

## أثر جودة الخدمات المصرفية في تحسين الأداء التصديري للشركات دراسة

## حالة بنك (SGA) Société Générale Algérie

## The impact of the quality of banking services on improving the export performance of companies. A case study of SGA Bank

معاقة عبد الكامل، مخبر البحث في الذكاء الاقتصادي والتنمية المستدامة LARIEDD، جامعة باجي مختار عنابة،

kamelmy@hotmail.com

عنان فاطمة الزهراء، مخبر البحث في الذكاء الاقتصادي والتنمية المستدامة LARIEDD، جامعة باجي مختار عنابة،

annanefatma@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2023/10/01 تاريخ القبول: 2024/05/07 تاريخ النشر: 2024/06/06

**ملخص:** تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية المتمثلة باللموسية، وسرعة الاستجابة، والتعاطف، والسلامة/الأمن، والموثوقية على الأداء التصديري للشركات، وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة لجمع وتحليل البيانات في الدراسة التطبيقية، حيث تم توزيع استبانة لجمع البيانات من عينة مكونة من 75 شركة تم اختيارها بطريقة العينة العشوائية، والتي تتعامل مع بنك SGA. وتوصلت النتائج إلى أن هناك تأثيراً إيجابياً معنوياً بين جودة الخدمة المصرفية والأداء التصديري للشركات.

الكلمات المفتاحية: أبعاد جودة الخدمة المصرفية؛ الأداء التصديري؛ بنك SGA.

تصنيف JEL: XN1، XN2

**Abstract:** this study aims to identify the impact of the dimensions of the quality of banking service represented by tangibility, rapid response, empathy, safety / security, reliability on the export performance of the companies, The descriptive analytical method was used in this study to collect and analyze data in the applied study, where a questionnaire was distributed to collect data from a sample composed of 75 companies selected through random sampling, which deals with SGA's bank.

The results have concluded that there is a significant positive effect between banking service quality and export performance of the companies.

**Keyword :** the dimensions of banking service quality, the export performance, SGA's bank

**JEL classification code :** XN1, XN2

المؤلف المرسل: معاقة عبد الكامل،

الإيميل: kamelmy@hotmail.com

## 1. مقدمة:

يعد التصدير نشاطاً تسويقياً مهماً يساهم في تحقيق ميزة مستدامة وتنافسية للشركات في بيئة أعمال القوية تتميز بعدم اليقين في سوق تنافسية غير مستقرة، لذلك تسعى الشركات جاهدة الى تحسين مركزها المالي، وزيادة الاستفادة من القدرات التي تملكها، وهذا بهدف تحقيق الأداء المطلوب في المجال التصديري، وللوصول الى ذلك يجب العمل على إيجاد أفضل الخدمات المالية والاستشارية والتي تحققها لها البنوك بمختلف أنواعها عامة او خاصة.

و يعتبر بنك **Société Générale Algeria(SGA)** احد اهم البنوك الخاصة في الجزائر التي تقدم حزمة متنوعة من الخدمات لعملائها في مجال التصدير، فهو يسعى جاهدا الى تحسين جودة خدمة التصدير إلى مستوى رضا العملاء للرفي بأداء شركاتهم و الرفع من مستواها لتعزيز الصادرات في الأسواق الدولية .

وانطلاقاً من ما سبق يتم طرح إشكالية الدراسة التالية:

ما هو أثر جودة الخدمات المصرفية في تحسين الأداء التصديري للشركات التي تتعامل مع بنك **Générale Algérie(SGA) Société**

فرضيات الدراسة: انطلاقاً من إشكالية الدراسة تم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الأساسية:

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

الفرضيات الفرعية:

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للجوانب الملموسة للخدمة المصرفية على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاعتمادية للخدمة المصرفية على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

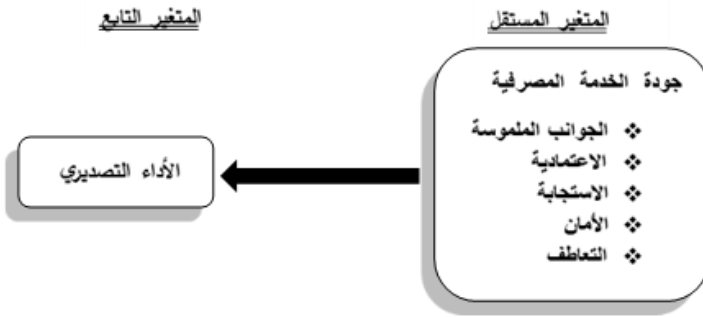
✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة للخدمة المصرفية على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

كما يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمان للخدمة المصرفية على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

كما يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتعاطف للخدمة المصرفية على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

نموذج الدراسة:

انطلاقاً من الإشكالية المطروحة والفرضيات المصاغة تم اقتراح نموذجاً للدراسة كما يلي:



أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى ما يلي:

كما تحديد كل مفهوم جودة الخدمات المصرفية والأداء المصرفي للشركات؛  
كما التعرف على حزمة الخدمات المتنوعة التي تقدمها البنوك للعملاء المصدرين لاستقطاب المحتملين وتحسين أداء الشركات الحالية؛

كما إيجاد العلاقة بين تطوير جودة الخدمات المقدمة من طرف بنك SGA ومدى تأثير ذلك على الأداء التصديري الشركاء المصدرين المتعاملين لها.

منهج الدراسة: لتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، بغية وصف متغيرات الجانب النظري والتطرق لمختلف جوانب الموضوع، وكذا الاعتماد عليه في وصف البيانات الأولية من العينة محل الدراسة، كما تم استخدام الأسلوب التحليلي في تحليل هذه البيانات واختبارها إحصائياً ومن ثم استخلاص النتائج.

الدراسات السابقة:

(1) دراسة **Fabrice Defever, Alejandro Riano, Gonzalo J. Varela** سنة

2020 تقوم هذه الدراسة بتقييم تأثير دعم تمويل الصادرات، على الأداء التصديري على مستوى الشركات في باكستان. وتقدم هذه بنوك خدمات متنوعة تتمثل في تقديم قروضاً

للمصدرين بأسعار فائدة ميسرة لتمويل رأس المال العامل قصير الأجل، والاستثمار طويل الأجل في الآلات والمعدات. ولقد توصلت الدراسة الى أن خدمات تمويل الصادرات المقدمة من طرف البنك ادت إلى زيادة معدل نمو مبيعات التصدير بمقدار 7% و8% و11%.

