



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي الطور الثاني

الميدان : علوم اقتصادية ، علوم التسيير وعلوم التجارية

الشعبة : العلوم الاقتصادية

التخصص : مالية وبنوك

بعنوان :

دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية

دراسة ميدانية لوكالتي بنك BEA وبنك BDL - تقرت -

خلال الثلاثي الأول من 2016

من إعداد الطالب:

حجاج ضرار

نوقشت وأجيزت بتاريخ 2016/05/22

أمام اللجنة المكونة من :

الدكتور: أمير عزاوي..... (أستاذ محاضر جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

الدكتور: السايح بوزيد..... (أستاذ محاضر جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا

الأستاذ: نصر ضو..... (أستاذ مساعد أ- جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

الموسم الجامعي: 2016/2015

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى الذي قال عز و جل فيهما "وقل رببي ارحمهما كما ربياني صغيرا"

إلى نبع الحنان و حضن الأمان، إلى أمي الغالية- أطال الله في عمرها-

إلى الذي كان لي السند الأول و الأخير للوصول إلى ما أذا فيه الآن. أبي - أطال الله في عمره-

إلى بصيتي و سروري أخواتي "هاجر، آمال، وفيدة، خلود، آية الرحمن و نور اليقين"

إلى جميع الأعمام و الأخوال.

إلى جميع العمّات و الخالات.

إلى جميع الزملاء و الأصدقاء.

إلى دفعة ثانية ماستر مالية و بنوك.

و إلى كل من تجمعني بهم مودة و محبة.

إلى كل من ساعدني طيلة إنجاز هذه الدراسة.

إلى من ذكرهم قلبي و نسيم قلمي.

إلى كل هؤلاء اهدي ثمرة جهدي.

ضـرار....

شكر و تقدير

أشكر الله العليّ القدير الذي يسر لنا إتمام هذا العمل المتواضع، فلك الحمد حتى ترضى و لك الحمد بعد الرضا.

وبعد...

أتقدم بخالص الشكر و التقدير و العرفان بالجميل للأستاذ الفاضل * السايح بوزيد * وذلك على قبوله الإشراف على هذه الدراسة، فقد كان نعم الموجه و نعم المرشد، فله مني عظيم الشكر والتقدير.

كما أشكر جميع الأساتذة الذين ساهموا و لو بإرشادهم في إنجاز هذا العمل.

كما لا أنسى موظفي البنك الخارجي الجزائري و بنك التنمية المحلية بتقربهم

و في الأخير نشكر كل من ساعدنا في إتمام هذا العمل من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة.

الملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة الدور الذي تلعبه جودة الخدمات المصرفية في زيادة وتعزيز القدرة التنافسية للبنوك التجارية، وعليه قمنا بتقديم إطار نظري يحدد مختلف الجوانب المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية باعتبارها الدافع الأساسي لتطوير وزيادة القدرة التنافسية للبنوك، تمت الدراسة في كل من وكالة البنك الخارجي الجزائري ووكالة بنك التنمية المحلية بمدينة تقرت، حيث اعتمدت دراستنا على استبيان تضمن أسئلة متعلقة بمحورين يصبان في فكرة فرضيات الدراسة، وقد تم توزيعه على مستوى عينة شملت عملاء الوكالات البنكيتين بتقرت، وقد اعتمدنا في تحليل بيانات الاستبيان على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS 19)، وفي الأخير توصلنا إلى أنه يتم تقييم جودة الخدمات المصرفية بناء على معايير، وتم بعد ذلك تحديد أكثر أبعاد الجودة تقييما من قبل العملاء، ودراسة علاقة الارتباط بين جودة الخدمات المصرفية والقدرة التنافسية .

الكلمات المفتاحية:

جودة، خدمة مصرفية، قدرة تنافسية، أبعاد جودة الخدمة المصرفية.

Abstract :

The study aimed to find out the role played by the quality of banking services in increasing and enhancing the competitiveness of commercial banks. Therefore, the theoretical framework presented defines the various aspects related to the quality of banking services as the main impetus for the development and the increase of the competitiveness of banks, whereas the practical framework is a questionnaire related to the hypotheses of the study, it has been distributed to a sample of customers and to bank agencies clients in Touggourt. Besides, Statistical Package for Social Sciences was adopt in data analysis. At last, we reach the quality assessment of banking services is based on standards, moreover, the quality dimensions rated by customers, and the correlation between the quality of banking services and competitiveness.

Keywords:

Quality of services, Banking, Competitiveness, Quality dimensions of banking service.

قائمة المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
I	الإهداء.....
II	الشكر.....
III	الملخص.....
IV	قائمة المحتويات.....
V	قائمة الجداول.....
VI	قائمة الأشكال.....
VII	قائمة الملاحق.....
أ	المقدمة.....
	الفصل الأول: جودة الخدمات المصرفية والقدرة التنافسية للبنوك.....
03	المبحث الأول: جودة الخدمات المصرفية كعامل لزيادة القدرة التنافسية.....
15	المبحث الثاني: الدراسات السابقة.....
	الفصل الثاني: دراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري و بنك التنمية المحلية بتقورت....
22	المبحث الأول: المنهجية و الأدوات المستعملة في الدراسة.....
26	المبحث الثاني: تحليل النتائج و مناقشتها.....
58	الخاتمة.....
63	قائمة المصادر والمراجع.....
67	الملاحق.....
76	الفهرس.....

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
11	القدرات الكلية التي تتشكل منها القدرة التنافسية	الجدول رقم (01-02)
22	عدد الاستبيانات الموزعة على عينة العملاء لكلا الوكالتين	الجدول رقم (02-01)
25	درجات الموافقة حسب مقياس ليكرت الخماسي	الجدول رقم (02-02)
25	تقسيمات مقياس ليكرت	الجدول رقم (02-03)
26	صدق الاستمارة الخاصة بعملاء الوكالتين بالنسبة للمتغير المستقل	الجدول رقم (02-04)
26	صدق الاستمارة الخاصة بعملاء الوكالتين بالنسبة للمتغير التابع	الجدول رقم (02-05)
27	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	الجدول رقم (02-06)
28	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر	الجدول رقم (02-07)
29	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي	الجدول رقم (02-08)
30	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة	الجدول رقم (02-09)
31	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	الجدول رقم (02-10)
32	تحليل عينة الزبائن لمؤشر الملموسية	الجدول رقم (02-11)
33	تحليل عينة الزبائن لمؤشر الاعتمادية	الجدول رقم (02-12)
34	تحليل عينة الزبائن لمؤشر الاستجابة	الجدول رقم (02-13)
35	تحليل عينة الزبائن لمؤشر الأمان	الجدول رقم (02-14)
36	تحليل عينة الزبائن لمؤشر التعاطف	الجدول رقم (02-15)
37	تحليل عينة الزبائن لمؤشر القدرة التنافسية	الجدول رقم (02-16)
38	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	الجدول رقم (02-17)
39	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر	الجدول رقم (02-18)
40	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي	الجدول رقم (02-19)
41	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة	الجدول رقم (02-20)
42	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	الجدول رقم (02-21)
43	تحليل عينة الزبائن لمؤشر الملموسية	الجدول رقم (02-22)
44	تحليل عينة الزبائن لمؤشر الاعتمادية	الجدول رقم (02-23)
45	تحليل عينة الزبائن لمؤشر الاستجابة	الجدول رقم (02-24)
46	تحليل عينة الزبائن لمؤشر الأمان	الجدول رقم (02-25)
47	تحليل عينة الزبائن لمؤشر التعاطف	الجدول رقم (02-26)

48	تحليل عينة الزبائن لمؤشر القدرة التنافسية	الجدول رقم (27-02)
49	درجة موافقة العملاء لأبعاد جودة الخدمات المصرفية لكلا الوكالتين	الجدول رقم (28-02)
50	نتائج الارتباط الخطي لبنك BEA	الجدول رقم (29-02)
51	نتائج الارتباط الخطي لبنك BDL	الجدول رقم (30-02)
52	متوسط و الانحراف المعياري لأبعاد جودة الخدمات المصرفية	الجدول رقم (31-02)

قائمة الأشكال البيانية

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
8	الأبعاد الخمسة لجودة الخدمات	الشكل رقم (01-01)
27	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	الشكل رقم (01-02)
28	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر	الشكل رقم (02-02)
29	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي	الشكل رقم (03-02)
30	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة	الشكل رقم (04-02)
31	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	الشكل رقم (05-02)
38	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	الشكل رقم (06-02)
39	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر	الشكل رقم (07-02)
40	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي	الشكل رقم (08-02)
41	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة	الشكل رقم (09-02)
42	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	الشكل رقم (010-02)

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
67	استبيان موجه لعملاء الوكالتين	الملحق رقم (01-02)
70	نتائج تحليل البيانات لوكالة BEA	الملحق رقم (02-02)
72	نتائج تحليل البيانات لوكالة BDL	الملحق رقم (03-02)

المقدمة

أ توطئة:

تعد الخدمات المصرفية من الاتجاهات الحديثة في الفكر الإداري التي نالت اهتماما كبيرا من قبل العديد من الاقتصاديين في هذا المجال، كما تزايد الاهتمام بها خلال العقود الأخيرة نظرا للتغيرات المستمرة في بيئة النشاط المصرفي، وتزايد حدة المنافسة في السوق وإدراك البنوك لأهمية دراسة وإشباع حاجات ومطالب العملاء كعامل حاسم للبقاء في السوق.

إن دخول البنوك الأجنبية والخاصة سيزيد بلا شك من حدة المنافسة والضغط في مجال الخدمة المصرفية على البنوك الوطنية خصوصا، حيث ستجد نفسها مدعوة لتحسين وتطوير الخدمة المصرفية والتعامل بطريقة جديدة، من خلال التحسين المستمر للخدمات التي تقوم بتقديمها والعمل على إشباع احتياجات العملاء من الخدمات المصرفية ورفع جودة الخدمة وتقليل التكلفة الأمر الذي يساهم في زيادة القدرة التنافسية للبنك، لذلك ركزت البنوك على هدف جودة الخدمة المصرفية باعتبارها السلاح التنافسي الأكثر فعالية لتحقيق البنك مزايا تنافسية.

ب إشكالية البحث:

في ضوء ما سبق يمكن تحديد الإشكالية الرئيسية للبحث التي تعبر عن علاقة جودة الخدمات المصرفية بالقدرة التنافسية للبنوك التجارية "إلى أي مدى يمكن لجودة الخدمات المصرفية أن تزيد من القدرة التنافسية للبنوك التجارية؟"

والتي نحاول الإجابة عليها من خلال التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي الأبعاد الأكثر تقييما لجودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك؟
- هل توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المصرفية والميزة التنافسية؟
- ما هو مستوى درجة الجودة الذي تقدمها البنوك؟

ت- فرضيات البحث:

من اجل الإجابة على التساؤلات انطلقنا من الفرضيات التالية:

✓ بعد الأمان هو أكثر الأبعاد تقييما بين العملاء؛

- ✓ توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المصرفية والقدرة التنافسية؛
- ✓ تقدم الوكالات عينة الدراسة خدماتها بدرجة ممتازة من الجودة.

ث- مبررات اختيار الموضوع:

- تزايد اهتمام إدارات البنوك والمؤسسات المالية بتحسين جودة الخدمات المقدمة، نظرا لاحتدام المنافسة؛
- محاولة معرفة الدور الذي تلعبه الجودة في تقديم الخدمة في تعزيز القدرة التنافسية بشكل عام في البنوك؛
- محاولة التعرف على واقع جودة الخدمات المصرفية في الوكالات عينة الدراسة.

ج- أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك، من وجهة نظر المستفيدين منها، وذلك بهدف تطوير هذه الخدمات المصرفية والعمل على إرضاء الزبائن في المصارف الجزائرية، وضمن هذا السياق فإن الدراسة تهدف إلى ما يلي:

- ✓ إظهار مدى تبني البنوك لمفاهيم جودة الخدمات المصرفية؛
- ✓ التعرف على مختلف التأثيرات التي تنتج عن التوجهات الحديثة للخدمة المصرفية في كل من البنك والخدمة في حد ذاتها؛
- ✓ قياس مستوى رضا العملاء فيما يتعلق بجودة الخدمات المقدمة؛
- ✓ التعرف بالقدرة التنافسية للبنوك وطريقة اكتسابها في السوق المصرفي؛
- ✓ التعرف على الخدمات التي يقدمها البنكين عينة الدراسة.

