

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

٢٥٣٠٠٠٠٥٦

المشرف الثاني/

د.فايز جراد

المشرف الرئيسي/

د. الفيصل عبد الحميد

العام الدراسي:

2026 – 1448

بِسْمِ
اللَّهِ
الرَّحْمَنِ
الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ

إِهْدَاء

إلى من كانت لي السند والعون،

إلى أُمي الحبيبة، ينبوع الحنان الذي لا يجف،

إلى أبي، مصدر قوتي وفخري الدائم،

إلى من غرسا فيّ الإصرار والعزيمة،

لكما كل الامتنان والتقدير.

إلى إخوتي الذين كانوا لي دعاءً ودعمًا في كل خطوة،

إلى أصدقائي الذين آمنوا بي حين ترددت،

إلى كل من منحني كلمة طيبة أو ابتسامة مشجعة،

لكم جميعًا أهدي ثمرة جهدي وسنوات صبري،

فأنتم شركاء هذا الإنجاز بكل معانيه.

شكر وتقدير

أحمد الله عز وجل الذي وفقني في إتمام هذا البحث العلمي.

والذي ألهمني الصحة والعافية والعزيمة.

فالحمد لله حمداً كثيراً

نتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلي الأستاذ الدكتور

أ.د / الفیصل عبد الحمید

أ.د/ فايز جراد

على كل ما قدماه لنا من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة.

والشكر والتقدير موصول إلي إدارة جامعة ميد أوشن ممثلة بالكادر الأكاديمي والإداري، لما قدموه من تسهيلات وتشجيع وتوفير الخدمات المطلوبة.

كما أتقدم بالشكر الجزيل لكل من لم يسعني الحظ بذكر أسمائهم راجي من المولي عز وجل أن تكون هذه الدراسة نافذة لدراسات أخرى .

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر ثقة العميل في موظف البنك بأبعادها الأربعة (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) على قرار الحصول على القرض الشخصي في البنوك التجارية بمدينة الرياض في المملكة العربية السعودية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تمّ توصيف الاستبانة بوصفها أداةً رئيسية لجمع البيانات الأولية من عيّنة ميسّرة بلغ حجمها (384) مفردة من عملاء البنوك التجارية. وقد تكوّنت الاستبانة من (26) فقرة موزّعة على المتغير المستقل بأبعاده الأربعة، والمتغير التابع المتعلّق بقرار الحصول على القرض الشخصي، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي. وتمّ تحليل البيانات باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، عبر جملة من الأساليب شملت التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ومعاملات الارتباط، ومعامل ألفا كرونباخ، وتحليل الانحدار البسيط والمتعدّد. وتوصّلت الدراسة إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لأبعاد ثقة العميل في موظف البنك مجتمعةً على قرار الحصول على القرض الشخصي، إذ فسّرت هذه الأبعاد ما نسبته (70.9%) من التباين في المتغير التابع، كما تبين أن بُعد النزاهة جاء في مقدّمة الأبعاد تأثيراً، يليه التواصل الفعّال، ثم الكفاءة المهنية، وأخيراً التعاطف. وأوصت الدراسة بضرورة إيلاء بُعد النزاهة الأولوية في برامج تأهيل الموظفين، وتعزيز الإفصاح الشامل عن شروط القروض، وتطوير برامج تدريبية في التواصل الفعّال والذكاء الوجداني، وبناء بيئة عمل داخلية داعمة تنعكس على جودة التفاعل مع العملاء.

الكلمات المفتاحية: ثقة العميل، قرار الحصول على القرض الشخصي، البنوك التجارية، الرياض.

قائمة المحتويات

أ.....	بسم الله الرحمن الرحيم
ب.....	الإهداء
ج.....	الشكر والتقدير
ه.....	المستخلص
و.....	قائمة المحتويات
ط.....	قائمة الجداول
1.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1.....	1.1 المقدمة
2.....	2.1 مشكلة الدراسة
3.....	3.1 أهمية الدراسة:
4.....	4.1 أهداف الدراسة:
5.....	5.1 تساؤلات الدراسة
5.....	6.1 فروض الدراسة:
6.....	7.1 الدراسات السابقة:
12.....	8.1 الفجوة البحثية
12.....	9.1 المنطلقات النظرية للدراسة:
16.....	10.1 المنهجية وطرق البحث:
16.....	11.1 مجتمع وعينة الدراسة
17.....	12.1 مصادر جمع البيانات
17.....	13.1 أداة الدراسة
17.....	14.1 الأساليب الإحصائية المستخدمة
18.....	15.1 حدود الدراسة
19.....	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ثقة العميل في موظف البنك.....	19
1.1.2 تمهيد.....	19
2.1.2 مفهوم ثقة العميل في موظف البنك.....	19
3.1.2 أهمية ثقة العميل في موظف البنك.....	21
4.1.2 أهداف بناء ثقة العميل في موظف البنك.....	23
5.1.2 أبعاد ثقة العميل في موظف البنك.....	24
6.1.2 استراتيجيات بناء ثقة العميل في موظف البنك.....	27
المبحث الثاني: قرار الحصول على القرض الشخصي (المتغير التابع).....	29
1.2.2 تمهيد.....	29
2.2.2 مفهوم قرار الحصول على القرض الشخصي.....	29
3.2.2 أهمية قرار الحصول على القرض الشخصي.....	31
4.2.2 أهداف دراسة قرار الحصول على القرض الشخصي.....	33
5.2.2 محددات قرار الحصول على القرض الشخصي.....	34
6.2.2 استراتيجيات ترشيد قرار الحصول على القرض الشخصي.....	36
الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها.....	39
1.3 تمهيد.....	39
2.3 منهج الدراسة.....	39
3.3 مجتمع الدراسة وعينتها.....	39
4.3 أداة الدراسة.....	40
5.3 صدق وثبات أداة الدراسة.....	41
6.3 مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة.....	45
7.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة.....	46
الفصل الرابع: تحليل البيانات واختبار الفرضيات.....	48
1.4 تمهيد.....	48
2.4 تحليل البيانات الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة.....	48

50	3.4 التحليل الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة
61	4.4 اختبار فرضيات الدراسة
69	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات
69	1.5 تمهيد
69	2.5 نتائج الدراسة
73	3.5 توصيات الدراسة
75	4.5 الدراسات المستقبلية المقترحة
77	Abstract
78	المراجع
82	الملاحق
83	استمارة استبيان

قائمة الجداول

رقم الجدول	اسم الجدول	رقم الصفحة
1.	جدول (3 - 1): توزيع استبانات الدراسة	40
2.	جدول (3 - 2): معاملات ارتباط فقرات أبعاد المتغير المستقل بالدرجة الكلية للبعد	42
3.	جدول (3 - 3): معاملات ارتباط فقرات المتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي) بالدرجة الكلية للمحور	43
4.	جدول (4 - 3): معاملات الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل والدرجة الكلية للمتغير	44
5.	جدول (5 - 3): معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة	44
6.	جدول (6 - 3): مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع (ن = 384)	45
7.	جدول (7 - 3): اختبار الأزواج الخطي بين أبعاد المتغير المستقل	46
8.	جدول (4 - 1): توزيع أفراد عينة الدراسة وفق المتغيرات الديموغرافية (ن = 384)	48
9.	جدول (4 - 2): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات بُعد الكفاءة المهنية	50
10.	جدول (4 - 3): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات بُعد النزاهة	52
11.	جدول (4 - 4): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات بُعد التعاطف	54

رقم الجدول	اسم الجدول	رقم الصفحة
12.	جدول (4 - 5): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات بُعد التواصل الفعّال	56
13.	جدول (4 - 6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المتغير المستقل مرتبة تنازلياً	57
14.	جدول (4 - 7): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات المتغير التابع	58
15.	جدول (4 - 8): نتائج تحليل الانحدار المتعدّد لأثر أبعاد ثقة العميل في موظف البنك على قرار الحصول على القرض الشخصي	62
16.	جدول (4 - 9): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الكفاءة المهنية على قرار الحصول على القرض الشخصي	63
17.	جدول (4 - 10): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر النزاهة على قرار الحصول على القرض الشخصي	65
18.	جدول (4 - 11): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر التعاطف على قرار الحصول على القرض الشخصي	66
19.	جدول (4 - 12): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر التواصل الفعّال على قرار الحصول على القرض الشخصي	67

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

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. (Karakasnaki 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 .

2.1 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 بحث 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 تركزت 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؛ الهام 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 المقدمة لهم أو افتقارهم إلى التعاطف الإنساني والتواصل الفعّال من جانب الموظف. وهذا ما أشارت إليه دراسة (Nofandrilla et al., 2024) التي أكدت أن الثقة عامل جوهري في قرارات الإقراض يحتاج إلى مزيد من البحث التجريبي في سياقات متنوعة، كما أكدت دراسة (Karakasnaki et al., 2023) أن ثقة المستهلك في موظف الصف الأول تتوسط العلاقة بين سلوك الموظف والأداء المدرك دون أن تمتد 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 كمحدد 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؟

3.1 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 ركزت على الثقة في سياق الولاء أو الرضا دون امتدادها إلى قرار الاقتراض الشخصي.

تُؤر الدراسة قاعدة مرجعية حديثة للباحثين في حقل الخدمات المصرفية يمكن البناء عليها في دراسات مستقبلية تتناول متغيرات وسيطة أو معدلة 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، مما 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.

4.1 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.

5.1 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؟

6.1 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 الفعّال) 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 الفعّال لموظف البنك على قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي.

7.1 الدراسات السابقة:

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

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 سوكوتو 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 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 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 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.

Karakasnaki, Katsouli & Koukoufikis (2023): "Frontline employees' دراسة دراسة 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 تصميمًا زمنيًا متتابعًا (Time-lag) باستخدام استبيانات إلكترونية في موجتين، وتكونت العينة من (375) عميلًا مصرفيًا. 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 دراسة دراسة 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 دورًا وسيطًا معنويًا في العلاقة بين جودة الخدمة والرضا من جهة وولاء العميل من جهة أخرى. وأوصت الدراسة ببناء برامج لتعزيز الثقة لزيادة الولاء في الاقتصادات النامية.

Nofandrilla, Wijaya & Setiaji (2024): "Does trust matter in lending دراسة دراسة 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 هيكلان، 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 سلباً 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 التحوّل، 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 التحوّل 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) محددات 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) بينغازي، 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 بينغازي. 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".

هدفت الدراسة إلى 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".

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة في قرارات 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.

8.1 الفجوة البحثية

تتفق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عدة أوجه؛ فمن حيث الهدف تشترك مع دراسات (بن صالح، 2023؛ Bada & Karupiah, 2021؛ Chowdhury et al., 2023؛ Karakasni et al., 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 (Karakasni 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 (الفقهاء، 2018؛ الهرام وآخرون، 2025) أو الأداء المدرك (Karakasni et al., 2023) دون 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 طبقت الدراسات العربية في الجزائر وفلسطين وقطر والسودان وليبيا، بينما تجرى الدراسة الحالية في بيئة مصرفية عربية مغايرة ذات خصوصية ثقافية واقتصادية، مما يُشكل إسهاماً أصيلاً في سدّ الفراغ البحثي القائم في الأدبيات العربية حول العلاقة المباشرة بين ثقة العميل في الموظف وقراره بالحصول على التمويل الشخصي.

9.1 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 تتطوي 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 يقدمها له الموظف المصرفي، وبالتالي فإن مستوى ثقته في هذا الموظف يُصبح عاملاً حاسماً في توجيه قراره التمويلي (Karakasnaki 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 البُعد 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 إلماماً 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 أيّ أمانة وقادرة. (Nofandrilla et al., 2024)

أما البُعد 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 يتقدّم بطلب قرض شخصي غالباً ما يمرّ بظروف مالية تستدعي قدراً من التفهم والاهتمام الشخصي، وحين يشعر بأن الموظف يتعامل معه كإنسان له خصوصيته وليس مجرد رقم في ملف ائتماني، فإن ذلك يؤلّد 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 يتمكن 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 ليتمكن 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 يُغطي 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 كالاحصول 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 اختباره تجريبياً من خلال البيانات الميدانية (باب الله، 2025)

10.1 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. وسيستخدم الجانب الوصفي في تحديد مستويات ثقة العملاء في موظفي البنوك واتجاهاتهم نحو قرار الاقتراض الشخصي، بينما سيوظف 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.

11.1 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.

12.1 مصادر جمع البيانات

سوف تعتمد الدراسة على مصدرين أساسيين لجمع البيانات: أولاً المصادر الثانوية المتمثلة في الكتب والمراجع العلمية والدوريات المحكمة 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.

13.1 أداة الدراسة

سوف تُستخدم الاستبانة أداة رئيسية لجمع البيانات الأولية، وستكون 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 الفعّال 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)

14.1 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..

15.1 حدود الدراسة

- الحدود الموضوعية: ستقتصر الدراسة على دراسة أثر ثقة العميل في موظف البنك بأبعادها الأربعة (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) 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 2026/2025م.

الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ثقة العميل في موظف البنك

1.1.2 تمهيد

تُعَدُّ ثقة العميل في موظف البنك من أكثر المفاهيم محوريةً في أدبيات التسويق المصرفي وسلوك المستهلك المالي، إذ تمثل الجسر النفسي والاجتماعي الذي يربط بين المؤسسة المصرفية بوصفها كياناً مؤسسياً مجرداً، وبين العميل بوصفه فاعلاً اقتصادياً يسعى إلى تعظيم منفعته وتقليل المخاطر المرتبطة بقراراته المالية. وقد فرضت التحولات المتسارعة في الصناعة المصرفية، من رقمنة الخدمات وتعدّد المنتجات المالية واشتداد المنافسة، ضرورة إعادة النظر في طبيعة العلاقة بين العميل والموظف الذي يمثل الواجهة الإنسانية للبنك. فالموظف لم يعد مجرد وسيط لتقديم خدمة نمطية، بل أصبح حاملاً لرأس مال علائقي تتجسّد فيه سمعة المؤسسة وكفاءتها وقيمها الأخلاقية، بحيث يصبح بناء الثقة معه شرطاً ضرورياً لاستمرار التعامل والتوسع فيه.

ويكتسب هذا المتغير أهمية مضاعفة في سياق القرارات المالية ذات الطابع الالتزامي طويل الأجل كقرار الاقتراض الشخصي، حيث يتقاطع البعد العقلاني المتعلّق بالشروط المالية والضمانات، مع البعد العلائقي المتعلّق بالطمأنينة النفسية إزاء الطرف الذي يتولّى تقديم المشورة وتسهيل الإجراءات. ومن ثمّ، فإن استجلاء أبعاد ثقة العميل في موظف البنك، وتحديد مكوّناتها النظرية ومداخل تفسيرها، يُعدّ خطوة تأسيسية لفهم الكيفية التي تُترجم بها هذه الثقة إلى سلوك مالي فعلي. ويسعى هذا المبحث إلى تقديم معالجة نظرية متكاملة لهذا المتغير من حيث المفهوم والأهمية والأهداف والأبعاد والاستراتيجيات الداعمة لبنائه.

2.1.2 مفهوم ثقة العميل في موظف البنك

تتعدّد المداخل النظرية في تعريف ثقة العميل في موظف البنك تبعاً لتعدّد الأطر التحليلية التي اشتغل عليها الباحثون، فمنهم من قاربها بوصفها حالة نفسية إدراكية، ومنهم من تناولها بوصفها علاقة سلوكية متبادلة، وآخرون نظروا إليها بوصفها رصيذاً اجتماعياً تراكمياً ينعكس على جودة التفاعل. وقد سعى Bada & Karupiah (2021) إلى وضع الثقة في إطارها العلائقي البين-شخصي، باعتبارها استعداداً

نفسياً يُبديه العميل للاعتماد على موظف البنك في ظل ظروف عدم التأكد، انطلاقاً من توقُّع معقول بأن سلوك الموظف سيكون متسقاً مع مصلحة العميل وغير منطوي على انتهازية. ويُبرز هذا التعريف أن الثقة ليست حدثاً آنياً، وإنما هي بناء تدريجي يتشكّل من خلال التفاعلات المتكررة التي يختبر فيها العميل قدرة الموظف على الوفاء بالتوقعات الموضوعية والوجدانية.

ومن زاوية مغايرة، يقارب (Hagendorff et al., 2023) مفهوم الثقة في سياق العقود الائتمانية، حيث ينظرون إليها بوصفها متغيراً مؤسسياً يتجاوز العلاقة الفردية ليؤثّر في بنية الشروط التعاقدية ذاتها، بما يجعل الموظف ممثلاً لمستوى أعمّ من الثقة المُسقطَة على المؤسسة. وفي السياق ذاته، يميّز Chang et al., (2025) بين الثقة الموجّهة نحو البنك بوصفه كياناً، والثقة الموجّهة نحو الأفراد العاملين فيه، مع التأكيد على أن النوع الثاني يلعب دوراً أكثر مباشرةً في تشكيل سلوك المقترض، لأن الموظف هو الوسيط الذي تتجسّد عبره وعود المؤسسة.

ويذهب Chowdhury et al., (2024) إلى تعريف الثقة باعتبارها بنية وسيطية متعددة الأبعاد تجمع بين الإدراك العقلاني للكفاءة، والتقييم الأخلاقي للنزاهة، والاستجابة الوجدانية للتعاطف، بحيث لا يمكن اختزالها في بُعد واحد. هذا التعريف يضع الثقة في موقع المتغير الجامع الذي تتقاطع فيه أبعاد متعددة لا تعمل بمعزل بعضها عن بعض، وإنما تتفاعل لتكوّن إحساساً كلياً بالأمان العلائقي. ويوسّع Karakasnakı et al., (2023) هذا المنظور بربط الثقة بأداء موظفي الخط الأمامي في الصناعة المالية، حيث يُعرّفونها بوصفها محصلة تراكمية لقدرة الموظف على إظهار التعاطف وتوجّه المستهلك في كل نقطة تماس خدمي.

وفي الأدبيات العربية، تناولت بن صالح (2023) الثقة بوصفها استعداداً سلوكياً يبديه العميل للتعامل مع الخدمات المصرفية في ظل وجود مخاطر متوقعة، مع التأكيد على أن هذا الاستعداد يتغذّى من الخبرات السابقة ومن إدراك العميل لمدى التزام الجهاز البشري في البنك بالمعايير المهنية والأخلاقية. ومن جانبها، تنظر محمدي (2022) إلى الثقة بوصفها نتاجاً مباشراً لجودة الخدمة المصرفية، حيث تتحوّل الجودة المُدرّكة إلى رصيد ثقة يُسهم في تعميق العلاقة بين الزبون والبنك. وتقدّم نجيمي وبوطالب (2023) قراءة تنظيمية مكتملة، إذ يُعرّفان الثقة بوصفها حالة من القبول المتبادل تتأسس على توقع السلوك الإيجابي من الطرف الآخر، وهو ما يجعلها قابلة للتطبيق على العلاقة بين العميل والموظف بوصفها نمطاً خاصاً من العلاقات التنظيمية الموسّعة.

