرة من فقرات البعد الثالث، والمعدل الكلي لفقراته.

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	دلالة الإحصائية
7.	يستجيب الموظفون للخدمة بشكل سريع	0,757**	دال
8.	يتفهم الموظفون احتياجات العملاء ويسعون إلى تحقيقها	0,617**	دال
9.	يوضح الموظفون للعملاء الوقت المحدد لتنفيذ الخدمة المطلوبة	0,862**	دال
10.	لا ينشغل الموظفون عن العملاء بأعمال خاصة بهم	0,833**	دال
11.	يقدم البنك جميع المعلومات لأي خدمات مستجدة	0,834**	دال
		** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)	* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

الاستجابة

4-1. معاملات الارتباط، بين كل فقرة من فقرات البعد الرابع ، والمعدل الكلي لفقراته.

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	دلالة الإحصائية
<u>12</u>	سلوك الموظفين يولد الطمأنينة والثقة لدى العملاء	0,780**	دال
<u>13</u>	يوجد عدد كاف من حراس الأمن في البنك	0,870**	دال
<u>14</u>	اشعر بالأمان في تأدية العمليات البنكية	0,819**	دال
<u>15</u>	يتعامل الموظفون مع معلومات العملاء بسرية تامة	0,842**	دال
<u>16</u>	يتم التحقق بشكل صحيح من هوية العملاء	0,548*	دال
<u>17</u>	يوجد عدد كاف من كاميرات مراقبة	0,735**	دال
		** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)	* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

الأمان

5-1. معاملات الارتباط، بين كل فقرة من فقرات البعد الخامس ، والمعدل الكلي لفقراته.

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	دلالة الإحصائية
<u>18</u>	ساعات العمل مناسبة للعملاء	0,866**	دال
<u>19</u>	يعطي الموظفون بالبنك عملاءهم اهتماماً شخصياً	0,916**	دال
<u>20</u>	تقدير ظروف العملاء والتعاطف معهم	0,896**	دال
<u>21</u>	يبيدي الموظفون بالبنك روح الصداقة للعملاء	0,869**	دال
<u>22</u>	يعتبر الموظفون بالبنك خدمة العملاء من أهم أولوياتهم	0,603**	دال
<u>23</u>	يمتاز الموظفون بالبنك بحسن المعاملة واللباقة مع العملاء	0,866**	دال
		** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)	* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

التعاطف

قيمة r الجدولية : 0.661 عند مستوى الدلالة 0.01 ودرجة حرية 12 // قيمة r الجدولية : 0.532 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية 12 .

2. صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة:

الرقم	المحور	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية sig
01	يعبر عن الجوانب المحسوسة (الملموسية) المتعلقة بالخدمة البنكية	0,713**	0.00
02	(الاعتمادية) تقديم الخدمة في الوقت المحدد والدقة المطلوبة	0,863**	0.00
03	التعامل الفعال مع الشكاوى والاقتراحات المباشرة في تقديم الخدمة للعملاء	0,808**	0.00
04	(الأمان) يعبر عن مستوى الاطمئنان بان الخدمة المقدمة للعملاء تخلو من الشك او الخطأ شاملا الاطمئنان النفسي والمادي.	0,852**	0.00
05	(التعاطف) مستوى المودة بين العاملين والعملاء وانشغالهم باهتماماتهم والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاتهم	0,823**	0.00
		** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)	* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

قيمة r الجدولية: 0.661 عند مستوى الدلالة 0.01 ودرجة حرية 12 // قيمة r الجدولية: 0.532 عند مستوى الدلالة 0.05 ودرجة حرية 12.