ح- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية بحثنا فيما يلي:

- ✓ الدعوة من خلال هذا البحث إلى ضرورة دراسة الأسلوب الإداري الحديث المتمثل في إدارة الجودة وبيان صورة نظرية وعملية توطر العلاقة بين إدارة الجودة وتعزيز القدرة التنافسية بما يحقق الأداء المتميز؛

✓ ستوفر هذه الدراسة البيانات اللازمة للتعرف على نقاط الضعف والقوة في جودة الخدمات المقدمة في الوكالات عينة الدراسة؛

✓ إن العمل على تطبيق توصيات الدراسة سينعكس إيجابيا على مستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل البنك وبالتالي سيتمتع عملاء البنك بخدمات مصرفية متميزة.

خ- حدود الدراسة:

لكل دراسة علمية أو نظرية حدود مكانية و زمنية وكذا حدود بشرية حيث تمثلت الحدود المكانية في المؤسسة عينة الدراسة والحدود الزمانية فتمثل الفترة الزمنية التي طبقت فيها الدراسة و هي كما يلي:

الحدود المكانية: تمت على مستوى وكالة البنك الخارجي الجزائري BEA ووكالة بنك التنمية المحلية BDL بمدينة تڤرت.

الحدود الزمانية: تمت في الفصل الثاني من الموسم الجامعي 2015-2016.

الحدود البشرية: تمثلة في عينة من عملاء البنكين.

د- المنهج المتبع:

حيث تقتضي كل دراسة إتباع منهج معين للوصول إلى معرفة علمية حقيقية يمكن الاعتماد عليها أو تعميقها، فالمنهج يجب أن يتجانس ويتوافق مع موضوع الدراسة لذلك تم إتباع في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وهذا من خلال استخلاص الجزء النظري من أهم الدراسات والأطروحات والكتب و المقالات العلمية وغيرها ، أما في الجزء التطبيقي فلقد إتبعنا منهج دراسة حالة، من خلال إسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي وذلك بالاعتماد على بعض الأساليب الإحصائية مستخدمين في ذلك الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS وأدوات التحليل الإحصائية في عرض وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية.

ذ- صعوبات الدراسة:

✓ صعوبات متعلقة باستقصاء العملاء؛

✓ اتساع الموضوع وخاصة فيما يتعلق بجودة الخدمات المصرفية.

ر - مرجعية الدراسة:

حيث تم الاعتماد على عدة مراجع باللغة العربية والأجنبية تمثلت في الكتب والمجلات ورسائل الماجستير والماجستير و الدكتوراه و الملتقيات.

ز - هيكل الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية ومناقشة صحة الفرضيات، قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين (نظري وتطبيقي) ، إذ تضمن كل فصل مباحث و كل مبحث تضمن مطالب.

تناولنا في الفصل النظري: الإطار النظري لجودة الخدمات المصرفية والقدرة التنافسية للبنوك فكان المبحث الأول منه بعنوان جودة الخدمات المصرفية كعامل لزيادة لقدرة التنافسية، والمبحث الثاني بعنوان الدراسات السابقة.

أما في الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية لوكالة البنك الخارجي الجزائري ووكالة بنك التنمية المحلية بتقوت، فكان المبحث الأول بعنوان المنهجية والأدوات المستخدمة في الدراسة ،والمبحث الثانية منه بعنوان عرض النتائج ومناقشتها.

الفصل الأول: جودة الخدمات المصرفية والقدرة التنافسية للبنوك

تمهيد:

تعتبر الخدمات المصرفية التي تعتمد على الجودة العالية في تقديمها شيئاً أساسياً وجوهرياً للمنافسة والبقاء في البيئة المصرفية المعاصرة، لذلك تسعى البنوك التجارية لتقديم أفضل الخدمات المصرفية لعملائها لضمان وفاء ثقة العميل باستمرار باعتباره أساس البنك واعتمادها على أساليب مميزة في تسويق خدماتها المتطورة بهدف تعزيز القدرة التنافسية.

في هذا الفصل سنحاول التطرق في المبحث الأول على جودة الخدمات المصرفية كعامل لزيادة القدرة التنافسية، انطلاقاً من مفهوم الخدمة المصرفية، أنواعها، وخصائصها إلى ماهية جودة الخدمة المصرفية من حيث تعريفها وأبعادها، وطرق قياسها، وفي الأخير التطرق إلى القدرة التنافسية في البنك من خلال التعرف على مفهوم القدرة التنافسية للبنوك ومداخل تطويرها، أما المبحث الثاني سنقوم بعرض بعض الدراسات السابقة والتعليق عليها.

المبحث الأول : جودة الخدمات المصرفية كعامل لزيادة القدرة التنافسية

احتلت جودة الخدمات المصرفية مكانة وأهمية كبيرة في مجال تقديم الخدمات المصرفية، مما أدى إلى حدة المنافسة بين البنوك التجارية وسعي البنوك إلى تقديم أفضل الخدمات المصرفية المميزة لكسب رضا العميل و التفوق على المنافسين.

المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات المصرفية

سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف الخدمة المصرفية، أنواعها وخصائصها:

الفرع الأول: مفهوم الخدمة المصرفية:

إن مفهوم الخدمات المصرفية لا يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمات بصورة عامة، وتمثل الخدمات المصرفية والمالية مجموعة الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها وترتبط هذه الخدمات بالوظائف الأساسية للبنوك وهي الإيداع والائتمان و خدمات الاستثمار، فالخدمات المصرفية عديدة ومتنوعة وهناك من يقسمها إلى الخدمات المصرفية التقليدية و الخدمات المصرفية المستحدثة¹ وخدمات متعلقة بإدارة الأموال والاستثمار والأوراق المالية.

كما تعرف على أنها مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن من العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المؤسسة والتي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظها و قيمتها النفعية، والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدر الأرباح من خلال العلاقة بين الطرفين.²

الفرع الثاني: أنواع الخدمات المصرفية:

إن اختلاف حجم المؤسسات المصرفية وطبيعة عملها، اقتضى تقديم خدمات مصرفية معينة إلى السوق المصرفية وفقا لإمكانياتها وقدرتها لتلبية حاجات ورغبات العملاء الحاليين والمرتقبين، مما أدى إلى إنتاج أنواع متعددة من الخدمات أهمها:

¹ الدسوقي حامد أبو زيد، إدارة البنوك، دار الثقافة العربية ، القاهرة، 1998، ص 104.

² تيسير العجاردة، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر و التوزيع،الأردن ، 2005 ،ص05.

1- قبول الودائع:

وتتمثل في مختلف الحسابات والودائع التي تترك لدى البنوك وهي:

- الودائع الجارية (الحسابات الجارية أو حسابات تحت الطلب)؛
- الودائع الادخارية: وهي الودائع لأجل محدد، وودائع التوفير، وشهادات الإيداع.

2- تقديم التسهيلات الائتمانية:

وتتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل، بالإضافة إلى خطابات الضمان وفتح الاعتمادات المستندية.

3- الخدمات البنكية التقليدية:

وهي كل الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية يومياً لزيائنها مقابل حصولها على عمولات مثل:

- صرف الشيكات المسحوبة على البنك بالعملة المحلية و الأجنبي؛
- تحصيل الشيكات لصالح زبائن البنك؛
- إجراء جميع عمليات التحويلات وفقاً لأوامر الزبائن بالداخل والخارج؛
- إصدار الشيكات للزبائن؛
- فتح الحسابات بالعملة المحلية والأجنبية؛
- إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع الزبائن.

4- الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية:

وتتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية، إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن، المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية، خدمات الهندسة المالية، خدمات أمناء الاستثمار لصالح الزبائن، تقديم الاستشارات المالية، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء.¹

¹ بريس عبد القادر، التحرير المصرفي و متطلبات تطوير الخدمات المصرفية الجزائرية، رسالة دكتوراه، منشورة، جامعة الجزائر، 2006 ص 235. 236.

5- الخدمات المصرفية الحديثة:

لقد تعددت أشكال تقييم الخدمات المصرفية الحديثة وذلك بالاعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآلي ونظم التحويل الإلكتروني للأموال والخدمات المصرفية عن بعد والخدمات المصرفية عن طريق الإنترنت أو ما يسمى بالبنوك الإلكترونية.

الفرع الثالث: خصائص الخدمات المصرفية:

يمكن تلخيص أهم خصائص الخدمات المصرفية كما يلي:

1. **عدم الملموسية:** فالخدمات ليست أشياء مادية، لذا فإننا لا نستطيع رؤيتها أو لمسها مثل السلع؛
2. **نقص التماثل الخاص:**¹ أن الخدمات المقدمة للعملاء تتشابه كثيرا لذا يجب على المؤسسة المصرفية أن تجد طريقة لإيجاد التوافق، وترسخ ذلك في ذاكرة العملاء؛
3. **التلازم:** يعني أن الإنتاج والاستهلاك للخدمة المصرفية متزامنان، حيث أن الاهتمام الرئيسي لرجل التسويق هو خلق المنفعة الزمانية والمكانية أي توفير الخدمة الملائمة في المكان و الزمان المناسب؛
4. **التكليف العالي لنظام التسويق:** أي العمل على وضع برنامج تسويقي مناسب ضمن كل المستويات كالعامل على اختيار قناة توزيعية مناسبة للخدمات المقدمة؛
5. **التمايز أو المدى الواسع:** تعمل المؤسسة على تقديم مدى واسع للخدمات من أجل تلبية الحاجات المتنوعة لعملاء مختلفين من مناطق مختلفة؛
6. **تقلبات الطلب:** قد يحدث تقلب في أصناف معينة من الخدمة لأسباب طارئة أو ظروف موسمية؛
7. **المسؤولية الائتمانية:**² من مسؤوليات المؤسسة العمل على حماية ودائع ومكاسب عملائه؛
8. **التشتت الجغرافي:** تعمل المؤسسة على امتلاك شبكات متكاملة من الفروع التي تنتشر جغرافيا بشكل يتلائم مع احتياجات ورغبات العملاء القائمين و المحتملين؛
9. **الموازنة بين النمو و المخاطر:**³ أي العمل على خلق توازن بين النمو أو التوسع في النشاط وبين أعباء هذا التوسع.

¹ نجاة صغيرو، تقييم جودة الخدمات الصحية، ماجستير، منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاقتصادية، 2012، ص50.

² بلباني عبد النبي، دور التسويق الداخلي في تحقيق الخدمة المصرفية ثم كسب رضا الزبون، مذكرة ماجستير، منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية، 2009، ص07.

³ حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمات البنكية و تقييمها من خلال رضا العميل، مذكرة دكتوراه، منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية، 2014، ص17.

المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية:

تعتبر قضية جودة الخدمة من القضايا التي أثارت اهتمام الباحثين والممارسين، حيث أصبحت عنصراً حاسماً في تحديد الموقف التنافسي، فقد تزامن النمو المستمر لأهمية الصناعات الخدمية في الآونة الأخيرة تزايد توقعات العملاء لمعدلات مرتفعة فيما يتعلق بالجودة، كما أصبح العملاء أكثر ضيقاً وحساسية لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم و صاروا يطالبون بالمزيد و يسعون للأفضل نتيجة ارتفاع المستوى التعليمي و ارتفاع مستوى الدخل، و ثورة الاتصالات و تزايد الاهتمام و التركيز على المستهلك.

الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية:

1/- تعريف جودة: هي مجموعة الصفات المميزة للمنتج أو الخدمة و التي تجعله ملبياً للحاجات المعلنة والمتوقعة وانه قادر على تلبيتها¹، كما عرفت على أنها مجموعة المواصفات و خصائص منتج أو خدمة و التي تولد قدرة لإشباع الحاجات المعلنة أو الضمنية.²

2/- تعريف جودة الخدمات المصرفية:

نستعرض فيما يلي مجموعة من التعاريف التي حاولت ضبط مفهوم جودة الخدمة بما فيها الخدمات المصرفية:
- حيث تعرف على أنها: التقاء احتياجات و متطلبات الزبائن و ارتباط مستوى الخدمة المراد تسليمها بالتوقعات الموضوعية من قبل هؤلاء الزبائن.³
- كذلك يعرف **Bovee&Thill**⁴ جودة الخدمة المصرفية أنها درجة تمشي أو اتفاق المنتج (الخدمة) مع مواصفات و توقعات العميل.

ومن التعاريف الأكثر شمولاً لمفهوم جودة الخدمة المصرفية، التعريف الذي قدمته غادة زكريا صادق⁵ العناني، حيث عرفت جودة الخدمة بأنها "مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء أو

¹ حسين محمد الحراشنة، إدارة الجودة الشاملة و الأداء الوظيفي، الطبعة الأولى، دار جليس الزمان للنشر و التوزيع، الاردن، 2011، ص25.

² تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره ص05.

³ رعد حسن الصرن، طريقة جديدة لدراسة جودة الخدمات في القطاع المصرفي (دراسة مقارنة بين بعض المصارف السورية و الأردنية)، رسالة دكتوراه، جامعة دمشق، 2009، ص14.