(2) دراسة S. Alhawary ,M.N. Alolayyan , A.Shlash, B.AI-Nady سنة 2018 الغرض من هذه الدراسة معرفة أثر جودة الخدمة و رضا العملاء في البنوك التجارية العاملة في الأردن. وتوصلت إلى أهمية ترتيب أبعاد جودة الخدمة والتمثلة في: الضمان؛ مصداقية؛ الملموسية؛ التعاطف؛ والاستجابة. كما يتأثر رضا العملاء في الغالب بجودة الخدمة. وتعزز هذه النتيجة حاجة مديري البنوك إلى التركيز على الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة، وخاصة فيما يتعلق بالضمان، ويجب أن يبدأوا بتحسين جودة الخدمة من أجل رفع رضا العملاء.

وما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة هو الجمع بين ابعاد جودة الخدمات المصرفية للشركات المصدرة وكيف يؤثر ذلك على زيادة أدائها التصديري وتحقيق مكانة تنافسية لها في السوق الدولية وهذا ما لم يتم التطرق له في أي دراسة سابقة.

## 2. مفاهيم أساسية حول جودة الخدمات المصرفية والأداء التصديري

### 1.1.2. اساسيات حول الأداء التصديري

1. مفهوم الأداء التصديري: هو أوسع من مصطلح "الوصول إلى السوق" كما هو مستخدم في المفاوضات التجارية. وهو يتعلق مباشرة بخصائص البلدان الشريكة في التعاملات التجارية، مثل حجم السوق ومرافق النقل، وتكاليف النقل الداخلي الخاصة بها. كما أنه اعتمد بشكل إيجابي على حجم سلة الصادرات وعدد الأصناف المتميزة وأسعارها والتي تتأثر بدورها بشروط دخول السوق. (United Nations, 2005, p 49)

ويمكن تصنيف أداء الصادرات، إلى بُعدين رئيسيين اولهما الأداء المالي وهو عمليات خارجية مربحة ومبيعات قوية وتوسع سريع وربحية معززة. وثانيهما أداء السوق وهو يشير إلى العمليات الدولية التي تعزز القدرة التنافسية الدولية، وتزيد بشكل كبير من حصتها في السوق الدولية، والبحث عن حصص جديدة في الاسواق. ( S. Traiyarach , J.Banjongprasert , 2022,p 3)

## ب. مؤشرات قياس أداء الصادرات:

في هذا المستوى، السؤال الذي يطرح نفسه لماذا وكيف يكون أداء بعض الشركات ناجحاً في بعض الأسواق الخارجية، بينما أداء شركات أخرى يكون دون المستوى.

يمكن تحديد خمسة مؤشرات لقياس أداء الصادرات بشكل كبير: كثافة الصادرات ونمو المبيعات عند التصدير (الهدف)، أي ربحية التصدير وحصة سوق التصدير، نمو المبيعات. لذلك، وفقاً لـ Alegre، يعد الاحتفاظ بالعملاء الحاليين مؤشراً رئيسياً لقياس الأداء، دون

إغفال مؤشر تحسين جودة المنتج (A. Bouerba, 2021, p4)

## ج. مفاهيم أساسية حول جودة الخدمات المصرفية:

تعد جودة الخدمة قضية حديثة وحاسمة في الفكر التسويقي بالنسبة للمصارف، حيث تساعدها في التحكم في الوضع التنافسي، وتحديد أرباح الحصة السوقية لها. ولذلك فإن قدرة البنوك على الاستمرار والبقاء في السوق مرتبط بقدرتها على إنتاج خدمات تتلاءم مع احتياجات العملاء المتزايدة والمتغيرة. ( M.N.Alolayyan, S. Alhawary, A.Shlash, ) (B.Al- Nady, ( 2018 ), p 545

قبل التطرق الى مفهوم جودة الخدمة المصرفية يجب التعرف أولاً على ما يلي:

1- تعريف جودة الخدمة: الخدمة عبارة عن عملية تتكون من سلسلة من الأنشطة غير الملموسة إلى حد ما والتي تحدث عادة في التفاعلات بين العميل وموظفي الخدمة و/ أو موظفي الخدمة و/ أو موارد أو سلع و/ أو أنظمة مقدم الخدمة، والتي يتم توفيرها كحلول لمشاكل العملاء" (V.Kenova, P. Jonasson , 2006, p7)

اما جودة الخدمة فلقد عرفت بأنها" الفجوة بين التوقعات وإدراك جودة الخدمة، وتعرف بأنها الدرجة التي يوفر بها المنتج أو الخدمة متطلبات العملاء (التخصيص) وكيفية تلبية هذه المتطلبات (الموثوقية). وتعكس الجودة المدركة رأي المستهلك فيما يتعلق بالتفوق أو التميز

العالمي لمنتج أو خدمة. (M.N.Alolayyan, S. Alhawary, A.Shlash, B.Al- Nady, ( 2018 ), p 547

تقديمه (توقعاتهم) مع أداء الخدمة الفعلي للشركة" ( V.Kenova, P. Jonasson , 2006, p )

2- تعريف جودة الخدمة المصرفية: هي حصيلة التفاعل بين العميل والعناصر المتعلقة بالمصرف، وهي سلسلة من العلاقات بين عملاء وموظفي المصرف، لذلك يجب العمل على تحسين تلك العلاقة. عن طريق اختيار الأفراد القادرين على تقديم أفضل خدمة. (T. Amina, 2022, p 205).