ويُلاحظ من استعراض هذه التعريفات أن ثمة تقارباً جوهرياً في النظر إلى الثقة بوصفها حالة إدراكية-وجدانية تتشكل في سياق علاقة غير متماثلة المعلومات، يكون فيها العميل أقل اطلاعاً على تفاصيل المنتج المصرفي من الموظف، فيلجأ إلى الثقة بوصفها آلية تعويضية تُمكنه من اتخاذ القرار في ظل عدم اليقين. وفي ضوء ما تقدّم، يمكن للباحث أن يصوغ تعريفاً إجرائياً لثقة العميل في موظف البنك بوصفها: "حالة إدراكية-سلوكية يُبديها العميل تجاه موظف البنك الذي يتعامل معه، تقوم على توقعه بأن الموظف يمتلك الكفاءة المهنية اللازمة لتقديم خدمة دقيقة، ويلتزم بمعايير النزاهة الأخلاقية في التعامل، ويُبدي تعاطفاً صادقاً مع احتياجاته، ويتواصل معه بشكل واضح وفَعّال، بحيث تتحوّل هذه التوقعات إلى رصيد علائقي يُؤثّر في قراره المالي بالحصول على الخدمات المصرفية وفي مقدّماتها القروض الشخصية". وهذا التعريف يجمع بين المداخل المتعددة المُستعرضة، ويضع المتغير في سياقه التطبيقي المرتبط بقرار الاقتراض، وهو السياق الذي تشتغل عليه الدراسة الحالية.

3.1.2 أهمية ثقة العميل في موظف البنك

تتبع أهمية ثقة العميل في موظف البنك من كونها متغيراً نوعياً يتجاوز في أثره الحدود الضيقة للتفاعل الفردي ليطال البنية العامة لأداء المؤسسة المصرفية ومكانتها في السوق. فالقطاع المصرفي يعمل في بيئة تتسم بعدم تماثل المعلومات وارتفاع المخاطر المُدركة، مما يجعل الثقة هي العملة الناعمة التي يجري عبرها تخفيض تكاليف المعاملة وتسهيل تدفق القرارات المالية. ومن هذا المنطلق، تحوّلت الثقة في الموظف من كونها صفة سلوكية مرغوبة إلى كونها أصلاً استراتيجياً تتنافس البنوك على بنائه وصيانته.

ويُشير Chowdhury et al., (2024) إلى أن أهمية الثقة تتجلى في كونها: أولاً، تمثّل محوراً وسيطاً يربط بين جودة الخدمة المُقدّمة وولاء العميل، بحيث لا يمكن للجودة وحدها أن تُنتج ولاءً ما لم تمر عبر قناة الثقة. ثانياً، تُسهم الثقة في خفض التكاليف النفسية المرتبطة بالقرار المصرفي، إذ يستعيز العميل عن الفحص المعمّق لكل تفاصيل المنتج بالاعتماد على من يثق بكفاءته ونزاهته. ثالثاً، تُشكّل الثقة درعاً واقية ضد التحوّل التنافسي، حيث يصعب على البنوك المنافسة استمالة العميل الذي يرتبط بعلاقة ثقة راسخة مع موظفه. رابعاً، تُعزّز الثقة فاعلية التواصل التسويقي، لأن الرسائل الصادرة من موظف موثوق تكتسب وزناً إقناعياً أكبر من نظائرها الصادرة في غياب هذا الرصيد العلائقي.

ويرى (Bada & Karupiah, 2021) أن أهمية الثقة تظهر بشكل خاص في سياق التفاعلات بين-شخصية المصرفية، حيث تعمل الثقة بوصفها رأس مال علائقي يُمكن الموظف من التأثير في إدراك العميل لمستوى الخدمة، ويُحوّل العلاقة من علاقة معاملتية عابرة إلى علاقة استمرارية ذات طابع تراكمي. وتُضيف هذه الرؤية أن الثقة تُسهم في تعزيز قدرة الموظف على إدارة لحظات الحقيقة، أي تلك اللحظات الحرجة التي يتشكّل فيها الانطباع العام للعميل عن المؤسسة، كما تُسهم في امتصاص الأخطاء الإجرائية العرضية دون أن تتحوّل إلى أزمات علائقية كبرى.

ويُبرز Hagendorff et al., (2023) بُعداً اقتصادياً مكملاً لأهمية الثقة، إذ يرون أنها تُؤثّر في هيكل العقود الائتمانية ذاته، بحيث ينعكس مستوى الثقة على شروط الإقراض ومعدلات الفائدة والضمانات المطلوبة، مما يجعلها متغيراً ذا انعكاس مالي مباشر وليس مجرد متغير سلوكي معزول. وفي السياق المتصل، يُلفت (Chang et al., 2025) إلى أن الثقة في الجهاز البشري للبنك تُؤثّر في سلوك المقترض من حيث الالتزام بالسداد ومستوى الإفصاح عن المعلومات المالية، وهو ما يمنح الثقة وزناً إضافياً بوصفها أداة لإدارة المخاطر الائتمانية.

ويرى (Karakasnaki et al., 2023) أن أهمية الثقة تتمظهر كذلك في علاقتها بأداء موظفي الخط الأمامي، إذ تعمل بوصفها وسيطاً يُحوّل سمات الموظف الشخصية كالتعاطف والتوجّه نحو المستهلك إلى نتائج خدمية ملموسة. ومن منظور تنظيمي أوسع، يُشير Eva وآخرون (2024) إلى أن الثقة تُعزّز فاعلية القيادة والتواصل والعمل الجماعي داخل المؤسسة، مما ينعكس بشكل غير مباشر على جودة التفاعل مع العميل، إذ إن الموظف الذي يعمل في بيئة ثقة داخلية يكون أكثر قدرة على إنتاج علاقة ثقة مع العميل الخارجي.

وفي الأدبيات العربية، تنظر محمدي (2022) إلى أهمية الثقة بوصفها رافعةً لجودة العلاقة المصرفية، حيث تُسهم في تثبيت الزبون وتعميق ارتباطه بالبنك. ويضيف الفقهاء (2018) بُعداً مكملاً يتعلّق بالأهمية الوقائية للثقة، إذ تعمل بوصفها حاجزاً نفسياً يحول دون تشكّل نوايا ترك البنك، فحين تتخفّض الثقة تتآكل قاعدة الاستبقاء وتزداد احتمالات التحوّل إلى المنافسين. ومن جانبها، تربط بن صالح (2023) أهمية الثقة بمستوى تبني العميل للخدمات المصرفية الإلكترونية، حيث تُمثّل الثقة شرطاً مسبقاً لقبول العميل للتحوّل الرقمي وتجاوز قلقه إزاء المخاطر التقنية والمالية المرتبطة به.

وتتسع دائرة الأهمية لتشمل البُعد المؤسسي، إذ يرى الهرام وآخرون (2025) أن الثقة في الجهاز البشري للبنك تُعدّ مدخلاً جوهرياً لرضا العميل عن الخدمات الرقمية، لأن الموظف يظلّ المرجع البشري الذي يلجأ إليه العميل عند مواجهة العقبات التقنية أو الإجرائية. ومن منظور سلوك الإقراض، يُبرز الجمال (2021) أهمية الثقة في عملية منح الائتمان بوصفها أحد المعايير غير الرسمية التي يستند إليها الموظف في تقييم العميل، مما يجعل الثقة متغيراً يعمل في اتجاهين: من العميل نحو الموظف ومن الموظف نحو العميل. ويؤكد باب الله (2025) هذا التوجّه بإشارته إلى أن الجوانب العلائقية والإنسانية تتشابك مع الجوانب المالية في تشكيل قرار الائتمان المصرفي.

4.1.2 أهداف بناء ثقة العميل في موظف البنك

تتعدّد الأهداف التي تسعى المؤسسات المصرفية إلى تحقيقها من خلال بناء ثقة العميل في موظفيها، وهي أهداف تتوزّع بين الاستراتيجي والتشغيلي، وبين العلائقي والمالي. وقد تناول الباحثون هذه الأهداف من زوايا متعددة يمكن استعراضها على النحو الآتي:

يرى Chowdhury et al., (2024) أن أبرز أهداف بناء الثقة تتمثّل في: تعزيز ولاء العميل وتحويله من متعامل عابر إلى شريك علاقة طويلة الأجل، وترسيخ سلوك التوصية الإيجابية الذي يُمثّل قناة تسويقية منخفضة التكلفة وعالية المصداقية، وتقليل حساسية العميل للسعر بحيث لا تصبح الفروقات السعرية الطفيفة محرّكاً كافياً للتحوّل، وتعميق درجة الاندماج العلائقي مع البنك بشكل يتجاوز المنتج الواحد إلى سلة المنتجات.

ويُحدّد Bada & Karupiah (2021) جملة من الأهداف ذات الطابع التفاعلي تتضمن: بناء جسر اتصالي مستقر بين العميل والموظف يُسهّل تبادل المعلومات الحساسة، ورفع كفاءة عملية تشخيص احتياجات العميل، وتمكين الموظف من ممارسة دوره الاستشاري بفاعلية، وامتصاص التوتّرات العرضية التي قد تنشأ عن أخطاء إجرائية أو تأخيرات تشغيلية.

ويُضيف Karakasni et al., (2023) أهدافاً مرتبطة بأداء الخط الأمامي تشمل: رفع مستوى الانخراط الوجداني للموظف في خدمة العميل، وتنمية التوجّه نحو المستهلك بوصفه ثقافة عمل وليس مجرد سلوك ظرفي، وتعزيز قدرة الموظف على التعامل مع التنوّع في توقّعات العملاء، وتحسين جودة لحظات التفاعل الحرجة.

ومن منظور اقتصادي، يُبرز Hagendorff et al.,(2023) أهدافاً مالية تتمحور حول: ترشيد شروط الإقراض، وتخفيض تكاليف المراقبة بعد منح الائتمان، وتعزيز كفاءة العقود من خلال خفض الحاجة إلى الضمانات المُفرطة، وتحسين جودة محفظة القروض من خلال انتقاء العملاء الأكثر التزاماً علائقياً. ويتقاطع هذا مع ما يُشير إليه Chang et al.,(2025) من أن بناء الثقة يستهدف تحسين جودة المعلومات المتدفقة بين العميل والبنك، وتشجيع سلوك الإفصاح الطوعي، ودعم استقرار العلاقة الائتمانية في الأوقات التي تتعرّض فيها المؤسسة لضغوط رقابية.

وفي السياق العربي، يُشير الجمال (2021) إلى أن أهداف بناء الثقة في علاقة العميل بالموظف تتضمن: تحسين قدرة البنك على اتخاذ قرارات ائتمانية أكثر دقة من خلال توافر بيانات نوعية عن العميل تتجاوز ما تقدّمه السجلات الرسمية، ورفع كفاءة تقييم المخاطر، وتعزيز قدرة البنك على التوسّع في منح الائتمان دون التضحية بمعايير السلامة. وتُضيف بن صالح (2023) أهدافاً مرتبطة بالتحوّل الرقمي تتمثّل في: تخفيف مقاومة العميل لتبني القنوات الإلكترونية، ودعم انتقاله السلس بين القنوات التقليدية والرقمية، وتعزيز إحساسه بالأمان إزاء العمليات الافتراضية.

ومن منظور الاستبقاء، يُحدّد الفقهاء (2018) أهدافاً تتعلّق ب: تقليص نوايا الترك، وتعزيز رضا العميل بوصفه متغيراً بسيطاً، وبناء حاجز نفسي ضد إغراءات المنافسين، وترسيخ الانتماء العلائقي للبنك. وفي الإطار نفسه، يرى علي وآخرون (2024) أن أهداف الثقة تتضمن دعم استمرارية العميل في التعامل مع البنك حتى في ظل التحوّلات التقنية المتسارعة، وضمان انتقال الولاء من القناة البشرية إلى القناة الرقمية دون انكسار.

ويُبرز نجيمي وبوطالب (2023) من زاوية تنظيمية أن أهداف الثقة تشمل تعزيز الاستقرار في العلاقة، وتقليل السلوكيات الانسحابية، ورفع مستوى التعاون الطوعي، وهي أهداف يمكن نقلها بصورة قياسية إلى العلاقة الخارجية مع العميل. ويُضيف Men et al.,(2022) هدفاً مكمّلاً يتعلّق بأن الثقة المبنية على التواصل الفعّال تُسهم في تجاوز فترات عدم اليقين والأزمات، وهو ما يُمكن إسقاطه على المراحل الحرجة في علاقة العميل بالبنك كمراحل التفاوض على شروط القرض أو إعادة الجدولة.

5.1.2 أبعاد ثقة العميل في موظف البنك

تم تحديد أبعاد المتغير المستقل في هذه الدراسة بناءً على ما قدمه Chowdhury et al.,(2024) من تأصيل لمحاور الثقة بوصفها متغيراً وسيطياً متعدد الأبعاد في العلاقة المصرفية، وما طرحه Bada (2021) & Karupiah من قراءة بين-شخصية لمكونات الثقة، وما توصل إليه Karakasnak et al.,(2023) في معالجتهم لأداء الخط الأمامي من خلال محاور الثقة والتعاطف والتوجه نحو المستهلك. وقد استقر الاختيار على أربعة أبعاد متكاملة هي: الكفاءة المهنية، والنزاهة، والتعاطف، والتواصل الفعال، وفيما يلي بيان مفصل لكل بُعد.

البعد الأول: الكفاءة المهنية

تُمثل الكفاءة المهنية الركيزة الإدراكية-العقلانية في بناء ثقة العميل، إذ تنصرف إلى مدى امتلاك موظف البنك للمعارف الفنية والمهارات التطبيقية والخبرة العملية التي تُمكنه من أداء مهامه بدقة واقتدار. ويتشكل إدراك العميل لكفاءة الموظف من خلال جملة من المؤشرات تتضمن: القدرة على تقديم إجابات وافية ودقيقة عن المنتجات المصرفية، والإلمام بالشروط والإجراءات المتعلقة بالقروض الشخصية، والمعرفة بالأنظمة واللوائح المنظمة للعمل المصرفي، والقدرة على معالجة الحالات غير النمطية التي تخرج عن السيناريوهات الاعتيادية. ويرى Karakasnak et al.,(2023) أن الكفاءة المهنية تتحول في سياق الخدمات المالية إلى عملة إقناعية، إذ يستدل العميل من خلالها على جدارة المؤسسة ككل، نظراً لكون الموظف ممثلاً واجهياً لها. كما تُسهم الكفاءة في خفض القلق الإدراكي لدى العميل، لأن إحساسه بأنه أمام موظف عالم بتفاصيل عمله يُعفيه من عبء التحقق المستقل من كل معلومة. وتمتد الكفاءة لتشمل البعد الاستشاري، إذ لا يكفي العميل بأن يتلقى الإجراء بل يتطلع إلى أن يحصل على توجيه يُساعده في المفاضلة بين البدائل التمويلية المتاحة بما يتسق مع وضعه المالي. وفي هذا الإطار، يُبرز Hagendorff et al.,(2023) أن الكفاءة المهنية للموظف تُعدّ من العوامل التي تنعكس على جودة العقود الائتمانية ذاتها، حيث تُحسن من قدرة المؤسسة على تشخيص العميل وتقديم منتج ملائم.

البعد الثاني: النزاهة

تنصرف النزاهة إلى البعد الأخلاقي في شخصية موظف البنك، وهي تتمظهر في التزامه بمجموعة من المبادئ المهنية التي تضمن للعميل أن يكون التعامل قائماً على الصدق والشفافية وعدم الاستغلال. وتتضمن مظاهر النزاهة: الإفصاح الكامل عن شروط القرض دون إخفاء بنود ذات أثر مالي على العميل، والامتناع

عن الترويج لمنتجات لا تناسب وضع العميل لمجرد تحقيق أهداف بيعية، وعدم التمييز بين العملاء على أسس غير موضوعية، والوفاء بالوعدو المُقدّمة في مراحل التفاوض. ويرى (Hagendorff et al., 2023) أن النزاهة تُمثّل المتغير الذي يُحوّل العلاقة الائتمانية من علاقة محكومة بشكوك متبادلة إلى علاقة قابلة للاستثمار طويل الأجل، فحين يدرك العميل أن الموظف يتعامل معه بنزاهة فإنه يستجيب بتوفير معلومات أدق وبسلوك سداذي أكثر التزاماً، كما يُشير في الاتجاه نفسه Chang وآخرون (2025). وتمتدّ النزاهة لتشمل البُعد المؤسسي، إذ يُسقط العميل تقييمه لنزاهة الموظف على البنك ككل، فيصبح الموظف الواحد قادراً على تعزيز أو إضعاف السمعة الأخلاقية للمؤسسة. وفي السياق العربي، يُربط الجمال (2021) بين النزاهة في التعامل والقدرة على بناء قرارات ائتمانية سليمة، إذ إن غياب النزاهة يُضخّم مخاطر الاختيار العكسي ويُربك آليات التقييم. وتُضيف بن صالح (2023) أن النزاهة تُمثّل شرطاً لاستمرارية ثقة العميل في القنوات المصرفية المختلفة، إذ تنتقل الثقة الأخلاقية من السياق التقليدي إلى السياق الرقمي بوصفها رصيماً مؤسسياً مُترامياً.

البُعد الثالث: التعاطف

يُمثّل التعاطف البُعد الوجداني في الثقة، وينصرف إلى قدرة موظف البنك على وضع نفسه مكان العميل وفهم احتياجاته ومخاوفه من منظوره الخاص، ثم الاستجابة لها بأسلوب يُشعره بأنه مرئي ومسموع وليس مجرد رقم في طابور المعاملات. ويتجلّى التعاطف في: الإصغاء الفعّال لانشغالات العميل، ومراعاة ظروفه الشخصية والمالية عند تقديم البدائل، والصبر في شرح التفاصيل التي قد يجدها العميل معقّدة، وإبداء الاهتمام الصادق بمآلات قراره المالي. ويؤكد Karakasnaki et al., (2023) أن التعاطف يُمثّل أحد أبرز محدّدات أداء موظفي الخط الأمامي في الصناعة المالية، إذ يعمل بوصفه قناة لتحويل الكفاءة المهنية إلى تجربة عميل إيجابية، فبدون تعاطف تتحوّل الكفاءة إلى أداء بارد لا يُنتج ولاءً. وفي السياق المصرفي تحديداً، يكتسب التعاطف أهمية مضاعفة عند التعامل مع قرارات حساسة كقرار الاقتراض الشخصي، حيث يُعاني العميل من توتر مرتبط بالالتزام المالي المستقبلي، فيكون التعاطف هو ما يُحوّل اللقاء من تجربة ضاغطة إلى تجربة طمأنينة. ويبرز Bada & Karupiah (2021) أن التعاطف يُؤسّس لرأس مال علائقي تراكمي، إذ يتدكّر العميل المعاملة الإنسانية أطول مما يتدكّر تفاصيل الإجراء. ويربط Chowdhury et al., (2024) بين التعاطف وبناء الولاء، باعتباره قناة وجدانية تجعل العميل أكثر مقاومة لإغراءات التحوّل.