⁴ C.L Bovee& J.V Thill, **Marketing of services**, MC Graw – hill, CNC 1992, P: 229.

⁵ غادة زكريا صادق العناني، قياس جودة الخدمات في البنوك المصرية، رسالة ماجستير، عين شمس، مصر، 1998.

التفوق عليها"، فهو مفهوم يكمن في المقارنة بين توقعات العملاء لأبعاد وجودة الخدمة و مستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الجودة المقدمة لهم.

و يرى الباحث في ضوء التعاريف السابقة ما يلي:

- أن جودة الخدمة ترتبط وتعتمد على احتياجات و توقعات العملاء، فإذا تم تقديم خدمة تتفق مع احتياجات و توقعات العملاء أو تتفوق عليها اعتبرت الخدمة المقدمة تتصف بالجودة؛
- أن جودة الخدمة المصرفية تعتبر مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة لتقابل توقعات العملاء، و أن الجودة التي يدركها العميل للخدمة هي الفرق بين توقعات العميل لأبعاد جودة الخدمة، و بين الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توفر هذه الأبعاد بالفعل.

الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية:

أ- أبعاد جودة الخدمات المصرفية:

تتعدد أبعاد جودة الخدمات المصرفية و هي كالتالي:

1/- الملموسية: و التي بدورها تتضمن مجموعة من المتغيرات التي تقيس توافر و حداثة الشكل، كتجهيزات المؤسسة و الرؤية الجذابة للتسهيلات المادية، إضافة إلى الهندام اللائق للعاملين و أخيراً جاذبية وتأثير العناصر المرتبطة بخدماتها؛¹

2/- الاعتمادية: تعرف بأنها الالتزام بتقديم خدمة ضمن الموعد المحدد، أي أن المؤسسة المتميزة هي التي تقدم ما تعد به في الوقت المحدد دون الوقوع في أخطاء؛²

3/- الاستجابة: وتتعلق بقدرة العاملين على الاستعداد لتقديم الخدمة للعميل بشكل دائم، وقدرتها على تقديمها في الوقت الذي يحتاج إليها العميل، كما تشير إلى سرعة استجابة العاملين للمطالب واحتياجات العملاء؛³

4/- الأمان: هي قدرة العاملين على كسب ثقة العميل والإحساس لدى العميل بالأمان عند التعامل مع تلك المؤسسة؛

¹ سمير مدحت سعيد، قياس جودة خدمات المكتبات، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، المجلد 14، العدد 2، 2008، ص 20.

² هالة فاضل حسين، سالم محمود عيود، تأثير أبعاد جودة الخدمة في درجة تفضيل المستهلك للشراء، المجلة العراقية لبوث السوق و حماية المستهلك، المجلد 05، العدد 01، العراق، 2013، ص 102.

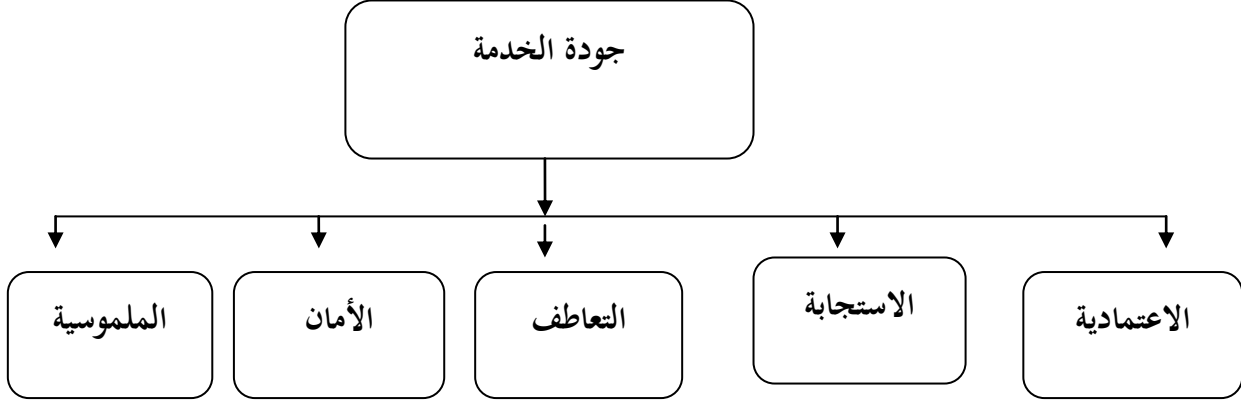
³ بوعتان نور الدين، جودة الخدمات و أثرها على رضا العميل، مذكرة ماجستير، منشورة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية، 2007، ص 75.

5- **التعاطف:** ويعني العناية بالعملاء وإعطاء كل منهم الاهتمام الكافي في صورة شخصية، بالإضافة إلى

المعرفة التفصيلية للحاجات والمتطلبات الخاصة بالعملاء.¹

و يمكننا تلخيص هذه الأبعاد في الشكل التالي:

الشكل رقم (01-01): الأبعاد الخمسة لجودة الخدمات



المصدر: الخياوي قاسم نايف علوان، إدارة الجودة في الخدمات، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص95

الفرع الثالث: طرق قياس جودة الخدمات المصرفية:

يمكن الاعتماد في قياس جودة الخدمة المصرفية على أحد الطرق المستخدمة في قياس جودة الخدمات بشكل عام والمتمثلة فيما يلي:

1- **قياس جودة الخدمات من منظور العملاء:** حيث تميز خمسة طرق أساسية لقياس جودة الخدمة من منظور العميل:

أ- **مقياس عدد الشكاوي:** يعد من الطرق السهلة والبسيطة لقياس جودة الخدمة، حيث يتمثل في حصر عدد الشكاوي خلال فترة زمنية معينة وتصنيفها حسب نوعها، يساهم هذا المقياس في تحسين الخدمات التي تقوم دون المستوى؛²

ب- **مقياس الرضا:** يعتبر من أكثر الطرق المستخدمة لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة، يتم فيه توجيه أسئلة تقيس الأهمية بعد حصول العملاء على الخدمة وذلك من خلال استبيان، بطاقات تدوين الملاحظات أو المقابلات الشخصية؛³

¹ بن احسن ناصر الدين، مكانة الجودة في المؤسسة الخدمية، مذكرة ماجستير، منشورة، جامعة العقيد حاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاقتصادية، 2009، ص80.

² عبد المحسن توفيق محمد، قياس الجودة و القياس المقارن، الطبعة الأولى، إيتراك، دار الكتاب الحديث، 2005، مصر، ص55.

³ عبد المحسن توفيق محمد، نفس المرجع، ص58.

ج مقياس الفجوة: هو أداة لقياس جودة الخدمة تدعى **Servaqual**، يقوم هذا المقياس على افتراض إمكانية قياس جودة الخدمة من خلال الفجوة بين الخدمة التي يتوقعها العملاء والخدمة المقدمة فعلا؛¹

ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية:²

$$\text{جودة الخدمة} = \text{التوقعات} - \text{الأداء}$$

د- مقياس الأداء الفعلي للخدمة: يعتبر مقياس الأداء الفعلي **Servperf** من المقاييس الأسهل والأبسط في التطبيق من سابقه، والذي يركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة باعتبار جودة الخدمة يمكن الحكم عليها من خلال اتجاهات العملاء ويمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية:³

$$\text{جودة الخدمة} = \text{الأداء}$$

لكن من رغم مزاياه في تقييم جودة الخدمة إلا أن نموذج **Servaqual** قد يتفوق عليه من حيث الدلالات العلمية الناتجة عن عمليات القياس والتقييم؛⁴

هـ- مقياس العميل الموجه بالقيمة: يقوم هذا المقياس على أن القيمة التي تقدمها مؤسسة الخدمة للعملاء تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانبي العميل والتكلفة للحصول على هذه الخدمات.⁵

2/- قياس الجودة المهنية: يتناول قدرة المؤسسات تقديم الخدمة على الوفاء بخدماتها من خلال الاستخدام الأمثل لمواردها المتاحة، ويمكن التميز من خلال هذا المفهوم بين أنواع المقاييس التالية:

أ- قياس جودة الخدمات بدلالة المدخلات: يمكن اعتبار المدخلات أو الموارد جوهر الخدمة وجودتها، فإذا ما توفر للمؤسسة البناء المناسب بتجهيزاته ومعداته والعاملون الأكفاء والقوانين والأدوات والنظم المساعدة الكافية فضلا عن الأهداف المحددة والواضحة والعميل المستفيد لتلقي الخدمة كانت الخدمة مميزة دون شك؛

ب- قياس جودة الخدمات بدلالة العمليات: يعتمد هذا المدخل على جودة العمليات أو المراحل المختلفة لتقديم الخدمة المطلوبة، حيث ينطوي على مجموعة من المؤشرات أو المعايير التي توضح النسب المقبولة لكافة

¹Hollislandrum And Other, **Measuring Is System service QualityWithServqualMUsersPreception of Relative Impotance Of The Five Servperf Dimensions**, Informing Science ; The Journal Of An EmergingTransdicpline, Volume 12, 2009, p18.

²عبد المحسن توفيق محمد، مرجع سبق ذكره، ص58.

³عبد المحسن توفيق محمد، نفس المرجع، ص69.

⁴الغياوي قاسم نايف علوان، **إدارة الجودة في الخدمات**، ط01، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن، 2006.

⁵الغياوي قاسم نايف علوان، مرجع سبق ذكره، ص 55.

عناصر أنشطة الخدمات المقدمة، لا يعتبر هذا المدخل دقيقا وذا أهمية في التصميم والقياس والتقييم لجودة الخدمة بالرغم من توفره على بعض الجوانب المنطقية لأنه يركز بصفة أساسية على عمليات الخدمة بدلا من التركيز على الأبعاد الكمية لهذه الخدمة والتي يمكن قياسها؛

ج- قياس الجودة بدلالة المخرجات: يعتبر من المقاييس التي تعلق بالنتائج النهائية حيث ينظر للنتائج على أنها الانجاز أو عدم الانجاز للنتائج النهائية من الخدمة التي يسعى إليها العميل و يتم قياس جودة المخرجات من خلال مجموعة الطرق التالية:

- **القياس المقارن:** و في هذه الطريق يتم إجراء مقارنات كمية بين المستهدف و الأداء الفعلي بغرض اكتشاف جوانب الضعف و محاولة تجنبها مستقبلا؛
- **استقصاء رضا العميل بخصوص الخدمات المقدمة؛**
- **استقصاء العاملين في مؤسسة الخدمة:** للوقوف على كافة المشاكل و المعوقات التي حالت دون تحقيق الأداء المنشود.

3- / قياس الجودة من المنظور الشامل: بالرغم من إسهام كل الطرق السابقة في تقدم قياس الجودة وتقويمها إلا أن جميعها يغلب عليها الطابع الجزئي، مما أدى إلى ضرورة إبراز المعالجة الشاملة في قياس جودة الخدمة.

المطلب الثالث: القدرة التنافسية في البنوك:

لقد أصبحت القدرة التنافسية في الوقت الحاضر أمرا لا مناص منه فالبنوك تجتهد في بيعتها التنافسية المعقدة قصد التفوق على منافسيها، ولن يتحقق ذلك إلا إذا حازت على عناصر تميزها عنهم .

الفرع الأول: مفهوم القدرة التنافسية للبنك:

يقصد بالقدرة التنافسية للبنك الوضع الذي يتيح له التعامل مع مختلف الأسواق المصرفية ومع عناصر البيئة المحيطة به بصورة أفضل من منافسيه، بمعنى أن القدرة التنافسية تعبر مدى قدرة البنك على الأداء بطريقة يعجز منافسيه عن القيام بمثلها¹.

كما تعرف أيضا هي المجال الذي يتمتع فيه البنك بقدر أعلى من منافسيه في رصد الفرص الخارجية أو الحد من أثر التهديدات، بإتباع قواعد و معايير و بدرجة عالية من التطبيق، إن بناء القدرة التنافسية للبنك يتجاوز النظر

¹ طارق طه، إدارة البنوك و المعلومات المصرفية، دار الكتب للنشر، القاهرة، 2000، ص:117.