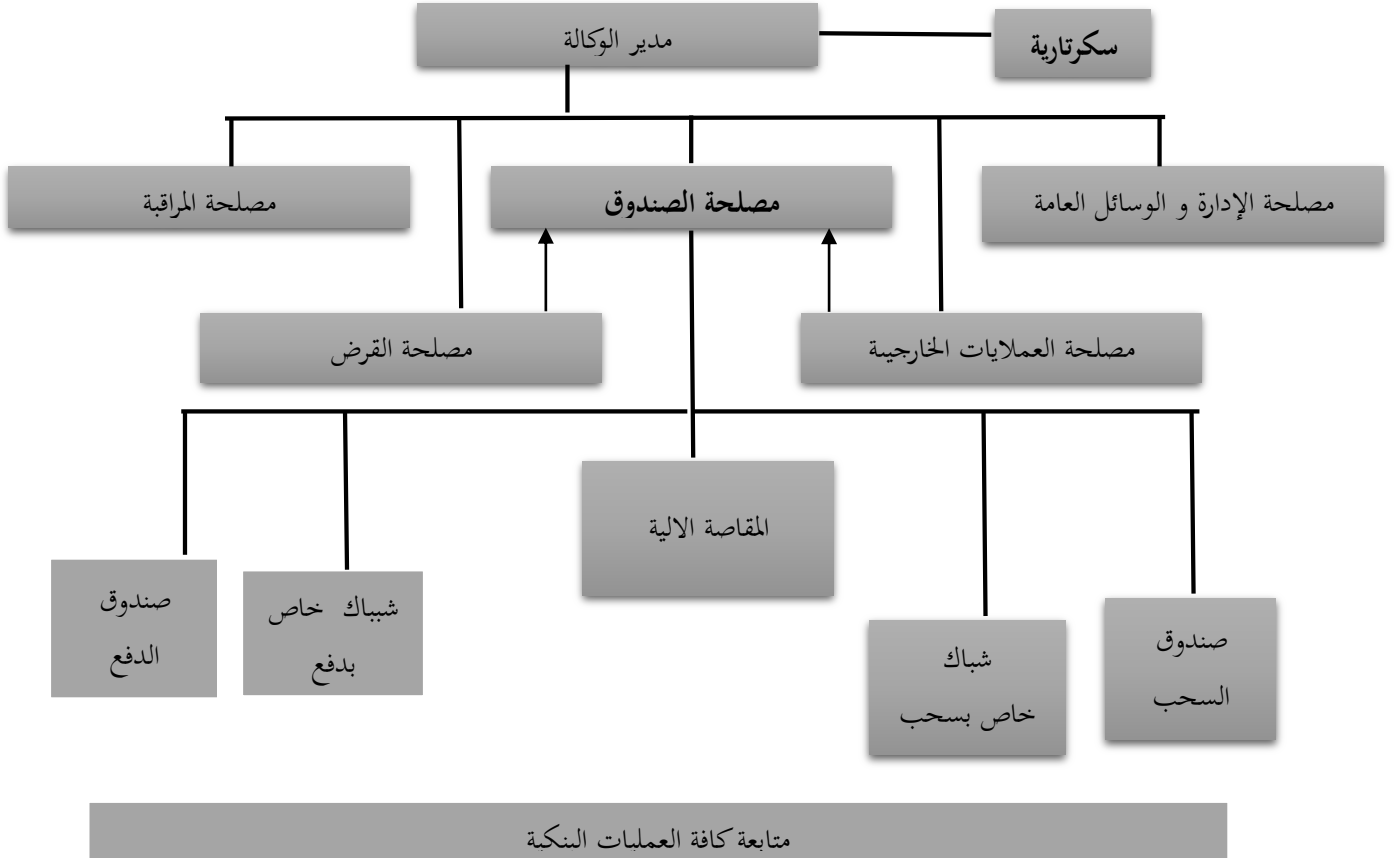
3. صدق الاتساق البنائي لأداة الدراسة

قيمة معامل Cronbach's Alpha

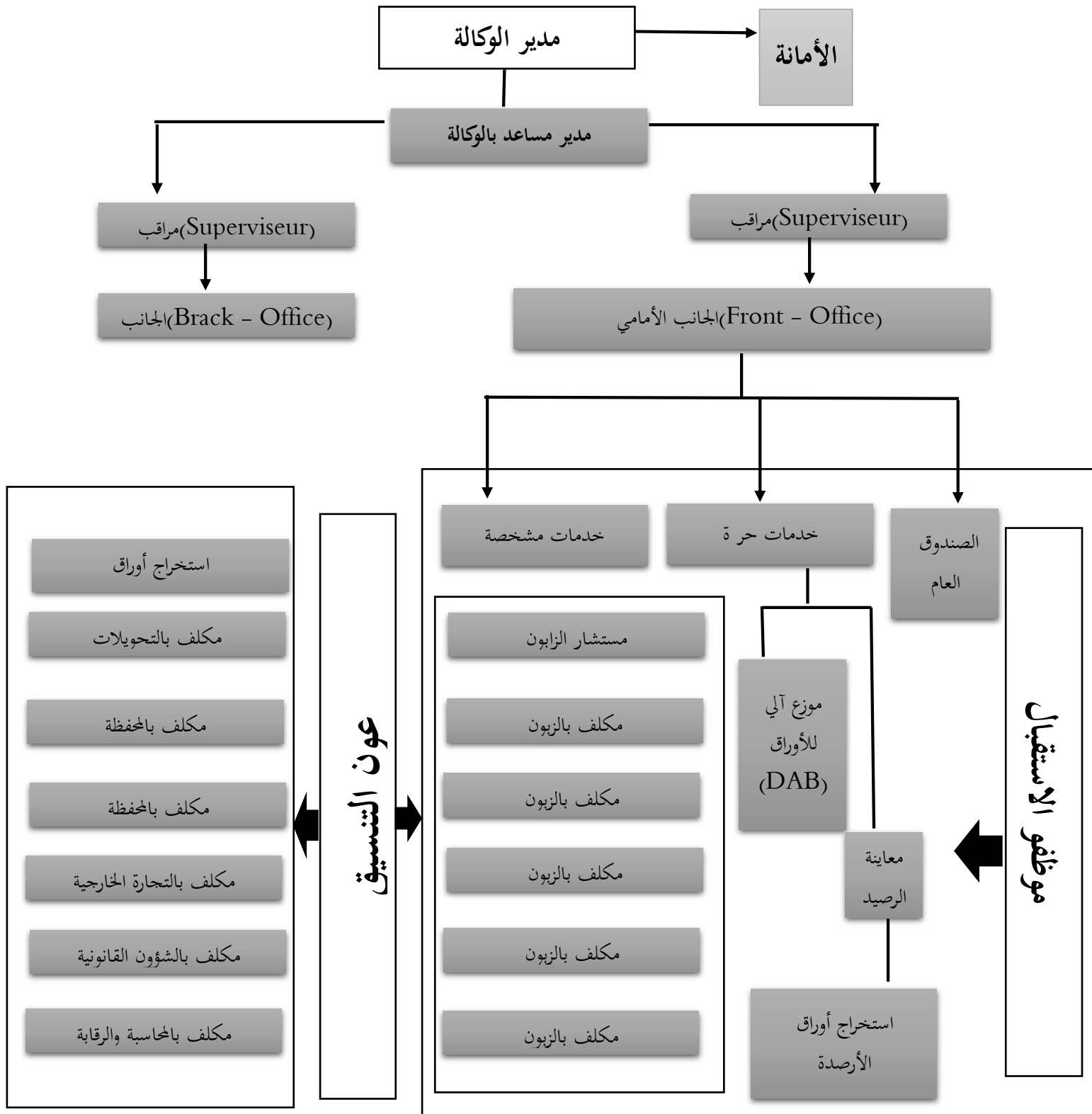
عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	البعاد
8	0,845	يعبر عن الجوانب المحسوسة (الملموسية) المتعلقة بالخدمة البنكية
6	0,858	(الاعتمادية) تقديم الخدمة في الوقت المحدد والدقة المطلوبة
5	0,633	التعامل الفعال مع الشكاوى والاقتراحات المباشرة في تقديم الخدمة للعملاء
6	0,848	(الأمان) يعبر عن مستوى الاطمئنان بان الخدمة المقدمة للعملاء تخلو من الشك او الخطأ شاملا الاطمئنان النفسي والمادي.
6	0,671	(التعاطف) مستوى المودة بين العاملين والعملاء وانشغالهم باهتماماتهم والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاتهم
31	0,948	جميع عبارات الاستبيان

الملحق رقم (06): هياكل التنظيمية لعينة الدراسة

1. الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري وكالة المسيلة



2. الهيكل التنظيمي للوكالة المصرفية بالمسلة



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

لية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير
قسم علوم التسيير
رقم: 2015/.....

إلى السيد: السيد المير أحمد

الموضوع: مساعدة الطلبة لإجراء التريصات الميدانية لربط الجامعة بالمحيط

في إطار ربط الصلة بين الجامعة و المحيط فإنه يشرفنا نحن رئيس قسم علوم التسيير أن نطلب من سيادتكم اتخاذ الإجراءات اللازمة لتمكين الطالب(ة) المذكور(ة) أدناه من إجراء استبيان على مستوى وحدتكم وشكرا.