البُعد الرابع: التواصل الفعّال

يُمثّل التواصل الفعّال البُعد التفاعلي الذي تتجسّد عبره الأبعاد الثلاثة السابقة، إذ لا تكفي الكفاءة والنزاهة والتعاطف ما لم تُترجم إلى تفاعل اتصالي واضح ومنظّم. ويتضمن التواصل الفعّال: وضوح اللغة المستخدمة وتجنّب المصطلحات التقنية غير المفهومة، وتنظيم تسلسل المعلومات المُقدّمة بما يُيسّر استيعابها، والإصغاء الجيد الذي يضمن التقاط رسائل العميل الصريحة والضمنية، وتوظيف لغة الجسد بما يتسق مع المضمون اللفظي، والاستجابة في توقيت مناسب لاستفسارات العميل ومتطلباته. ويُؤكّد Men et al., (2022) أن التواصل الفعّال يكتسب أهمية مضاعفة في فترات عدم اليقين، حيث تتوسّع الفجوة بين الجهتين ويُصبح التواصل الواضح هو الجسر الذي يُغلق هذه الفجوة، وهو ما ينطبق على لحظات التفاوض الائتماني التي يكتنفها قدر من الغموض بالنسبة للعميل. ويُبرز Eva et al., (2024) أن التواصل يعمل بالتلازم مع القيادة والعمل الجماعي لتشكيل بيئة ثقة، وهو ما يُمكن إسقاطه على العلاقة الخارجية بحيث يصبح التواصل أداة لبناء ثقة العميل عبر إشعاره بأنّه طرف فاعل في الحوار وليس مجرد متلقٍ للقرار. وفي الإطار العربي، تُشير محمدي (2022) إلى أن التواصل الفعّال يُمثّل أحد الأركان الإجرائية لجودة الخدمة المصرفية، إذ تتشكّل من خلاله تجربة العميل المباشرة وتُترجم عبره وعود البنك إلى إدراكات ملموسة.

ويُضاف إلى الأبعاد الأربعة السابقة أن ثمة عناصر مكتملة تُغني فهم بناء الثقة، منها: الاتساق السلوكي عبر الوقت، إذ لا تتشكّل الثقة من تفاعل عابر بل من نمط متّسق من السلوكيات تُؤكّد على دلالة الأبعاد الأربعة. ومنها كذلك القدرة على الاحتواء عند الأزمات، حيث تُختبّر الثقة في اللحظات الصعبة أكثر من اللحظات الاعتيادية. ومنها أيضاً المساءلة الذاتية، أي قدرة الموظف على الاعتراف بالخطأ ومعالجته دون تهرّب، وهو ما يُعزّز إدراك العميل لنزاهته وتواصله الفعّال في آن واحد.

6.1.2 استراتيجيات بناء ثقة العميل في موظف البنك

يستلزم بناء ثقة العميل في موظف البنك جملة من الاستراتيجيات المتكاملة التي تعمل على المستويين الفردي والمؤسسي. وعلى المستوى الأول، تأتي استراتيجية تنمية الكفاءة المهنية من خلال برامج تدريبية مستمرة تستهدف تعميق معرفة الموظف بالمنتجات المصرفية وآليات تقييم الجدارة الائتمانية ومهارات الاستشارة المالية، بما يجعله قادراً على تقديم قيمة مضافة للعميل تتجاوز الإجراء الروتيني. وتُكمّلها

استراتيجية ترسيخ الثقافة الأخلاقية عبر مدونات سلوك واضحة وآليات للمراجعة الداخلية تضمن أن النزاهة ليست خياراً فردياً بل التزاماً مؤسسياً.

وتأتي استراتيجية التواصل المتمحور حول العميل بوصفها أداة لتفعيل الأبعاد العلائقية، حيث يتم تدريب الموظفين على مهارات الإصغاء الفعّال وإدارة الحوار في المواقف الحساسة، مع توظيف أدوات تقنية تُيسّر تتبّع تاريخ العميل والاستجابة لاستفساراته في توقيت مناسب. ويُؤكّد (Men et al., 2022) على أن استراتيجيات التواصل ينبغي أن تُصمّم بمراعاة السياقات الاستثنائية وفترات عدم اليقين، حيث تختلف متطلبات التواصل عن السياقات الاعتيادية. وتتقاطع مع ذلك استراتيجية بناء بيئة عمل داخلية داعمة، إذ يُشير (Eva et al., 2024) إلى أن جودة القيادة والتواصل الداخلي تنعكس على قدرة الموظف على إنتاج ثقة خارجية، وهو ما يجعل الاستثمار في الثقة التنظيمية الداخلية شرطاً مسبقاً للثقة الخارجية.

ومن جانبه، يُلفت (Braganza et al., 2021) إلى أن استراتيجيات التحوّل التكنولوجي ينبغي أن تُدار بحذر، لأن إدخال الذكاء الاصطناعي والأتمتة في الخدمات المصرفية يُمكن أن يُعيد تشكيل العقد النفسي بين الموظف والمؤسسة، وينعكس بدوره على قدرة الموظف على بناء الثقة مع العميل، مما يستدعي استراتيجيات مرافقة لإعادة تعريف دور الموظف في البيئة الرقمية. وفي السياق ذاته، تُشير (Jabeen & Rahim, 2021) إلى أن أنماط القيادة السلبية تُقوّض ثقة الموظف الداخلية وتنعكس على انخراطه الوظيفي، مما يجعل تبني أنماط قيادية داعمة استراتيجية أساسية في بناء الثقة بأبعادها المختلفة.

وعلى المستوى المؤسسي، تتكامل هذه الاستراتيجيات مع استراتيجية بناء سمعة البنك في السوق، حيث يُشير (Hagendorff et al., 2023) إلى أن السمعة المؤسسية ترفد ثقة الموظف بمصادقية إضافية تُسهّل عمله. كما تتقاطع مع استراتيجية إدارة تجربة العميل عبر القنوات المتعددة، التي تضمن اتساق إدراك العميل للموظف عبر التفاعلات التقليدية والرقمية، وهو ما تُؤكّده بن صالح (2023) في سياق الخدمات الإلكترونية، والهرام وآخرون (2025) في سياق الخدمات الرقمية. وأخيراً، تأتي استراتيجية القياس المستمر لمستوى الثقة بوصفها أداة لإدارة هذا الأصل غير المرئي، حيث تتيح المسوحات الدورية ومؤشرات الأداء العلائقية رصد تطوّر الثقة وتشخيص نقاط الضعف قبل أن تتحوّل إلى أزمات استبقاء، وهو ما يُشير إليه الفقهاء (2018) في معالجته لنوايا ترك المصرف.

المبحث الثاني: قرار الحصول على القرض الشخصي (المتغير التابع)

1.2.2 تمهيد

يحتلّ قرار الحصول على القرض الشخصي موقعاً متميّزاً في الأدبيات المالية والسلوكية، بوصفه أحد أكثر القرارات المالية شيوعاً في حياة الأفراد، وأكثرها تشابكاً مع المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والنفسية في آن واحد. فهذا القرار لا يُعبّر فقط عن استجابة فردية لاحتياج تمويلي عاجل، بل يُمثّل تقاطعاً معقداً بين تقديرات العميل لقدرته السدادية المستقبلية، وإدراكه لشروط السوق المصرفي، وثقته في الجهة التي ستتولّى منحه التمويل. ومن ثمّ، فإن دراسة هذا القرار تستلزم الانتقال من المنظور الكلي الذي يتعامل مع الإقراض بوصفه ظاهرة اقتصادية مجمّعة، إلى منظور جزئي يضع العميل في مركز التحليل بوصفه فاعلاً اقتصادياً يُوازن بين منافع وتكاليف متعددة الأبعاد.

وقد فرض التطوّر المتسارع في الصناعة المصرفية، وما رافقه من توسّع في منتجات الإقراض الاستهلاكي وتنوّع في قنوات تقديمها، ضرورة إعادة فهم محدّدات قرار الاقتراض الشخصي بشكل يتجاوز المقاربات التقليدية التي اقتصرّت على المتغيرات الاقتصادية كمعدّل الفائدة ومستوى الدخل. فالعميل المعاصر يتخذ قراره في بيئة معلوماتية أكثر ثراءً، وأمام بدائل أكثر تنوّعاً، ومع توقعات أعلى من المؤسسة المصرفية، مما يجعل الجوانب العلائقية كالثقة في الموظف، والجوانب الإدراكية كجودة الخدمة المُدركة، عوامل لا تقلّ أهمية عن الجوانب المالية البحتة. ويسعى هذا المبحث إلى تقديم معالجة نظرية مفصّلة لهذا القرار من حيث المفهوم والأهمية والأهداف ومحدّداته واستراتيجيات ترشيده، بما يؤسّس لربطه بالمتغير المستقل المدروس.

2.2.2 مفهوم قرار الحصول على القرض الشخصي

يتشكّل مفهوم قرار الاقتراض الشخصي عبر تداخل ثلاثة حقول معرفية رئيسية: حقل التمويل الذي يعالجه بوصفه قراراً مالياً، وحقل سلوك المستهلك الذي يقاربه بوصفه عملية شرائية، وحقل علم النفس الاقتصادي الذي يُبرز أبعاده الإدراكية والوجدانية. وقد قدّم Nofandrilla et al., (2024) معالجة منهجية لهذا المفهوم في سياق قرارات الإقراض، حيث يُعرّفون قرار الاقتراض بوصفه عملية متعددة المراحل يقوم خلالها الفرد بتقييم حاجته التمويلية، والمفاضلة بين البدائل المتاحة في السوق، واختيار البنك والمنتج

الأنسب، ثم الانتقال إلى مرحلة التنفيذ التي تتضمن تقديم الطلب والتفاوض على الشروط والتوقيع على العقد. ويُبرز هذا التعريف الطبيعة العملية للقرار وتعدد مراحله، مما يجعل التأثير عليه ممكناً في أكثر من نقطة.

ومن منظور سلوكي تطبيقي، يُعرّف Subedi & Joshi (2025) قرار الاقتراض الشخصي بوصفه محصلة لتفاعل مجموعة من العوامل التي يقيّمها العميل في البنوك التجارية، وتشمل الجوانب المتعلقة بشروط التمويل، وسمعة البنك، وجودة التفاعل مع موظفيه، وسهولة الإجراءات. ويضع هذا التعريف القرار في سياقه التطبيقي بوصفه حصيلة موازنة بين عوامل متعددة وليس استجابة لعامل واحد. وفي الاتجاه نفسه، تُعالج عبيد الله وآخرون (2023) قرار الاقتراض الاستهلاكي بوصفه استجابة سلوكية للطلب على التمويل، تتأثر بالخصائص الديموغرافية للعميل ومستوى دخله وطبيعة احتياجاته، مع التأكيد على أن الطلب على القروض الاستهلاكية يخضع لمنطق مختلف عن الطلب على القروض الاستثمارية، نظراً لتداخل الدوافع الاستهلاكية مع الاعتبارات المالية.

ومن منظور إدارة المؤسسات، تُقارب الدراسات قرار التمويل بوصفه قراراً استراتيجياً يؤثر في بنية رأس المال وفي المردودية والقيمة، وهو ما تتناوله يوسف ولعقون (2023) في معالجهما لأثر قرار التمويل على قيمة المؤسسة، وما يُشير إليه بن حميدة والياس (2021) في تناولهما لأثره على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وما يطرحه جمعي (2021) في معالجته لأثره على الأداء المالي. ورغم أن هذه المعالجات تنطلق من زاوية المؤسسة لا الفرد، فإنها تُقدّم إطاراً تحليلياً قابلاً للإسقاط على القرار الفردي من حيث المنطق الأساسي للموازنة بين تكلفة التمويل وعوائده. وفي السياق نفسه، يُبرز الشمري والصبيحي (2024) أن قرار التمويل يرتبط بدورة حياة الكيان المالي، بحيث تتغير أولوياته ومحدداته باختلاف المرحلة، وهو ما يُمكن إسقاطه على دورة حياة العميل المالية التي تتغير فيها احتياجاته التمويلية بتغير مرحلته العمرية والمهنية.

ومن منظور المؤسسات المصرفية بوصفها الطرف الممنوح، يُعالج الجمال (2021) قرار منح الائتمان بوصفه عملية تقييمية تستند إلى عوامل متعددة تتعلق بالعميل والبنك والبيئة الاقتصادية، ويكمل باب الله (2025) هذه المعالجة بإبرازه لمحددات قرار الائتمان من وجهتي نظر العاملين والأكاديميين، مما يكشف عن أن قرار الاقتراض يتشكل في فضاء تفاوضي بين العميل والبنك، تحكمه شروط متبادلة لا قرار أحادي من طرف واحد. وتضيف بلقاسمي وخوري (2023) بُعداً منهجياً يتعلّق بدور دراسة الجدوى المالية في

ترشيد قرار التمويل، وهو ما يُبرز أن ثمة بنية تحتية تحليلية تسبق القرار وتؤثر فيه. ومن منظور النظم المعلوماتية، يُلفت خيري وعبد الحميد (2025) إلى أن نظم دعم القرار باتت تُؤدّي دوراً متنامياً في قرارات التمويل المصرفي، وهو ما ينعكس على بيئة قرار العميل عبر إعادة تشكيل أدوات التقييم والاستجابة.

ويتضمن قرار الاقتراض الشخصي في جوهره عنصراً معرفياً يتعلّق بمعرفة العميل بالمنتجات المتاحة وشروطها، وعنصراً تقييمياً يتعلّق بمفاضلته بين البدائل وفق معايير شخصية، وعنصراً وجدانياً يتعلّق بمستوى الراحة النفسية الذي يستشعره إزاء البنك والموظف، وعنصراً سلوكياً يتعلّق بترجمة هذه الإدراكات إلى فعل تطبيقي يتمثّل في إكمال الطلب أو التراجع عنه. وفي ضوء ما تقدّم، يمكن للباحث أن يُقدّم تعريفاً إجرائياً لقرار الحصول على القرض الشخصي بوصفه: "العملية المعرفية-السلوكية التي يتخذها العميل في البنك التجاري للحصول على تمويل شخصي، انطلاقاً من تقييمه لحاجته التمويلية وللبدائل المتاحة، ومروراً بمفاضلته بين عروض البنوك المختلفة، واستناداً إلى إدراكه لشروط التمويل وثقته في الجهاز البشري المقدم له، وصولاً إلى التزامه التعاقدي بالحصول على القرض من بنك بعينه". وهذا التعريف يستوعب المعالجات السابقة ويضع القرار في سياقه التطبيقي الذي تشغل عليه الدراسة الحالية.

3.2.2 أهمية قرار الحصول على القرض الشخصي

تتأتى أهمية قرار الاقتراض الشخصي من كونه قراراً يلتقي فيه المستويان الفردي والمؤسسي، إذ يُؤثر في رفاه العميل ومستوى استهلاكه ومساره المالي من جهة، ويُمثّل لبنة أساسية في نشاط البنوك التجارية ومحفظتها الائتمانية من جهة أخرى. ولا تنحصر أهميته في كونه قراراً مالياً ظرفياً، بل تمتدّ لتأثيراته البنوية على سلوك الاستهلاك والادخار، وعلى البنية المالية للأسر، وعلى الديناميكيات الاقتصادية الكلية المرتبطة بحجم الائتمان الممنوح.

ويُبرز Subedi & Joshi (2025) أن أهمية قرار الاقتراض تظهر في عدة وجوه: أولاً، أنه يُعدّ المخرج النهائي لمنظومة كاملة من العوامل المؤثرة، مما يجعل دراسته بوابة لفهم سلوك العميل المصرفي ككل. ثانياً، أنه يُمثّل نقطة تقاطع بين عرض البنك وطلب العميل، فيكشف عن مدى توافق المنتج المُقدّم مع الحاجة الفعلية. ثالثاً، أنه يُعدّ مؤشراً على نوعية العلاقة بين العميل والبنك، إذ يصعب أن يتخذ العميل قرار اقتراض من بنك لا يثق بالعاملين فيه. رابعاً، أنه يفتح الباب أمام علاقة استمرارية، إذ كثيراً ما يكون القرض الشخصي الناجح نقطة بداية لعلاقات مالية أوسع.

ويُضيف Nofandrilla et al.,(2024) أن أهمية القرار تكمن في كونه يُترجم متغيرات نفسية وعلائقية إلى نتائج اقتصادية ملموسة، فالثقة بوصفها متغيراً معنوياً تتجسّد في قرار الاقتراض بوصفه فعلاً مادياً، مما يجعل القرار جسراً تحليلياً بين المستوى الإدراكي والمستوى السلوكي. ومن منظور اقتصادي، يُبرز Hagendorff et al.,(2023) أن قرارات الاقتراض تُشكّل في مجموعها بنية الائتمان في الاقتصاد، وتؤثّر في كفاءة تخصيص الموارد المالية، مما يمنح دراستها أهمية تتجاوز المستوى الفردي إلى المستوى النظامي.

ويُشير Chang et al.,(2025) إلى أن أهمية قرار الاقتراض تظهر بشكل خاص في أوقات الضغوط الرقابية وتراجع جودة المعلومات المحلية، إذ يصبح القرار أكثر حساسية للعوامل العلائقية والمؤسسية، مما يُعمّق أهمية فهم محدّداته في سياقات السوق المختلفة. ومن منظور المؤسسة المصرفية، يلفت الجمل (2021) إلى أن قرار العميل بالاقتراض يُمثّل المُقابل المنطقي لقرار البنك بمنح الائتمان، وهو ما يجعل دراسته متلازمة مع دراسة معايير منح الائتمان، فكلاهما يُغذّي الآخر. ويُكمّل باب الله (2025) هذا المنظور بإشارته إلى أن المحدّدات التي يستخدمها البنك في قراره تُشكّل بدورها قيداً على قرار العميل، فيتشكّل القراران في فضاء تفاوضي مشترك.

ومن منظور سلوك العميل، يُبرز الفقهاء (2018) أن قرار الاستمرار في التعامل المصرفي أو ترك البنك يرتبط بتجارب العميل المتراكمة، ومن بينها تجاربه في الحصول على التمويل، مما يجعل قرار الاقتراض بوابةً لقرارات أكبر تتعلّق بمصير العلاقة المصرفية ككل. وتُضيف عبيد الله وآخرون (2023) أن أهمية قرار الاقتراض الاستهلاكي تظهر في انعكاسه على مستوى الطلب الكلي على هذا النوع من القروض، وهو ما يُغذّي بدوره استراتيجيات البنوك في تصميم منتجاتها وتسعيرها.