الفصل الأول.....جودة الخدمات المصرفية والقدرة التنافسية للبنوك

إلى المظاهر المنفردة لبعض ما قد يتميز به البنك من قدرة في مجالات محددة، و لكن الأهم هو النظر إلى القدرات الكلية التي تشكل منها القدرة التنافسية في معناها الشامل و ذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (01-01) القدرات الكلية التي تشكل منها القدرة التنافسية

النتيجة	القدرات المتاحة للبنك
قدرة تنافسية تحقق التميز على المنافسين وتخلق مركز وقيمة تنافسية للبنك.	1- قدرات معلوماتية: تتمثل في نظم المعلومات والاتصالات الفعالة و رصيد المعرفة المتاح عن عناصر نظام الأعمال ومتغيرات السوق.
	2- قدرة تنظيمية: التنظيم الهيكلي المرن الذي يساعد على الاتصال و سهولة تدفق المعلومات، والمنفتح على البيئة.
	3- قدرة إنتاجية: القدرات الإنتاجية والنظم والإمكانات البحثية و التطويرية القادرة على إنتاج خدمات متميزة.
	4- قدرة تمويلية: الموارد المالية المناسبة.
	5- قدرة تسويقية: أساليب وإمكانات الاتصال بالسوق والوصول إلى العملاء لتحقيق تدفق الخدمات إليهم بحسب متطلباتهم ووفقا لتوقعاتهم.
	6- قدرة بشرية: الموارد البشرية المدربة والمؤهلة والمتحمسة والطاقات الذهنية المبدعة والرغبة في المشاركة من طرف الجميع.
	7- قدرة قيادية: القيادات ذات الرؤية الإستراتيجية والالتزام بالابتكار والتطوير والتحسين المستمر.

المصدر: علي السلمي، نموذج قياس الفجوة التنافسية لمنظمات الأعمال، المؤتمر الأول للجمعية العربية للإدارة، الإسكندرية، 30-

31 أكتوبر 1996، ص 11.

الفرع الثاني: دور جودة الخدمات المصرفية في تطوير القدرة التنافسية.

أولاً: جودة الخدمة المصرفية واكتساب القدرة التنافسية للبنك

للقدرة التنافسية شقين، أما الأول فهو قدرة التميز على المنافسين، وأما الثاني فهو القدرة على مغازلة فعالة ومؤثرة للزبائن من خلال جودة كل من تصميم الخدمة وتقديمها، ولا شك أن النجاح في الشق الثاني متوقف على النجاح في الشق الأول، ويؤدي النجاح في الشقين إلى النجاح في تقديم منفعة أعلى للعميل وكسب رضاه وولائه و من ثم إلى زيادة الحصة السوقية للبنك.¹

ثانياً: جودة الخدمة المصرفية وتعزيز القدرة التنافسية للبنك²

صنف بعض الباحثين توجهات عملاء البنوك في تعاملهم معها إلى توجه نحو السعر أو توجه نحو المكان أو توجه نحو الأشخاص بالبنك، فالعميل قد يعتمد في تعامله مع البنك بشكل رئيسي على سعر الخدمة المقدمة له، أو يتعامل مع البنك الذي تربطه بالعاملين علاقات قوية، ويمكن لأي من هذه الأمور أن تعزز القدرة التنافسية للبنك.

فالبنك الذي يقدم خدمات عالية الجودة بنفس الأسعار التي تقدمها البنوك المنافسة، فإنه يتميز عنها بجودة خدماته، حتى وإن وضع لخدمته سعر أعلى من المنافسين فإنه سيكون أيضاً متميزاً ويبقى العميل مستعداً لدفع سعر أعلى مقابل هذا التميز.

ويمكن للمكان الذي يتواجد فيه البنك أو المكان الذي تقدم فيه الخدمة أن يكون مصدراً لزيادة القدرة التنافسية، ولا يتحول العميل عن هذا المكان إلا إذا أجبر على ذلك. والحفاظ على هذه القدرة التنافسية لا بد من قيام البنك باستغلال التقنية المتقدمة في مجال تقديم الخدمات المصرفية كأجهزة الصراف الآلي، ولا بد من إعادة النظر في الأساليب المستخدمة عند تقرير فتح فروع جديدة للبنك وتوزيعها الجغرافي والتصميم الداخلي لفروع البنك.

ويمكن لكفاءة العاملين بالبنك ومودتهم وعلاقتهم بالعملاء أن تعزز من قدرة البنك التنافسية وتحقق هذه الزيادة عندما يتكفل العاملون بالبنك بالعملاء ويستجيبون لهم بشكل إيجابي وكفاء ويعاملونهم باحترام وأدب و يقيمون علاقتهم على أساس متين من الثقة.

¹ بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة شمال إفريقيا، العدد 03 ديسمبر 2005، ص 216.

² بريش عبد القادر، التحرير المصرفي و متطلبات تطوير الخدمات المصرفية و زيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر 2005، ص 276.

والتميز بالخدمة عالية الجودة أمر هام ويجب أن يبادر إليه البنك، و إذا لم يحقق البنك قدرة تنافسية فإنه سيكون في وضع تنافسي ضعيف مقارنة بالبنوك التي تتميز بخدمات عالية الجودة.

الفرع الثالث: مداخل تطوير القدرة التنافسية في البنوك:

أدت الزيادة التنافسية إلى سعي البنوك على اختلاف أنواعها إلى رفع كفاءة و فعالية أدائها بهدف امتلاك القدرة التنافسية، حيث برزت مداخل مازالت تساهم في تنميتها و المحافظة عليها من خلال تلبية حاجات العملاء باستمرار، أو تنمية قدراتها التنافسية من خلال تبني أساليب الابتكار والتطوير.

أولاً: مدخل تلبية حاجات العملاء:¹ يتوقف نجاح البنوك في اختراق الأسواق المصرفية في ظل المناخ الاقتصادي الجديد على مدى إمكانية العمل باستمرار وباستعمال كل الوسائل التكنولوجية في تلبية حاجات العملاء التي تتطور بشكل دائم.

إنّ اشتداد المنافسة بسبب انفتاح الأسواق المصرفية الوطنية والعالمية جعل هدف كسب ولاء العملاء و استمرارية ارتباطهم بالتعامل مع البنك هدفاً استراتيجياً للبنوك على تحقيقه، الأمر الذي يستوجب دراسة و تحليل تلك الاحتياجات من خلال بحوث التسويق، ومحاولة تصميم و إنتاج السلع القادرة على إشباعها بدرجة عالية وبالتالي يتطلب الأمر ما يلي:

1- تحقيق رضی العملاء: إن قدرة البنوك على امتلاك ميزة تنافسية مقارنة بالمنافسين مرهون بتحقيق رضا العملاء عن القيم و المنافع القادرة على تحقيق الإشباع العالي لحاجاتهم المتنوعة و المتغيرة باستمرار؛

2- سرعة الاستجابة في تلبية الحاجات: من خلال العمل على تقديم الخدمات المصرفية ذات الجودة العالية في الوقت والمكان المناسبين وبالسعر المناسب بمعنى:

- تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة متميزة عن ما يقدمه المنافسون؛

- تقديم الخدمات المصرفية بأسعار جذابة و ملائمة لإمكانيات العملاء.

3- ضرورة تقديم الخدمات بأساليب متطورة: يعني قيام موظفي البنك بتقديم الخدمات بأساليب تستجيب لرغبات وحاجات العملاء، كالشباك الموحد، أو بنك الجلوس وغيرها من الخدمات.

ثانياً:مدخل تنمية وتطوير القدرات التنافسية: تعتبر مسألة تنمية القدرات التنافسية من بين أهم العوامل التي تؤدي إلى تطوير قدرة البنوك على تحقيق رضا العملاء و تلبية حاجاتهم كنتيجة لتقديم الخدمة الأفضل و المتميزة دائماً، و تتمثل تلك القدرات في²:

¹بريش عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 273.

²سماللي بحضيه، إدارة الجودة الشاملة مدخل لتطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية وتحديات المناخ

الاقتصادي الجديد، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، يومي: 22-23 أبريل 2003. ص166.

1- المرونة: وهي قدرة المؤسسة على تنويع منتجاتها و تسويقها في الوقت المناسب الذي يكون المستهلك في حاجة إليها، كما أنّ مرونة التعامل مع المتغيرات التسويقية تساعد على تحسين سمعتها و صورتها لدى المستهلك و تعزز ولائه لمنتجاتها؛

2- الإنتاجية: يؤدي الاستثمار والاستغلال الأمثل للأصول المادية و المالية و التكنولوجية و البشرية للبنوك إلى زيادة الإنتاجية، وتحقيق أفضل المخرجات وأجودها بأقل تكلفة ممكنة، مما يؤثر إيجابيا على ميزة البنك التنافسية؛

3- الزمن: أدت التغيرات التنافسية المتلاحقة إلى تغيير حيز التنافس ليشمل عنصر الزمن و تقليصه لصالح العميل والبنك في نفس الوقت؛

إن أبعاد المنافسة عبر عنصر الزمن تظهر في:

- اختصار زمن دورة حياة المنتج أو الخدمة المصرفية؛

- تخفيض زمن تحويل و تغيير العمليات، أي ضرورة إحداث المرونة في عملية إنتاج الخدمات؛

- تخفيض زمن الدورة للعميل، و هي الفترة الممتدة بين تقديم الطلب و تسليم الخدمة.

4- الجودة العالية: بهدف البقاء في الأسواق و تنمية الموقف التنافسي يلزم البنوك تبني نظام الجودة الشاملة الذي يضمن استمرارية الجودة العالية في السلع و الخدمات والوظائف و العمليات رغم تزايد الضغوط التنافسية و شدتها.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة:

لقد تعددت الدراسات حول جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك، و كذلك حول القدرة التنافسية الناتجة عن هذه الخدمات، إذ ناقشت هذه الدراسات في معظمها دور الجودة التي تقدمها البنوك في الخدمات المصرفية من أجل تعزيز القدرة التنافسية، وهي في حدود إطلاع الباحث و ما تمكن من الوصول إليه كما يلي:

المطلب الأول: الدراسات السابقة العربية:

• أولاً: دراسة فروحات ليلي: (جودة الخدمات المصرفية و أثرها على تحقيق ميزة تنافسية)مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية ، تخصص مالية و بنوك، جامعة ورقلة، 2012.

- ناقشت هذه الدراسة المشكل المطروح و المتمثل في: " ما مدى تطبيق إدارة الجودة الشاملة في البنوك التجارية العاملة بالجزائر و أثرها على تحقيق ميزة تنافسية من منظور العميل"

حيث هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الجودة في دعم و تحسين التنافسية و كذا الأهداف المرجوة من تبنيتها، و التعرف على وجهة نظر العملاء حول الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الجزائرية بنوعها عامة و خاصة و أثرها على تحقيق ميزة تنافسية و ذلك وفقا للاختلاف في صفة العميل (فرد أو مؤسسة)، مدة التعامل مع البنك، قطاع النشاط، طبيعة الخدمة المصرفية المستفاد منها، الجنس، العمر، المستوى الدراسي، طبيعة النشاط...

و من اجل تحليل و معالجة الإشكالية و اختبار صحة الفرضيات تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الفصول الثلاثة الأولى ثم منهج دراسة الحالة في الفصل الرابع الذي تم فيه الاعتماد على أسلوب الاستقصاء من خلال تصميم استمارة أسئلة موجهة للعملاء و توزيعها على 30 عميل من كلا البنكين ، و منها تم التوصل إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- الاهتمام بإدارة الجودة الشاملة كنظام في البنوك العمومية يكاد أن يكون منعدما بينما البنوك الخاصة، خاصة الأجنبية منها فهي تولي اهتماما كبيرا بإدارة الجودة الشاملة كنظام يأخذ في عين الاعتبار البعد الاستراتيجي.

- يعد الاهتمام بإدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية عاملا داعما لتحقيق مزايا تنافسية الأمر الذي قد يفسر تفوق البنوك الخاصة على البنوك العمومية في نواحي عديدة و الذي قد يرجع لاهتمامها بدرجة كبيرة بإدارة الجودة الشاملة

• ثانيا: دراسة حبلي هدى، (قياس جودة الخدمة المصرفية، دراسة حالة بنك البركة الجزائري)،

رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة منتوري، غير منشورة، قسنطينة، 2010.

ناقشت هذه الدراسة المشكل المطروح و المتمثل في: " ما هي أهم محددات أبعاد جودة الخدمات المصرفية من نظر العملاء و كيف يمكن قياسها"

حيث هدفت هذه الدراسة إلى قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء وتحديد مختلف أبعادها، ومعرفة توجهات العملاء نحو جودة الخدمات المصرفية، واختيار العلاقة بين جودة الخدمة و كل من الرضا و نوايا الشراء.

و من اجل معالجة مختلف جوانب الموضوع تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، بينما تم الاعتماد على المنهج الإحصائي و ذلك بتوزيع 200 استمارة استبيان على عملاء بنك البركة و استرداد 138 منها و معالجتها باستعمال برنامج spss في الجانب التطبيقي حيث تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- يرتبط مفهوم جودة الخدمة من وجهة نظر العميل بمدى قدرة المنظمة على تقديم خدمة تقابل توقعاته؛
- مصداقية نموذج أداء الخدمة مع قدرته العالية على تفسير التباين في جودة الخدمة؛

- وجود انطباع ايجابي و رض عملاء بنك البركة على الجودة الكلية للخدمة المصرفية المقدمة إليهم.

