

أثر الثقة في الموظف على قرار الحصول على التمويل الشخصي: دراسة ميدانية على عملاء أحد البنوك في المملكة العربية السعودية

إعداد الطالب/

عادل عقيل الجهني

رقم الطالب / ٢٥٣٠٠٠٠٥٦

إشراف/

د. الفيصل عبد الحميد محمد حسن

د.فايز جراد

العام الدراسي: 2026

3	مقدمة:
4	مشكلة الدراسة
5	أهمية الدراسة:
5	الأهمية العلمية (النظرية)
6	الأهمية العملية (التطبيقية)
6	أهداف الدراسة:
7	تساؤلات الدراسة
7	السؤال الرئيسي
7	الأسئلة الفرعية
7	فروض الدراسة:
7	الفرض الرئيسي
8	الفروض الفرعية
8	الدراسات السابقة:
8	المحور الأول: المتغير المستقل (الثقة في موظف البنك) وعلاقته بمتغيرات أخرى
11	المحور الثاني: المتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي / الائتمان) وعلاقته بمتغيرات أخرى
13	الفجوة البحثية
14	المنطلقات النظرية للدراسة:
18	المنهجية وطرق البحث:
18	ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة
19	رابعاً: أداة الدراسة
19	خامساً: الأساليب الإحصائية المستخدمة
20	سادساً: حدود الدراسة
21	المراجع:
21	أولاً: المراجع العربية
22	ثانياً: المراجع الأجنبية

مقدمة:

يُعدّ القطاع المصرفي من أكثر القطاعات الاقتصادية حيوية وتأثيراً في حركة النشاط الاقتصادي، إذ تضطلع البنوك التجارية بدور محوري في تعبئة الموارد المالية وتوجيهها نحو مختلف القطاعات الإنتاجية والاستهلاكية، فضلاً عن كونها الوسيط الأساسي بين المدّخرين والمقترضين. وقد شهد هذا القطاع تحولات هيكلية عميقة خلال العقود الأخيرة نتيجة التطورات التكنولوجية المتسارعة والتحرير المالي وتزايد حدة المنافسة بين المؤسسات المصرفية، مما دفع البنوك إلى البحث عن مداخل جديدة لاستقطاب العملاء والاحتفاظ بهم وتوسيع محافظها الائتمانية (علي وآخرون، 2024).

ويحتل التمويل الشخصي مكانة بارزة ضمن المنتجات المصرفية الموجهة للأفراد، حيث يُمثّل مصدراً رئيسياً لإيرادات البنوك التجارية من جهة، ووسيلة لتلبية الاحتياجات المالية المتنامية للعملاء من جهة أخرى. غير أن قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي لا يخضع لاعتبارات مالية صرفة كسعر الفائدة وفترة السداد فحسب، بل تتداخل فيه عوامل سلوكية ونفسية واجتماعية متعددة تُشكّل في مجملها الإطار الذي يُتخذ القرار في ضوءه، ومن أبرز هذه العوامل مدى ثقة العميل في المؤسسة المصرفية والعاملين فيها (عبيد الله وآخرون، 2023).

وتُعرّف الثقة في السياق المصرفي بأنها اعتقاد العميل بأن الطرف الآخر سيتصرف بما يتوافق مع مصلحته وتوقعاته، وهي تتشكّل عبر تراكم الخبرات والتفاعلات المباشرة بين العميل والموظف المصرفي. وقد أثبتت الأدبيات أن الثقة الشخصية في الموظف تختلف جوهرياً عن الثقة المؤسسية في البنك ككيان، إذ ترتبط الأولى بسمات الموظف الفردية كالكفاءة والنزاهة والتعاطف والتواصل، بينما تتأثر الثانية بسمعة المؤسسة وحجمها ومركزها المالي. (Bada & Karupiah, 2021)

ويُمثّل موظف الصف الأول في البنك حلقة الوصل الحرجة بين المؤسسة المصرفية وعملائها، فهو الذي يستقبل استفسارات العميل ويُقدّم له المشورة ويشرح شروط المنتجات التمويلية، وبالتالي فإن مستوى الثقة الذي يُولّده هذا الموظف لدى العميل ينعكس بشكل مباشر على تقييم العميل للخدمة المصرفية برمتها. وقد أكّدت الدراسات أن ثقة المستهلك في موظفي الصف الأول تلعب دوراً وسيطاً بالغ الأهمية في العلاقة بين سلوك الموظف وإدراك العميل لجودة الخدمة، مما يعني أن بناء هذه الثقة ليس خياراً ترفيهياً بل ضرورة استراتيجية. (Karakasnak et al., 2023)

وانطلاقاً من هذا السياق النظري تأتي الدراسة الحالية لتتناول أثر ثقة العميل في موظف البنك بأبعادها (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) على قرار الحصول على القرض الشخصي في البنوك التجارية، ساعيةً إلى تقديم إسهام علمي وعملي يُثري الأدبيات العربية في هذا المجال ويُزوّد صانعي القرار المصرفي برؤية أعمق حول البُعد الإنساني في العلاقة المصرفية وتأثيره على السلوك التمويلي للعملاء .

مشكلة الدراسة

يُشكّل القطاع المصرفي ركيزة جوهرية في البنية الاقتصادية لأي دولة، إذ تؤدي البنوك التجارية دوراً محورياً في تعبئة المدخرات وتوجيهها نحو قنوات الاستثمار والاستهلاك، ويُعدّ التمويل الشخصي أحد أبرز المنتجات المصرفية التي شهدت نمواً متسارعاً خلال السنوات الأخيرة نتيجة تزايد الاحتياجات الاستهلاكية للأفراد وتنوّع أنماط حياتهم. غير أن قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي لا يُتخذ في فراغ مالي بحت يقوم على المقارنة بين أسعار الفائدة والشروط الائتمانية فحسب، بل ينطوي على أبعاد نفسية واجتماعية معقدة يأتي في مقدمتها مستوى الثقة التي يضعها العميل في الموظف المصرفي الذي يتعامل معه وجهاً لوجه، ذلك الموظف الذي يُمثّل الواجهة الإنسانية الأولى للبنك ونقطة الاتصال الأكثر تأثيراً في تشكيل انطباعات العميل وقراراته التمويلية.