3- أبعاد جودة الخدمة المصرفية: يتم من خلالها تحديد جودة الخدمة بمساعدة الخصائص المحددة لخدمة معينة. فحسب Parasuraman et al (1988) وصف جودة الخدمة في خمسة أبعاد (الاستجابة والموثوقية والضمان والأشياء الملموسة والتعاطف). تشكل هذه الأبعاد الخمسة لتحديد جودة الخدمة والتي طورها Parasuraman وآخرون. تم تطوير هذه الأداة لقياس جودة الخدمة بناءً على اختلاف توقعات العملاء وتصوراتهم لخدمة معينة (ما يسمى بطريقة عدم التأكيد. (V. Kenova, P. Jonasson, 2006, p 7)، و هي كما يلي:

للملموسة: البيئة المادية التي تمثلها الأشياء (على سبيل المثال، التصميم الداخلي) والموضوعات (على سبيل المثال، مظهر الموظفين)؛

للموثوقية: قدرة مقدم الخدمة على تقديم خدمات دقيقة ويمكن الاعتماد عليها؛

للاستجابة: رغبة الشركة في مساعدة عملائها من خلال تقديم أداء سريع وفعال للخدمة؛

للتأكيد: ميزات متنوعة توفر الثقة للعملاء (مثل معرفة الشركة بالخدمة المحددة، والسلوك المهذب والجدير بالثقة للموظفين)؛

للتعاطف: استعداد شركة الخدمة لتزويد كل عميل بالشخصية. (M.Sata Shanka, 2012, p1)

### 3. أثر الخدمات المصرفية على النهوض بالأداء التصديري للشركات:

ان التصدير أداة تستخدمها الشركات من أجل توسيع نطاق وصولها إلى أسواق دولية جديدة، وزيادة مبيعاتها، والتنافس بشكل أكثر فاعلية ضد الضغوط العالمية، لذلك تحتاج إلى إنشاء فروع لها في بلدان أخرى لضمان ربط التحالفات مع الشركاء الوطنيين او الدوليين لتسهيل أنشطة التصدير، وهذا يتطلب البحث عن مصادر مالية متنوعة. (S. Traiyarach, J. Banjongprasert, 2022, p1)، كما يمكن أن تخلق أعمال التصدير قيمة مضافة إلى الموارد لأن الشركات مطالبة بإنشاء وتوفير تصدير المنتجات والخدمات لتلبية تفضيلات العملاء المختلفة. ومع ذلك، تواجه هذه الشركات صعوبات في تحقيق أداء التصدير، ويمكن ذكر أهمها فيما يلي:

- يفتقر المصدرون إلى مهارات التسويق الاحترافية والاستباقية؛
- الافتقار للمعرفة المتعلقة بالتصدير مثل توفير التكنولوجيا والدراية التجارية في مجال التصدير، والخبرات الدولية للتنافس مع المنافسين الأجانب؛
- مشكلة ارتفاع تكاليف العمالة، والتي تؤثر على تكاليف الإنتاج، وتؤدي إلى ارتفاع أسعار المنتجات والخدمات، وينتج زيادة عدم القدرة على التنافس مع الآخرين، والذين يمكنهم الحصول على مزايا تنافسية؛
- إشكالية صعوبة اختيار وسائل النقل التي يمكن ربطها بنجاح الأعمال واستدامتها.

(S. Traiyarach , J.Banjongprasert, 2022, p1)

اما اهم و اخطر الصعوبات من منظور الشركات المصدرة، فتتمثل في نقص الموارد المالية والبشرية، والمعرفة بالأسواق الخارجية والخبرة في ممارسة الأعمال التجارية في الخارج و هي من بين العوائق الداخلية الرئيسية أمام التدويل، و في هذه الحالة و لتحسين أدائها التصديري يمكن للبنوك، العامة والخاصة، مساعدتها في التغلب على هذه الحواجز من خلال تقديم حزمة من الخدمات ذات الجودة العالية و المتمثلة في تقديم المعلومات والمعرفة، وكذلك الدعم المالي للشركات المصدرة خاصة الشركات الصغيرة و المتوسطة التي تواجه صعوبات أكبر في الحصول على الائتمان التصديري و على المعلومات اللازمة. (M.Mataveli, J.C. Ayala , A. J. Gil , 2021,p)، كما أن المساعدة المالية قد تساعد المؤسسات الريادية الشابة في التغلب على ضعف الحداثة والصغر في اكتساب قدرات تصديرية تنافسية. (S.Traiyarach , J.Banjongprasert , 2022,p 3)

لهذا فان فإن العامل الرئيسي في نجاح الأداء التصديري للشركات بمختلف احجامها هي مواردها المالية ومهاراتها التجارية. فبالنسبة للموارد المالية وفقاً لـ Gomez Mejia (1988) تتعلق بقدرة الوصول لرأس المال. وبالمثل، تمثل موارد التصدير مستوى التمويل الذي يمكن للشركة الحصول عليه والإطار الزمني الذي يمكن استخدامه فيه. (Abderraouf Bouguerba, 2021)

وهناك مجموعة واسعة من الخدمات التي تقدمها المصارف لغرض الترويج للصادرات مثل التمويل المشترك لخطط أعمال التصدير، والمساعدة اللوجستية في مقابلة المشتريين الأجانب، والإعلان والترويج بالإضافة إلى تدابير أخرى مثل الضرائب، الحوافز الممنوحة

للشركات الواقعة في المناطق الاقتصادية الخاصة والإعانات النقدية. ( F.Defeever, )  
(A.Riano, G.J. Varela 2020, p 4

بالإضافة الى جملة من الخدمات الأخرى التي يمكن ذكرها فيما يلي:

- تقديم ترتيبات الحماية أو التنوع أو تجميع المخاطر التي تواجهها الشركات المصدرة؛
  - تخصيص الموارد المالية بشكل أكثر كفاءة؛
  - تلعب البنوك دورا كبيرا في تقليل المخاطر المالية والتصديرية ومعالجة القدرة التنافسية المحلية للشركات في السوق العالمية، من خلال ما توفره من مزايا الائتمان وأيضا المعلومات اللازمة عن التصدير في الوقت اللازم؛
  - تعبئة المدخرات، وتراكم رأس المال المادي وكذلك الدعم المالي للشركات المصدرة؛
  - تسهيل تبادل السلع والخدمات في السوق الدولي، وتقديم خدمات الدفع الدولية؛
  - تقديم المعلومات والمعرفة وكذلك الاستشارات للمصدرين المحليين. ( M.Mataveli, J.C. )  
(Ayala , A. J. Gil , 2021,p 88
- وإذا أخذنا بعين الاعتبار المحددات الرئيسية لأداء الصادرات، فإن التمويل له تأثير على القدرة التنافسية السعرية، من خلال تكلفة رأس المال وشروط التمويل لعقود التصدير، وعلى القدرة التنافسية غير السعرية، مع تمويل الصادرات وشروط الدفع الممنوحة للمشتري. كما تؤثر شروط التمويل وجودة النظام المصرفي للبلد المستهدف أيضاً على نجاح التصدير.