• ثالثا: دراسة غيشي عبد العالي و شمام عبد الوهاب: قياس جودة الخدمات المصرفية بمدينة

قسنطينة، جامعة قسنطينة، -الجزائر- مجلة أبحاث اقتصادية و إدارية، العدد الأول، -جوان 2007-

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك المختارة و ذلك من خلال التعرف على تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمات المصرفية، إذ قام الباحث باختيار نموذج العالمي Servperf ، ووزع الاستبيان على 460 عميل، و بعد المتابعة استرجع و عالج 352 استبانة باستخدام البرنامج الإحصائي spss. بعد معالجة الاستبيان كشفت النتائج عن انخفاض مستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك المختارة في مدينة قسنطينة من وجهة نظر عملائها، كما أظهرت النتائج أيضا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الجودة الكلية للخدمات المصرفية، و بين مجالات جودة الخدمات المصرفية.

• رابعا: بريش عبد القادر، التحرير المصرفي و متطلبات تطوير الخدمات المصرفية الجزائرية، رسالة دكتوراه ، جامعة الجزائر، 2006 .

ناقشت الدراسة المشكل المطروح و المتمثل في: ما هي انعكاسات سياسة التحرير المصرفي على البنوك الجزائرية في ظل التطورات الاقتصادية و المالية، و كيف يمكن للبنوك الجزائرية مواجهة تحديات التحرير المصرفي و العولمة، و ما هي آليات تطوير خدماتها و زيادة القدرة التنافسية؟

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز انعكاسات سياسة التحرير المصرفي على النشاط المصرفي بشكل عام و على البنوك العمومية على وجه التحديد نظرا للدور الذي لعبته عبر مختلف مراحل التنمية، ومحاولتها إبراز مختلف المتطلبات التي يجب الأخذ بها لتطوير الخدمات المصرفية و الارتقاء بجودتها و دعم القدرة التنافسية للبنوك التجارية، و للإحاطة بمختلف جوانب الموضوع اعتمد الباحث على المنهج الاستنباطي و ذلك بإتباع الأسلوب الوصفي التحليل، بهدف وصف و تحليل مختلف أبعاد الموضوع و الوصول إلى النتائج المتوخاة من البحث.

و بعد القيام بمختلف الدراسات تم التوصل لمجموعة من النتائج نذكر منها:

- تبني سياسة التحرير المصرفي فرضته التطورات الاقتصادية العالمية، خاصة موجة التحرير الاقتصادي و المصرفي التي شملت الاقتصاديات الاشتراكية التي تبنت التحول نحو اقتصاد السوق؛
- بالرغم من الجهود المبذولة من الناحية التشريعية في مجال الإصلاحات المصرفية إلا أنها لم يكن لها انعكاسات على تحسين أداء البنوك الجزائرية، كما أن تحرير السوق المصرفية الجزائرية لم يسمح ب بروز المنافسة، نتيجة تعثر تجربة البنوك الخاصة.

• خامسا: دراسة أيمن فتحي فضل الخالدي، " قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية

العاملة في فلسطين (من وجهة نظر العملاء)، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية - غزة- 2006.

ناقشت هذه الدراسة المشكل المطروح و المتمثل في: ما هو مستوى جودة الخدمات المقدمة من البنوك الإسلامية و ما هو رضا العملاء عن أداء البنوك الإسلامية.

هدفت الدراسة إلى قياس مستوى جودة الخدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين من وجهة نظر العملاء، و الكشف عن المنافع التي يمكن أن تحصل عليها البنوك الإسلامية من وراء قياس مستوى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية و العمل على تطوير الخدمات لأجل زيادة الحصة السوقية و تعظيم ربحيتها.

و قد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي و أسلوب الدراسة الميدانية من خلال الاستعانة بالاستبيان و منها تم التوصل إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- أظهرت نتائج الدراسة أن هناك فجوة بين الخدمة المتوقعة و الأداء الفعلي؛
- وجود فروق في تقييم عملاء المصارف الإسلامية لجودة الخدمات المقدمة لكل من متغيرات الحالة الاجتماعية عدد سنوات العمل، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، المهنة، و متغير الدخل.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة الأجنبية:

أولاً:دراسةKarin Newman (2001):

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في كيفية استخدام نموذج جودة الخدمة كوسيلة تشخيصية في أحد أفضل عشرة بنوك تجزئة بالمملكة المتحدة و ذلك في الفترة ما بين 1993 و 1997 و إبراز المشاكل التي تنتج في عملية القياس، كما هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين استعمال نموذج جودة الخدمة و إدارة جودة الخدمة. و لقد أظهرت نتائج الدراسة أن المشاكل الناتجة عن عملية القياس ناجمة عن الفصل بين إدارة جودة الخدمة و إدارة التسويق و الموارد البشرية، كما بينت النتائج أن تطبيق نموذج جودة الخدمة كوسيلة لقياس جودة الخدمة يصبح عملية لا فائدة منها إذا لم ينظر إليه كجزء مكمل لنشاطات البنك ككل.

ثانياً:دراسة J.ClementSudharar, D.Israel and M.Selvam (2006):

هدفت هذه الدراسة إلى قياس جودة الخدمات التي تقدمها مجموعة من البنوك الهندية (عينت من أربعة بنوك: اثنين عامة و اثنين خاصة)، و ذلك باستخدام نموذج جودة الخدمة بخمسة عشرة بعداً. و لقد أظهرت نتائج الدراسة أنه يتوجب على البنوك العامة تحسين أدائها و خاصة في جانب الملموسية، العدالة، المعاملة، و الأهم من هذا كله إمكانية الوصول إلى الخدمة و مجاملة الموظفين للعملاء، أما فيما يتعلق بالبنوك الخاصة فهي بحاجة إلى التركيز على جوانب: الاعتمادية، المصداقية، الأمن في عملية تقديم خدماتها إلى العملاء.

ثالثاً: دراسة IzahMohdTahir and NorMazlina Abu Bakar (2007).

هدفت الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية في ماليزيا، بالإضافة إلى تقييم مستوى رضا العملاء عنها، و استخدم الباحثان لهذا الغرض نموذج جودة الخدمة، و قد أظهرت نتائج الدراسة أن جودة الخدمة المقدمة فعلياً من طرف هذه البنوك كان أقل من توقعات العملاء، أما فيما يخص أهمية أبعاد جودة الخدمة فقد احتل بعد الاستجابة قائمة اهتمام العملاء ، كما بينت النتائج أن رضا العملاء عن جودة الخدمات المقدمة إليهم كان ضعيفاً.

المطلب الثالث: تعليق على الدراسات السابقة:

بعد عرض و تحليل الدراسات السابقة نجد أنها اختلفت فيما بينها نتيجة لاختلاف الأزمنة، كما اختلفت كذلك من حيث العينة التي أجريت على مستواها الدراسة الميدانية كما استخدمت هذه الدراسات عدة نماذج و نماذج لقياس مستوى الخدمة المقدمة فمنها من اعتمد الأبعاد الخمسة التي تناولتها نظرية الفجوة و منها من قام بتعديل نموذج الفجوة المستخدم لقياس جودة الخدمة.

و هذه الدراسة تقوم بقياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك و دورها في زيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية و ذلك باستخدام النموذج العالمي SERVPERF بأبعاده الخمسة لجودة الخدمات وفق مقياس ليكرت، بالإضافة إلى تحديد أولويات العملاء عند تقييمهم لجودة الخدمة المصرفية المقدمة و الميزة التنافسية للبنك.

كما أن هذه الدراسة تتفق مع جل الدراسات السابقة في استخدام منهج البحث و الطرق المستخدمة للقيام بالدراسة، كما تتميز عن الدراسات السابقة في كونها أنجزت في فترة زمنية حديثة توسعت فيها آراء العملاء و تنوعت مما سيساعد إدارة البنك من خلال النتائج و التوصيات المتوقعة للدراسة على تطوير جودة الخدمة المقدمة من البنكين و بالتالي تحسين الوضع التنافسي لهما.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل يمكن تعزيز القدرات التنافسية للبنك، تنميتها والمحافظة عليها من خلال التكامل في الأداء داخل البيئة المصرفية بين البنك و عملائه، فعلى البنوك أن تبني فلسفتها على أساس العمل على إشباع احتياجات مختلف أطراف التعامل بمفهوم العميل أولاً آخذة بركب التقدم في الفن المصرفي، وكذا الاهتمام بكل الجوانب المتعلقة بالتطوير والتحسين المستمر في مستويات جودة الخدمات المصرفية المقدمة. مما يزيد من قدرتها التنافسية وبلوغ أهدافها التي تتحكم فيها وتأثر عليها من خلال الموازنة بين إمكانياتها وبين حاجات ورغبات المستخدمين المستفيدين منها، وذلك على المدى القصير والطويل في ظل المنافسة المصرفية.

الفصل الثاني: دراسة ميدانية في البنك

الخارجي الجزائري و بنك التنمية

المحلية-بتقريت-

تمهيد:

بعد ما تطرقنا في الفصل الأول إلى مختلف الأدبيات النظرية المتعلقة بموضوع دور جودة الخدمات المصرفية ومدى تعزيزها للقدرّة التنافسية للبنوك التجارية، بالإضافة إلى أهم الدراسات السابقة التي تحدثت في نفس الموضوع، سنحاول في هذا الفصل إسقاط ما تم تناوله في الجانب النظري وتطبيقه على عينة من عملاء البنك الخارجي الجزائري **BEA** ، و بنك التنمية المحلية **BDL** بمدينة تقوت، و عليه قسمنا الفصل إلى مبحثين، الأول يضم منهجية وأدوات الدراسة المستخدمة في معالجة المعطيات موزعة في مطلبين، المطلب الأول طريقة تحديد مجتمع الدراسة والعينة، ومتغيرات الدراسة، أما المطلب الثاني أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة في الدراسة، أما فيما يخص المبحث الثاني يضم تحليل النتائج و تفسيرها و إعطاء الاستنتاجات، حيث تم التطرق إلى ما يلي:

المبحث الأول: المنهجية والأدوات المستخدمة في الدراسة.

المبحث الثاني: تحليل النتائج و مناقشتها.

المبحث الأول: المنهجية و الأدوات المستعملة في الدراسة:

لكل ظاهرة أو دراسة معينة منهج يرتبط بها قصد وصفها و تحليلها و تفسيرها للوصول لأسباب حدوث الظاهرة ومعرفة العوامل التي تتحكم فيها و استخلاص النتائج و تعميمها، أما الأدوات المستخدمة فهي تلك المتعلقة بجمع المعلومات من أجل الاستعانة بها في التحليل لتساعدنا في اختبار الفرضيات.

المطلب الأول: تحديد و اختيار حجم العينة

الفرع الأول: مجتمع و عينة الدراسة:

1/-مجتمع الدراسة:يشمل مجتمع الدراسة مجموع الزبائن المتعاملين مع المؤسستين المصرفيتين، لإجراء مقارنة بينهم و يرجع سبب تركيز دراستنا على الزبائن لكونهم المتأثرين بجودة الخدمات المصرفية التي يتلقونها، والمؤثرين في اتخاذ قرارات تحسينها من طرف مقدميها، من خلال التعرف على آرائهم بخصوصها، بغرض التعرف على واقع أبعاد جودة الخدمة المطبقة في كل وكالة و مدى مساهمتها في تعزيز القدرة التنافسية لها.

2/-عينة الدراسة:تم اختيار حجم عينة عشوائية تكونت من 50 زبون من كلا البنكين، حيث تم مراعاة أن يكون العميل أو العميلة قد تعامل مع البنك خلال عام 2015، و تم الأخذ بعين الاعتبار تكرار زيارته وتعاملاته معه لأكثر من مرة للتأكد من مصداقية الإجابات، و عند التأكد مما سبق يتم إعطاءه الاستبيان مع توضيح له ما يتضمنه من أسئلة، علما أن التوزيع تم مباشرة و بشكل عشوائي لاستمارات الاستبيان كما هو موضح في الشكل التالي:

الجدول رقم(02-01): يوضح عدد الاستبيانات الموزعة على عينة العملاء لكلا الوكالتين

البنك	عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المسترجعة	النسبة
BEA	50	47	94%
BDL	50	44	88%

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج الاستبيان

الفرع الثاني: متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: جودة الخدمات المصرفية بأبعادها (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان)؛

المتغير التابع: القدرة التنافسية؛

المتغيرات الوسيطة: الخصائص الديمغرافية الخاصة بالعملاء(الجنس،السن،المستوى الدراسي، طبيعة النشاط، مدة التعامل مع البنك).