وعلى الرغم من الاهتمام البحثي المتزايد بمفهوم الثقة في السياق المصرفي، فإن المتأمل في الأدبيات العربية والأجنبية يلحظ أن الجهود البحثية قد تركّزت بصورة أساسية على دراسة الثقة في إطار علاقتها بالرضا والولاء والاحتفاظ بالعملاء (Chowdhury et al., 2024) ؛ الفقهاء، 2018؛ علي وآخرون، 2024)، أو في سياق الخدمات المصرفية الإلكترونية والرقمية (بن صالح، 2023؛ الهرام وآخرون، 2025)، أو من منظور الثقة المؤسسية في البنك ككيان اعتباري (Chang et al., 2025) ؛ (Hagendorff et al., 2023) وفي المقابل ظلّت العلاقة المباشرة بين ثقة العميل في الموظف المصرفي تحديداً وبين قراره بالحصول على القرض الشخصي منطقة بحثية شبه مُعتمة لم تحظ بالدراسة والتحليل الكافيين، لا سيما في البيئة المصرفية العربية التي تتميز بخصوصية ثقافية واجتماعية تجعل من العلاقة الشخصية بين العميل والموظف عاملاً بالغ التأثير في القرارات المالية.

وتتجلى المشكلة البحثية بشكل أكثر وضوحاً حين ندرك أن كثيراً من العملاء يُحجمون عن الحصول على القروض الشخصية أو يترددون في اتخاذ قرارهم التمويلي رغم حاجتهم الفعلية إليها وتوفر الشروط الائتمانية المناسبة، وذلك بسبب عدم اطمئنانهم إلى كفاءة الموظف المصرفي أو شعورهم بغياب النزاهة في المعلومات المقدّمة لهم أو افتقارهم إلى التعاطف الإنساني والتواصل الفعّال من جانب الموظف. وهذا ما أشارت إليه دراسة (Nofandrilla et al., 2024) التي أكّدت أن الثقة عامل جوهري في قرارات الإقراض يحتاج إلى مزيد من البحث التجريبي في سياقات متنوعة، كما أكّدت دراسة (Karakasnaki et al., 2023) أن ثقة المستهلك في موظف الصف الأول تتوسّط العلاقة بين سلوك الموظف والأداء المدرك دون أن تمتدّ الدراسة إلى استكشاف أثر هذه الثقة على القرارات التمويلية تحديداً. كما أوضحت دراسة (الجمال، 2021) أن العوامل المتعلقة بالعمل هي الأكثر تأثيراً في قرار الائتمان، لكنها لم تتناول بُعد الثقة في الموظف كمحدّد مستقل لقرار الاقتراض.

وانطلاقاً مما سبق تتبلور مشكلة الدراسة الحالية في التساؤل الرئيسي التالي: **ما أثر ثقة العميل في موظف البنك بأبعادها (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) على قرار الحصول على القرض الشخصي في البنوك التجارية؟**

أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية (النظرية)

تستمد هذه الدراسة أهميتها العلمية من كونها تسعى إلى إثراء الأدبيات العربية في مجال التسويق المصرفي وسلوك المستهلك المالي، وذلك من خلال تناولها لمتغير بحثي لم يحظَ بالاهتمام الكافي في الدراسات العربية وهو العلاقة المباشرة بين ثقة العميل في موظف البنك وقرار الحصول على القرض الشخصي.

كما تسهم الدراسة في بناء إطار نظري متكامل يربط بين أبعاد الثقة الشخصية (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) وبين القرار التمويلي للعميل، وهو ما يُعدّ إضافة نوعية للنماذج النظرية القائمة التي ركّزت على الثقة في سياق الولاء أو الرضا دون امتدادها إلى قرار الاقتراض الشخصي.

تُوفّر الدراسة قاعدة مرجعية حديثة للباحثين في حقل الخدمات المصرفية يمكن البناء عليها في دراسات مستقبلية تتناول متغيرات بسيطة أو معدّلة في هذه العلاقة، مما يفتح آفاقاً بحثية جديدة في بيئة عربية تتسم بخصوصية ثقافية واقتصادية تختلف عن البيئات الغربية التي أُجريت فيها معظم الدراسات السابقة.

الأهمية العملية (التطبيقية)

تبرز الأهمية العملية لهذه الدراسة في تقديمها نتائج وتوصيات قابلة للتطبيق المباشر من قبل إدارات البنوك التجارية، إذ تُمكنها من تحديد أبعاد الثقة الأكثر تأثيراً في قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي وبالتالي توجيه برامج التدريب والتطوير المهني لموظفي الصف الأول نحو تعزيز هذه الأبعاد بشكل مستهدف.

كما تُفيد الدراسة صانعي القرار في المؤسسات المصرفية في تصميم استراتيجيات تسويقية مبنية على تقوية العلاقة الإنسانية بين الموظف والعميل بدلاً من الاقتصار على الحوافز المالية والعروض الترويجية، مما يُسهم في زيادة حجم محفظة القروض الشخصية وتحسين الحصة السوقية للبنك.

وتُساعد النتائج أيضاً مسؤولي الموارد البشرية في البنوك على وضع معايير اختيار وتقييم الموظفين تتضمن أبعاد الثقة المدروسة، ممّا ينعكس على جودة الخدمة المقدمة ورضا العملاء واستبقائهم على المدى الطويل.

تُقدّم الدراسة مؤشرات عملية للجهات الرقابية والبنوك المركزية حول أهمية الجانب الإنساني في العلاقة المصرفية كعامل مؤثر في قرارات التمويل، بما يدعم وضع سياسات حماية المستهلك المالي وتعزيز الشمول المالي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الحالية إلى دراسة أثر ثقة العميل في موظف البنك بأبعادها (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) على قرار الحصول على القرض الشخصي في البنوك التجارية. ويتفرع من هذا الهدف الرئيسي عدة أهداف فرعية تتمثل فيما يلي:

1. التعرف على مستوى ثقة العملاء في موظفي البنوك التجارية من حيث أبعاد الكفاءة المهنية والنزاهة والتعاطف والتواصل الفعّال.
2. قياس أثر الكفاءة المهنية لموظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي.
3. قياس أثر نزاهة موظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي.
4. قياس أثر تعاطف موظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي.
5. قياس أثر التواصل الفعّال لموظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي.
6. تقديم توصيات عملية لإدارات البنوك التجارية حول سُبل تعزيز ثقة العملاء في الموظفين بما ينعكس إيجاباً على قرارات التمويل الشخصي.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي

ما أثر ثقة العميل في موظف البنك بأبعادها (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) على قرار الحصول على القرض الشخصي في البنوك التجارية؟

الأسئلة الفرعية

1. ما مستوى ثقة العملاء في موظفي البنوك التجارية من حيث أبعاد الكفاءة المهنية والنزاهة والتعاطف والتواصل الفعّال؟
2. ما أثر الكفاءة المهنية لموظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي؟
3. ما أثر نزاهة موظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي؟
4. ما أثر تعاطف موظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي؟
5. ما أثر التواصل الفعّال لموظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي؟

فروض الدراسة:

الفرض الرئيسي

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لثقة العميل في موظف البنك بأبعادها (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعال) على قرار الحصول على القرض الشخصي في البنوك التجارية.