بالإضافة إلى مساهمتها في تمويل نمو الشركة، فإن دور البنوك ضروري في تقديم خدمات ذات جودة من خلال تنوعها بين تمويل المصدر (ائتمان المورد، التمويل المسبق) أو المستورد (ائتمان المشتري)، وكذلك إنشاء أدوات مقابل مخاطر سعر الصرف أو خطوط الضمان. (Antoine Berthou , août 2017)

#### 4. الدراسة الإحصائية لأثر جودة الخدمات المصرفية لبنك SGA في تحسين

##### الأداء التصديري للشركات:

##### 1.4. مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من الشركات المصدرة في الجزائر واللواتي يتعاملن مع بنك Société Générale وهو أحد أوائل البنوك الخاصة التي تم تأسيسها في الجزائر سنة 2000، وهو مملوك بالكامل بنسبة 100% لمجموعة Société Générale الفرنسية،



تضم 104 وكالة منتشرة في 33 ولاية بما في ذلك 12 مركز اعمال مخصص لنشاط عملاء الشركات، ويبلغ عدد العاملين في البنك أكثر من 1500 موظف. تقدم شركة **Société Générale Algérie** مجموعة واسعة من الخدمات المتطورة خصيصًا للشركات الراغبة في التطور دوليًا سواء اكانوا مستوردين أو مصدرين.

#### أ-تصميم الاستبيان:

تعتمد هذه الدراسة على أداة الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات اللازمة، وتلبية لأغراض الدراسة فقد تم توزيع 85 استبانة واسترجعنا منها 81 استبانة، وقمنا باستبعاد 6 منها لعدم صلاحيتها للتحليل الاحصائي، ليصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل 75 استبانة.

#### ب- ثبات أداة الدراسة:

لاختبار ثبات فقرات الاستبيان ولتحقق من ثبات الأداة المستخدمة في الدراسة تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ حيث بلغ 0.96 بالنسبة للمحور الأول: "جودة الخدمات المصرفية"، و 0.92 بالنسبة للمحور الثاني: "الأداء التصديري"، كما أن معامل الثبات الكلي يساوي (0.97) وهو يستجيب لشرط ان معامل الفا كرومباخ أكبر من 0.6 وعليه فإن الاستبيان المعتمد عليه في الدراسة يتصف باتساق بين فقرته.

#### ت- الأدوات المستخدمة في معالجة البيانات:

اعتمدنا في هذه الدراسة بشكل أساسي على استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS. V26) في معالجة وتحليل البيانات التي تم الحصول عليها من خلال أداة الدراسة، كما تم الاستعانة بالعديد من الأساليب الإحصائية التي تم الاعتماد عليها في معالجة البيانات.

#### ث- وصف خصائص عينة الدراسة: فيما يلي وصف للمعلومات العامة لعينة الدراسة:

جدول 1: المتغيرات الشخصية لأفراد العينة

المتغيرات	الفئة	التكرارات	النسبة
حجم المؤسسة	كبيرة	20	26.7%
	متوسطة	49	65.3%
	صغيرة	5	6.7%

20%	15	مرة واحدة في اليوم	كم مرة تزور بنك SGA
38.7%	29	مرة في الأسبوع	
41.3%	21	مرة في الشهر أو أكثر	
32%	24	أقل من 6 أشهر	طول العلاقة في أداء الأعمال التصديرية مع بنك SGA
20%	15	6 أشهر	
10.7%	8	سنة واحدة	
5.3%	4	1-2 سنة	
9.3%	7	2-3 سنوات	
22.7%	17	أكثر من 3 سنوات	تكرار الخدمة
1.3%	1	كل يوم	
1.3%	1	كل أسبوع	
56%	42	شهريا	
25.3%	19	ربع سنوي	
14.7%	11	نصف سنوي	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

• **حجم المؤسسة:** يبين الجدول أن حجم المؤسسات في العينة متنوع، حيث تمثل المؤسسات المتوسطة، والمؤسسات الكبيرة، الصغيرة نسبة 65.3%، 26.7%، 6.7%، 3% على التوالي، يمكن استنتاج أن العينة تم اختيارها لتشمل مجموعة متنوعة من حجوم المؤسسات، مما يمكن أن يساعد في فهم طبيعة السوق المحلي وتوجيه الجهود والخطط لتطوير الأداء التصديري خاصة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل تدعيمها والنهوض بها.

• **كم مرة تزور بنك SGA:** يظهر الجدول أن أفراد عينة الدراسة يزورون بنك SGA بشكل

منتظم بمعدل مرة واحدة في اليوم بنسبة 20%، ومرة واحدة في الأسبوع بنسبة 38.7%، ومرة في الشهر أو أكثر بنسبة 41.3%، ومن هذه النتائج يمكن الاستنتاج أن العديد من العملاء من الشركات المصدرة يزورون البنك بشكل متكرر ومنتظم، وهذا يعكس المستوى الجيد للخدمة التي يقدمها البنك في مجال التصدير والثقة التي يتمتع بها مع عملائه.

• طول العلاقة في أداء الأعمال التصديرية مع بنك SGA: تشير النتائج إلى أن العلاقة في أداء الأعمال التصديرية مع بنك SGA لدى معظم العملاء تتراوح بين أقل من 6 أشهر و 6 أشهر، حيث تبلغ النسبة الإجمالية لهاتين الفئتين 52%. ومع ذلك، فإن هناك أيضاً نسبة مهمة من العملاء (38%) لديهم علاقة تدوم لأكثر من سنة، وخاصة أولئك الذين لديهم علاقة تدوم لأكثر من 3 سنوات بنسبة 22.7%، هذا يعكس الثقة التي يتمتع بها بنك SGA بين عملائه، ويمكن أن يؤكد على جودة الخدمة التي يقدمها البنك ودعمه الفعال لعمليات التصدير الدولية، ويمكن للبنك استخدام هذه المعلومات للحفاظ على علاقته مع العملاء الحاليين وتوجيه جهوده لاستقطاب مزيد من العملاء الجدد في المستقبل.

• تكرار الخدمة: يبدو أن العملاء يستخدمون خدمات بنك SGA بشكل متفاوت حسب احتياجاتهم وطبيعة أعمالهم، إذ تتوزع التكرارات بشكل متنوع. يستخدم 56% من العملاء الخدمات شهرياً، وهذا يعكس أن الخدمات التي يقدمها البنك في مجال التصدير يمكن أن تتناسب مع احتياجات العملاء بشكل جيد.