المطلب الثاني:الأدوات المستخدمة في جمع البيانات

تم الاعتماد على مصدرين أساسين لجمع المعلومات:

أ/ المصادر الثانوية: اعتمدنا في معالجة الإطار النظري على مختلف مصادر البيانات الثانوية و التي تتمثل في الكتب و المراجع العربية و الأجنبية ذات العلاقة بالموضوع كذلك المقالات، الأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة؛

ب/ المصادر الأولية: من أجل معالجة الجانب الميداني اعتمدنا على الاستبيان كأداة رئيسية للبحث، و عليه قمنا بتصميم أو بناء الاستبيان بالاعتماد على الإطار النظري للدراسة و على الدراسات السابقة ذات العلاقة بالموضوع.

الفرع الأول: الاستبيان

حيث قمنا في هذه الدراسة بتصميم استبيان تضمن محورين على النحو التالي: (انظر الملحق رقم: 01-02)

الجزء الأول: و يتعلق بالخصائص العامة لعينة زبائن ، مثل (الجنس، السن، المستوى التعليمي...)

الجزء الثاني: و يعكس آراء عينة الزبائن حول جودة الخدمات المقدمة و القدرة التنافسية من طرف وكالات عينة الدراسة، فقد تم تقسيمها إلى اثنان و عشرين عبارة تعبر عن جودة الخدمة المصرفية بمختلف أبعادها المتمثلة في : الاعتمادية،الملموسية، التعاطف، الأمان، و أربع عبارات تعبر عن القدرة التنافسية، درّجت كلتاها حسب مقياس ليكرت المكون من خمس درجات.

و قد توزعت العبارات المعبرة عن الجودة كما يلي:

- **الاعتمادية:** وتتكون من أربع عبارات خاصة بالتزام البنك بتقديم الخدمات المصرفية في أوقاتها المحددة وأداء الخدمة الصحيحة من أول مرة واحتفاظ البنك بسجلات الدقيقة حول العمليات التي تجرى فيه؛

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقريت

- **الاستجابة:** وتتكون من أربع عبارات تعكس سرعة استجابة الموظفين لطلبات الزبائن بشكل جيد والاهتمام باستفساراتهم و اقتراحاتهم؛
- **الأمان:** ويتكون من أربع عبارات تشير إلى مدى الأمان الذي يشعر به الزبون لدى تعامله مع البنك من خلال شعور الزبائن بالأمان عند تعامله مع موظفي البنك و مدى كفاية طاقم الحراسة لإشعارهم بالأمان؛
- **التعاطف:** ويتكون من خمس عبارات تبرز جانب الاهتمام بطلبات العملاء دون تفرقة، والاهتمام بمصالحهم، وتوفير ساعات عمل ملائمة، لظروف الزبائن، و إدراك الموظف لاحتياجات العميل والسعي لتلبيتها؛
- **الملموسية:** و يتكون من أربع عبارات متعلقة بالجوانب المادية المصرفية للخدمة مثل وجود تقنيات ومعدات حديثة، تناسب المعدات والمرافق المادية مع نوعية الخدمة المقدمة، تميز العاملين بالبنك بالمظهر الجيد؛ أما بالنسبة للعبارات المتعلقة **بالقدرة التنافسية** فقد كانت تعبر عن وجود تلبية لحاجات العميل كما ينبغي أو أكثر، مدى إحساسه بجودة في الخدمة التي يتلقاها، بالإضافة إلى انخفاض تكلفة الحصول عليها و السرعة في التقديم.

- تكون الإجابة على العبارات المتعلقة بالجزء الثاني (قياس جودة الخدمة المصرفية و القدرة التنافسية) وفق مقياس ليكرت ذي خمس درجات كونه المقياس لقياس الإدراك والاتجاهات والآراء، و نظرا لاستخدامه في الدراسات السابقة في هذا المجال حيث طلب من العميل إعطاء درجة موافقته على كل عبارة من العبارات 22 وفق مقياس ليكرت كما يلي:

❖ بدرجة ممتازة، و تعطى لها خمس درجات؛

❖ درجة جيدة جدًا، و تعطى لها أربع درجات؛

❖ درجة جيدة، و تعطى لها ثلاثة درجات؛

❖ درجة مقبولة، و تعطى لها درجتان؛

❖ درجة متدنية، و تعطى لها درجة واحدة.

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقوت

الجدول رقم(02-02): يوضح درجات الموافقة حسب مقياس ليكرت الخماسي

الدرجة	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية
	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج الاستبيان

- حسب الدراسات السابقة فقد تم تقسيم مقياس ليكرت كما يلي:

الجدول رقم (03-02): تقسيمات مقياس ليكرت

المتوسط المرجح	درجة المستوى
من 1 إلى 1.79	بدرجة متدنية
من 1.80 إلى 2.59	بدرجة مقبولة
من 2.60 إلى 3.39	بدرجة جيدة
من 3.40 إلى 4.19	بدرجة جيدة جدا
من 4.20 إلى 5	بدرجة ممتازة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على دراسات سابقة

الفرع الثاني: أدوات التحليل الإحصائية المستخدمة

من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال قوائم الاستبيان، تم ترميز البيانات و إدخالها للحاسوب

باستعمال برنامج الخدمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية،(Spss(Statistical Package for social Sciences19)

و بواسطة هذا البرنامج تم الاستعانة ببعض الأدوات الإحصائية التالية:

- استخدام التكرارات و النسب المئوية لوصف الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة؛
- استخدام التكرارات و النسب المئوية و المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية على عبارات الدراسة وذلك لتقديم وصف شامل لبيانات العينة من حيث خصائص العينة، درجة الموافقة؛
- أساليب تحليل الانحدار و الارتباط لإثبات وجود علاقة ارتباط بين جودة الخدمة المصرفية وتعزيز القدرة التنافسية، حيث تم اختبار الفرضية عند مستوى دلالة 5%.

المبحث الثاني: تحليل النتائج و مناقشتها.

سنقوم في هذا المبحث بدراسة البيانات و تحليلها وفق الأهداف و الفرضيات الموضحة، حيث يتم دراسة خصائص العينة من حيث البيانات الأولية إلى جانب تحليل إجابات مفردات العينة على العبارات التي تضمنها الاستبيان ثم اختيار الفرضيات و إجراء المقارنة و تفسير النتائج.

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة

الفرع الأول: عرض و تحليل بيانات وكالة البنك الخارجي الجزائري **BEA**: (انظر الملحق رقم:02-02)

أولا/ دراسة صدق أداة الدراسة و ثباتها:

لاختبار صدق أداة الدراسة استخدمنا معامل الثبات طبقا لاختبار ألفا كرونباخ (Alfa Cronbach) و دراسة الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان كافة و كذا لفقرات كل متغير من متغيرات الدراسة. الجدول رقم (04-02): يوضح صدق الاستمارة الخاصة بعملاء الوكالتين بالنسبة للمتغير المستقل

جودة الخدمات المصرفية	
عدد العبارات	20
ألفا كرونباخ	0.70

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج تفرغ الاستبيان ببرنامج SPSS

من خلال الجدول رقم(04-02) نلاحظ أن معامل ألفا كرونباخ للمتغير (جودة الخدمات) هو (0.70) و هو أكبر من (0.60) و هذا ما يدل على أداة القياس ذات مستوى قوي من الثبات و المصدقية.

الجدول رقم (05-02): يوضح صدق الاستمارة الخاصة بعملاء الوكالتين بالنسبة للمتغير التابع

القدرة التنافسية	
عدد العبارات	04
ألفا كرونباخ	0.65

مصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نتائج تفرغ الاستبيان ببرنامج SPSS

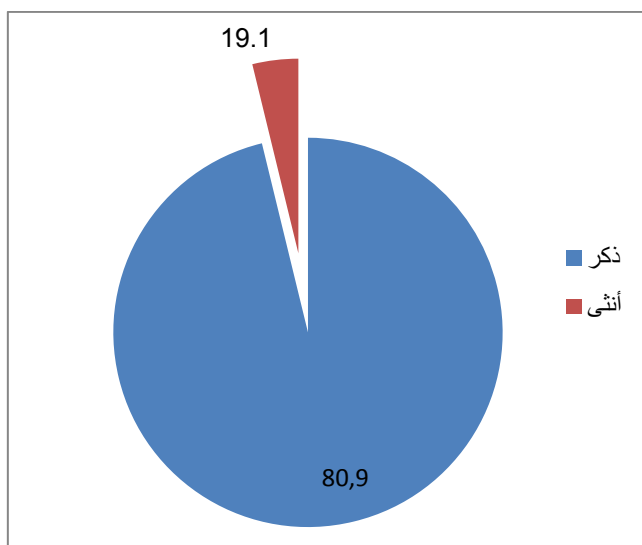
الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقريت

من خلال الجدول رقم(02-05) نلاحظ أن معامل ألفا كرونباخ للمتغير (القدرة التنافسية) هو (0.65) و هو أكبر من (0.60) و هذا ما يدل على أداة القياس ذات مستوى قوي من الثبات و المصدقية.

ثانيا: دراسة خصائص العينة من حيث البيانات الأولية

أ- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

الشكل رقم (02-01)



الجدول رقم (02-06)

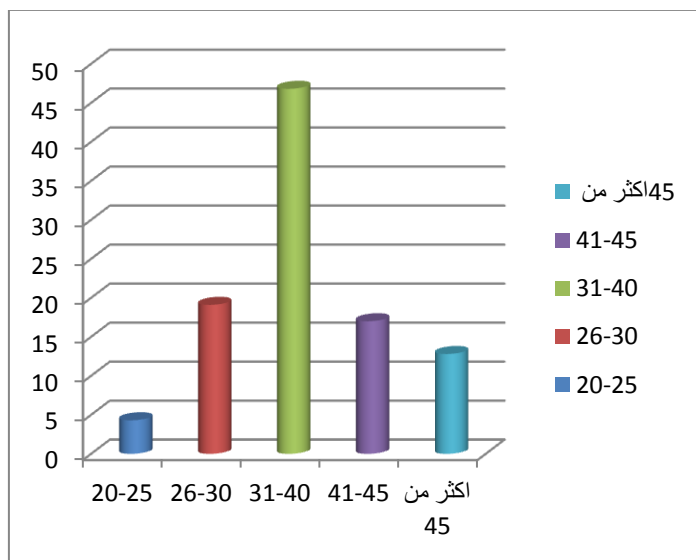
النسبة المئوية	التكرار	جنس العميل
80.9%	38	ذكر
19.1%	09	أنثى
100%	47	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول(02-06) والدائرة النسبية نلاحظ أن غالبية أفراد العينة هم من صنف الذكور حيث بلغ عددهم 38 ذكر يمثلون نسبة 80.9% في حين أن عدد العينة من فئة الإناث بلغت 9 إناث يمثلون نسبة 19.5%، وهذا يبين أن أغلب عملاء البنك هم ذكور.

ب- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر:

الشكل رقم(02- 02)



الجدول رقم(07-02)

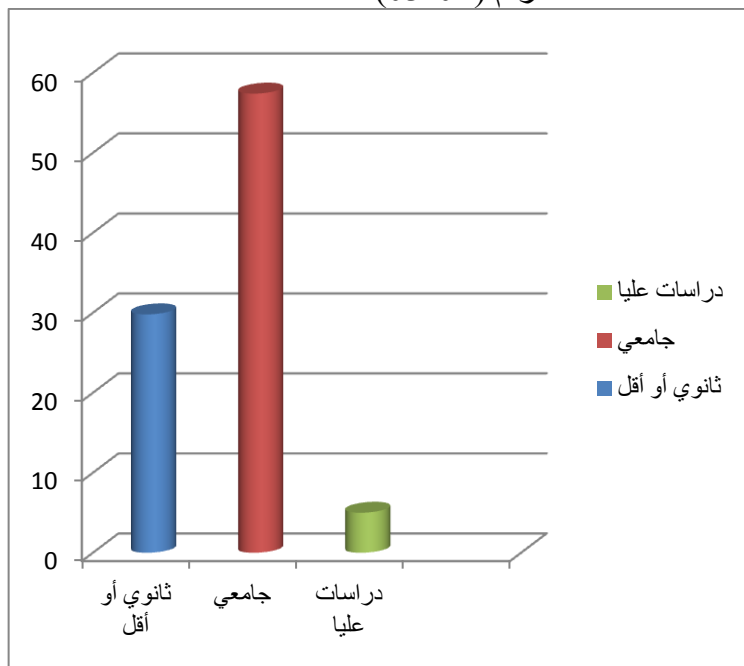
عمر العميل	التكرار	النسبة المئوية
25-20	02	4.3%
30-26	09	19.1%
40-31	22	46.8%
45-41	08	17%
أكثر من 45	06	12.8%
المجموع	47	100%

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول(07-02) و الشكل البياني نلاحظ أن أغلبية عملاء البنك يتراوح سنهم بين 31 و 40 سنة بنسبة قدرها 46.8% و هذا قد يفسر ميول هذه الفئة العمرية إلى التعامل مع هذا البنك، ثم تليها نسبة من يتراوح أعمارهم بين 26 و30 سنة و التي قدرت ب 19.1%، ثم تليها نسبة من تتراوح أعمارهم بين 41 و 45 سنة، ثم تليها في حين أن أقل نسبة كانت للذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 25 سنة حيث قدرت ب 4.3% مع انعدام التعاملات للفئة العمرية الأقل من 20 سنة.