الفروض الفرعية

H1a: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للكفاءة المهنية لموظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي.

H1b: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لنزاهة موظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي.

H1c: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لتعاطف موظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي.

H1d: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للتواصل الفعال لموظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي.

الدراسات السابقة:

المحور الأول: المتغير المستقل (الثقة في موظف البنك) وعلاقته بمتغيرات أخرى

دراسة بن صالح: (2023) العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية – دراسة حالة البنوك الجزائرية". هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على ثقة العملاء بأبعادها (السرية، الأمان، سهولة الاستخدام، سمعة البنك، حجم البنك، التجارب السابقة، الكفاءة التقنية) على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الجزائرية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من عملاء البنوك التجارية في ولاية قالمة بالجزائر. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن جميع الأبعاد المدروسة تؤثر إيجاباً وبدلالة إحصائية على مستوى ثقة العملاء. وأوصت الدراسة بتعزيز الأمان الرقمي وتبسيط واجهات الاستخدام وزيادة التوعية بالخدمات الرقمية.

دراسة محمدي": (2022) دور جودة الخدمة المصرفية في زيادة ثقة الزبون بالبنوك التجارية – دراسة حالة بنوك الخليج (AGB) والفلاحة والتنمية الريفية (BADR) والقرض الشعبي الجزائري (CPA) بورقلة". هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية بأبعادها (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) على ثقة الزبائن في البنوك التجارية بورقلة (الجزائر). واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من عملاء البنوك الثلاثة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن جميع أبعاد جودة الخدمة لها أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية على الثقة مع تفاوت في قوة التأثير بين الأبعاد. وأوصت الدراسة بالتركيز على تحسين الاستجابة والتعاطف لتعزيز ثقة العملاء.

دراسة علي ومحمود وفضل الله وتميم": (2024) تأثير أتمتة الخدمات المصرفية على رضا العملاء وولائهم للبنوك التجارية – بنك أم درمان الوطني السوداني أنموذجاً". هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير أتمتة الخدمات المصرفية بأبعادها (جودة الخدمة، الأمان، التكنولوجيا المالية) على رضا العملاء وولائهم في بنك أم درمان الوطني بجمهورية السودان. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من (83) مفردة من عملاء البنك، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS V.25. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي ذي دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لأتمتة الخدمات المصرفية على رضا العملاء وولائهم. وأوصت الدراسة بتحسين الأتمتة وتطويرها باستمرار وتعزيز التوعية بالخدمات المصرفية الإلكترونية وتحسين الأمن السيبراني.

دراسة Bada & Karupiah (2021): "Interpersonal dimension of trust on customer interaction in the banking sector". هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد الثقة الشخصية بأبعادها (الثقة المعرفية، الثقة العاطفية، ثقة الإحسان) على تفاعل العملاء مع القطاع المصرفي في سوكونو بنيجيريا. واستخدمت الدراسة المنهج الكمي باستخدام PLS-SEM 3.2 ، وتكونت العينة من (500) عميل مصرفي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أبعاد الثقة الثلاثة تؤثر إيجاباً وبدلالة إحصائية على تفاعل العملاء مع البنك. وأوصت الدراسة بتعزيز الجوانب الشخصية في العلاقة بين الموظف والعميل.

دراسة Karakasni, Katsouli & Koukoufikis (2023): "Frontline employees' performance in the financial services industry: The significance of trust,

"empathy and consumer orientation". هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر ثقة المستهلكين في موظفي الصف الأول بأبعادها (التعاطف، التوجه نحو العميل) على الأداء المدرك للموظفين في قطاع الخدمات المالية باليونان. واستخدمت الدراسة تصميماً زمنياً متتابعاً (Time-lag) باستخدام استبيانات إلكترونية في موجتين، وتكونت العينة من (375) عميلاً مصرفياً. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن ثقة المستهلك في موظف الصف الأول تتوسط العلاقة بين كلٍّ من التعاطف المدرك والتوجه نحو العميل من جهة والأداء المدرك من جهة أخرى. وأوصت الدراسة بتبني استراتيجيات لبناء ثقة العميل في الموظف لتعزيز أدائه المدرك.

Chowdhury, Quaasar, Saba & Rahman (2024): "The mediating role of trust in shaping customer loyalty of bank: Insights from a developing country perspective". هدفت الدراسة إلى التعرف على الدور الوسيط للثقة بأبعادها (جودة الخدمة، القيمة المدركة، الرضا) على ولاء عملاء البنوك في بنغلاديش. واستخدمت الدراسة المنهج الكمي مع نمذجة المعادلات البنائية، وتكونت العينة من عملاء البنوك التجارية في بنغلاديش. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الثقة تلعب دوراً وسيطاً معنوياً في العلاقة بين جودة الخدمة والرضا من جهة ولاء العميل من جهة أخرى. وأوصت الدراسة ببناء برامج لتعزيز الثقة لزيادة الولاء في الاقتصادات النامية.

Nofandrilla, Wijaya & Setiaji (2024): "Does trust matter in lending decisions? A systematic literature review and research agendas for future studies". هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الثقة بأبعادها (بناء الثقة، مفهوم الثقة، تأثير الثقة على مخرجات الإقراض) على قرارات الإقراض. واستخدمت الدراسة منهج المراجعة المنهجية للأدبيات (SLR)، وتكونت العينة من مجموعة من الدراسات المنشورة في قواعد بيانات علمية محكمة. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الثقة عامل جوهري يؤثر في قرارات الإقراض عبر خمسة محاور رئيسية تشمل متطلبات الضمانات والمحو المالي والعوامل المؤسسية. وأوصت الدراسة بمزيد من الأبحاث التجريبية حول آليات بناء الثقة في سياقات إقراض متنوعة.