طالب: لنا حمزة تاريخ الزيد: 22/04/1984 ب: بئر عيسى
ن: بجاية وابن(ة): لنا بونفحة
قم بطاقة التعريف الوطنية: 900133 الصادرة بتاريخ: 10/12/13 من: دائرة المسيلة
سجل(ة) تحت رقم: 2013/1406/312 السنة: 2013
ع: بئر عيسى خلال السنة الجامعية: 2014 - 2015

موضوع البحث

قياس مستوى رضا الخدمات المصرفية فصحيرة الأجل في ظل
التجارة الإلكترونية

اسم المؤسسة المقترحة للتريص

المصرف الشعبي الوطني (C.P.A)

اسم ولقب الأستاذ (ة) المشرف (ة)

صبيح صباد
المسيلة:

رئيس القسم


أ. مير أحمد

الهيئة المستقبلة


MEHDI MENACER
DIRECTEUR

الأستاذ المشرف



إلى السيد: السيد: الفلاحة

الموضوع: مساعدة الطلبة لإجراء الترتيبات الميدانية لربط الجامعة بالمحيط

في إطار ربط الصلة بين الجامعة و المحيط فإنه يشرفنا نحن رئيس قسم علوم التسيير أن نطلب من سيادتكم اتخاذ الإجراءات
لزمة لتمكين الطالب(ة) المذكور(ة) أدناه من إجراء استبيان على مستوى وحدتكم و شكرًا.

طالب: تاريخ الازدياد:
ن:
رقم بطاقة التعريف الوطنية:
سجل (ة) تحت رقم:
ع:

موضوع البحث

تقييم جودة الخدمة المصرفية المقدمة لعملاء
بنك الجزائر في ظل التغيرات الاقتصادية و الخارجية

اسم المؤسسة المقترحة للترتيب

المعهد الوطني للتدريب و التثقيف (B.A.A.R)

اسم ولقب الأستاذ (ة) المشرف (ة)

المسيلة:

رئيس القسم



أ. مير أحمد

الهيئة المستقلة



الأستاذ المشرف

.....

ملخص الدراسة

تطرقت هذه الدراسة إلى أحد المواضيع الهامة بالنسبة للبنوك؛ ألا وهي قياس جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية حسب وجهة نظر المتعاملين. وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل بأبعادها الخمسة (الملموسية، والاعتمادية، والإستجابة، والأمان، والتعاطف)؛ وذلك في ظل تمويل التجارة الخارجية وعلى عينة من البنوك العاملة في الجزائر، و البالغ عددها 4 بنوك (ثلاث بنوك عامة و بنك خاص). ولتحقيق هدف الدراسة تم توزيع الإستبيان الخاص بالدراسة على عينة مكونة من 90 عميلا، و بعد التأكد من صلاحيتها للتحليل، تم التوجه لاختبار الفرضيات، بالاعتماد على بعض الأدوات التي يتيحها البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS (الحزمة 22). و قد توصلت الدراسة إلى أن مستوي جودة الخدمات الائتمانية قصيرة الأجل في ظل تمويل التجارة الخارجية لايرقى إلى المستوي المطلوب ؛ وكذلك الحال بالنسبة لكل أبعادها. **الكلمات المفتاحية:** تمويل التجارة الخارجية، الخدمات الائتمانية، جودة الخدمات المصرفية، نموذج الأداء الفعلي (SERVPERF).

Abstract

This study tackles one of the most important subjects related to banking, which is measuring the quality of short-term credit services while financing of the external trade, according to the traders' point of view.

The target of this study is to measure the level of the quality of short-term credit services with its five dimensions (tangibility, reliability, respon, ieuess & euperrthy); while the financing of the external trade, taking a sample of the exercising banks in Algeria, which are 4 banks (three public banks & a private one).

In order to achieve the target of this study, copies of the questionnaire of the study have been distributed on a sample composed of 90 agents, after making sure of its validity to be analyzed; we went to hypothesis test, depending on some tools offered by the program of Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) (pack 22).

The study showed that the level of the quality of short-term credit services within the financing of the external trade is down to the required level, namely under the good level, for all of its dimensions.

Key words: financing of the external trade - credit services – banking services quality – SERVPERF.