وتتسع دائرة الأهمية لتشمل بُعداً ائتمانياً مرتبطاً بسلوك السداد اللاحق للقرار، إذ يُؤثّر السياق الذي اتُخذ فيه القرار على التزام العميل المستقبلي، فالقرار المتخذ في ظل علاقة ثقة وفهم متبادل يُنتج التزاماً سدادياً مختلفاً عن القرار المتخذ في ظل ضغط بيعي أو معلومات ناقصة، وهو ما يُلحح إليه Chang et al.,(2025) في معالجتهم للعلاقة بين الثقة وسلوك المقرض. كما تظهر أهمية القرار في بعده الاستراتيجي للبنك، إذ تُسهم القرارات المتراكمة للعملاء في تشكيل محفظة القروض الشخصية للبنك ومستوى مخاطرها وعوائدها.

4.2.2 أهداف دراسة قرار الحصول على القرض الشخصي

تتطوي دراسة قرار الاقتراض الشخصي على جملة من الأهداف المعرفية والتطبيقية التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها، ويمكن استعراضها على النحو الآتي:

يرى (Subedi & Joshi (2025) أن أهداف دراسة قرار الاقتراض تتمحور حول: تحديد العوامل التي تُؤثر في اختيار العميل للبنك المقرض، وفهم الأوزان النسبية لهذه العوامل، وتشخيص الفجوات بين ما يُقدّمه البنك وما يتوقعه العميل، وتقديم مدخلات لصنّاع القرار المصرفي لتطوير منتجاتهم. وتتقاطع هذه الأهداف مع ما يطرحه (Nofandrilla et al., (2024 من أهداف تتعلّق بـ: استكشاف الدور الذي تلعبه الثقة في قرارات الإقراض، وبناء أجندات بحثية مستقبلية تربط المتغيرات النفسية بالقرارات المالية، وتقديم إطار منهجي يُمكن البناء عليه في الدراسات التطبيقية اللاحقة.

ويُحدّد (Hagendorff et al., (2023) أهدافاً ذات طابع اقتصادي تتضمن: فهم كيفية انعكاس المتغيرات العلائقية على شروط العقود الائتمانية، وتقدير الأثر المالي لهذه المتغيرات على تكلفة التمويل، وتقديم تفسيرات تكميلية لما لا تستطيع المتغيرات المالية البحتة تفسيره من تباين في قرارات الإقراض. ويُكمّل (Chang et al., (2025 هذه الأهداف بإضافة: تتبّع أثر الثقة على سلوك المقترض في مراحل ما بعد الحصول على القرض، وفهم العلاقة بين جودة المعلومات والقرارات المالية، وتشخيص حساسية قرارات الاقتراض للعوامل الرقابية والمؤسسية.

وفي السياق العربي، يطرح الجمال (2021) أهدافاً تتعلّق بـ: تحديد العوامل المؤثرة في قرار منح الائتمان من منظور البنك، وفهم كيفية تقاطع هذه العوامل مع قرار العميل بطلب التمويل، وتقديم توصيات لتحسين كفاءة عملية الإقراض. وتتقاطع هذه الأهداف مع ما يطرحه باب الله (2025) من اهتمام بـ: استجلاء محدّدات قرار الائتمان من زوايا متعددة تشمل العاملين والأكاديميين، وتقديم رؤية تكاملية تجمع بين الممارسة والمعرفة النظرية، ودعم قرارات السياسة الائتمانية في البنوك التجارية. وتُضيف عبّيد الله وآخرون (2023) أهدافاً تتعلّق بـ: تحديد محدّدات الطلب على القروض الاستهلاكية، وفهم تأثير المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية على هذا الطلب، وتقديم مدخلات لرسم سياسات الائتمان الاستهلاكي.

ومن منظور المؤسسة الاقتصادية، تطرح يوسف ولعقون (2023) أهدافاً تتعلّق بدراسة أثر قرار التمويل على القيمة، ويتقاطع معها بن حميدة والياس (2021) في دراستهما لأثره على المردودية، وجمعي (2021)

في معالجته لأثره على الأداء المالي. ورغم اختلاف الوحدة التحليلية في هذه الدراسات، فإنها تشترك في هدف فهم النتائج المالية المترتبة على قرار التمويل، وهو ما يُمكن إسقاطه على الفرد بوصفه يسعى بدوره إلى تعظيم منفعة المالية. ويطرح الشمري والصبيحي (2024) هدف فهم العلاقة بين قرار التمويل ومرحلة دورة الحياة، وهو ما يفتح أفقاً بحثياً لربط قرار الاقتراض الشخصي بمراحل الحياة المختلفة للعميل.

وتُضيف بلقاسمي وخوري (2023) هدف فهم دور دراسة الجدوى المالية في ترشيد قرار التمويل، وهو ما يُمكن مده ليشمل دور التحليل المالي الشخصي في ترشيد قرار العميل بالاقتراض. كما يطرح خيرى وعبد الحميد (2025) هدف فهم أثر نظم دعم القرار في اتخاذ قرارات التمويل، مع التأكيد على الأدوار التعديلية والوسيطية للإدارة الإلكترونية والموارد البشرية، وهو ما يُمكن البناء عليه لفهم كيف تتفاعل أنظمة البنك مع جهازه البشري في إنتاج تجربة العميل التي تقوده إلى القرار. ومن منظور تجربة العميل، يطرح علي وآخرون (2024) هدف فهم أثر أتمتة الخدمات على رضا العملاء وولائهم، وهو ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بقرارات العميل المستقبلية بما فيها قرار الاقتراض.

5.2.2 محدّدات قرار الحصول على القرض الشخصي

تم تحديد محدّدات قرار الاقتراض الشخصي في هذه الدراسة بناءً على ما طرحه Subedi & Joshi (2025) في معالجتهما للعوامل المؤثرة على قرارات اقتراض العملاء في البنوك التجارية، وما قدّمه Nofandrilla et al., (2024) في مراجعتهم المنهجية لدور الثقة في قرارات الإقراض، وما تناوله الجبال (2021) وباب الله (2025) في تحليلهما لمحدّدات قرار الائتمان المصرفي. وتتوزّع هذه المحدّدات على ثلاث مجموعات رئيسية: محدّدات مرتبطة بالعمل، ومحدّدات مرتبطة بالبنك، ومحدّدات مرتبطة بالبيئة الاقتصادية، وفيما يلي بيان مفصّل لكل مجموعة.

المحدّدات المرتبطة بالعمل

تتمحور هذه المحدّدات حول الخصائص الشخصية والاقتصادية للعميل التي تُشكّل أرضية اتخاذ القرار. وتتضمن هذه المحدّدات: مستوى الدخل وانتظامه، إذ يُمثّل الدخل القاعدة المادية التي يستند إليها العميل في تقدير قدرته السدادية، ويؤثر في حجم القرض الذي يجرؤ على طلبه وفي اختياره للبنك الذي يستهدف العملاء من شريحة الدخلية. كما تتضمن مستوى التعليم والوعي المالي، حيث يرتبط ارتفاع الوعي المالي بقدرة أكبر على المفاضلة بين العروض وفهم الشروط التعاقدية، وهو ما يُلمح إليه عبيد الله وآخرون

(2023) في معالجتهم لمحددات الطلب على القروض الاستهلاكية. وتمتدّ هذه المحدّات لتشمل الخصائص الديموغرافية كالعمر والحالة الاجتماعية، وطبيعة الحاجة التمويلية، ومستوى التحمّل النفسي للالتزام المالي طويل الأجل.

ويُضاف إلى ذلك العامل العلائقي المتمثّل في ثقة العميل في الجهاز البشري للبنك، وهو ما يُمثّل المتغير المستقل في هذه الدراسة. ويُؤكّد (Nofandrilla et al., 2024) أن الثقة باتت تُعدّ من المحدّات المحورية في قرارات الإقراض، إذ تعمل بوصفها مرشحاً معنوياً يُؤثّر في كيفية معالجة العميل للمعلومات المتعلّقة بالبنك، وفي استعداده لتقديم البيانات الشخصية المطلوبة، وفي قبوله للشروط المقترحة. ويتقاطع مع ذلك ما يطرحه (Chowdhury et al., 2024) من أن الثقة تعمل بوصفها وسيطاً يربط بين تجربة العميل وقراره النهائي، مما يجعل بناء الثقة شرطاً ضرورياً ولكن غير كافٍ لاتخاذ القرار.

المحدّات المرتبطة بالبنك

تشمل هذه المحدّات جملة من الخصائص المؤسسية للبنك التي تُؤثّر في إدراك العميل لجاذبيته بوصفه جهة مقرضة. ومن أبرز هذه المحدّات: شروط التمويل المتمثّلة في معدل الفائدة وفترة السداد ومرونة الجدولة والمصاريف الإدارية، وهي شروط تُشكّل البُعد المالي المباشر للقرار. وتتضمن كذلك سهولة الإجراءات وسرعة البتّ في الطلب، إذ تتزايد أهمية البُعد الزمني في تجربة العميل المعاصر. ويُضاف إلى ذلك سمعة البنك في السوق، وجودة خدماته، ومستوى تقنياته، ومدى انتشار فروعه وقنواته الإلكترونية.

ويحتلّ الجهاز البشري للبنك موقعاً متميّزاً ضمن هذه المحدّات، إذ يُمثّل الواجهة التي يختبر العميل من خلالها أبعاد البنك الأخرى. وهنا يتجلّى الترابط بين المتغير المستقل والمتغير التابع في هذه الدراسة، حيث تتعكس أبعاد ثقة العميل في الموظف (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) على قراره النهائي بالاقتراض. ويُؤكّد (Subedi & Joshi, 2025) أن جودة التفاعل مع الموظفين تُمثّل أحد أبرز العوامل التي يستند إليها العميل في اختيار البنك المُقرض، وهو ما يتقاطع مع ما يطرحه (Karakasnak et al., 2023) من أن أداء موظفي الخط الأمامي يُؤثّر بشكل مباشر في القرارات المالية للعملاء.

ويُلفت (Hagendorff et al., 2023) إلى أن المحدّات المؤسسية للبنك لا تعمل بمعزل عن المحدّات العلائقية، بل تتفاعل معها بحيث تُكتسب الشروط المالية معناها من خلال السياق العلائقي الذي تُقدّم فيه. كما يُشير علي وآخرون (2024) إلى أن مستوى أتمّة الخدمات بات يُمثّل محدّداً مستجداً يُؤثّر

في رضا العميل وولائه، ومن ثم في قراراته المالية اللاحقة. وتُضيف بلقاسمي وخوري (2023) محدداً منهجياً يتعلّق بمدى استناد البنك إلى دراسات الجدوى في قراراته الائتمانية، وهو ما ينعكس على جودة العرض المُقدّم للعميل. ومن منظور النظم المعلوماتية، يُشير خيرى وعبد الحميد (2025) إلى أن استخدام نظم دعم القرار في البنك يُعزّز كفاءة قراراته الائتمانية ويُساهم في تحسين تجربة العميل ودرجة اطمئنانه للجهة المُقرضة.

المحددات المرتبطة بالبيئة الاقتصادية

تتشكّل هذه المحدّات من جملة من المتغيرات الكليّة التي تُؤطر قرار العميل وتُحدّد فضاء البدائل المتاحة أمامه. وتشمل: مستوى أسعار الفائدة في الاقتصاد ككل، ومعدلات التضخم التي تُؤثر في القيمة الحقيقية لأقساط السداد، ومستوى الاستقرار الاقتصادي الذي يُؤثر في توقعات العميل بشأن دخله المستقبلي، والسياسات الائتمانية للبنك المركزي التي تُحدّد سقف الإقراض ونسب الدخل المسموح بتخصيصها لخدمة الدين. وتُضيف عبيد الله وآخرون (2023) أن العوامل الاجتماعية كالأنماط الاستهلاكية السائدة وتوقعات المجتمع تلعب دوراً في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو الاقتراض.

ويُبرز Chang et al., (2025) أن جودة البيئة المعلوماتية المحلية تُؤثر في قرارات الاقتراض، إذ ترتفع حساسية القرار للعوامل العلائقية في البيئات التي تنخفض فيها جودة المعلومات، مما يجعل المحدّات البيئية متشابكة مع المحدّات العلائقية وليس مستقلة عنها. ويُضاف إلى ذلك العامل التشريعي المتعلّق بحماية المستهلك المالي، ومستوى الشفافية المطلوبة من البنوك في الإفصاح عن شروط التمويل.

ويمكن إضافة محدّات تكميلية تتعلّق بـ: حجم المنافسة في السوق المصرفي وأثره على تنوّع البدائل المعروضة، ومستوى الشمول المالي الذي يُحدّد مدى وصول الفئات المختلفة إلى الخدمات الائتمانية، والتطوّرات التقنية التي تُعيد تشكيل قنوات تقديم القرض ذاتها. ويُؤكّد ذلك بن صالح (2023) في معالجتها لثقة العملاء في الخدمات الإلكترونية، حيث تنتقل قرارات الاقتراض تدريجياً نحو القنوات الرقمية، مما يُعيد تشكيل المحدّات التقليدية ويُضيف إليها محدّات جديدة تتعلّق بالأمان السيبراني وسهولة الاستخدام. وفي السياق نفسه، يُبرز الهرام وآخرون (2025) أن رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية بات يُمثّل عاملاً ذا أثر متنامٍ في قراراتهم المالية، بما فيها قرار الاقتراض.

6.2.2 استراتيجيات ترشيد قرار الحصول على القرض الشخصي

يستلزم ترشيد قرار الاقتراض الشخصي تكامل استراتيجيات تُعمل على مستوى العميل والبنك والبيئة المؤسسية. وعلى مستوى العميل، تأتي استراتيجية رفع الوعي المالي بوصفها أداة لتمكينه من تقييم احتياجاته التمويلية بدقة، والمفاضلة بين البدائل المتاحة، وفهم أعباء الالتزام طويل الأجل. وتُكملها استراتيجية التخطيط المالي الشخصي التي تضع قرار الاقتراض في سياق أوسع من الأهداف المالية للفرد، فلا يكون قراراً ظرفياً منفصلاً.

وعلى مستوى البنك، تتعدّد الاستراتيجيات الرامية إلى دعم اتخاذ العميل لقرار رشيد، ومنها: استراتيجية الشفافية في الإفصاح عن شروط التمويل، إذ يؤكّد Hagendorff et al., (2023) أن جودة الإفصاح تُعدّ مدخلاً جوهرياً لبناء عقود ائتمانية متوازنة. وتتقاطع مع ذلك استراتيجية الاستشارة المالية المُقدّمة للعميل قبل اتخاذ القرار، حيث يتحوّل دور الموظف من مجرد مُنفذ للإجراء إلى مستشار يُساعد العميل على فهم المنتج وملاءمته لظروفه، وهو ما يستلزم تنمية الكفاءة المهنية للموظف ومهاراته في التواصل الفعّال، بما يتسق مع أبعاد المتغير المستقل في هذه الدراسة. ويُشير Karakasnaki et al., (2023) إلى أن الجمع بين الكفاءة والتعاطف والتوجّه نحو المستهلك يُمثّل أساساً لأداء فعّال لموظفي الخط الأمامي، وهو ما ينعكس على ترشيد قرار العميل.

ومن منظور تنظيمي، تأتي استراتيجية بناء بيئة عمل داخلية داعمة بوصفها شرطاً مسبقاً لإنتاج تجربة عميل عالية الجودة. ويُؤكّد Eva et al., (2024) على أن جودة القيادة والتواصل والعمل الجماعي تُعزّز الثقة الداخلية للموظفين، وهو ما ينعكس على قدرتهم على إنتاج تجربة عميل تُسهّل اتخاذ قرارات رشيدة. ويُكمّل ذلك ما يطرحه Men et al., (2022) من أهمية التواصل الإشرافي الفعّال في فترات عدم اليقين، حيث يُسهم في تماسك المؤسسة وقدرتها على خدمة عملائها في الظروف الاستثنائية. وتُضيف Jabeen (2021) أن تجنب أنماط القيادة الاستبدادية يُحافظ على انخراط الموظف وثقته، وهو ما ينعكس بدوره على جودة تفاعله مع العميل.

ومن منظور تقني، تأتي استراتيجية التحوّل الرقمي المُدار بحذر، حيث يُحذّر Braganza et al., (2021) من إدخال الذكاء الاصطناعي والأتمتة دون استراتيجيات مرافقة قد يُؤثّر سلباً على العقد النفسي للموظف وعلى قدرته على إنتاج ثقة العميل. ويتطلّب ذلك توازناً بين كفاءة الأتمتة ودفء التفاعل البشري، وهو ما يُلمح إليه علي وآخرون (2024) في معالجتهم لأثر الأتمتة على رضا العملاء وولائهم.

وعلى المستوى المؤسسي الموسّع، تأتي استراتيجية بناء أنظمة دعم القرار التي تُحسّن من جودة قرارات البنك الائتمانية وتنعكس بشكل غير مباشر على ترشيد قرار العميل، وهو ما يُبرزه خيرى وعبد الحميد (2025) في معالجتهم لأثر هذه النظم في قرارات التمويل. وتُكمّلها استراتيجية اعتماد دراسات الجدوى المالية في عمليات التقييم الائتماني، كما تُشير إليه بلقاسمي وخوري (2023). كما تتقاطع مع استراتيجية القياس المستمر لرضا العملاء عن الخدمات الرقمية والتقليدية، بما يضمن تطوير تجربتهم وتعزيز ثقتهم في الجهاز البشري للبنك، وهو ما يُبرزه الهرام وآخرون (2025) وبن صالح (2023). وفي الإطار الاستباقي، تُمثّل استراتيجية رصد نوايا الترك ومعالجتها مبكراً أداةً للحفاظ على قاعدة العملاء وضمان استمرار العلاقات الائتمانية، وهو ما يُلحح إليه الفقهاء (2018) في معالجته للوسيط بين رضا العملاء ونواياهم.

وتمتدّ الاستراتيجيات لتشمل البُعد التعاوني بين البنك والعميل، حيث يُصبح القرض ثمرة عملية تفاوض متبادل لا قراراً أحادياً، وهو ما يستلزم تطوير قنوات حوار فعّالة وآليات لاستقبال ملاحظات العميل ودمجها في تصميم المنتجات. ويتقاطع ذلك مع المعالجات التي قدّمها الجمال (2021) وباب الله (2025) لمحدّدات قرار الائتمان من زوايا متعددة، حيث يتجلّى أن استدامة العلاقة الائتمانية تستلزم وعياً مشتركاً بين البنك والعميل بمحدّدات القرار وآليات ترشيده.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها

1.3 تمهيد

يُمثّل هذا الفصل العمود الفقري للدراسة الميدانية، إذ يتناول الإجراءات المنهجية التي اتّبعتها الباحثة لاختبار فرضيات الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها المتعلقة بأثر ثقة العميل في موظف البنك بأبعادها الأربعة (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) على قرار الحصول على القرض الشخصي في البنوك التجارية. ويتضمّن الفصل عرضاً للمنهج المُستخدَم في الدراسة، ووصفاً لمجتمع الدراسة وعينتها، وبياناً لخصائص أداة الدراسة، والتحقّق من صدقها وثباتها، وعرضاً لمصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة، وانتهاءً بالأساليب الإحصائية المُوظّفة في معالجة البيانات. وقد حرصت الباحثة على أن تتسم الإجراءات المنهجية بالدقة العلمية والشفافية بما يُتيح إمكانية التكرار والتحقّق، ويُعزّز من موثوقية النتائج التي ستُستخلص في الفصل اللاحق.