المحور الثاني: المتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي / الائتمان) وعلاقته بمتغيرات أخرى

دراسة الجمال": (2021) العوامل المؤثرة في قرار منح الائتمان لدى البنوك التجارية في محافظة جنين". هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في قرار منح الائتمان بأبعادها (العوامل المتعلقة بالعميل، العوامل المتعلقة بالقرض، العوامل الخارجية، العوامل المتعلقة بالبنك) على قرار منح الائتمان في البنوك التجارية في محافظة جنين بفلسطين. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من (87) موظفاً من قسم التسهيلات الائتمانية في البنوك التجارية، وتم تحليل البيانات باستخدام SPSS. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن العوامل المتعلقة بالعميل هي الأكثر تأثيراً في قرار منح الائتمان، تليها العوامل المتعلقة بالقرض ثم العوامل الخارجية وأخيراً العوامل المتعلقة بالبنك. وأوصت الدراسة بتركيز موظفي الائتمان على المركز المالي للعميل وقدرته على السداد وطبيعة القرض.

دراسة عبيد الله والمري وزايد": (2023) محددات الطلب على القروض الاستهلاكية في قطر". هدفت الدراسة إلى التعرف على محددات الطلب على القروض الاستهلاكية بأبعادها (الجنس، الحالة الاجتماعية، الدخل، حجم الأسرة، الإدارة المالية، إدراك المخاطر المالية) على قرار الاقتراض الاستهلاكي في دولة قطر. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي مع نموذج بروبيت ونموذج هيكرمان، وتكونت العينة من (246) مشاركاً. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن 63% من المبحوثين حصلوا على قروض استهلاكية، وأن الذكور والمتزوجين وذوي الدخل الأعلى أكثر طلباً للقروض، بينما يرتبط كبر حجم الأسرة والإدارة المالية الجيدة وارتفاع إدراك المخاطر المالية سلبياً بالطلب على القروض. وأوصت الدراسة بتعزيز الثقافة المالية وتطوير منتجات تمويلية تناسب الخصائص الديموغرافية المختلفة.

دراسة الفقهاء": (2018) أسباب نوايا العملاء لترك المصرف الذي يتعاملون معه: اختبار الدور الوسيط لرضا العملاء". هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر عدة عوامل بأبعادها (ارتفاع تكاليف التحول، ضعف ثقة العملاء، جاذبية البدائل المتاحة، انعدام الأريحية) على نوايا العملاء لترك المصرف الحالي مع اختبار الدور الوسيط لرضا العملاء في المصارف التجارية بفلسطين. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من (288) عميلاً مصرفياً في محافظات شمال الضفة الغربية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير معنوي لضعف الثقة وارتفاع تكاليف التحول وجاذبية البدائل وانعدام الأريحية في

نوايا العملاء لترك المصرف، وأن لرضا العملاء دوراً وسيطياً معنوياً. وأوصت الدراسة بتقليل معدل تسرب العملاء من خلال تعزيز الثقة وتحسين جودة الخدمة.

دراسة باب الله: (2025) حددت قرار الائتمان المصرفي في البنوك التجارية الليبية من وجهة نظر العاملين بالمصارف والأكاديميين. هدفت الدراسة إلى التعرف على أهم العوامل المحددة لقرار منح الائتمان بأبعادها (المركز المالي للعميل، السمات الخاصة بالشركة طالبة الائتمان، نمط السياسة الائتمانية للبنك المقرض) على قرار منح الائتمان في المصارف التجارية الليبية. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من (30) استمارة صالحة للتحليل من العاملين بمصرف الجمهورية مرزق والأكاديميين بجامعة فزان، وتم التحليل باستخدام SPSS. وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود دور ذي دلالة إحصائية لكافة العوامل المدروسة في اتخاذ قرار منح الائتمان. وأوصت الدراسة بتطوير معايير الائتمان وتدريب العاملين على تحليل الجدارة الائتمانية.

دراسة الهرام ودينار والفاخري: (2025) مدى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية في مصرفي (الصحاري والوحدة) ببغازي، ليبيا". هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية بأبعادها (سهولة الاستخدام، التعليمات، الثقة في التطبيق الإلكتروني) على رضا العملاء في مصرفي الصحاري والوحدة ببغازي. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من (61) عميلاً، وتم تحليل البيانات باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن معظم العملاء راضون بشكل أقل من المتوسط عن الخدمات الرقمية وأن لديهم ثقة متوسطة في تطبيق المصرف الإلكتروني. وأوصت الدراسة بتبسيط عمليات الاستخدام وتوفير تعليمات واضحة وتعزيز الثقة بالأنظمة الإلكترونية.

Hagendorff, Lim & Nguyen (2023): "Lender trust and bank loan contracts". هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر ثقة المقرض بأبعادها (الثقة الشخصية، الثقة المؤسسية) على عقود القروض المصرفية في الولايات المتحدة الأمريكية. واستخدمت الدراسة منهج التحليل الكمي لبيانات عقود القروض المصرفية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن ارتفاع مستوى الثقة يرتبط بشروط إقراض أكثر مرونة وأسعار فائدة أقل. وأوصت الدراسة بتعزيز بناء الثقة كآلية لخفض تكاليف الاقتراض وتحسين كفاءة سوق الائتمان.

Chang, Tomy & Wang (2025): "Trust in banks and borrower behavior: Evidence from supervisory actions and local information quality".
التعرف على أثر ثقة العملاء في البنوك بأبعادها (الإجراءات الرقابية، جودة المعلومات المحلية، الإعلام) على سلوك المقترضين الأفراد في الولايات المتحدة. واستخدمت الدراسة المنهج الكمي التحليلي باستخدام بيانات إجراءات البنك المركزي، وتكونت العينة من بيانات مصرفية على مستوى المقاطعات الأمريكية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الثقة تؤثر بشكل جوهري في قرارات الاقتراض لدى الأفراد وأن وسائل الإعلام تلعب دوراً في تشكيل هذه الثقة. وأوصت الدراسة بتحسين الشفافية المصرفية والتواصل الإعلامي لتعزيز ثقة المقترضين.