#### 2.4. تحليل ومناقشة نتائج إجابات عينة الدراسة:

1- تحليل إجابات عينة الدراسة حول المتغير المستقل (جودة الخدمات المصرفية) يمكننا تلخيص النتائج المتحصل حول المتغير المستقل (جودة الخدمات المصرفية) كما يلي:

##### جدول 2: اتجاهات آراء أفراد العينة حول جودة الخدمات المصرفية

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1	ملائمة وقرب موقع البنك الذي نتعامل معه	3.57	0.95	موافق
2	الأجهزة والمعدات المستخدمة في البنك حديثة ومتطورة	3.43	1.08	موافق
3	التصميم الداخلي والخارجي جذاب ويحتوي على كل وسائل الراحة	3.53	1	موافق
4	يستخدم المصرف التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات	3.52	0.96	موافق
البعد الأول: الجوانب الملموسة				
1	تحفظ إدارة البنك بسجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة	3.35	0.94	موافق
2	يتوفر لدى البنك أنظمة التوثيق والسجلات الدقيقة	3.49	0.93	موافق
3	يستخدم البنك قواعد بيانات حديثة ومبتكرة	3.57	0.90	موافق
4	يفي المصرف بجميع وعوده لنا وفي الاوقات المحددة	3.63	0.78	موافق
البعد الثاني: الاعتمادية				
1	يستجيب الموظفون لطلباتنا بشكل فوري مهما كانت انشغالاتهم	3.56	0.79	موافق

2	يتمتع موظفو البنك بمهارة عالية في تقديم الخدمة	3.36	0.92	موافق
3	يقدم المصرف جميع المعلومات المتعلقة بالخدمات الجيدة	3.47	0.89	موافق
4	يستجيب موظفو وإدارة المصرف للشكاوى ولاستفساراتنا.	3.45	0.87	موافق
البعد الثالث: الاستجابة				
1	إن أوقات عمل البنك تناسبنا	3.97	0.52	موافق
2	يتعامل البنك مع المعلومات الخاصة بنا كزبون بسرية تامة	3.75	0.74	موافق
3	بنك SGA لديه أنظمة حفظ / توثيق دقيقة	3.61	0.67	موافق
4	نشعر بالأمان عند تعاملنا مع موظفي البنك	3.89	0.69	موافق
5	إن موظفي البنك يعرفون طلباتنا بسهولة مباشرة	3.55	0.90	موافق
6	بإمكاننا الحصول على بعض الخدمات البنكية وحل المشاكل عن طريق الهاتف	3.53	0.90	موافق
7	مدة انتظار الحصول على الخدمة قصيرة	3.45	0.87	موافق
البعد الرابع: الامان				
1	يقوم موظفوا البنك بتكليف الخدمة لتلبي حاجاتنا ورغباتنا	3.57	0.76	موافق
2	تضع إدارة المصرف مصلحة العميل في قمة اولوياتها	3.68	0.81	موافق
3	يقوم البنك بتوزيع استمارات استبيان لمعرفة متطلبات العملاء	3.23	0.92	محايد
4	البنك يتفهم وضعيتنا في حالة مروره بظروف صعبة	3.12	1.08	محايد
البعد الخامس: التعاطف				
المجموع الكلي للمتغير (جودة الخدمات المصرفية)				
		3.53	0.64	موافق

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

• يتضح لنا من الجدول رقم (2)، أن المتغير المستقل (جودة الخدمات المصرفية) قد بلغ المتوسط الحسابي العام (3.53)، وبانحراف معياري بلغ (0.46)، وباتجاه عام نحو موافق، تظهر النتائج أن جميع الأبعاد حصلت على متوسطات تراوحت بين 3.43 و3.68، مما يشير إلى أن المصرف يقدم خدمات مقبولة جيداً، ولكن هناك مجالاً للتحسين في بعض المجالات. تحصل الأبعاد الأربعة على تقييم "موافق" بشكل عام، وهذا يشير إلى أن العملاء راضون عن خدمات المصرف ويعتبرونها جيدة بشكل عام. ومع ذلك، يوجد انحراف معياري نسبياً في بعض الأبعاد، مما يشير إلى أن هناك بعض التباين في آراء العملاء بشأن هذه الأبعاد، فمثلاً، يتمتع المصرف بمتوسطات عالية في الأمان، مما يشير إلى أن العملاء يرون المصرف كمكان آمن للحفاظ على معلوماتهم المالية والشخصية.

وعلى الجانب الآخر، حصل بعد الجوانب الملموسة على متوسط 3.51 وانحراف معياري 0.83، وهذا يشير إلى وجود بعض التباين في آراء العملاء بشأن هذا الجانب. وعليه فإن هذه النتائج تشير إلى أن المصرف يوفر خدمات جيدة بشكل عام.

ب- تحليل النتائج المتعلقة بإجابات عينة الدراسة حول المتغير التابع (الأداء التصديري):  
يمكننا تلخيص النتائج المتحصل حول المتغير التابع (الأداء التصديري) كما يلي:

### جدول 3: اتجاهات آراء أفراد العينة حول الأداء التصديري

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه العام
1	بنك SGA يقدم خدمات تتماشى مع أحدث الابتكارات في الصناعة المصرفية.	3.24	0.96	محايد
2	الأسعار التي يعرضها المصرف مناسبة لخدماته مقارنة بأسعار المصارف الأخرى	3.05	0.90	محايد
3	التسهيلات المادية التي يقدمها البنك تقلل من تكاليف التصدير	3.27	0.90	محايد
4	يقدم البنك الخدمات الاستشارية المجانية والتدريب المجاني في مجال التصدير	2.81	0.85	موافق
5	يقوم البنك بإجراء أبحاث السوق والتخطيط لعملياتنا المحلية	2.64	0.97	موافق
6	يمتلك مديري وموظفي البنك خبرة في تسويق الصادرات	3.09	0.95	محايد
7	تعاملنا مع البنك ساهم في انماء المبيعات المحلية لنا	3.15	0.99	محايد
8	شروط القرض التي يفرضها البنك سهلة لزيادة ائتمان الصادرات	3.25	0.90	محايد
9	البنك يوفر معلومات بنقّة عالية تساعدني على تقييم مخاطر التصدير	3.01	0.86	محايد
10	أسعار فائدة البنك مناسبة وتساهم في زيادة أرباح التصدير الخاصة بنا	3.09	0.72	محايد
11	يملك البنك خبراء بعالم التصدير تمكنهم من مساعدتنا على فهم البيئة التنظيمية	2.84	0.93	محايد
12	يملك البنك خبراء ذات كفاءة عالية تمكنهم من مساعدتنا على التعرف على الظروف الثقافية والاجتماعية والاقتصادية التي نحتاجها لاستكشاف أسواق الجديدة	2.92	0.97	محايد
	المجموع الكلي للمتغير (الأداء التصديري)	3.03	0.67	محايد