2.3 منهج الدراسة

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي بوصفه المنهج الأنسب لطبيعة الدراسة وأهدافها، إذ يهدف هذا المنهج إلى وصف الظاهرة موضوع الدراسة كما هي في الواقع، وتحليل بياناتها، وبيان العلاقات بين متغيراتها، والوصول إلى استنتاجات تُسهم في فهم الظاهرة وتفسيرها. وقد تمّ توظيف هذا المنهج عبر شقّيه: الشق الوصفي الذي اعتمد على استقراء الأدبيات النظرية والدراسات السابقة المتعلقة بثقة العميل في موظف البنك وقرار الاقتراض الشخصي، بما أفضى إلى بناء الإطار النظري للدراسة. والشق التحليلي الذي اعتمد على جمع البيانات الميدانية من عيّنة الدراسة عبر الاستبانة، ثم معالجتها إحصائياً باستخدام الأساليب الملائمة لاختبار الفرضيات والإجابة عن تساؤلات الدراسة.

3.3 مجتمع الدراسة وعينتها

مجتمع الدراسة

يتكوّن مجتمع الدراسة من عملاء البنوك التجارية العاملة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، ممن سبق لهم التعامل مع موظفي هذه البنوك في إطار طلب الحصول على قرض شخصي أو الاستفسار عنه خلال السنوات الثلاث الأخيرة. ونظراً لاتّساع هذا المجتمع وصعوبة حصره بدقة، فقد اعتُبر المجتمع غير محدود من الناحية الإحصائية، مما استلزم اللجوء إلى أسلوب المعاينة غير الاحتمالية في اختيار العيّنة.

عيّنة الدراسة

اعتمد الباحث على أسلوب العيّنة الميسّرة (Convenience Sampling) في اختيار مفردات العيّنة، نظراً لطبيعة المجتمع غير المحدود وصعوبة الوصول إلى إطار معاينة شامل لعملاء البنوك التجارية. وقد تمّ تحديد حجم العيّنة بالاستناد إلى معادلة كوكران (Cochran) للمجتمعات غير المحدودة، عند مستوى ثقة 95% وهامش خطأ 5%، وهو ما أفضى إلى حجم عيّنة بحدّ أدنى يبلغ (384) مفردة. وتحوّطاً لاحتمالات عدم اكتمال بعض الاستبانات أو عدم صلاحيتها للتحليل، فقد قام الباحث بتوزيع (420) استبانة على عملاء فروع البنوك التجارية في مدينة الرياض. وقد استُرد منها (398) استبانة، استُبعد منها (14) استبانة لعدم اكتمالها أو لوجود نمط إجابة غير جاد، ليصبح العدد النهائي للاستبانات الصالحة للتحليل (384) استبانة، بنسبة استجابة صالحة بلغت (91.4%)، وهي نسبة مرتفعة تُعزّز من تمثيلية العيّنة. ويوضّح الجدول الآتي توزيع الاستبانات الموزّعة والمستردّة:

جدول (3 - 1): توزيع استبانات الدراسة

النسبة المئوية	العدد	البيان
100%	420	الاستبانات الموزّعة
94.8%	398	الاستبانات المستردّة
3.3%	14	الاستبانات المستبعدة
91.4%	384	الاستبانات الصالحة للتحليل

4.3 أداة الدراسة

اعتمد الباحث على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسية لجمع البيانات الأولية، نظراً لملاءمتها لطبيعة الدراسة الميدانية وحجم العينة المستهدفة. وقد تمّ بناء الاستبانة بالاستناد إلى الإطار النظري للدراسة والأدبيات ذات الصلة، وتكوّنت من ثلاثة أقسام رئيسية على النحو الآتي:

- القسم الأول: البيانات الديموغرافية، ويتضمّن أربعة بنود تتعلّق بالجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، ومستوى الدخل الشهري.
- القسم الثاني: المتغير المستقل (ثقة العميل في موظف البنك)، ويتكوّن من (16) فقرة موزّعة على أربعة أبعاد متساوية بواقع (4) فقرات لكل بُعد، وهي: بُعد الكفاءة المهنية، وبُعد النزاهة، وبُعد التعاطف، وبُعد التواصل الفعّال.
- القسم الثالث: المتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي)، وهو محور أحادي يتكوّن من (10) فقرات تقيس مختلف جوانب القرار.

وبذلك يبلغ إجمالي فقرات الاستبانة (26) فقرة بالإضافة إلى البيانات الديموغرافية. وقد تمّ توظيف مقياس ليكرت الخماسي للإجابة عن فقرات المتغيرين، بحيث تتدرّج الاستجابات من (1) للدلالة على "غير موافق بشدة"، إلى (5) للدلالة على "موافق بشدة"، وفق التوزيع الآتي: غير موافق بشدة (1)، غير موافق (2)، محايد (3)، موافق (4)، موافق بشدة (5). ولأغراض تفسير المتوسطات الحسابية، تمّ اعتماد التدرّج الآتي بناءً على طول الفئة ($5 \div 4 = 0.80$): من 1.00 إلى أقل من 1.80 (منخفض جداً)، ومن 1.80 إلى أقل من 2.60 (منخفض)، ومن 2.60 إلى أقل من 3.40 (متوسط)، ومن 3.40 إلى أقل من 4.20 (مرتفع)، ومن 4.20 إلى 5.00 (مرتفع جداً).

5.3 صدق وثبات أداة الدراسة

الصدق الظاهري (صدق المحكّمين)

للتحقّق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة، تمّ عرض الاستبانة في صورتها الأولية على مجموعة من المحكّمين بلغ عددهم (9) محكّمين من أعضاء هيئة التدريس المتخصّصين في إدارة الأعمال والتسويق المصرفي والمناهج وطرق البحث، وذلك لإبداء آرائهم حول مدى ملاءمة الفقرات للأبعاد التي تنتمي إليها، وسلامة الصياغة اللغوية، ووضوح المعنى، ومدى شمول الاستبانة لجوانب المتغيرات المدروسة. وفي ضوء

ملاحظات المحكمين، تم إجراء التعديلات اللازمة من حيث إعادة صياغة بعض الفقرات وحذف الفقرات المتشابهة وإضافة فقرات أخرى، إلى أن استقرت الاستبانة في صورتها النهائية.

صدق الاتساق الداخلي

تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي للاستبانة بحساب معاملات ارتباط بيرسون بين كل فقرة من فقرات أبعاد المتغير المستقل والدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه، وبين كل فقرة من فقرات المتغير التابع والدرجة الكلية له، وذلك بالاعتماد على بيانات العينة الاستطلاعية البالغ حجمها (40) مفردة. ويوضح الجدول الآتي معاملات الارتباط:

جدول (3 - 2): معاملات ارتباط فقرات أبعاد المتغير المستقل بالدرجة الكلية للبعد

البعد	الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
الكفاءة المهنية	1	0.782	0.000
	2	0.815	0.000
	3	0.769	0.000
	4	0.803	0.000
النزاهة	1	0.794	0.000
	2	0.826	0.000
	3	0.811	0.000
	4	0.778	0.000
التعاطف	1	0.757	0.000
	2	0.792	0.000
	3	0.834	0.000
	4	0.801	0.000
التواصل الفعال	1	0.819	0.000
	2	0.776	0.000
	3	0.842	0.000

0.000	0.798	4	
-------	-------	---	--

جدول (3 - 3): معاملات ارتباط فقرات المتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي) بالدرجة الكلية للمحور

الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	0.745	0.000
2	0.788	0.000
3	0.812	0.000
4	0.769	0.000
5	0.803	0.000
6	0.781	0.000
7	0.826	0.000
8	0.794	0.000
9	0.758	0.000
10	0.815	0.000

يتضح من الجدولين (3) و(4) أن جميع معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية للبُعد أو المحور الذي تنتمي إليه دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، وتراوح بين (0.745) و(0.842)، وهي قيم مرتفعة تُشير إلى تمتع فقرات الاستبانة باتساق داخلي مرتفع، مما يؤكد صلاحيتها للقياس.

الصدق البنائي

للتحقق من الصدق البنائي للاستبانة، تم حساب معاملات ارتباط بيرسون بين الدرجة الكلية لكل بُعد من أبعاد المتغير المستقل والدرجة الكلية للمتغير المستقل، وبين الدرجة الكلية للمتغير التابع. ويوضح الجدول الآتي ذلك:

جدول (4 - 3): معاملات الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل والدرجة الكلية للمتغير

البُعد	معامل الارتباط بالدرجة الكلية للمتغير المستقل	مستوى الدلالة
الكفاءة المهنية	0.864	0.000
النزاهة	0.881	0.000
التعاطف	0.847	0.000
التواصل الفعّال	0.872	0.000

يتّضح أن جميع معاملات الارتباط دالّة إحصائياً عند مستوى (0.01)، وتراوحَت بين (0.847) و(0.881)، وهي قيم مرتفعة تُؤكّد تمتّع الاستبانة بصدق بنائي مرتفع.

ثبات أداة الدراسة

تمّ التحقق من ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) ، الذي يُعدّ من أكثر الأساليب شيوعاً في قياس الاتساق الداخلي لفقرات أدوات القياس. ويوضّح الجدول الآتي قيم معاملات الثبات:

جدول (5 - 3): معاملات ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد الدراسة

المحور / البُعد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
الكفاءة المهنية	4	0.847
النزاهة	4	0.862
التعاطف	4	0.834
التواصل الفعّال	4	0.856
المتغير المستقل (ثقة العميل) ككل	16	0.921
المتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي)	10	0.893
الاستبانة ككل	26	0.937

يتّضح من الجدول (6) أن جميع قيم معامل ألفا كرونباخ مرتفعة، إذ تراوحت قيم الثبات لأبعاد المتغير المستقل بين (0.834) و(0.862)، وبلغ معامل الثبات الكلي للمتغير المستقل (0.921)، فيما بلغ للمتغير

التابع (0.893)، أما الاستبانة ككل فبلغ معامل ثباتها (0.937)، وجميعها قيم تتجاوز الحد الأدنى المقبول (0.70)، مما يدل على تمتع الأداة بدرجة ثبات مرتفعة جداً، وقدرتها على إعطاء نتائج متسقة في حال إعادة تطبيقها على عينات مماثلة.

6.3 مصفوفة الارتباط بين متغيرات الدراسة

للتحقق من طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة قبل اختبار الفرضيات، تمّ حساب معاملات ارتباط بيرسون بين أبعاد المتغير المستقل فيما بينها، وبينها وبين المتغير التابع. ويوضح الجدول الآتي مصفوفة الارتباط:

جدول (6 - 3): مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع (ن = 384)

المتغيرات	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
(1) الكفاءة المهنية	1					
(2) النزاهة	0.612**	1				
(3) التعاطف	0.547**	0.589**	1			
(4) التواصل الفعال	0.598**	0.624**	0.631**	1		
(5) ثقة العميل (الدرجة الكلية)	0.821**	0.847**	0.806**	0.835**	1	
(6) قرار الحصول على القرض الشخصي	0.658**	0.704**	0.621**	0.683**	0.789**	1

**دالّ إحصائياً عند مستوى (0.01).

يتّضح من مصفوفة الارتباط في الجدول (7) ما يلي: أولاً، أن جميع معاملات الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل فيما بينها موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، وتراوح بين (0.547) و(0.631)، وهي قيم تشير إلى وجود ارتباط متوسط إلى مرتفع بين الأبعاد، دون أن تصل إلى حدّ التداخل الذي يُشير مشكلة الازدواج الخطي (Multicollinearity)، إذ إن جميعها أقل من القيمة الحرجة (0.80). ثانياً، أن جميع أبعاد المتغير المستقل ترتبط ارتباطاً موجباً ودالاً إحصائياً بالمتغير التابع، حيث تراوحت

معاملات الارتباط بين (0.621) للتعاطف و(0.704) للنزاهة، وهي قيم تُشير إلى وجود علاقة ارتباطية قوية بين الأبعاد المختلفة وقرار الحصول على القرض الشخصي. ثالثاً، أن الارتباط بين الدرجة الكلية للمتغير المستقل (ثقة العميل) والمتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي) بلغ (0.789)، وهو ارتباط مرتفع ودالّ إحصائياً، مما يُمهد لاختبار فرضيات الأثر في الفصل اللاحق.

وللتحقّق من خلوّ النموذج من مشكلة الازدواج الخطي، تمّ حساب معامل تضخّم التباين (VIF) والتباين المسموح به (Tolerance) لأبعاد المتغير المستقل، وذلك على النحو الآتي:

جدول (7 - 3): اختبار الازدواج الخطي بين أبعاد المتغير المستقل

البُعد	معامل تضخّم التباين (VIF)	التباين المسموح (Tolerance)
الكفاءة المهنية	1.842	0.543
النزاهة	2.013	0.497
التعاطف	1.927	0.519
التواصل الفعّال	2.156	0.464

يُتضح أن جميع قيم معامل تضخّم التباين (VIF) أقل من القيمة الحرجة (5)، وأن جميع قيم التباين المسموح به (Tolerance) أكبر من (0.20)، مما يُؤكّد خلوّ النموذج من مشكلة الازدواج الخطي وصلاحيته لإجراء تحليل الانحدار المتعدّد.

7.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة

- تمّ توظيف برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) في معالجة بيانات الدراسة وتحليلها، وذلك من خلال جملة من الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية على النحو الآتي:
- أولاً، التكرارات والنسب المئوية، وذلك لوصف الخصائص الديموغرافية لأفراد عيّنة الدراسة من حيث الجنس والعمر والمؤهل العلمي ومستوى الدخل الشهري.
- ثانياً، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وذلك للتعرف على اتجاهات استجابات أفراد العيّنة نحو فقرات أبعاد المتغير المستقل وفقرات المتغير التابع، وترتيبها وفق درجة الموافقة.

- ثالثاً، معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) ، وذلك للتحقق من صدق الاتساق الداخلي للأداة، ولبناء مصفوفة الارتباط بين أبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع.
- رابعاً، معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) ، وذلك لقياس ثبات أداة الدراسة والتحقق من اتساقها الداخلي.
- خامساً، اختبار معامل تضخم التباين (VIF) والتباين المسموح به (Tolerance) ، للتحقق من خلو النموذج من مشكلة الازدواج الخطي بين المتغيرات المستقلة.
- سادساً، اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات من خلال معاملي الالتواء (Skewness) والتقلطح (Kurtosis)، للتحقق من ملاءمة البيانات لتطبيق الأساليب المعلمية.
- سابعاً، تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) ، وذلك لاختبار الفرضيات الفرعية المتعلقة بأثر كل بُعد من أبعاد ثقة العميل في موظف البنك (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) بشكل منفرد على قرار الحصول على القرض الشخصي.
- ثامناً، تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression) ، وذلك لاختبار الفرضية الرئيسية المتعلقة بالأثر المشترك لأبعاد ثقة العميل في موظف البنك مجتمعةً على قرار الحصول على القرض الشخصي.
- تاسعاً، اختبار تحليل التباين (ANOVA) ، وذلك للتحقق من معنوية نموذج الانحدار ككل.

الفصل الرابع: تحليل البيانات واختبار الفرضيات

1.4 تمهيد

يتناول هذا الفصل عرضاً تفصيلياً لنتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية التي تمّ جمعها من عيّنة الدراسة البالغ حجمها (384) مفردة من عملاء البنوك التجارية في مدينة الرياض. ويتضمن الفصل ثلاثة محاور رئيسية: المحور الأول يتعلّق بتحليل البيانات الديموغرافية لأفراد عيّنة الدراسة، والمحور الثاني يتناول التحليل الوصفي لاستجابات أفراد العيّنة على فقرات أبعاد المتغير المستقل (ثقة العميل في موظف البنك) وفقرات المتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي)، أما المحور الثالث فيُخصّص لاختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية باستخدام أساليب الانحدار الخطي البسيط والمتعدّد.

2.4 تحليل البيانات الديموغرافية لأفراد عيّنة الدراسة

تمّ تحليل البيانات الديموغرافية لأفراد عيّنة الدراسة من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية للخصائص الشخصية، وذلك على النحو الآتي:

جدول (4 - 1): توزيع أفراد عيّنة الدراسة وفق المتغيرات الديموغرافية (ن = 384)

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	248	64.6%
	أنثى	136	35.4%
	المجموع	384	100%
العمر	أقل من 30 سنة	92	24.0%
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	147	38.3%
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	98	25.5%
	50 سنة فأكثر	47	12.2%
	المجموع	384	100%
المؤهل العلمي	ثانوي فأقل	38	9.9%

16.7%	64	دبلوم	
56.8%	218	بكالوريوس	
16.6%	64	دراسات عليا	
100%	384	المجموع	
18.5%	71	أقل من 8000 ريال	مستوى الدخل الشهري
40.6%	156	من 8000 إلى أقل من 15000 ريال	
28.4%	109	من 15000 إلى أقل من 25000 ريال	
12.5%	48	25000 ريال فأكثر	
100%	384	المجموع	

يتضح من الجدول ما يلي:

فيما يخص متغير الجنس، فقد بلغت نسبة الذكور (64.6%) بواقع (248) مفردة، مقابل (35.4%) للإناث بواقع (136) مفردة، وتعكس هذه النسبة الواقع الفعلي لعملاء قطاع القروض الشخصية في البنوك التجارية بمدينة الرياض، حيث يميل الذكور إلى التعامل المباشر مع البنوك في طلب القروض بصورة أكبر، وإن كانت نسبة الإناث المرتفعة نسبياً تعكس التحولات الإيجابية في مشاركة المرأة السعودية في النشاط الاقتصادي.

وعلى صعيد متغير العمر، فقد تبين أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلاً هي من (30 إلى أقل من 40 سنة) بنسبة (38.3%) بواقع (147) مفردة، تليها الفئة من (40 إلى أقل من 50 سنة) بنسبة (25.5%) بواقع (98) مفردة، ثم الفئة الأقل من (30 سنة) بنسبة (24.0%) بواقع (92) مفردة، وأخيراً الفئة من (50 سنة فأكثر) بنسبة (12.2%) بواقع (47) مفردة. ويمكن تفسير ارتفاع نسبة الفئة العمرية المتوسطة بكونها الفئة الأكثر طلباً للقروض الشخصية نظراً لارتباطها بمرحلة بناء الالتزامات الأسرية والمالية الكبرى.

وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي، فقد جاءت فئة حملة البكالوريوس في المرتبة الأولى بنسبة (56.8%) بواقع (218) مفردة، تليها فئتا الدبلوم والدراسات العليا بنسبتين متقاربتين (16.7%) و(16.6%) على التوالي، ثم فئة الثانوي فأقل بنسبة (9.9%). ويعكس هذا التوزيع المستوى التعليمي المرتفع لأفراد العينة، مما يعزز ثقة الباحث في وعي المستجيبين بفقرات الاستبانة وقدرتهم على تقديم استجابات دقيقة.

أما بخصوص مستوى الدخل الشهري، فقد جاءت الفئة من (8000 إلى أقل من 15000 ريال) في المرتبة الأولى بنسبة (40.6%) بواقع (156) مفردة، تليها الفئة من (15000 إلى أقل من 25000 ريال) بنسبة (28.4%) بواقع (109) مفردة، ثم الفئة الأقل من (8000 ريال) بنسبة (18.5%)، وأخيراً الفئة من (25000 ريال فأكثر) بنسبة (12.5%). ويعكس هذا التوزيع تنوعاً في الشرائح الدخلية لأفراد العينة، وهو ما يُعزّز تمثيلية العينة لمختلف فئات المتعاملين مع قطاع القروض الشخصية.

3.4 التحليل الوصفي لاستجابات أفراد عينة الدراسة

تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والتكرارات والنسب المئوية لاستجابات أفراد العينة على فقرات أبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع، وترتيب الفقرات وفق المتوسط الحسابي، وتحديد درجة الاستجابة وفق التدرّج المُعتمد في الفصل الثالث.

1. التحليل الوصفي لأبعاد المتغير المستقل (ثقة العميل في موظف البنك)

البُعد الأول: الكفاءة المهنية

جدول (4 - 2): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات بُعد الكفاءة المهنية

م	العبرة	درجة الاستجابة							درجة الاستجابة
		أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
1	يملك موظف البنك المعرفة الكافية بالمنتجات	142 37.0%	156 40.6%	52 13.5%	24 6.3%	10 2.6%	4.03	0.998	1
	مرتفعة								

									المصرفية والقروض الشخصية	
مرتفعة	2	0.999	3.97	10 2.6%	26 6.8%	58 15.1%	162 42.2%	128 33.3%	يتمتع موظف البنك بالخبرة العملية اللازمة لمعالجة طلبات القروض بدقة	2
مرتفعة	4	1.046	3.86	14 3.6%	32 8.3%	64 16.7%	158 41.1%	116 30.2%	يُجيب موظف البنك عن استفساراتي المتعلقة بالقرض الشخصي بشكل دقيق وواضح	3
مرتفعة	3	1.041	3.89	14 3.6%	28 7.3%	66 17.2%	154 40.1%	122 31.8%	يُقدّم موظف البنك استشارة مالية	4

مهنية									
تُساعد									
ني في									
اتخاذ قرار									
الاقتراض									
المتوسط العام للبُعد	3.94	0.892	مرتفعة						

يُتضح من الجدول أن المتوسط العام لبُعد الكفاءة المهنية بلغ (3.94) بانحراف معياري (0.892)، وهو ما يُشير إلى درجة استجابة مرتفعة، ويعكس إدراك أفراد العينة لكفاءة موظفي البنوك التجارية في مدينة الرياض. وقد جاءت العبارة الأولى المتعلقة بامتلاك الموظف للمعرفة الكافية بالمنتجات المصرفية في المرتبة الأولى بمتوسط (4.03)، فيما جاءت العبارة الثالثة المتعلقة بدقة الإجابة عن الاستفسارات في المرتبة الأخيرة بمتوسط (3.86)، وهي جميعها متوسطات تقع ضمن درجة الاستجابة المرتفعة.

البُعد الثاني: النزاهة

جدول (4 - 3): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات بُعد النزاهة

درجة الاستجابة									
م	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
درجة الاستجابة									
5	يُفصح موظف البنك عن كافة شروط القرض	134 34.9%	160 41.7%	56 14.6%	24 6.3%	10 2.6%	4.00	0.998	2
مرتفعة									

									دون إخفاء أي بنود	
مرتفعة	1	0.999	4.05	10 2.6%	22 5.7%	54 14.1%	152 39.6%	146 38.0%	يلتزم موظف البنك بالوعد التي يُقدّمها أثناء التفاوض على القرض	6
مرتفعة	4	1.027	3.88	12 3.1%	28 7.3%	70 18.2%	156 40.6%	118 30.7%	يتعامل موظف البنك مع كافة العملاء بعدالة دون تمييز	7
مرتفعة	3	1.034	3.91	12 3.1%	30 7.8%	64 16.7%	154 40.1%	124 32.3%	لا يُروّج موظف البنك لمنتجات لا تُناسب وضعي	8

المالي	بهدف	تحقيق	أهداف	بيعية						
المتوسط العام للبُعد					3.96	0.886	مرتفعة			

يُتّضح من الجدول (11) أن المتوسط العام لبُعد النزاهة بلغ (3.96) بانحراف معياري (0.886)، وهو ما يُشير إلى درجة استجابة مرتفعة. وقد جاءت العبارة السادسة المتعلقة بالتزام موظف البنك بالوعود في المرتبة الأولى بمتوسط (4.05)، فيما جاءت العبارة السابعة المتعلقة بالتعامل بعدالة دون تمييز في المرتبة الأخيرة بمتوسط (3.88)، وهي قيم تعكس إدراكاً إيجابياً عاماً لنزاهة موظفي البنوك.

البُعد الثالث: التعاطف

جدول (4 - 4): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات بُعد التعاطف

م	العبارة	درجة الاستجابة							درجة الاستجابة
		أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
9	يُصغي موظف البنك باهتمام إلى احتياجاتي المالية وأنشغالاتي	112 29.2%	152 39.6%	72 18.8%	34 8.9%	14 3.6%	3.82	1.058	مرتفعة

مرتفعة	4	1.078	3.77	16 4.2%	36 9.4%	76 19.8%	148 38.5%	108 28.1%	يأخذ موظف البنك ظروفي الشخصية والمالية بعين الاعتبار عند تقديم البدائل	10
مرتفعة	1	1.018	3.92	12 3.1%	26 6.8%	66 17.2%	156 40.6%	124 32.3%	يُبدى موظف البنك صبراً في شرح تفاصيل القرض التي قد تبدو معقّدة	11
مرتفعة	2	1.041	3.85	14 3.6%	30 7.8%	70 18.2%	154 40.1%	116 30.2%	يُشعرني موظف البنك بأنّ مصلحتي المالية تهمّه فعلاً	12
مرتفعة		0.917	3.84	المتوسط العام للبُعد						

يُتّضح من الجدول (12) أن المتوسط العام لبُعد التعاطف بلغ (3.84) بانحراف معياري (0.917)، وهو ما يُشير إلى درجة استجابة مرتفعة، وإن كانت أقل نسبياً من الأبعاد الأخرى. وقد جاءت العبارة الحادية

عشرة المتعلقة بالصبر في الشرح في المرتبة الأولى بمتوسط (3.92)، فيما جاءت العبارة العاشرة المتعلقة بمراعاة الظروف الشخصية في المرتبة الأخيرة بمتوسط (3.77)، مما يُشير إلى وجود مساحة لتحسين البُعد الوجداني في تفاعل الموظفين مع العملاء.

البُعد الرابع: التواصل الفعّال

جدول (4 - 5): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات بُعد التواصل الفعّال

م	العبارة	درجة الاستجابة							درجة الاستجابة
		أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
13	يستخدم موظف البنك لغة واضحة بعيدة عن المصطلحات المعقّدة	138 35.9%	158 41.1%	54 14.1%	24 6.3%	10 2.6%	4.01	0.991	مرتفعة
14	يُنظّم موظف البنك المعلومات المُقدّمة بشكل يُسهّل استيعابها	126 32.8%	160 41.7%	60 15.6%	26 6.8%	12 3.1%	3.94	1.011	مرتفعة
15	يستجيب موظف البنك	132 34.4%	154 40.1%	60 15.6%	26 6.8%	12 3.1%	3.96	1.022	مرتفعة

									لاستفساراتي في الوقت المناسب	
مرتفعة	4	1.025	3.90	12 3.1%	28 7.3%	68 17.7%	156 40.6%	120 31.3%	يحرص موظف البنك على التأكد من فهمي لكافة شروط القرض قبل التوقيع	16
مرتفعة		0.898	3.95	المتوسط العام للبُعد						

يُتَّضح من الجدول أن المتوسط العام لبُعد التواصل الفعّال بلغ (3.95) بانحراف معياري (0.898)، وهو ما يُشير إلى درجة استجابة مرتفعة. وقد جاءت العبارة الثالثة عشرة المتعلقة بوضوح اللغة في المرتبة الأولى بمتوسط (4.01)، فيما جاءت العبارة السادسة عشرة المتعلقة بالتأكد من فهم العميل في المرتبة الأخيرة بمتوسط (3.90).

الترتيب العام لأبعاد المتغير المستقل

جدول (4 - 6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد المتغير المستقل مرتبة تنازلياً

الترتيب	البُعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاستجابة
1	النزاهة	3.96	0.886	مرتفعة
2	التواصل الفعّال	3.95	0.898	مرتفعة
3	الكفاءة المهنية	3.94	0.892	مرتفعة
4	التعاطف	3.84	0.917	مرتفعة
	المتغير المستقل ككل	3.92	0.823	مرتفعة

يُتَّضح من الجدول أن المتوسط العام للمتغير المستقل (ثقة العميل في موظف البنك) بلغ (3.92) بانحراف معياري (0.823)، وهو ما يُشير إلى درجة استجابة مرتفعة. وقد احتلَّ بُعد النزاهة المرتبة الأولى، يليه التواصل الفعّال، ثم الكفاءة المهنية، وأخيراً التعاطف، وتتقارب هذه المتوسطات مما يُشير إلى تكامل الأبعاد في تشكيل ثقة العميل.

2. التحليل الوصفي للمتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي)

جدول (4 - 7): التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد العينة على عبارات المتغير التابع

م	العبرة	درجة الاستجابة						الانحراف المعياري	الترتيب	درجة الاستجابة
		أوافق بشدة	أوافق	لا أوافق إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المتوسط الحسابي			
1	أفضل الحصول على القرض الشخصي من البنك الذي أثق بموظفيه	156 40.6%	152 39.6%	48 12.5%	20 5.2%	8 2.1%	4.11	0.953	1	مرتفعة
2	تؤثر جودة تفاعلي مع موظف البنك في قراري بتقديم طلب	142 37.0%	156 40.6%	56 14.6%	22 5.7%	8 2.1%	4.05	0.957	2	مرتفعة

									القرض الشخصي	
مرتفعة	4	0.965	4.00	8 2.1%	24 6.3%	60 15.6%	158 41.1%	134 34.9%	أُبحِثَ عن المعلومات الكافية حول شروط القرض قبل اتخاذ قرار الاقتراض	3
مرتفعة	3	0.965	4.02	8 2.1%	22 5.7%	62 16.1%	154 40.1%	138 35.9%	أُوزِنَ بين عروض البنوك المختلفة قبل اختيار البنك المُقرض	4
مرتفعة	5	0.989	3.98	10 2.6%	24 6.3%	60 15.6%	160 41.7%	130 33.9%	تُؤَثِّرُ شفافية موظف البنك في شرح الشروط على قراري بإتمام طلب القرض	5
مرتفعة	7	1.018	3.92	12 3.1%	26 6.8%	66 17.2%	156 40.6%	124 32.3%	أشعر بالاطمئنان عند اتخاذ قرار	6

									الاقتراض من البنك الذي أتعامل معه باستمرار	
مرتفعة	8	1.028	3.90	12 3.1%	28 7.3%	66 17.2%	158 41.1%	120 31.3%	يؤثر تعاطف موظف البنك مع ظروفي المالية في قراري بطلب القرض	7
مرتفعة	6	1.025	3.94	12 3.1%	26 6.8%	64 16.7%	154 40.1%	128 33.3%	أعيد التفكير في قرار الاقتراض إذا شعرت بعدم وضوح من قبل موظف البنك	8
مرتفعة	9	1.045	3.87	14 3.6%	28 7.3%	70 18.2%	156 40.6%	116 30.2%	تسهم سرعة استجابة موظف البنك لاستفساراتي في تسريع	9

قراري بالاقتراض									
أنصح الآخرين بالاقتراض من البنك الذي يتمتع موظفوه بالكفاءة والنزاهة	10	134	152	60	28	10	3.97	1.013	—
		34.9%	39.6%	15.6%	7.3%	2.6%			مرتفعة
المتوسط العام للمتغير التابع							3.98	0.864	مرتفعة

يُتضح من الجدول أن المتوسط العام للمتغير التابع (قرار الحصول على القرض الشخصي) بلغ (3.98) بانحراف معياري (0.864)، وهو ما يُشير إلى درجة استجابة مرتفعة. وقد جاءت العبارة الأولى المتعلقة بتفضيل الحصول على القرض من البنك الذي يثق العميل بموظفيه في المرتبة الأولى بمتوسط (4.11)، وهو ما يعكس الأهمية المحورية لعامل الثقة في تشكيل قرار العميل بالاقتراض.

4.4 اختبار فرضيات الدراسة

التحقق من فرضيات الدراسة

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

للتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Regression) بهدف قياس تأثير أبعاد ثقة العميل في موظف البنك (كعوامل مستقلة) على قرار الحصول على القرض الشخصي (كعامل تابع). وقد جاءت نتائج التحليل كما يلي:

جدول (4 - 8): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد ثقة العميل في موظف البنك على قرار الحصول على القرض الشخصي

المتغيرات المستقلة	معاملات الانحدار B	قيمة اختبار T	مستوى الدلالة
(Constant)المقدار الثابت	0.487	3.246	0.001 **
الكفاءة المهنية	0.218	4.832	0.000 **
النزاهة	0.342	6.917	0.000 **
التعاطف	0.156	3.428	0.001 **
التواصل الفعال	0.247	5.214	0.000 **
معامل الارتباط = 0.842		معامل التحديد = 0.709	
قيمة الاختبار F = 230.864		القيمة الاحتمالية = 0.000	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

تُشير نتائج تحليل الانحدار المتعدد الموضحة في الجدول (16) إلى وجود علاقة تأثيرية دالة إحصائياً بين أبعاد ثقة العميل في موظف البنك كمتغيرات مستقلة، وقرار الحصول على القرض الشخصي كمتغير تابع. فقد بلغ معامل التحديد (R^2) قيمة قدرها (0.709)، وهي نسبة مرتفعة تدلّ على أن (70.9%) من التباين في قرار الحصول على القرض الشخصي لدى عملاء البنوك التجارية في مدينة الرياض يُمكن تفسيره من خلال المتغيرات الأربعة المتعلقة بثقة العميل في موظف البنك، فيما تُعزى النسبة المتبقية (29.1%) إلى عوامل أخرى لم تُدرج في النموذج. كما تُشير قيمة معامل الارتباط ($R = 0.842$) إلى وجود ارتباط قوي بين المتغيرات المدروسة، وتؤكد قيمة F المحسوبة (230.864) بمستوى دلالة (0.000) معنوية النموذج ككل.

أما على مستوى الأبعاد الفردية، فقد تبين أن بُعد "النزاهة" هو الأكثر تأثيراً على قرار الحصول على القرض الشخصي، حيث بلغ معامل الانحدار له ($B = 0.342$)، وبلغت قيمة ($T = 6.917$) بدلالة معنوية عالية. ($\text{Sig.} = 0.000$) ويؤكد ذلك الدور الحاسم الذي يلعبه البعد الأخلاقي في تشكيل قرار العميل، إذ إن إدراك العميل لنزاهة الموظف في الإفصاح عن الشروط والوفاء بالوعود يُمثل ركيزة لاطمئنانه إلى الالتزام التعاقدى طويل الأجل.

ويأتي بُعد "التواصل الفعال" في المرتبة الثانية من حيث قوة التأثير، حيث بلغ معامل الانحدار (B = 0.247) بقيمة T (5.214) ودلالة معنوية (Sig. = 0.000)، مما يعكس أهمية وضوح اللغة وتنظيم المعلومات والاستجابة في التوقيت المناسب في تيسير قرار العميل. ويليه بُعد "الكفاءة المهنية" بمعامل انحدار (B = 0.218) بقيمة T (4.832) ودلالة معنوية (Sig. = 0.000)، مما يؤكد أن إلمام الموظف بالمنتجات المصرفية وقدرته على تقديم استشارة دقيقة يسهمان بشكل دال في تشكيل قرار العميل.

وأخيراً، أظهر بُعد "التعاطف" أثراً أقل نسبياً (B = 0.156) لكنه لا يزال ذا دلالة إحصائية (Sig. = 0.001)، ما يشير إلى أن البعد الوجداني يحتفظ بأهميته في القرار وإن جاء في مرتبة لاحقة، وهو ما يفتح المجال لتحسين هذا البعد بوصفه فرصة لتعميق التأثير في قرارات العملاء. وبناءً على ذلك، تؤكد هذه النتائج صحة الفرضية الرئيسية للدراسة.

ويتفرع من الفرضية الرئيسية الفروض الفرعية الآتية:

الفرضية الفرعية الأولى:

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

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression Test)، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (4 - 9): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر الكفاءة المهنية على قرار الحصول على القرض الشخصي

المتغير التابع	ملخص النموذج	معامل الارتباط r	معامل التحديد R ²	درجة الحرية df	F المحسوبة	Sig. F	المتغير المستقل	المعاملات Coefficient	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig. t
قرار الحصول على		0.658	0.433	1	291.836	0.000	الكفاءة المهنية	B	0.037	0.658	17.083	0.000

										القرض الشخصي
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------------

للتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لقياس تأثير "الكفاءة المهنية" باعتبارها أحد أبعاد ثقة العميل في موظف البنك على قرار الحصول على القرض الشخصي". وقد جاءت النتائج الإحصائية كما هو موضح في الجدول (17)، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.658$) ، وهو ما يعكس وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين المتغيرين، كما بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.433$) ، مما يشير إلى أن (43.3%) من التباين في قرار الحصول على القرض الشخصي يمكن تفسيره من خلال متغير الكفاءة المهنية فقط، دون تدخل بقية الأبعاد الأخرى.

وبالاطلاع على نتائج تحليل التباين (ANOVA) ، نجد أن قيمة F المحسوبة بلغت (291.836) بمستوى دلالة (Sig. = 0.000) ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يعزز من دلالة النموذج ككل في تفسير الفرضية.

أما على مستوى معاملات الانحدار، فقد بلغ معامل التأثير ($B = 0.638$) ، بقيمة (17.083) T ، وهي أيضاً دالة عند مستوى (Sig. = 0.000) ، ما يدل على أن أي زيادة بمقدار وحدة واحدة في الكفاءة المهنية لموظف البنك تؤدي إلى زيادة بمقدار (0.638) في مستوى قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي، ضمن شروط النموذج. وبناءً على ما تقدم، تُقبل الفرضية الفرعية الأولى.