Subedi & Joshi (2025): "Factors influencing customers' borrowing decisions in commercial banks".
الاقتراض لدى العملاء بأبعادها (سعر الفائدة، سرعة الموافقة، قلة المستندات المطلوبة، جودة الخدمة) على قرار الاقتراض من البنوك التجارية في نيبال. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت العينة من (384) مشاركاً. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن سعر الفائدة وسرعة الموافقة وجودة الخدمة هي أكثر العوامل تأثيراً في قرار الاقتراض. وأوصت الدراسة بتبسيط الإجراءات وتقديم أسعار فائدة تنافسية لجذب المقترضين.

الفجوة البحثية

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عدة أوجه؛ فمن حيث الهدف تشترك مع دراسات (بن صالح، Chowdhury et al., Karakasni et al., 2023 ؛ Bada & Karupiah, 2021؛ 2023) (2024) في التركيز على الثقة كمتغير محوري في العلاقة بين العميل والمؤسسة المصرفية، كما تتفق مع دراسات (الجمال، 2021؛ عبيد الله وآخرون، 2023؛ باب الله، 2025؛ Subedi & Joshi, 2025) في الاهتمام بالعوامل المحددة لقرارات الائتمان والاقتراض. ومن حيث المنهج تتفق مع غالبية الدراسات المستعرضة في استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة أداة رئيسية لجمع البيانات والاعتماد على التحليل الإحصائي عبر برنامج SPSS أو نمذجة المعادلات البنائية. ومن حيث الأبعاد

تتقاطع مع دراسة (Karakasnak et al., 2023) في تناول بُعد التعاطف، ومع دراسة (Bada & Karupiah, 2021) في الاهتمام بالجانب الشخصي للثقة بين الموظف والعميل.

غير أن الدراسة الحالية تختلف عن الدراسات السابقة في جوانب جوهرية؛ فمن حيث الهدف تفحص العلاقة المباشرة بين ثقة العميل في موظف البنك تحديداً وقرار الحصول على القرض الشخصي، في حين ركزت الدراسات السابقة على الثقة في سياق الولاء (Chowdhury et al., 2024) ؛ علي وآخرون، (2024) أو الرضا (الفقهه، 2018؛ الهرام وآخرون، 2025) أو الأداء المدرك (Karakasnak et al., 2023) بدون ربطها بقرار التمويل الشخصي. ومن حيث الأبعاد تتبنى الدراسة الحالية أبعاداً متخصصة في ثقة العميل بالموظف وهي (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعال)، بينما اعتمدت الدراسات السابقة أبعاداً مختلفة كالثقة المعرفية والعاطفية (Bada & Karupiah, 2021) أو أبعاد جودة الخدمة الشاملة وفق نموذج SERVQUAL محمدي، (2022) أو المتغيرات الديموغرافية والاقتصادية (عبيد الله وآخرون، 2023). (ومن حيث بيئة التطبيق أجريت معظم الدراسات الأجنبية في نيجيريا واليونان وبنغلاديش ونيبال والولايات المتحدة، فيما طُبِّقَت الدراسات العربية في الجزائر وفلسطين وقطر والسودان وليبيا، بينما تُجرى الدراسة الحالية في بيئة مصرفية عربية مغايرة ذات خصوصية ثقافية واقتصادية، مما يُشكّل إسهاماً أصيلاً في سدّ الفراغ البحثي القائم في الأدبيات العربية حول العلاقة المباشرة بين ثقة العميل في الموظف وقراره بالحصول على التمويل الشخصي.

المنطلقات النظرية للدراسة:

أولاً: مفهوم الثقة في السياق المصرفي

تُعدّ الثقة من أكثر المفاهيم تناوُلًا في أدبيات التسويق والسلوك التنظيمي والعلاقات المصرفية، وقد تعددت التعريفات التي قُدِّمت لها بتعدد الحقول المعرفية التي تناولتها. ففي إطارها العام تُشير الثقة إلى استعداد الفرد لقبول حالة من الضعف أمام طرف آخر بناءً على توقعات إيجابية بشأن نواياه وسلوكه المستقبلي، وهو ما يعني أن الثقة تنطوي بالضرورة على عنصر المخاطرة وعدم اليقين. وفي السياق المصرفي تحديداً تتبلور الثقة في اعتقاد العميل بأن البنك وموظفيه سيتصرفون بما يحقق مصلحته ويتوافق مع توقعاته، وأنهم يمتلكون القدرة والرغبة الحقيقية في تقديم خدمة ذات جودة عالية دون استغلال أو تضليل.

وقد ميّزت الأدبيات بين مستويين مختلفين من الثقة المصرفية: الثقة المؤسسية التي تتوجّه نحو البنك ككيان اعتباري وتتأثر بسمعته وحجمه ومركزه المالي واستقراره التاريخي، والثقة الشخصية التي تتوجّه نحو الموظف المصرفي الذي يتعامل معه العميل مباشرةً وتتشكّل عبر التفاعلات الشخصية المتكررة وتتأثر بسمات الموظف الفردية وسلوكه المهني. (Bada & Karupiah, 2021)

وتكتسب الثقة الشخصية في الموظف المصرفي أهمية خاصة في سياق الخدمات المالية مقارنةً بالقطاعات الأخرى، ويعود ذلك إلى طبيعة الخدمة المصرفية التي تتسم بدرجة عالية من التعقيد وعدم الملموسية وعدم تماثل المعلومات بين مقدّم الخدمة والعميل. فالعميل الذي يرغب في الحصول على قرض شخصي غالباً ما يفتقر إلى المعرفة التقنية الكافية لفهم التفاصيل المالية والقانونية المعقدة المرتبطة بعقد القرض، مما يجعله يعتمد بشكل كبير على المعلومات والمشورة التي يقدّمها له الموظف المصرفي، وبالتالي فإن مستوى ثقته في هذا الموظف يُصبح عاملاً حاسماً في توجيه قراره التمويلي (Karakasnak et al., 2023).