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

ينضح لنا من الجدول رقم (03)، أن المتغير التابع (الأداء التصديري) قد بلغ المتوسط الحسابي العام (3.03)، وانحراف معياري بلغ (0.67)، وباتجاه عام نحو محايد، وتشير

النتائج المتحصل أن العملاء يتفقون على أن البنك يقدم خدمات تتماشى مع أحدث الابتكارات في الصناعة المصرفية، وأن شروط القروض التي يفرضها البنك سهلة ومناسبة لزيادة ائتمان الصادات. كما أن التسهيلات المادية التي يقدمها البنك تقلل من تكاليف التصدير ويقدم البنك الخدمات الاستشارية والتدريب المجاني في مجال التصدير. على الجانب الآخر، يظهر الجدول أن العملاء ليسوا موافقين بشكل كبير على أن البنك يقدم معلومات بدقة عالية تساعد على تقييم مخاطر التصدير، وأن أسعار فائدة البنك ليست بالضرورة تساهم في زيادة أرباح التصدير الخاصة بهم.

### 3.4. اختبار فرضيات الدراسة:

قصد الإجابة على إشكالية الدراسة قمنا باختبار فرضيات الدراسة على النحو التالي:

- الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

جدول 4: نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر المتغير المستقل (جودة الخدمات المصرفية) على المتغير التابع (الأداء التصديري)

النموذج	القيمة الثابتة	معامل الانحدار	اختبار t	
			القيمة	المعنوية
أثر جودة الخدمات المصرفية على الأداء التصديري	0.42	0.74	8.48	0.00
المعنوية الكلية للنموذج	0.00			
مؤشرات جودة التوفيق	معامل التحديد R <sup>2</sup>	0.50		
	معامل الارتباط R	0.70		

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

من خلال الجدول رقم (04)، يتضح لنا أن قيمة معامل التحديد R<sup>2</sup> قد بلغت (0.50) بمعنى أن المتغير المستقل "جودة الخدمات المصرفية" يفسر ما نسبته (50%) من التباين الحاصل في المتغير التابع "الأداء التصديري" والنسبة المتبقية تعزى لعوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، كما قد بلغت قيمة معامل الارتباط R (0.70)، وهي تشير لعلاقة ارتباط طردية بين المتغير المستقل والتابع، وبالنظر لقيمة F فإن نموذج الانحدار يعتبر معنوياً وفقاً لمستوى المعنوية الذي كان أقل من 0.05. في حين بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل "جودة الخدمات المصرفية" (0.74)، وهي تشير لوجود علاقة معنوية بين هذا المتغير والمتغير التابع "الأداء التصديري"، وهذا يعني أن وجود أي زيادة في جودة

الخدمات المصرفية بمقدار درجة واحدة يؤدي إلى زيادة في الأداء التصديري بمقدار (0.74)، وللاشارة فإن نتيجة اختبار t تشير إلى أن هذه العلاقة معنوية وذات دلالة إحصائية بحيث كانت أقل من مستوى الدلالة 0.05.

انطلاقاً من كل ما سبق يمكن القول بأنه فرضية الرئيسية قد تحققت.

• الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للجوانب الملموسة للخدمة المصرفية على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

جدول 5: نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر المتغير المستقل (الجوانب الملموسة) على المتغير التابع (الأداء التصديري)

اختبار t		معامل الانحدار	القيمة الثابتة	النموذج
القيمة المعنوية	القيمة			
0.00	7.04	0.51	1.23	أثر الجوانب الملموسة على الأداء التصديري
			0.00	قيمة F المحسوبة- المعنوية
			0.40	معامل التحديد R <sup>2</sup>
			0.64	معامل الارتباط R

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

من خلال الجدول رقم (05)، يتضح لنا أن قيمت معامل التحديد R<sup>2</sup> قد بلغت (0.40)، بمعنى أن المتغير المستقل "الجوانب الملموسة" يفسر ما نسبته (40%) من التباين الحاصل في المتغير التابع "الأداء التصديري"، والنسبة المتبقية تعزى لعوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، كما قد بلغت قيمة معامل الارتباط R (0.64)، وهي تشير لعلاقة ارتباط طردية بين المتغير المستقل والتابع، وبالنظر لقيمة F فإن نموذج الانحدار يعتبر معنوياً وفقاً لمستوى المعنوية الذي كان أقل من 0.05. في حين بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل "الجوانب الملموسة" (0.51)، وهي تشير لوجود علاقة معنوية بين هذا المتغير والمتغير التابع "الأداء التصديري"، وهذا يعني أن وجود أي زيادة في الجوانب الملموسة بمقدار درجة واحدة يؤدي إلى زيادة في الأداء التصديري بمقدار (0.51)، وللاشارة فإن نتيجة اختبار t تشير إلى أن هذه العلاقة معنوية وذات دلالة إحصائية بحيث كانت أقل من مستوى الدلالة 0.05.

انطلاقاً من كل ما سبق يمكن القول إن الفرضية الفرعية الأولى قد تحققت.

• الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاعتمادية على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

جدول 6: نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر المتغير المستقل (الاعتمادية) على المتغير التابع (الأداء التصديري)

اختبار t		معامل الانحدار	القيمة الثابتة	النموذج
المعنوية	القيمة			
0.00	7.40	0.57	1.02	أثر الاعتمادية على الأداء التصديري
		0.00		قيمة F المحسوبة- المعنوية
			0.43	معامل التحديد R <sup>2</sup>
			0.65	معامل الارتباط R

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

من خلال الجدول رقم (06)، يتضح لنا أن قيمت معامل التحديد R<sup>2</sup> قد بلغت (0.43)، بمعنى أن المتغير المستقل "الاعتمادية" يفسر ما نسبته (43%) من التباين الحاصل في المتغير التابع "الأداء التصديري"، والنسبة المتبقية تعزى لعوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، كما قد بلغت قيمة معامل الارتباط R (0.65)، وهي تشير لعلاقة ارتباط طردية بين المتغير المستقل والتابع، وبالنظر لقيمة F فإن نموذج الانحدار يعتبر معنوياً وفقاً لمستوى المعنوية الذي كان أقل من 0.05. في حين بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل "الاعتمادية" (0.57)، وهي تشير لوجود علاقة معنوية بين هذا المتغير والمتغير التابع "الأداء التصديري"، وهذا يعني أن وجود أي زيادة في الاعتمادية بمقدار درجة واحدة يؤدي إلى زيادة في الأداء التصديري بمقدار (0.57)، وللإشارة فإن نتيجة اختبار t تشير إلى أن هذه العلاقة معنوية وذات دلالة إحصائية بحيث كانت أقل من مستوى الدلالة 0.05. انطلاقاً من كل ما سبق يمكن القول بان الفرضية الفرعية الثانية قد تحققت.

• الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاستجابة على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).



جدول 7: نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر المتغير المستقل (الاستجابة) على المتغير التابع (الأداء التصديري)

اختبار t		معامل الانحدار	القيمة الثابتة	النموذج
المعنوية	القيمة			
0.00	5.80	0.51	1.28	أثر الاستجابة على الأداء التصديري
			0.00	قيمة F المحسوبة- المعنوية
			0.31	معامل التحديد R <sup>2</sup>
			0.56	معامل الارتباط R

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

من خلال الجدول رقم (07)، يتضح لنا أن قيمت معامل التحديد R<sup>2</sup> قد بلغت (0.56)، بمعنى أن المتغير المستقل "الاستجابة" يفسر ما نسبته (56%) من التباين الحاصل في المتغير التابع "الأداء التصديري"، والنسبة المتبقية تعزى لعوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، كما قد بلغت قيمة معامل الارتباط R (0.31)، وهي تشير لعلاقة ارتباط طردية بين المتغير المستقل والتابع، وبالنظر لقيمة F فإن نموذج الانحدار يعتبر معنوياً وفقاً لمستوى المعنوية الذي كان أقل من 0.05. في حين بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل "الاستجابة" (0.51)، وهي تشير لوجود علاقة معنوية بين هذا المتغير والمتغير التابع "الأداء التصديري"، وهذا يعني أن وجود أي زيادة في الاستجابة بمقدار درجة واحدة يؤدي إلى زيادة في الأداء التصديري بمقدار (0.51)، وللإشارة فإن نتيجة اختبار t تشير إلى أن هذه العلاقة معنوية وذات دلالة إحصائية بحيث كانت أقل من مستوى الدلالة 0.05. انطلاقاً من كل ما سبق يمكن القول بان الفرضية الفرعية الثالثة قد تحققت.

• الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمان على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

جدول 8: نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر المتغير المستقل (الأمان) على المتغير التابع (الأداء التصديري)

اختبار t		معامل الانحدار	القيمة الثابتة	النموذج
المعنوية	القيمة			
0.00	7.17	0.72	0.36	أثر الأمان على الأداء التصديري
			0.00	قيمة F المحسوبة- المعنوية
			0.41	معامل التحديد R <sup>2</sup>

0.64

معامل الارتباط R

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

من خلال الجدول رقم (08)، يتضح أن قيمت معامل التحديد R2 قد بلغت (0.41)، بمعنى أن المتغير المستقل "الأمان" يفسر ما نسبته (41%) من التباين الحاصل في المتغير التابع "الأداء التصديري"، والنسبة المتبقية تعزى لعوامل أخرى غير مدرجة في النموذج، كما قد بلغت قيمة معامل الارتباط R (0.64)، وهي تشير لعلاقة ارتباط طردية بين المتغير المستقل والتابع، وبالنظر لقيمة F فإن نموذج الانحدار يعتبر معنوياً وفقاً لمستوى المعنوية الذي كان أقل من 0.05. في حين بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل "الأمان" (0.72)، وهي تشير لوجود علاقة معنوية بين هذا المتغير والمتغير التابع "الأداء التصديري"، وهذا يعني أن وجود أي زيادة في الأمان بمقدار درجة واحدة يؤدي إلى زيادة في الأداء التصديري بمقدار (0.72)، ولإشارة فإن نتيجة اختبار t تشير إلى أن هذه العلاقة معنوية وذات دلالة إحصائية بحيث كانت أقل من مستوى الدلالة 0.05.

انطلاقاً من كل ما سبق يمكن القول بان الفرضية الفرعية الرابعة قد تحققت.

• الفرضية الفرعية الخامسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتعاطف على الأداء التصديري للشركات قيد الدراسة عند درجة معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ).

جدول 9: نتائج اختبار الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر المتغير المستقل (التعاطف) على المتغير التابع (الأداء التصديري)

النموذج		معامل الانحدار	القيمة الثابتة	اختبار t	
المعنوية الكلية للنموذج	قيمة F المحسوبة- المعنوية			القيمة المعنوية	القيمة
		0.49	1.36	6.25	0.00
			0.00		
			0.35		
			0.59		

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

من خلال الجدول رقم (09)، يتضح أن قيمت معامل التحديد R2 قد بلغت (0.35)، بمعنى أن المتغير المستقل "التعاطف" يفسر ما نسبته (35%) من التباين الحاصل في المتغير التابع "الأداء التصديري"، والنسبة المتبقية تعزى لعوامل أخرى غير مدرجة في النموذج.

كما قد بلغت قيمة معامل الارتباط  $R(0.59)$ ، وهي تشير لعلاقة ارتباط طردية بين المتغير المستقل والتابع، وبالنظر لقيمة  $F$  فإن نموذج الانحدار يعتبر معنوياً وفقاً لمستوى المعنوية الذي كان أقل من 0.05. في حين بلغت قيمة معامل الانحدار للمتغير المستقل "التعاطف"  $(0.49)$ ، وهي تشير لوجود علاقة معنوية بين هذا المتغير والمتغير التابع "الأداء التصديري"، وهذا يعني أن وجود أي زيادة في التعاطف بمقدار درجة واحدة يؤدي إلى زيادة في الأداء التصديري بمقدار  $(0.49)$ ، وللإشارة فإن نتيجة اختبار  $t$  تشير إلى أن هذه العلاقة معنوية وذات دلالة إحصائية بحيث كانت أقل من مستوى الدلالة 0.05. انطلاقاً من كل ما سبق يمكن القول بأنه الفرضية الفرعية الخامسة قد تحققت.