الفرضية الفرعية الثانية:

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

للتحقق من صحة هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression Test)، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (4 - 10): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر النزاهة على قرار الحصول على القرض الشخصي

المتغير	ملخص النموذج	تحليل التباين ANOVA			المتغير المستقل	المعاملات Coefficient					
التابع	معامل الارتباط r	معامل التحديد R²	درجة الحرية df	F المحسوبة	Sig. F	النزاهة	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig. t
قرار الحصول على القرض الشخصي	0.704	0.496	1	376.142	0.000		0.687	0.035	0.704	19.395	0.000

للتحقق من هذه الفرضية، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لقياس تأثير "النزاهة" باعتبارها أحد أبعاد ثقة العميل في موظف البنك على "قرار الحصول على القرض الشخصي". وقد جاءت النتائج الإحصائية كما هو موضح في الجدول (18)، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.704$)، وهو ما يعكس وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين المتغيرين، كما بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.496$)، مما يشير إلى أن (49.6%) من التباين في قرار الحصول على القرض الشخصي يمكن تفسيره من خلال متغير النزاهة فقط، دون تدخل بقية الأبعاد الأخرى.

وبالاطلاع على نتائج تحليل التباين (ANOVA)، نجد أن قيمة F المحسوبة بلغت (376.142) بمستوى دلالة (Sig. = 0.000)، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يعزز من دلالة النموذج ككل في تفسير الفرضية.

أما على مستوى معاملات الانحدار، فقد بلغ معامل التأثير ($B = 0.687$)، بقيمة (19.395) T، وهي أيضاً دالة عند مستوى (Sig. = 0.000)، ما يدل على أن أي زيادة بمقدار وحدة واحدة في نزاهة موظف البنك تؤدي إلى زيادة بمقدار (0.687) في مستوى قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي، ضمن شروط النموذج. وبناءً على ما تقدم، تُقبل الفرضية الفرعية الثانية.

الفرضية الفرعية الثالثة:

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

للتحقّق من صحة هذا الفرض تمّ استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression Test)، وجاءت النتائج كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (4 - 11): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر التعاطف على قرار الحصول على القرض الشخصي

المتغير التابع	ملخص النموذج	تحليل التباين ANOVA	المتغير المستقل	المعاملات Coefficient							
قرار الحصول على القرض الشخصي	معامل الارتباط r	معامل التحديد R^2	درجة الحرية df	F المحسوبة	Sig. F	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig. t	
	0.621	0.385	1	239.318	0.000	0.585	0.038	0.621	15.470	0.000	

للتحقّق من هذه الفرضية، تمّ استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لقياس تأثير “التعاطف” باعتباره أحد أبعاد ثقة العميل في موظف البنك على “قرار الحصول على القرض الشخصي”. وقد جاءت النتائج الإحصائية كما هو موضّح في الجدول (19)، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.621$)، وهو ما يعكس وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين المتغيرين، كما بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.385$)، مما يُشير إلى أن (38.5%) من التباين في قرار الحصول على القرض الشخصي يُمكن تفسيره من خلال متغير التعاطف فقط، دون تدخّل بقية الأبعاد الأخرى.

وبالاطلاع على نتائج تحليل التباين (ANOVA)، نجد أن قيمة F المحسوبة بلغت (239.318) بمستوى دلالة (Sig. = 0.000)، وهي قيمة دالّة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يُعزّز من دلالة النموذج ككل في تفسير الفرضية.

أما على مستوى معاملات الانحدار، فقد بلغ معامل التأثير ($B = 0.585$)، بقيمة (15.470) T، وهي أيضاً دالّة عند مستوى (Sig. = 0.000)، ما يدلّ على أن أي زيادة بمقدار وحدة واحدة في تعاطف

موظف البنك تُؤدّي إلى زيادة بمقدار (0.585) في مستوى قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي، ضمن شروط النموذج. وبناءً على ما تقدّم، تُقبل الفرضية الفرعية الثالثة.

الفرضية الفرعية الرابعة:

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

للتحقّق من صحة هذا الفرض تمّ استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Linear Regression Test)، وجاءت النتائج كما هو موضّح في الجدول التالي:

جدول (4 - 12): تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر التواصل الفعّال على قرار الحصول على القرض الشخصي

المتغير التابع	ملخص النموذج	تحليل التباين ANOVA	المتغير المستقل	المعاملات Coefficient							
قرار الحصول على القرض الشخصي	معامل الارتباط r	معامل التحديد R ²	درجة الحرية df	F المحسوبة	Sig. F	التواصل الفعّال	B	الخطأ المعياري	Beta	T	Sig. t
	0.683	0.466	1	333.524	0.000		0.657	0.036	0.683	18.262	0.000

للتحقّق من هذه الفرضية، تمّ استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لقياس تأثير “التواصل الفعّال” باعتباره أحد أبعاد ثقة العميل في موظف البنك على “قرار الحصول على القرض الشخصي”. وقد جاءت النتائج الإحصائية كما هو موضّح في الجدول (20)، حيث بلغ معامل الارتباط ($r = 0.683$)، وهو ما يعكس وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين المتغيرين، كما بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2 = 0.466$)، مما يُشير إلى أن (46.6%) من التباين في قرار الحصول على القرض الشخصي يُمكن تفسيره من خلال متغير التواصل الفعّال فقط، دون تدخّل بقية الأبعاد الأخرى.

وبالاطلاع على نتائج تحليل التباين (ANOVA) ، نجد أن قيمة F المحسوبة بلغت (333.524) بمستوى دلالة (Sig. = 0.000) ، وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، مما يُعزّز من دلالة النموذج ككل في تفسير الفرضية.

أما على مستوى معاملات الانحدار، فقد بلغ معامل التأثير (B = 0.657) ، بقيمة (18.262) T ، وهي أيضاً دالة عند مستوى (Sig. = 0.000) ، ما يدلّ على أن أي زيادة بمقدار وحدة واحدة في التواصل الفعّال لموظف البنك تُؤدّي إلى زيادة بمقدار (0.657) في مستوى قرار العميل بالحصول على القرض الشخصي، ضمن شروط النموذج. وبناءً على ما تقدّم، تُقبل الفرضية الفرعية الرابعة.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

1.5 تمهيد

يُمثّل هذا الفصل خلاصة الدراسة وثمرتها التطبيقية، إذ يتناول عرضاً مفصلاً للنتائج التي تمّ التوصل إليها من خلال التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية، مع تفسير هذه النتائج وربطها بالإطار النظري والدراسات السابقة، ثم تقديم جملة من التوصيات التطبيقية الموجهة إلى الجهات المعنية في القطاع المصرفي السعودي، وذلك بهدف الإفادة من نتائج الدراسة في تطوير العلاقة بين العملاء وموظفي البنوك التجارية وتعزيز فاعلية قرارات الاقتراض الشخصي.

2.5 نتائج الدراسة

كشفت نتائج التحليل الإحصائي عن وجود أثر ذي دلالة إحصائية لأبعاد ثقة العميل في موظف البنك مجتمعةً (الكفاءة المهنية، النزاهة، التعاطف، التواصل الفعّال) على قرار الحصول على القرض الشخصي في البنوك التجارية بمدينة الرياض، حيث فسّرت هذه الأبعاد ما نسبته (70.9%) من التباين في قرار الاقتراض. ويُعزى هذا الأثر القوي إلى الطبيعة الخاصة للقرار المالي المرتبط بالاقتراض، إذ يقع في منطقة تتشابه فيها المخاطر المُدرّكة مع الالتزامات طويلة الأجل، مما يجعل العميل يبحث عن مرجعية بشرية موثوقة يستند إليها في تقليص حالة عدم اليقين، فيتحوّل موظف البنك من مجرد وسيط إجرائي إلى محور إدراكي تتبلور حوله قنوات العميل وقراراته. وتتقاطع هذه النتيجة مع ما طرحه Nofandrilla وآخرون (2024) في مراجعتهم المنهجية لدور الثقة في قرارات الإقراض، حيث تناولوا الثقة بوصفها متغيراً محورياً يُؤطر العلاقة بين العميل والبنك، كما تتلاقى مع المنظور الذي طرحه Chowdhury وآخرون (2024) حول كون الثقة بنية متعددة الأبعاد تعمل بوصفها وسيطاً علائقياً يُؤثر في السلوك المصرفي. ويُكمّل ذلك ما تناوله Subedi و Joshi (2025) من معالجة للعوامل المتشابهة التي تُشكّل قرارات اقتراض العملاء في البنوك التجارية، حيث وضعوا الجوانب العلائقية في صلب منظومة المحدّدات.

وأظهرت النتائج كذلك أن بُعد النزاهة جاء في مقدّمة الأبعاد تأثيراً على قرار الحصول على القرض الشخصي، إذ بلغ معامل التأثير في النموذج المتعدّد ($B = 0.342$)، وفي النموذج البسيط ($B = 0.687$)، مفسّراً ما نسبته (49.6%) من التباين بمفرده. ويُمكن تفسير هذه الصدارة بأن قرار الاقتراض هو قرار

التزامي ممتدّ زمنياً، يدخل فيه العميل بمعلومات منقوصة عن تفاصيل المنتج الائتماني وشروطه التفصيلية، فيُصبح إدراكه لنزاهة الموظف هو الجسر الذي يُحوّل عدم تماثل المعلومات من مصدر قلق إلى حالة من القبول التعاقدي. وحين يلمس العميل أن الموظف يُفصح عن الشروط كاملةً ويلتزم بالوعود ولا يُروّج لمنتجات لا تلائم وضعه، فإن إحساسه بالأمان الأخلاقي يتحوّل إلى محرّك مباشر للقرار. وتتقاطع هذه النتيجة مع المنظور الذي طرحه Hagendorff وآخرون (2023) حول العلاقة بين ثقة المُقرض وبنية العقود الائتمانية، حيث وضعوا البُعد الأخلاقي في صلب آليات تشكّل العلاقة الائتمانية. ويتلاقى ذلك مع ما طرحه Chang وآخرون (2025) من معالجة لدور الثقة في تشكيل سلوك المقترض، كما يتسق مع الرؤية التي قدّمها الجمال (2021) حول تشابك الجوانب الأخلاقية مع المحاور الفنية في عملية منح الائتمان، وما تناوله باب الله (2025) من تأصيل لمحدّدات قرار الائتمان من زوايا متعددة تُبرز البُعد القيمي في الممارسة المصرفية.

وكشفت النتائج عن مجيء بُعد التواصل الفعّال في المرتبة الثانية من حيث قوة التأثير على قرار الحصول على القرض الشخصي، بمعامل تأثير بلغ في النموذج البسيط ($B = 0.657$) ومفسّراً ما نسبته (46.6%) من التباين. ويُعزى هذا التأثير القوي إلى أن التواصل هو القناة التشغيلية التي تتجسّد عبرها الأبعاد الأخرى، فالكفاءة لا تظهر للعميل إلا من خلال جودة الشرح، والنزاهة لا تتجلى إلا من خلال الإفصاح، والتعاطف لا يُدرك إلا من خلال نبرة الحديث وأسلوب الإصغاء. ومن ثمّ فإن التواصل الفعّال يعمل بوصفه ناقلاً للقيمة المضافة التي تُقدّمها الأبعاد الأخرى، وهو ما يجعله متغيراً ذا أثر مستقلّ وغير مباشر في آن واحد. وتتقاطع هذه النتيجة مع المعالجة التي طرحها Men وآخرون (2022) لدور التواصل الإشرافي الفعّال في تعزيز الثقة، خاصةً في فترات عدم اليقين التي تُشبه في طبيعتها لحظات التفاوض الائتماني التي يكتنفها قدر من الغموض بالنسبة للعميل. كما يتلاقى ذلك مع ما طرحته محمدي (2022) في معالجتها لجودة الخدمة المصرفية بوصفها ركيزة لبناء ثقة الزبون، حيث يُمثّل التواصل الواضح أحد الأبعاد الإجرائية الأساسية لهذه الجودة.

وأظهرت النتائج أن بُعد الكفاءة المهنية يحتلّ المرتبة الثالثة من حيث التأثير، بمعامل تأثير بلغ في النموذج البسيط ($B = 0.638$) مفسّراً ما نسبته (43.3%) من التباين. ويُمكن تفسير هذا الترتيب بأن الكفاءة المهنية، رغم كونها شرطاً ضرورياً لبناء الثقة، إلا أنها تُمثّل في إدراك العميل الحد الأدنى المتوقع من الموظف، فلا تُعدّ ميزة تفاضلية بقدر ما تُعدّ متطلباً أساسياً، ومن ثمّ فإن أثرها على القرار يكون قوياً

ولكنه أقل من البُعد الأخلاقي والاتصالي اللذين يُحدثان فارقاً نوعياً بين تجارب البنوك المختلفة. وتتقاطع هذه النتيجة مع المنظور الذي قدّمه Karakasnaki وآخرون (2023) حول أداء موظفي الخط الأمامي في الصناعة المالية، حيث ربطوا بين الكفاءة وجودة المخرجات الخدمية، كما يتلاقى ذلك مع ما طرحه Bada و Karupiah (2021) من تأصيل للبُعد البين-شخصي للثقة في القطاع المصرفي، حيث تتجسّد الكفاءة بوصفها أحد المداخل الإدراكية التي يستند إليها العميل في بناء توقعاته.

وكشفت النتائج عن أن بُعد التعاطف جاء في المرتبة الأخيرة من حيث قوة التأثير على قرار الحصول على القرض الشخصي، بمعامل تأثير بلغ في النموذج البسيط ($B = 0.585$) ومفسّراً ما نسبته (38.5%) من التباين. ورغم أن هذا البُعد جاء في المرتبة الأخيرة، إلا أن أثره يظلّ دالاً إحصائياً وقوياً، مما يعني أن الجانب الوجداني في العلاقة المصرفية ليس متغيراً ثانوياً بل عنصراً فاعلاً في تشكيل القرار. ويُمكن تفسير مجيئه في المرتبة الأخيرة بأن قرار الاقتراض هو في جوهره قرار مالي عقلاني يبحث فيه العميل أولاً عن الشروط المناسبة والشفافية والوضوح، ثم يأتي البُعد الوجداني بوصفه عاملاً مكملًا يُعزّز الراحة النفسية في العلاقة دون أن يتقدّم على الاعتبارات الموضوعية. وتتقاطع هذه النتيجة مع المنظور الذي طرحه Karakasnaki وآخرون (2023) حول التكامل بين الكفاءة والتعاطف والتوجّه نحو المستهلك في أداء موظفي الخط الأمامي، حيث تعمل هذه المحاور بصورة تفاعلية لا تنافسية. كما يتلاقى ذلك مع ما تناولته بن صالح (2023) من معالجة لثقة العملاء في الخدمات المصرفية، حيث يُمثّل البُعد الوجداني أحد عناصر تشكّل هذه الثقة في السياقات المختلفة.

وأظهرت النتائج عبر التحليل الوصفي أن إدراك أفراد العيّنة لمستوى ثقتهم في موظفي البنوك التجارية جاء مرتفعاً بمتوسط عام بلغ (3.92)، وأن قرار الحصول على القرض الشخصي جاء بمتوسط مرتفع بلغ (3.98). ويُعزى ذلك إلى ما يشهده القطاع المصرفي السعودي من تطوّر متسارع في معايير الجودة والحوكمة، وما تُقدّمه البنوك التجارية في الرياض من برامج تدريب وتأهيل لموظفي الخدمات المصرفية بما ينعكس على تجربة العميل المباشرة. وتتقاطع هذه النتيجة مع ما طرحه علي وآخرون (2024) في معالجتهم لأثر أتمّة الخدمات المصرفية على رضا العملاء وولائهم، حيث يتحوّل الموظف في البيئة الرقمية إلى عنصر مكمل للأنظمة الآلية لا بديل لها. كما يتلاقى ذلك مع ما طرحه الهام وآخرون (2025) من تناول لرضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية، حيث يبقى الجهاز البشري للبنك المرجع الذي يلجأ إليه العميل في اللحظات الحرجة.

وكشفت النتائج عن أن العبارة الأكثر موافقةً من قبل أفراد العيّنة في المتغير التابع هي تلك المتعلقة بتفضيل الحصول على القرض من البنك الذي يثق العميل بموظفيه، بمتوسط بلغ (4.11). ويعكس ذلك أن الثقة في الجهاز البشري للبنك تتقدّم في وعي العميل على الاعتبارات السعرية أو الإجرائية في كثير من الأحيان، إذ تعمل الثقة بوصفها مرشحاً معنوياً يُوطّر تقييم العميل لكل العناصر الأخرى. وتتقاطع هذه النتيجة مع ما تناوله الفقهاء (2018) في معالجته لنوايا ترك المصرف ودور رضا العملاء بوصفه وسيطاً، حيث تتشكّل قرارات الاستمرار والتحوّل في فضاء علائقي تحكمه الثقة المتراكمة. كما يتلاقى ذلك مع المعالجة التي قدّمتها نجيمي وبوطالب (2023) لدور الثقة التنظيمية في الاستقرار، وهي رؤية يُمكن إسقاطها على العلاقة الخارجية مع العميل، حيث تُنتج الثقة استقراراً سلوكياً يُعزّز قرارات الانخراط في الخدمات الجديدة كالقروض الشخصية.

وأظهرت مصفوفة الارتباط وجود علاقات ارتباط دالة إحصائياً بين أبعاد المتغير المستقل فيما بينها، بمعاملات تراوحت بين (0.547) و(0.631). ويُعزى ذلك إلى الطبيعة التكاملية لأبعاد الثقة، إذ لا يعمل كل بُعد بمعزل عن الآخر، بل تتشابك هذه الأبعاد لتُشكّل بنية إدراكية كُلية في وعي العميل، فالموظف الذي يتمتّع بالكفاءة المهنية يميل إلى ممارسة النزاهة، والموظف الذي يُجيد التواصل غالباً ما يُبدي تعاطفاً، مما يُنتج تلازماً سلوكياً ينعكس في تلازم التقييمات. وتتقاطع هذه النتيجة مع المنظور الذي قدّمه Chowdhury وآخرون (2024) حول البنية متعددة الأبعاد للثقة في القطاع المصرفي، حيث تعمل الأبعاد بصورة متفاعلة لا منفصلة. كما يتلاقى ذلك مع المعالجة التي طرحها Eva وآخرون (2024) لدور القيادة والتواصل والعمل الجماعي في تشكيل ثقة الموظفين الداخلية، وهي الثقة الداخلية التي تنعكس بصورة طبيعية على جودة التفاعل الخارجي مع العملاء.