ثانياً: أبعاد ثقة العميل في موظف البنك

استناداً إلى الأدبيات النظرية والتجريبية ذات الصلة تتبنى الدراسة الحالية أربعة أبعاد لقياس ثقة العميل في موظف البنك، وتتمثل فيما يلي:

يتعلق البعد الأول بالكفاءة المهنية ويُشير إلى إدراك العميل لمدى امتلاك الموظف المصرفي للمعارف والمهارات والخبرات التقنية اللازمة لتقديم خدمة متميزة في مجال التمويل الشخصي. فحين يشعر العميل بأن الموظف يمتلك إماماً عميقاً بالمنتجات التمويلية وشروطها ومخاطرها وقدرة على الإجابة عن استفساراته بدقة ووضوح، فإن ذلك يُعزّز ثقته في المعلومات المقدّمة ويُقلّل من حالة عدم اليقين التي ترافق قرار الاقتراض. وقد أكّدت الدراسات أن الكفاءة المدركة للموظف تُعدّ المحرّك الأول لبناء الثقة في العلاقات المصرفية لأنها تُطمئن العميل إلى أن مصالحه في أيدي أمينة وقادرة (Nofandrilla et al., 2024).

أما البعد الثاني فيتمثل في النزاهة ويُعبّر عن إدراك العميل لمدى التزام الموظف المصرفي بالصدق والشفافية والأمانة في تعاملاته، بما يشمل تقديم معلومات دقيقة وغير مضلّة حول شروط القرض وتكاليفه

الحقيقية والتزاماته المترتبة، والامتناع عن إخفاء أي معلومات جوهرية قد تؤثر في قرار العميل. وتبرز أهمية هذا البُعد في سياق التمويل الشخصي بشكل خاص نظراً لعدم تماثل المعلومات بين الموظف والعميل، حيث يمتلك الأول معرفة تفصيلية بشروط القرض ورسومه الخفية قد لا يدركها الثاني بشكل كامل، مما يجعل نزاهة الموظف ضماناً أساسية لحماية مصلحة العميل وبناء ثقته (الجمال، 2021).

ويتناول البُعد الثالث التعاطف ويُقصد به إدراك العميل لمدى اهتمام الموظف المصرفي بحاجاته الفردية وظروفه الشخصية وقدرته على فهم مشاعره ومخاوفه المالية. فالعميل الذي يتقدم بطلب قرض شخصي غالباً ما يمرّ بظروف مالية تستدعي قدرًا من التفهم والاهتمام الشخصي، وحين يشعر بأن الموظف يتعامل معه كإنسان له خصوصيته وليس مجرد رقم في ملف ائتماني، فإن ذلك يُؤدّ لديه شعوراً بالارتياح والأمان يدفعه نحو اتخاذ قراره التمويلي بثقة أكبر. وقد أثبتت الدراسات أن التعاطف المدرك يُسهم في تعزيز الرابطة العاطفية بين العميل والموظف ويُقلّل من القلق المرتبط بقرارات الاقتراض (Chowdhury et al., 2024).

ويختص البُعد الرابع بالتواصل الفعّال ويُشير إلى إدراك العميل لمدى قدرة الموظف المصرفي على إيصال المعلومات بوضوح وبساطة والإنصات الجيد لاحتياجاته والاستجابة لاستفساراته في الوقت المناسب. ويُشكّل هذا البُعد القناة التي تتدفق من خلالها الأبعاد الثلاثة السابقة، فالكفاءة والنزاهة والتعاطف لا قيمة لها إذا لم يتمكّن الموظف من إيصالها للعميل عبر تواصل لفظي وغير لفظي فعّال. وتزداد أهمية هذا البُعد في مجال التمويل الشخصي حيث يحتاج العميل إلى شرح مبسّط ومفهوم للمصطلحات المالية والشروط التعاقدية المعقدة ليتمكّن من اتخاذ قرار مستنير (محمدي، 2022).

ثالثاً: قرار الحصول على القرض الشخصي

يُعرّف القرض الشخصي بأنه تسهيل ائتماني يمنحه البنك التجاري للعميل الفرد لتمويل احتياجاته الاستهلاكية أو الشخصية مقابل التزامه بسداد المبلغ مضافاً إليه الفوائد أو الأرباح المتفق عليها على أقساط دورية خلال فترة زمنية محددة. ويمرّ قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي بمراحل متعددة تبدأ بإدراك الحاجة المالية ثم البحث عن المعلومات والمقارنة بين البدائل المتاحة وصولاً إلى الاختيار النهائي للبنك والمنتج التمويلي. وقد أثبتت الدراسات أن هذا القرار لا يتحدد بالعوامل المالية الموضوعية

وحدها كسعر الفائدة ومدة السداد وحجم القسط الشهري، بل تتداخل فيه عوامل شخصية وسلوكية كالخصائص الديموغرافية ومستوى الثقافة المالية وإدراك المخاطر (عبيد الله والمري وزايد، 2023).

وتشير الأدبيات الحديثة إلى أن الثقة في المؤسسة المصرفية وموظفيها تحتل مرتبة متقدمة بين العوامل المؤثرة في قرارات الاقتراض، إذ يميل العملاء إلى التعامل مع البنوك والموظفين الذين يثقون بهم حتى وإن لم تكن الشروط المالية هي الأفضل مقارنةً بالمنافسين، وهو ما يعني أن الثقة قد تعمل كعامل تعويضي يُغطّي على فروقات السعر والشروط. (Hagendorff et al., 2023) كما أظهرت الدراسات أن سلوك المقترضين يتأثر بشكل جوهري بمستوى ثقتهم في البنك، وأن التراجع في هذه الثقة يؤدي إلى إحجام العملاء عن الاقتراض أو تحويلهم إلى مؤسسات مالية أخرى. (Chang et al., 2025)