## 5. الخاتمة:

هدفت الدراسة إلى محاولة معرفة إن كانت جودة الخدمات في بنك  $SGA$  تساهم في تحسين أداء الصادات للشركات الجزائرية بمختلف أحجامها والتي تتعامل معه، ولقد استخدم الباحثان طرق القياس والتحليل التي تتلاءم وأهداف الدراسة، حيث تم التوصل إلى نتائج الدراسة:

→ جودة الخدمة المصرفية لبنك  $SGA$  لها أثر إيجابي على الأداء التصديري للشركات محل الدراسة؛

→ بعد الملموسية لبنك  $SGA$  له أثر إيجابي على الأداء التصديري للشركات محل الدراسة؛

→ بعد الموثوقية لبنك  $SGA$  له أثر إيجابي على الأداء التصديري للشركات محل الدراسة؛

→ بعد الاستجابة لبنك  $SGA$  له أثر إيجابي على الأداء التصديري للشركات محل الدراسة؛

→ بعد التعاطف لبنك  $SGA$  له أثر إيجابي على الأداء التصديري للشركات محل الدراسة؛

→ بعد الضمان لبنك  $SGA$  له أثر إيجابي على الأداء التصديري للشركات محل الدراسة؛

ويعود الفضل في رضا العملاء المصدرين على جودة الخدمات التي يقدمها بنك  $SGA$  لتحسين أدائهم التصديري إلى سياسة البنك المتميزة، خاصة وأنه بنك خاص يحاول مواكبة جميع التغيرات التي تطرأ على السوق المالي، وخاصة التكنولوجيا منها كما أنه يعمل باستمرار على تحديث خدماته وتجديدها، بالإضافة إلى امتلاكه نخبة من الموظفين الذين يتميزون بالكفاءة العالية والذين يتم اختيارهم بعناية فائقة.

وان كانت النتائج المتحصل عليها إيجابية الا انه يجب التنويه الى ان جميع البنوك العامة في الجزائر تقدم خدمات متماثلة لأنها تعمل وفقاً لقواعد وأنظمة البنك المركزي. وبالتالي، فإن هذه النتائج تعود الى طبيعة الملكية الخاصة للبنك أي انه يعتمد سياسة خاصة به تتماشى والمتغيرات العالمية للسوق المالي للحصول على العملاء والنجاح في زيادة قاعدة عملائه وتقديم خدمة عالية الجودة مع إيلاء أقصى قدر من الاهتمام لمتطلبات العملاء المتغيرة، ومع ذلك فان هذا لا يمنع من تقديم التوصيات التالية:

حتى يتم تحقيق جودة الخدمات يكون ذلك بناءً على عمق (حجم وسيولة الأسواق)، والوصول (قدرة الأفراد والشركات على الوصول إلى الخدمات المالية)، والكفاءة (قدرة المؤسسات على تقديم الخدمات المالية بتكلفة منخفضة وبإيرادات مستدامة ومستوى نشاط أسواق رأس المال)؛

تزويد البنك بمرافق مادية ومعدات جذابة، وخاصة موظفي الخطوط الأمامية الأكفاء الذين يتمتعون بمهارات الاتصال، ويتفاعلون بشكل مباشر مع العملاء المصدرين. النهوض بجودة الخدمات البنكية لان له دور خاص في تعزيز نزعة التصدير خاصة فيما يخص توفير دعم مالي بسيط، وتقديم خدمات استشارية ثمينة بشأن تقييم مخاطر الطرف المقابل للمستوردين المحليين أو بشأن السمات القانونية والاقتصادية للسوق المحلي.

## 6. قائمة المراجع:

1. *Abderrouf Bouguerba, (Juin 2021) : la performance a l'exportation : cas des PME Tunisiennes, mémoire présenté comme exigence par teille de la maitrise en gestion de projet ; Université du Québec a trois-rivières, Québec.*
2. *Antoine Berthou , (août 2017):Le financement influence la performance à l'export , Viewed on:15.9.2023, from the site: <https://www.fabrique-exportation.fr/financement-ventes-export/>*
3. *Fabrice Defever, Alejandro Riano, Gonzalo J. Varela, ( August 2020): Evaluating the Impact of Export Finance Support on Firm-Level Export Performance Evidence from Pakistan, Policy Research Working Paper 9362, The World Bank.*
4. *B.Al-Nady A.Shlash, , M.N. Alolayyan S. Alhawary, ( 2018) : Banking service quality provided by commercial banks and customer satisfaction. A structural equation modelling approaches,*

- January International Journal of Productivity and Quality Management* , vol 24(4), DOI: 10.1504/IJPQM.2018.093454.
5. Mara Mataveli, Juan Carlos Ayala , Alfonso J. Gil ,( September 2021): *Banks' support for the development of internationalization in Brazil: a perspective from Brazilian export companies*, *European Journal of Management Studies*, Vol. 26 No. 2/3, pp. 87-102 , DOI 10.1108/EJMS-05-2021-0046.
  6. Mesay Sata Shanka, (2012): *Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector*, *Journal of Business Administration and Management Sciences Research* ,Vol. 1(1), pp. 001-009
  7. Saksuriya Traiyarach , Jantima Banjongprasert,( June 2022) : *The Impact of Export Promotion Programs on Export Competitiveness and Export Performance of Craft Products* , *journal of Marine science and engineering*, [https:// doi.org/10.3390/jmse10070892](https://doi.org/10.3390/jmse10070892).
  8. *Société Générale Algérie Opérations internationales*, Viewed on:15.9.2023, from the site:<https://entreprises.societegenerale.dz/fr/>
  9. Tarzi Amina, (2022) : *Quality of banking service and its impact on customer satisfaction*, *Journal of Contemporary Business and Economic Studies*, Vol.(05) No. 3.
  10. United Nations,(2005) : *Determinants of export performance, Developing countries in international trade,Trade and development index*,New York and Geneva.
  11. Vasya Kenova, Patrik Jonasson , ( May 2006): *Quality Online Banking Services* , *Service quality, SERVQUAL, E-SQ Instrument*, *Bachelor's Thesis in Business Administration*, Jönköping .