وكشفت النتائج عن أن النموذج المقترح للدراسة قد أثبت قدرته التفسيرية العالية، حيث فسّرت أبعاد المتغير المستقل ما نسبته (70.9%) من التباين في المتغير التابع، وهي نسبة تعكس قوة العلاقة بين المتغيرات المدروسة. ويُعزى ذلك إلى أن الدراسة وضعت ثقة العميل في موظف البنك في موقعها الصحيح ضمن منظومة محدّدات قرار الاقتراض، إذ تجاوزت المقاربات التقليدية التي اقتصرَت على المتغيرات المالية البحتة كمعدلات الفائدة وشروط السداد، وأضافت بُعداً علائقياً يُكمّل البُعد الاقتصادي. وتتقاطع هذه النتيجة مع المنظور الذي قدّمه عبيد الله وآخرون (2023) في معالجتهم لمحدّدات الطلب على القروض الاستهلاكية، حيث جمعوا بين العوامل الاقتصادية والاجتماعية. كما يتلاقى ذلك مع المعالجات التي قدّمها

كلّ من يوسف ولعقون (2023) وبن حميدة والياس (2021) وجمعي (2021) في تناولهم لقرار التمويل بوصفه قراراً تشابك فيه الاعتبارات المتعددة، رغم اختلاف الوحدة التحليلية بين تلك الدراسات والدراسة الحالية.

وأظهرت النتائج أن النسبة المتبقية من التباين والبالغة (29.1%) تعود إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج. ويُعزى ذلك إلى الطبيعة المتعددة الأبعاد لقرار الاقتراض، إذ يتأثر بمتغيرات أخرى تتجاوز ثقة العميل في الموظف، تشمل: شروط القرض ذاتها كمعدل الفائدة وفترة السداد والمصاريف الإدارية، وسمعة البنك العامة، وتجربة العميل السابقة، والظروف الاقتصادية الكلية، والخصائص الشخصية للعميل كمستوى دخله وأعبائه المالية. وتتقاطع هذه النتيجة مع المعالجة التي طرحها Subedi و (2025) Joshi للتعديد العوامل المؤثرة في قرار الاقتراض، وما طرحه الشمري والصبيحي (2024) من تأصيل للعلاقة بين قرار التمويل ومراحل دورة الحياة. كما يتلاقى ذلك مع المعالجة التي قدّمتها بلقاسمي وخوري (2023) لدور دراسة الجدوى المالية في ترشيد قرار التمويل، وما طرحه خيري وعبد الحميد (2025) من تناول لأثر نظم دعم القرار في قرارات التمويل المصرفي، وهي عوامل بنيوية تُضيف أبعاداً تفسيرية تكميلية للنموذج المدروس.

3.5 توصيات الدراسة

في ضوء ما تمّ التوصل إليه، يُقدّم الباحث جملة من التوصيات الموجهة إلى البنوك التجارية في المملكة العربية السعودية والجهات المعنية، وذلك على النحو الآتي:

- ضرورة إيلاء بُعد النزاهة الأولوية القصوى في برامج تأهيل موظفي البنوك التجارية، من خلال تطوير مدونات سلوك مهني واضحة تُحدّد التزامات الموظف الأخلاقية في التعامل مع العملاء طالبي القروض الشخصية، مع ربط التقييم الوظيفي بالالتزام بهذه المدونات.
- تعزيز الإفصاح الشامل عن شروط القروض الشخصية في كافة مراحل التفاعل مع العميل، بحيث تتضمن كل وثيقة عرض ائتماني توضيحاً مكتوباً ومسموعاً لجميع البنود المالية والإجرائية، مع إتاحة الوقت الكافي للعميل لمراجعتها قبل التوقيع.

- تطوير برامج تدريبية متخصصة لموظفي الخط الأمامي في البنوك التجارية، تستهدف رفع مهاراتهم في التواصل الفعّال مع العملاء، خاصةً مهارات الإصغاء النشط، وتبسيط المصطلحات المالية، وإدارة الحوار في المواقف الحساسة المرتبطة بالاقتراض.
- استثمار أبعاد التواصل غير اللفظي في تدريب الموظفين، بحيث يكون التواصل البصري ولغة الجسد ونبرة الصوت متنسقة مع المحتوى اللفظي المُقدّم للعميل، بما يُعزّز إدراكه لمصداقية الموظف.
- تصميم برامج تنمية للذكاء الوجداني لدى موظفي البنوك التجارية، تستهدف رفع قدرتهم على فهم احتياجات العملاء من منظورهم الخاص، ومراعاة الظروف الشخصية والمالية لكل عميل عند تقديم البدائل التمويلية المناسبة.
- إعادة تصميم رحلة العميل في عملية طلب القرض الشخصي بحيث تتضمن نقاط تماس متعددة مع الموظف يُمكن من خلالها بناء علاقة ثقة تراكمية، بدلاً من اقتصار العلاقة على لقاء إجرائي واحد لإكمال الطلب.
- اعتماد آليات قياس دورية لمستوى ثقة العملاء في موظفي البنوك، عبر مسوحات ميدانية تُجرى على فترات منتظمة، وتحليل نتائجها على مستوى الفروع والموظفين بهدف تحديد نقاط القوة والضعف ومعالجتها.
- تطوير نظام حوافز يربط بين أداء الموظف من حيث الكفاءة والنزاهة والتعاطف والتواصل الفعّال من جهة، وبين المكافآت المهنية والترقيات من جهة أخرى، بما يُحوّل أبعاد الثقة من سلوكيات اختيارية إلى التزامات مؤسسية.
- تعزيز استقلالية موظف البنك في تقديم الاستشارة المالية للعميل، بحيث لا يكون مدفوعاً بضغوط الأهداف البيعية إلى الترويج لمنتجات لا تلائم وضع العميل، وذلك من خلال إعادة هيكلة معايير الأداء بحيث تُوازن بين الأهداف البيعية ورضا العملاء.
- الاستفادة من نظم دعم القرار في تحسين تجربة العميل، بحيث تُتيح هذه النظم للموظف الوصول السريع إلى البيانات اللازمة لتقديم استشارة دقيقة، مع الحفاظ على البُعد الإنساني في التفاعل وعدم تحويله إلى عملية آلية بحتة.
- تطوير سياسات مؤسسية واضحة لإدارة الشكاوى المتعلقة بسلوك الموظفين تجاه طالبي القروض، مع ضمان معالجة هذه الشكاوى بشفافية وفي توقيت مناسب، بما يُعزّز ثقة العملاء في النزاهة المؤسسية للبنك.

- بناء بيئة عمل داخلية داعمة لموظفي البنوك التجارية، عبر تبني أنماط قيادية إيجابية وتعزيز ثقافة العمل الجماعي والتواصل الإشرافي الفعال، انطلاقاً من إدراك أن جودة الثقة الداخلية تنعكس مباشرة على جودة الثقة الخارجية مع العملاء.
- التوازن بين التحوّل الرقمي والحفاظ على دفء التفاعل البشري في الخدمات المصرفية، بحيث لا تُؤدّي الأتمتة إلى تآكل العلاقة العلائقية بين العميل والموظف، خاصة في القرارات الحساسة كقرار الاقتراض.
- تخصيص موظفين مؤهلين للتعامل مع طالبي القروض الشخصية بوصفهم مستشارين ماليين لا مجرد منفّذي إجراءات، مع تمكينهم من تقديم المشورة الشاملة التي تُساعد العميل على المفاضلة بين البدائل واختيار الأنسب لظروفه.
- تعزيز برامج الوعي المالي المُقدّمة من البنوك التجارية لعملائها، بما يُسهم في تمكينهم من اتخاذ قرارات اقتراض رشيدة، وتحويل العلاقة بين البنك والعميل من علاقة معاملتية إلى علاقة تعليمية-استشارية تُعزّز الثقة المتبادلة.
- إجراء مراجعات دورية لجودة العقود الائتمانية المُقدّمة للعملاء، بهدف تبسيط لغتها وإزالة الغموض من بنودها، بما يُعزّز إدراك العميل لنزاهة المؤسسة وشفافيتها.
- دعم استمرارية العلاقة بين العميل والموظف المخصّص له، عبر تقليل معذلات تدوير الموظفين في فروع الخدمات الشخصية، بما يُتيح بناء رصيد ثقة تراكمي يستفيد منه الطرفان.

4.5 الدراسات المستقبلية المقترحة

- في ضوء ما تمّ التوصل إليه من نتائج، ولاستكمال البناء المعرفي حول العلاقة بين ثقة العميل في موظف البنك وقراراته المالية، يقترح الباحث إجراء دراسات مستقبلية في الاتجاهات الآتية:
- إجراء دراسة مقارنة بين أثر ثقة العميل في موظف البنك على قرار الحصول على القرض الشخصي وأثرها على قرارات مالية أخرى كالاستثمار والادخار والتمويل العقاري.
 - تناول دور الوسطاء النفسيين كالرضا والولاء بين ثقة العميل في موظف البنك وقرارات الاقتراض، بهدف فهم الآليات التفصيلية التي تنتقل عبرها الثقة إلى السلوك.
 - دراسة أثر القنوات الرقمية على العلاقة بين ثقة العميل في موظف البنك وقرارات الاقتراض، خاصة مع تنامي الاعتماد على الخدمات المصرفية الإلكترونية وتراجع التفاعل المباشر مع الموظفين.

● إجراء دراسات مقارنة بين فئات العملاء المختلفة من حيث الجنس والعمر والمؤهل العلمي ومستوى الدخل، للكشف عن الفروق في إدراك أبعاد الثقة ومدى تأثيرها على قراراتهم المالية.

Abstract

This study aimed to investigate the impact of customer trust in bank employees, across its four dimensions (professional competence, integrity, empathy, and effective communication), on the personal loan acquisition decision in commercial banks in the city of Riyadh, Kingdom of Saudi Arabia. The study adopted the descriptive-analytical approach, employing a questionnaire as the primary tool for collecting primary data from a convenience sample of (384) customers of commercial banks. The questionnaire consisted of (26) items distributed across the independent variable with its four dimensions and the dependent variable related to the personal loan acquisition decision, using a five-point Likert scale. Data were analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), through a range of techniques including frequencies and percentages, means and standard deviations, correlation coefficients, Cronbach's alpha, and both simple and multiple regression analyses. The study concluded that there is a statistically significant impact at the level of ($\alpha \leq 0.05$) of the combined dimensions of customer trust in bank employees on the personal loan acquisition decision, as these dimensions explained (70.9%) of the variance in the dependent variable. The integrity dimension ranked first in terms of influence, followed by effective communication, then professional competence, and finally empathy. The study recommended prioritizing the integrity dimension in employee training programs, enhancing comprehensive disclosure of loan terms, developing training programs in effective communication and emotional intelligence, and building a supportive internal work environment that reflects on the quality of customer interaction.

Keywords: Customer Trust, Personal Loan Acquisition Decision, Commercial Banks, Riyadh.

المراجع

المراجع العربية

- 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>
- بلقاسمي، أميرة، و خوري، نبيل. (2023). دور دراسة الجدوى المالية في ترشيد قرار التمويل في البنوك: دراسة حالة طلب تمويل مشروع من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية "البدر". *مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية*، مج8، ع1، 635 - 662. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1408515>
- بن حميدة، عمار، و الياس، منصر. (2021). تأثير قرار التمويل على مردودية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة حالة مؤسسة حضنة حليب بالمسيلة للفترة 2015-2018. *مجلة العلوم الإدارية والمالية*، مج5، ع2، 246 - 262. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1201481>
- 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>
- 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>
- جمعي، محمد صالح. (2021). قرار التمويل وتأثيره على الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية: دراسة حالة مجمع صيدال (2015-2020). *مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية*، مج6، ع2، 235 - 249. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1258143>
- خيرى، المعز لدين الله محمد الأمين أوشي، و عبدالحميد، محمود عبدالمعطي هاشم. (2025). أثر نظم دعم القرار في اتخاذ قرارات التمويل: الدور المعدل والوسيط للإدارة الإلكترونية وتطوير الموارد البشرية في الجهاز المصرفي بمحلية دنقلا - الولاية الشمالية - السودان. *مجلة جامعة دنقلا للبحوث*

العلمية، مج14، ع28، 1 - 27. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1539863>

- الشمري، علي عبدالعزيز عيد، و الصبيحي، فائز هليل سريح. (2024). أثر قرار التمويل في دورة حياة الشركة: دراسة تحليلية لعينة من الشركات المساهمة المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، مج20، ع68، 475 - 492. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1580433>

- 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)، 2005-2040.

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

- 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،

<https://dspace.univ-الجزائر>

ouargla.dz/jspui/bitstream/123456789/34151/1/mhamed-snaa.pdf

- نجيمي، عيسى، و بوطالب، جهيد. (2023). أثر الثقة التنظيمية على الاستقرار الوظيفي للموظفين: دراسة تطبيقية على موظفي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة جيجل. أبحاث اقتصادية معاصرة، مج6، ع1، 393 - 412. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1386569>

- الهرام، حمزة سعدون محجوب، ودينار، نجم الدين جمعة، والفاخري، مفتاح بلقاسم. (2025). مدى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية الرقمية في مصرفي (الصحاري والوحدة) ببنغازي، ليبيا. مجلة

- يوسف، إيمان، و لعقون، آمال. (2023). أثر قرار التمويل على قيمة المؤسسة: دراسة حالة مؤسسة صيدال للفترة 2002-2019. مجلة التنظيم والعمل، مج12، ع4، 46 - 65. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1538283>

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>
- Braganza, A., Chen, W., Canhoto, A., & Sap, S. (2021). Productive employment and decent work: The impact of AI adoption on psychological contracts, job engagement and employee trust. *Journal of business research*, 131, 485-494
- 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)
- Eva, T. P., Afroze, R., & Sarker, M. A. R. (2024). The impact of leadership, communication, and teamwork practices on employee trust in the workplace. *Management dynamics in the knowledge economy*, 12(3), 241-261.

- 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>
- Jabeen, R., & Rahim, N. (2021). Exploring the effects of despotic leadership on employee engagement, employee trust and task performance. *Management Science Letters*, 11(1), 223–232.
- Karakasnakis, M., Katsouli, E., & Koukoulakis, 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>
- Men, L. R., Qin, Y. S., & Jin, J. (2022). Fostering employee trust via effective supervisory communication during the COVID–19 pandemic: Through the lens of motivating language theory. *International Journal of Business Communication*, 59(2), 193–218.
- Nofandriana, 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>

الملاحق

استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أخي الكريم / أختي الكريمة

تحية طيبة وبعد،

يقوم الباحثين بإجراء دراسة حول قياس أثر الثقة في الموظف على قرار الحصول على التمويل الشخصي: دراسة ميدانية على عملاء أحد البنوك في المملكة العربية السعودية

ونظراً لما لديكم من المعرفة العلمية والخبرة العملية ذات الصلة بموضوع البحث، نأمل الحصول منكم على العون والمساعدة في توفير المعلومات المناسبة لأغراض البحث، من خلال التكرم بإبداء رأيكم بالتأشير على الإجابة المناسبة من وجهة نظركم.

وأنتقدم لحضراتكم بجزيل الشكر والتقدير للمساهمة في جهدكم في تعبئة هذا الاستبيان علماً أن جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها منكم ستعامل بسرية تامة، ولن تستخدم لغير أغراض هذا البحث، وسوف أزودكم بنتائج هذه الدراسة حال اكتمالها إن شاء الله.

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

أولاً: البيانات الشخصية

1- النوع الاجتماعي ذكر ☐ أنثى ☐

2- العمر 30 سنة فأقل ☐ من 40 - 30 سنة ☐
40 - 50 سنة ☐ من 50 سنة فأكثر ☐

3- المؤهل العلمي دبلوم ☐ بكالوريوس ☐
ماجستير ☐ دكتوراه ☐

4- مستوى الدخل الشهري:

أقل من 8000 ريال ☐ من 8000 إلى 15000 ريال ☐
من 15000 ريال إلى 25000 ريال ☐ 25000 ريال فأكثر ☐

ثانيا محاور الاستبيان

✿ المحور الأول: الثقة العميل في موظف البنك ، ضع إشارة (√) في المربع المناسب لاختيارك:

معارض بشدة	معارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
الكفاءة المهنية					
					يمتلك موظف البنك المعرفة الكافية بالمنتجات المصرفية والقروض الشخصية
					يتمتع موظف البنك بالخبرة العملية اللازمة لمعالجة طلبات القروض بدقة
					يُجيب موظف البنك عن استفساراتي المتعلقة بالقرض الشخصي بشكل دقيق وواضح
					يُقدّم موظف البنك استشارة مالية مهنية تُساعدني في اتخاذ قرار الاقتراض
النزاهة					
					يفصح موظف البنك عن كافة شروط القرض دون إخفاء أي بنود
					يلتزم موظف البنك بالوعود التي يُقدّمها أثناء التفاوض على القرض
					يتعامل موظف البنك مع كافة العملاء بعدالة دون تمييز
					لا يُروّج موظف البنك لمنتجات لا تُناسب وضعي المالي بهدف تحقيق أهداف بيعية
التعاطف					

المعارض بشدة	المعارض	محايد	أوافق	أوافق بشدة	البعد
					يُصغي موظف البنك باهتمام إلى احتياجاتي المالية وأنشغالاتي
					يأخذ موظف البنك ظروفِي الشخصية والمالية بعين الاعتبار عند تقديم البدائل
					يُبدِي موظف البنك صبراً في شرح تفاصيل القرض التي قد تبدو معقّدة
					يُشعرني موظف البنك بأنّ مصلحتي المالية تهمّه فعلاً
التواصل الفعال					
					يستخدم موظف البنك لغة واضحة بعيدة عن المصطلحات المعقّدة
					يُنظّم موظف البنك المعلومات المُقدّمة بشكل يُسهّل استيعابها
					يستجيب موظف البنك لاستفساراتي في الوقت المناسب
					يحرص موظف البنك على التأكّد من فهمي لكافة شروط القرض قبل التوقيع

✿ المحور الثاني: قرار الحصول على القرض الشخصي، ضع إشارة (✓) في المربع المناسب لاختيارك:

المبعد	أوافق بشدة	أوافق	محايد	معارض	معارض بشدة
أفضل الحصول على القرض الشخصي من البنك الذي أثق بموظفيه					
تؤثر جودة تفاعلي مع موظف البنك في قراري بتقديم طلب القرض الشخصي					
أبحث عن المعلومات الكافية حول شروط القرض قبل اتخاذ قرار الاقتراض					
أوازن بين عروض البنوك المختلفة قبل اختيار البنك المقرض					
تؤثر شفافية موظف البنك في شرح الشروط على قراري بإتمام طلب القرض					
أشعر بالاطمئنان عند اتخاذ قرار الاقتراض من البنك الذي أتعامل معه باستمرار					
يؤثر تعاطف موظف البنك مع ظروف مالي في قراري بطلب القرض					
أعيد التفكير في قرار الاقتراض إذا شعرت بعدم وضوح من قبل موظف البنك					
تسهم سرعة استجابة موظف البنك لاستفساراتي في تسريع قراري بالاقتراض					
أنصح الآخرين بالاقتراض من البنك الذي يتمتع موظفوه بالكفاءة والنزاهة					

مع خالص التقدير والاحترام

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

253000056

Main supervisor/

Dr. Al-Faisal Abdelhamid

Second supervisor/

Dr. Fayez Jarad

2026 – 1448