رابعاً: العلاقة بين ثقة العميل في الموظف وقرار القرض الشخصي

يستند الإطار النظري للدراسة الحالية إلى الدمج بين عدة نظريات مفسرة للعلاقة بين الثقة وسلوك المستهلك المالي. فمن منظور نظرية السلوك المخطط (Theory of Planned Behavior) تُعدّ الثقة في الموظف المصرفي أحد المعتقدات السلوكية التي تُشكّل اتجاه العميل نحو الاقتراض وتؤثر في نيّته السلوكية للحصول على القرض. ومن منظور نظرية التبادل الاجتماعي (Social Exchange Theory) تتأسس العلاقة بين العميل والموظف على مبدأ التبادل المتكافئ، حيث يمنح العميل ثقته للموظف مقابل حصوله على خدمة مهنية ونزيهة ومتعاطفة، وحين يتحقق هذا التبادل المتوازن يتولّد لدى العميل استعداد أكبر لاتخاذ قرارات مالية مهمة كالحصول على قرض شخصي. أما من منظور نظرية تقليل عدم اليقين (Uncertainty Reduction Theory) فإن الثقة في الموظف تعمل كآلية لتقليل حالة عدم اليقين والمخاطر المدركة المرتبطة بقرار الاقتراض، مما يُسهّل عملية اتخاذ القرار ويُقصر الفترة الزمنية بين نية الاقتراض والسلوك الفعلي. (Nofandrilla et al., 2024)

وبناءً على ما تقدّم يفترض النموذج النظري للدراسة الحالية وجود علاقة سببية مباشرة بين أبعاد ثقة العميل في موظف البنك (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعال) وبين قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي، بحيث يؤدي ارتفاع مستوى الثقة في كل بُعد من هذه الأبعاد إلى تعزيز احتمالية اتخاذ العميل لقرار إيجابي بالاقتراض، وهو ما ستسعى الدراسة إلى اختبارها تجريبياً من خلال البيانات الميدانية (باب الله، 2025)

المنهجية وطرق البحث:

سوف تعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج الأكثر ملاءمة لطبيعة الدراسة وأهدافها، حيث سيتم من خلاله وصف الظاهرة المدروسة وتحليلها كمياً للكشف عن أثر ثقة العميل في موظف البنك بأبعادها (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعال) على قرار الحصول على القرض الشخصي في البنوك التجارية. وسيُستخدم الجانب الوصفي في تحديد مستويات ثقة العملاء في موظفي البنوك واتجاهاتهم نحو قرار الاقتراض الشخصي، بينما سيُوظف الجانب التحليلي في اختبار الفروض واستكشاف العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة.

وسوف تسير الدراسة وفق مرحلتين متكاملتين: تتمثل المرحلة الأولى في المسح المكتبي والنظري من خلال الاطلاع على الكتب والدوريات العلمية والرسائل الجامعية وقواعد البيانات الإلكترونية العربية والأجنبية ذات الصلة بموضوع الثقة في موظف البنك وقرارات الاقتراض الشخصي، وذلك لبناء الإطار النظري وتحديد أبعاد المتغيرات وتطوير أداة الدراسة. أما المرحلة الثانية فستتمثل في الدراسة الميدانية التي سيتم خلالها توزيع الاستبانة على عينة الدراسة وجمع البيانات الأولية وتحليلها إحصائياً للوصول إلى النتائج واختبار الفروض وتقديم التوصيات.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

سيكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء البنوك التجارية الذين سبق لهم التقدم بطلب قرض شخصي أو الحصول عليه خلال الاثني عشر شهراً الأخيرة، وذلك في نطاق المنطقة الجغرافية المستهدفة. ونظراً لصعوبة حصر مجتمع الدراسة بشكل دقيق لتعدد البنوك وتنوع عملائها وعدم توفر إحصاءات رسمية دقيقة بأعداد المقترضين الأفراد، فإن المجتمع سيُعدّ مجتمعاً غير محدود (Infinite Population)، مما يستلزم اللجوء إلى أسلوب العينة لاختيار مفردات الدراسة.

وسيتم اختيار عينة عشوائية ميسرة (Convenience Sampling) بحجم لا يقل عن (384) مفردة وفقاً لمعادلة كوكران (Cochran) عند مستوى ثقة 95% وهامش خطأ 5%، مع استهداف توزيع (420) استمارة لتعويض الفاقد المتوقع من الاستثمارات غير المكتملة أو غير الصالحة للتحليل الإحصائي. وسيتم توزيع الاستبانات على عملاء عدد من فروع البنوك التجارية المختلفة لضمان تنوع العينة من حيث

الخصائص الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مستوى الدخل)، وسيُشترط في المستجيب أن يكون قد تعامل مع موظف البنك بشأن قرض شخصي خلال العام الأخير لضمان قدرته على تقييم أبعاد الثقة بموضوعية.

ثالثاً: مصادر جمع البيانات

سوف تعتمد الدراسة على مصدرين أساسيين لجمع البيانات: أولاً المصادر الثانوية المتمثلة في الكتب والمراجع العلمية والدوريات المحكّمة والرسائل الجامعية والتقارير المصرفية وقواعد البيانات الإلكترونية العربية والأجنبية، وذلك لبناء الإطار النظري وتحديد المفاهيم والأبعاد والمؤشرات. ثانياً المصادر الأولية المتمثلة في الاستبانة التي سيتم تصميمها وتوزيعها على أفراد عينة الدراسة لجمع البيانات الميدانية اللازمة لاختبار الفروض والإجابة عن تساؤلات الدراسة.

رابعاً: أداة الدراسة

سوف تُستخدم الاستبانة أداةً رئيسية لجمع البيانات الأولية، وستتكون من ثلاثة أقسام: القسم الأول يتضمن البيانات الديموغرافية للمستجيبين (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مستوى الدخل). القسم الثاني يتعلق بالمتغير المستقل (ثقة العميل في موظف البنك) ويشمل أربعة أبعاد هي: بُعد الكفاءة المهنية ويتكون من (4) فقرات، وبُعد النزاهة ويتكون من (4) فقرات، وبُعد التعاطف ويتكون من (4) فقرات، وبُعد التواصل الفعال ويتكون من (4) فقرات، ليصبح إجمالي فقرات المتغير المستقل (16) فقرة. أما القسم الثالث فيتعلق بالمتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي) وهو أحادي المحور ويتكون من (10) فقرات. وبذلك يصبح إجمالي فقرات الاستبانة (26) فقرة بالإضافة إلى البيانات الديموغرافية، وسيتم قياس جميع الفقرات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي (1 = غير موافق بشدة، 2 = غير موافق، 3 = محايد، 4 = موافق، 5 = موافق بشدة)

خامساً: الأساليب الإحصائية المستخدمة

سوف يتم تحليل بيانات الدراسة باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS V.26)، وسيتم توظيف مجموعة من الأساليب الإحصائية تشمل: معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لاختبار ثبات أداة الدراسة، والتحليل العاملي التوكيدي للتحقق من صدق البناء، والإحصاء الوصفي

المتمثل في التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لوصف خصائص العينة ومستويات الاستجابة، ومعامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لقياس العلاقة بين المتغيرات، وتحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد (Simple & Multiple Linear Regression) لاختبار أثر أبعاد المتغير المستقل على المتغير التابع، واختبار (T-Test) وتحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للكشف عن الفروق في استجابات أفراد العينة وفقاً للمتغيرات الديموغرافية، واختبار (VIF) للتأكد من عدم وجود ازدواجية خطية بين المتغيرات المستقلة..

سادساً: حدود الدراسة

الحدود الموضوعية: ستقتصر الدراسة على دراسة أثر ثقة العميل في موظف البنك بأبعادها الأربعة (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعال) على قرار الحصول على القرض الشخصي.

الحدود البشرية: ستقتصر الدراسة على عملاء البنوك التجارية الذين سبق لهم التقدم بطلب قرض شخصي أو الحصول عليه خلال الاثني عشر شهراً الأخيرة.

الحدود المكانية: سيتم تطبيق الدراسة على عينة من فروع البنوك التجارية في الرياض.

الحدود الزمانية: سيتم جمع البيانات الميدانية خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الجامعي 2025/2026م.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية

الجمال، زكريا السيد. (2021). العوامل المؤثرة في قرار منح الائتمان لدى البنوك التجارية في محافظة جنين. مجلة الجامعة العربية الأمريكية للبحوث، 7(2)، 149-185.

<https://search.emarefa.net/detail/BIM-1428210>

باب الله، إبراهيم. (2025). محددات قرار الائتمان المصرفي في البنوك التجارية الليبية من وجهة نظر العاملين بالمصارف والأكاديميين. مجلة جامعة فزان العلمية، 2(2)، 207-229.

<https://doi.org/10.64500/v2i2.468>

بن صالح، ماجدة. (2023). العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية - دراسة حالة البنوك الجزائرية (أطروحة دكتوراه غير منشورة). جامعة 8 ماي 1945 - قالمة، الجزائر.

<https://dspace.univ-guelma.dz/jspui/handle/123456789/10572>

عبيد الله، عبيد الله محجوب، والمري، عبد الرحمن، وزايد، ريان. (2023). محددات الطلب على القروض الاستهلاكية في قطر. مجلة الاقتصاد والمالية، 9(2)، 147-164.

<https://asjp.cerist.dz/en/article/224237>

علي، الطاهر، ومحمود، برعي، وفضل الله، هالة، وتميم، بثينة. (2024). تأثير أتمتة الخدمات المصرفية على رضا العملاء وولائهم للبنوك التجارية؛ بنك أم درمان الوطني السوداني أنموذجاً. مجلة مركز جزيرة العرب للبحوث التربوية والإنسانية، 3(23)، 26-50.

<https://doi.org/10.56793/pcra2213232>

الفقهاء، سام. (2018). أسباب نوايا العملاء لترك المصرف الذي يتعاملون معه: اختبار الدور الوسيط لرضا العملاء. *مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)*, 32(11)، 2040-2005 .

https://journals.najah.edu/media/journals/full_texts/2_K8Tjot4.pdf

الهرام، حمزة سعدون محجوب، ودينار، نجم الدين جمعة، والفاخري، مفتاح بلقاسم. (2025). مدى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية في مصرفي (الصحاري والوحدة) ببغداد، ليبيا. *مجلة بوابة الباحثين للدراسات والأبحاث*, 1(2)، 498-481. <https://doi.org/10.64337/rgj.v1i2.100498-481> .

محمدي، سناء. (2022). دور جودة الخدمة المصرفية في زيادة ثقة الزبون بالبنوك التجارية - دراسة حالة بنوك AGB و BADR و CPA بورقلة (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر. <https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/34151/1/mhamedi-snaa.pdf>

<https://dspace.univ-ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/34151/1/mhamedi-snaa.pdf>

ثانياً: المراجع الأجنبية

Bada, A. B., & Karupiah, P. (2021). Interpersonal dimension of trust on customer interaction in the banking sector. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1827525. <https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1827525>

Chang, S., Tomy, R. E., & Wang, J. (2025). *Trust in banks and borrower behavior: Evidence from supervisory actions and local information quality* (Working Paper). Becker Friedman Institute, University of Chicago. <https://bfi.uchicago.edu/wp-content/uploads/2025/08/SSRN1.pdf>

Chowdhury, H. J., Quaasar, G. M. A. A., Saba, N. A., & Rahman, M. A. (2024). The mediating role of trust in shaping customer loyalty of bank: Insights from a developing country perspective. *Financial Markets, Institutions and Risks*, 8(4), 111-125. [https://doi.org/10.61093/fmir.8\(4\).111-125.2024](https://doi.org/10.61093/fmir.8(4).111-125.2024)

Hagendorff, J., Lim, S., & Nguyen, D. D. (2023). Lender trust and bank loan contracts. *Management Science*, 69(3), 1758–1779.
<https://doi.org/10.1287/mnsc.2022.4371>

Karakasnaki, M., Katsouli, E., & Koukoufikis, G. (2023). Frontline employees' performance in the financial services industry: The significance of trust, empathy and consumer orientation. *International Journal of Bank Marketing*, 41(3), 527–546. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2021-0428>

Nofandrilla, N., Wijaya, I. F., & Setiaji, B. (2024). Does trust matter in lending decisions? A systematic literature review and research agendas for future studies. *International Review of Economics*, 72(1), 1–35.
<https://doi.org/10.1007/s12232-024-00477-4>

Subedi, K. D., & Joshi, A. (2025). Factors influencing customers' borrowing decisions in commercial banks. *Nepalese Journal of Management Research*, 5, 47–56.
<https://www.nepjol.info/index.php/njmgtr/article/download/75871/58229/219159>

Mid Ocean University

College of Management

Department business administration



**The Impact of Employee Trust on Personal Financing Decisions: A Field
Study on Customers of a Bank in the Kingdom of Saudi Arabia**

Prepared by:

adel Aqeel Al-Juhani

٢٥٣.....٥٦

Supervision:

Dr. Al-Faisal Abdelhamid Mohamed Hassan

Dr. Fayez Jarad

1447-2026