ج- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي:

الشكل رقم (03-02)



الجدول رقم (08-02)

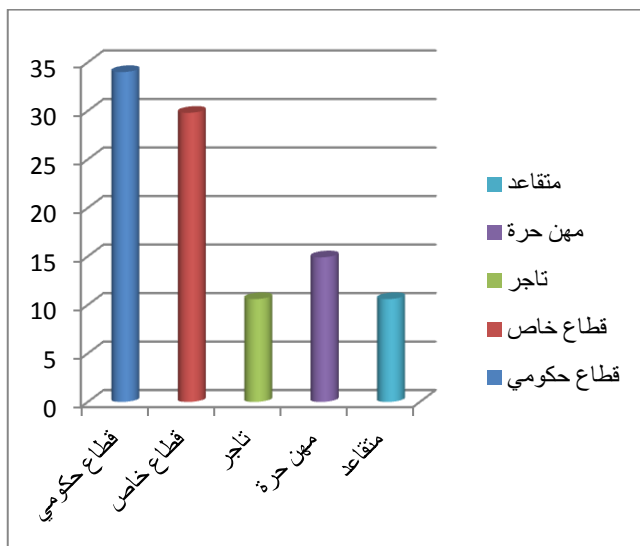
المستوى	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي أو أقل	14	29.8%
جامعي	27	57.4%
دراسات عليا	06	12.8%
المجموع	47	100%

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

يتضح من الجدول(08-02) و الشكل البياني أن نسبة 29.8% من أفراد عينة الدراسة مستواهم الدراسي ثانوي أو أقل، و 12.8% ذوي دراسات عليا، في حين أن 57.4% من أفراد عينة الدراسة جامعي، و هذا يدل على أن غالبية عملاء البنك محل الدراسة ذوي مستوى جامعي.

د- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة:

الجدول رقم (02-09) الشكل رقم (02-04)



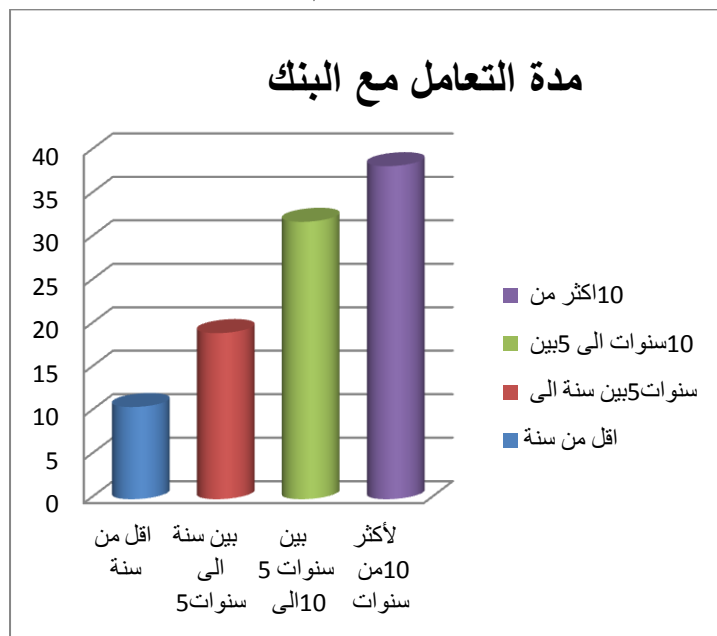
المهنة	التكرار	النسبة المئوية
قطاع حكومي	16	34%
قطاع خاص	14	29.8%
تاجر	05	10.6%
مهن حرة	07	14.9%
متقاعد	05	10.6%
المجموع	47	100%

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

يتضح من الجدول (02-09) و الشكل البياني أن نسبة الموظفين في القطاع الحكومي بلغت 34% وتليها الموظفين بالقطاع الخاص بنسبة 29.8%، ثم أصحاب المهن الحرة بنسبة 14.9% و أخيرا المتقاعدون و التجار بنسبة 10.6%. مما نستنتج أن نسبة الكبيرة من المتعاملين تتمثل في الموظفين بالقطاع الحكومي

هـ- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك:

الشكل رقم(02-05)



الجدول رقم (02-10)

مدة التعامل مع البنك	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	05	10.6%
بين سنة إلى 5 سنوات	09	19.1%
بين 5 سنوات إلى 10 سنوات	15	31.9%
لأكثر من 10 سنوات	18	38.3%
المجموع	47	100%

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول رقم(02-10) و الشكل البياني نلاحظ أن أغلبية متعاملين البنك فاقت مدة تعاملهم معه لأكثر من 10 سنوات، تليها نسبة المتعاملين ما بين خمس سنوات إلى عشر سنوات بنسبة قدرها 31.9% ، تليها المتعاملين ما بين سنة إلى خمس سنوات بنسبة 19.1% و أخير المتعاملين الأقل من سنة بنسبة 10.6% هذا و إن ذل فإنه يدل على وفاء المتعاملين للبنك.

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقرت

ثالثا: تحليل بيانات العينة:

أ- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم عينة الزبائن لجودة الخدمة المصرفية:

الجدول رقم (02-11): تحليل عينة الزبائن لبعء الملموسية

الرقم	العبرة	المقياس	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	يتوافر لدى البنك معدات و تكنولوجيا حديثة	التكرار	0	10	19	06	12	2.57%	1.09	مقبولة
		النسبة%	0	21.3	40.4	12.8	25.5		%	
02	مبنى البنك جذاب	التكرار	14	19	13	00	01	3.96%	0.88%	جيدة جدا
		النسبة%	29.8	40.4	27.7	00	2.1			
03	يتميز العاملون بحسن المظهر و أناقة اللباس	التكرار	09	18	19	01	00	3.74%	0.79%	جيدة جدًا
		النسبة%	19.1	38.3	40.4	2.1	00			
04	التصميم الداخلي للبنك منظم و متكامل	التكرار	18	14	12	03	00	4.0%	0.95%	جيدة جدًا
		النسبة%	38.3	29.8	25.5	6.4	00			
الملموسية										
								3.56%	0.50%	جيدة جدًا

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-02)

يلاحظ من الجدول رقم (02-11) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الملموسية ما يلي:

أن العبرة رقم (04) التي مفادها: التصميم الداخلي للبنك منظم و متكامل حازت على أعلى متوسط حسابي قدره (4%) و انحراف معياري مقداره (0.95%) و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة جدًا، و أقل متوسط حسابي للعبرة رقم (01) التي مفادها: يتوافر لدى البنك معدات و تكنولوجيا حديثة، بلغ (2.57%) و انحراف معياري (1.09%) و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة مقبولة، وباقي المتوسطات الأخرى بين هذين المتوسطين، و تقييم اتجاه العبارات الأخرى كانت كلها بدرجة جيدة جدًا.

و يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعء الملموسية كان تقييما جيد جدًا بمتوسط حسابي (3.56%) وانحراف معياري (0.50%).

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقرت

الجدول رقم(02-12): تحليل عينة الزبائن لبعدها الاعتمادية

الرقم	العبارة	المقياس	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
05	عندما يعدك البنك بأداء عمل في وقت معين فإنه يلتزم بذلك	التكرار	14	12	14	05	02	%3.66	%1.14	جيدة جدا
		النسبة%	29.8	25.5	29.8	10.6	4.3			
06	عند مواجهتك لمشكلة يتعاطف البنك معك ويطمنئك إلى إمكانية حلها	التكرار	04	07	21	07	08	%2.83	%1.14	جيدة
		النسبة%	8.2	14.9	44.7	14.9	17			
07	يؤدي البنك الخدمة الصحيحة من أول مرة	التكرار	12	02	15	11	07	%3.02	%1.39	جيدة
		النسبة%	25.5	4.3	31.9	23.4	14.9			
08	يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي تجرى فيه	التكرار	10	02	13	16	06	%2.87	%1.32	جيدة
		النسبة%	21.3	4.3	27.7	34	12.8			
	الاعتمادية							%3.09	%0.59	جيدة

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-02)

يلاحظ من الجدول رقم(02-12) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الاعتمادية يلي:

أن العبارة رقم (05) التي مفادها: عندما يعدك البنك بأداء عمل معين فإنه يلتزم بذلك لها أعلى متوسط حسابي يقدر ب (3.66%) و انحراف معياري قدره (1.14%) و تقييم اتجاه العبارة كان بدرجة جيدة جدا، و أقل متوسط مرجح للعبارة رقم (06) : عند مواجهتك لمشكلة يتعاطف البنك معك و يطمنئك إلى إمكانية حلها مقداره (2.83%) و انحراف معياري (1.14%) و تقييم اتجاه العبارة كان بدرجة جيدة، و باقي المتوسطات الحسابية تتوزع على العبارات الأخرى بين هذين المتوسطين، و تقييم اتجاه العبارات الأخرى كانت كلها بدرجة جيدة.

يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعدها الاعتمادية كان بدرجة جيدة بمتوسط حسابي قدره (3.09%) و انحراف معياري قدره (0.59%).

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقورت

الجدول رقم(02-13): تحليل عينة الزبائن لبعء الاستجابة

الرقم	العبرة	المقياس	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
09	يحدد البنك وقت انجاز الخدمة بدقة	التكرار	03	06	15	19	04	2.68%	1.02%	جيدة
		النسبة%	6.4	12.8	31.9	40.4	8.2			
10	يوفر لك البنك خدمة الاستفسار من خلال وسائل الاتصال	التكرار	02	04	03	17	21	1.91%	1.12%	مقبولة
		النسبة%	4.3	8.5	6.4	36.2	44.7			
11	العاملون في البنك لديهم الاستعداد الدائم لمساعدتك	التكرار	0	10	13	13	11	2.47%	1.08%	مقبولة
		النسبة%	0	21.3	27.7	27.7	23.4			
12	العاملون يلبون طلباتك فورا مهما كانت درجة انشغالهم	التكرار	0	11	18	09	09	2.66%	1.04%	جيدة
		النسبة%	0	23.4	38.3	19.1	19.1			
	الاستجابة							2.43%	0.65%	مقبولة

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-02)

يلاحظ من الجدول رقم(02-13) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الاستجابة ما يلي:

العبرة رقم(09) التي مفادها: يحدد البنك وقت انجاز الخدمة بدقة لها أعلى متوسط حسابي قدره (2.68%) وانحراف معياري قدره (1.02%) و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة مقبولة، في حين أن العبرة رقم (10) و التي مفادها: يوفر لك البنك خدمة الاستفسار من خلال وسائل الاتصال لها اقل متوسط حسابي قدره (1.91%) و انحراف معياري قدره (1.12%) و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة مقبولة، و باقي المتوسطات الحسابية تتوزع على العبارات الأخرى بين هذين المتوسطين ، و تقييم اتجاه العبارات الأخرى كانت كلها بدرجة مقبولة و جيدة.

يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعء الاستجابة كان بدرجة مقبولة بمتوسط حسابي قدره (2.43%) و انحراف معياري قدره (0.65%).

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقرت

الجدول رقم(02-14): تحليل عينة الزبائن لبعء الأمان

الرقم	العبرة	المقياس	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
13	يمكنك الوثوق بالعاملين في البنك	التكرار	21	10	10	05	01	%3.96	%1.14	جيدة جدا
		النسبة%	44.7	21.3	21.3	10.6	2.1			
14	يتعامل البنك من المعلومات الخاصة بك بسرية تامة	التكرار	19	12	09	05	02	%3.87	%1.19	جيدة جدا
		النسبة%	40.4	25.5	19.1	10.6	4.3			
15	وجود طاقم حراسة يشعرك بأمان التعامل مع البنك	التكرار	00	02	04	18	23	%1.72	%0.94	متدنية
		النسبة%	00	4.3	8.5	38.3	48.9			
	الأمان							%3.18	%0.69	جيدة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-02)

يلاحظ من الجدول رقم(02-14) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعء الأمان ما يلي:

العبرة رقم(13) التي مفادها: يمكنك الوثوق بالعاملين في البنك لها أعلى متوسط حسابي مقداره (%3.96) و انحراف معياري مقداره (%1.14)، وتقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة جدا، بينما عبرة: وجود طاقم حراسة يشعرك بأمان التعامل مع البنك حصلت على اقل متوسط حسابي مقداره (%1.72) و انحراف معياري مقداره (%0.94)، و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة متدنية، و المتوسط الباقي انحصر بين هذين المتوسطين بتقييم درجته جيدة جدّ.

يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعء الأمان كان بدرجة جيدة بمتوسط حسابي قدره (%3.18) و انحراف معياري قدره (%0.69)

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقرت

الجدول رقم(02-15): تحليل عينة الزبائن لبعء التعاطف

الرقم	العبارة	المقياس	ممتاز	جيد جدا	جيد	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
16	يولي البنك اهتمام فرديا بالعملاء	التكرار	13	12	12	08	02	3.55%	1.19%	جيدة جدا
		النسبة%	27.7	25.5	25.5	17	4.3			
17	يولي العاملون بالبنك عناية شخصية بالعملاء	التكرار	14	18	13	02	0	3.94%	0.87%	جيدة جدا
		النسبة%	29.8	38.3	27.7	4.3	0			
18	يضع البنك مصلحتك في مقدمة اهتماماته	التكرار	13	15	11	08	0	3.70%	1.06%	جيد جدا
		النسبة%	27.7	31.9	23.4	17	0			
19	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروفك	التكرار	07	10	16	08	06	3.09%	1.23%	جيدة
		النسبة%	14.9	21.3	34	17	12.8			
20	يعرف العاملون بالبنك احتياجاتك و يسعون لتحقيقها	التكرار	09	11	16	11	0	3.38%	1.05%	جيدة
		النسبة%	19.1	23.4	34	23.4	0			
	التعاطف							3.53%	0.58%	جيدة جدا

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-02)

يلاحظ من الجدول رقم(02-15) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد التعاطف ما يلي:

العبارة رقم(17) التي مفادها: يولي العاملون بالبنك عناية شخصية بالعملاء لها أعلى متوسط حسابي مقداره (3.94%) و انحراف معياري مقداره (0.87%)، وتقييم اتجاه العبارة كان بدرجة جيدة جدًا، بينما العبارة رقم (19) التي مفادها يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروفك حصلت على اقل متوسط حسابي مقداره (3.09%) و انحراف معياري مقداره (1.23%)، و تقييم اتجاه العبارة كان بدرجة جيدة، و باقي المتوسطات الحسابية تتوزع على العبارات الأخرى بين هذين المتوسطين، و تقييم اتجاه العبارات الأخرى كانت كلها بدرجة جيدة و جيدة جدا .

يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعء التعاطف كان بدرجة جيدة جدًا بمتوسط حسابي قدره (3.53%) و انحراف معياري قدره (0.58%).

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقورت

الجدول رقم(02-16): تحليل عينة الزبائن لبعء القدرة التنافسية

الرقم	العبرة	المقياس	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
21	يتم تلبية احتياجاتك بطريقة سريعة كما تبتغي أو أكثر	التكرار	08	08	09	10	12	%2.79	1.44 %	جيدة
		النسبة%	17	17	19.1	21.3	25.5			
22	إحساس بتميز في الخدمة المقدمة من حيث الجودة	التكرار	12	14	16	04	01	%3.68	1.02 %	جيدة جدا
		النسبة%	25.5	29.8	34	8.5	2.1			
23	إحساس بتميز في الخدمة المقدمة من حيث انخفاض التكلفة	التكرار	04	18	12	13	0	%3.28	0.97 %	جيدة
		النسبة%	8.5	38.3	25.5	27.7	0			
24	إحساس بتميز في الخدمة المقدمة من حيث وقت التسليم	التكرار	13	12	12	10	0	%3.60	1.11 %	جيدة جدا
		النسبة%	27.7	25.5	25.5	21.3	0			
	القدرة التنافسية							%3.33	0.59 %	جيدة

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-02)

يلاحظ من الجدول رقم(02-16) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعء القدرة التنافسية ما يلي:

العبرة رقم (22) التي مفادها: إحساس بتميز في الخدمة المقدمة من حيث الجودة أعلى متوسط حسابي مقداره (3.68%) و انحراف معياري مقداره (1.02%)، وتقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة جدًا، بينما العبرة رقم (21) التي مفادها: يتم تلبية احتياجاتك بطريقة سريعة كما تبتغي أو أكثر حصلت على اقل متوسط حسابي مقداره (2.79%) و انحراف معياري مقداره (1.14 %)، و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة، و باقي المتوسطات الحسابية تتوزع على العبارات الأخرى بين هذين المتوسطين ، و تقييم اتجاه العبارات الأخرى كانت كلها بدرجة جيدة و جيدة جدًا.

يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعء القدرة التنافسية كان بدرجة جيدة بمتوسط حسابي قدره (3.33%) و انحراف معياري قدره (0.59%).

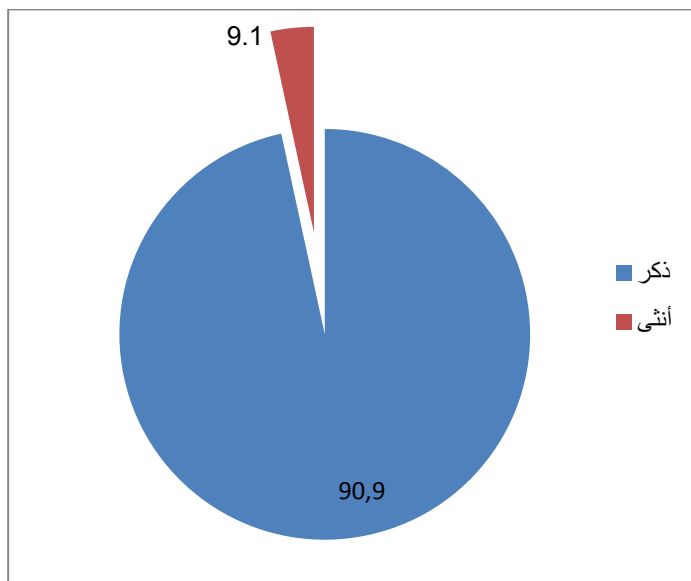
الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقوت

الفرع الثاني: عرض و تحليل بيانات بنك التنمية المحلية BDL (وكالة تقوت). (انظر الملحق رقم 02-03)

أولاً: دراسة خصائص العينة من حيث البيانات الأولية:

أ- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس:

الشكل رقم:(02-06)



الجدول رقم:(02-17)

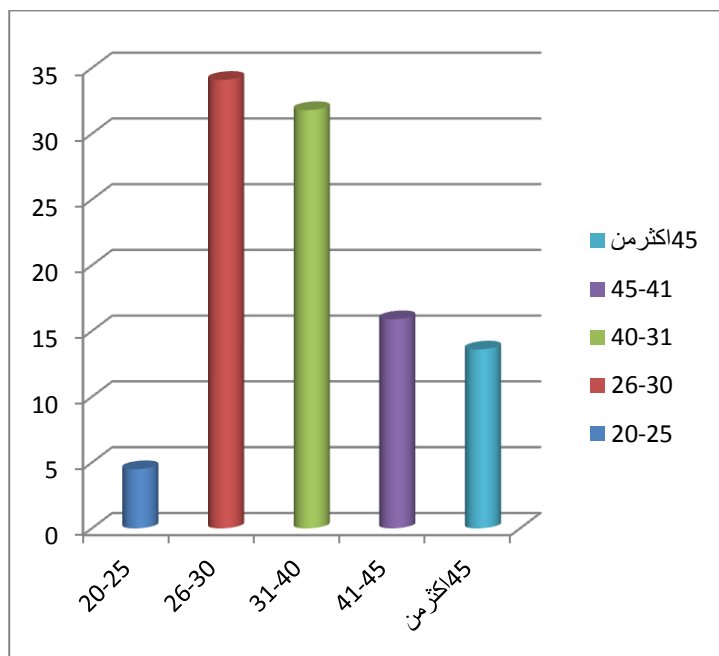
النسبة المئوية	التكرار	جنس العميل
90.9%	40	ذكر
9.1%	04	أنثى
100%	44	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول رقم: (02-17) و الدائرة النسبية نلاحظ أن غالبية أفراد العينة هم من صنف الذكور حيث بلغ عددهم 40 يمثلون نسبة 90.9% في حين أن عدد العينة من فئة الإناث بلغت 04 إناث يمثلون نسبة 9.1% و هذا يبين أن معظم المتعاملين ذكور في حين وجود قلة في تعامل فئة الإناث.

أ- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر:

الشكل رقم: (07-02)



الجدول رقم: (18-02)

عمر العميل	التكرار	النسبة المئوية
25-20	02	%4.5
30-26	15	%34.1
40-31	14	%31.8
45-41	07	%15.9
أكثر من 45	06	%13.6
المجموع	44	%100

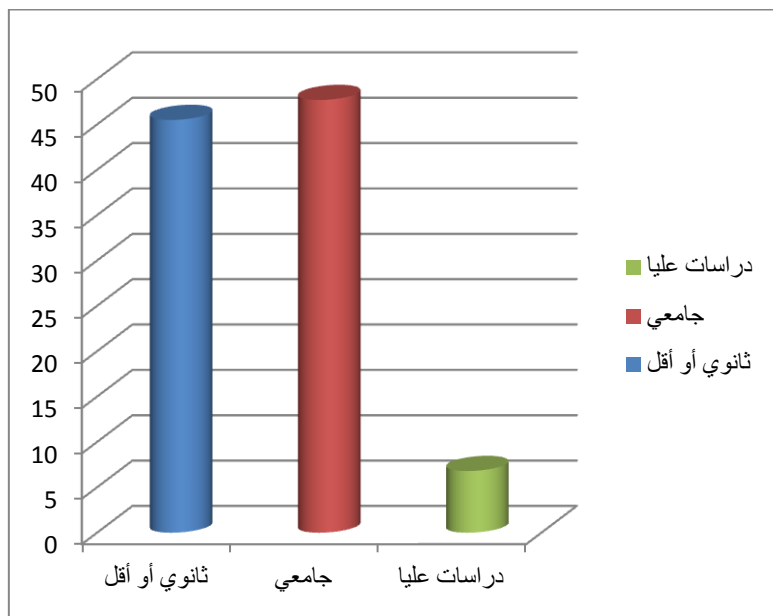
المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول رقم (18-02) و الشكل البياني نلاحظ أن أغلبية عملاء أفراد البنك يتراوح سنهم بين 26 و 30 سنة بنسبة قدرها %34.1 و هذا قد يفسر ميول هذه الفئة العمرية إلى التعامل مع هذا البنك، ثم تليها نسبة من يتراوح أعمارهم بين 31 و 40 سنة و التي قدرت ب %31.8، ثم تليها نسبة من تتراوح أعمارهم بين 41 و 45 سنة، ثم تليها في حين أن أقل نسبة كانت للذين تتراوح أعمارهم بين 20 و 25 سنة حيث قدرت ب %4.5 ، مع انعدام التعاملات للفئة العمرية الأقل من 20 سنة.

ج- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي:

الشكل رقم(02-08)

الجدول رقم(02-19)



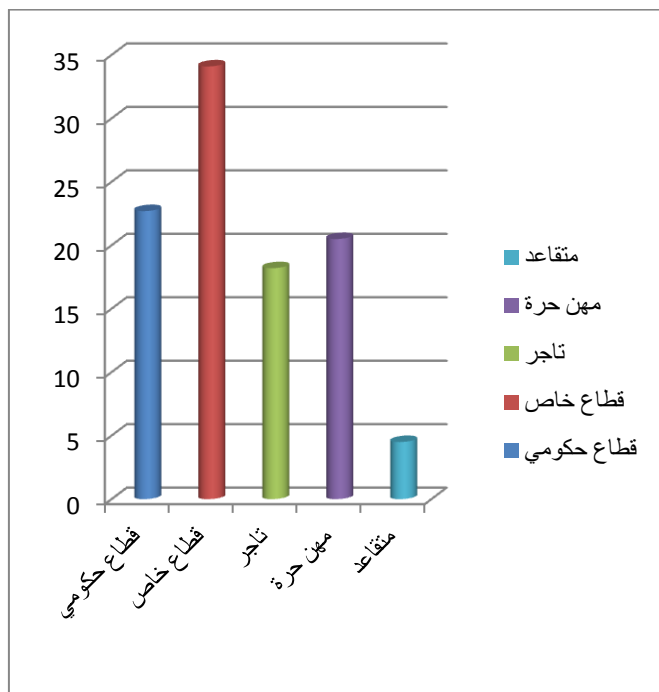
المستوى	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي أو أقل	20	45.5%
جامعي	21	47.7%
دراسات عليا	03	6.8%
المجموع	44	100%

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

يتضح من الجدول رقم: (02-19) و الشكل البياني أن نسبة 45.5% من أفراد عينة الدراسة مستواهم الدراسي ثانوي أو أقل، و 47.7% ذوي دراسات عليا، في حين أن 6.8% من أفراد عينة الدراسة جامعي، و هذ يدل على أن غالبية عملاء البنك محل الدراسة ذوي مستوى جامعي.

د- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة:

الشكل رقم (02-09)



الجدول رقم(02-20)

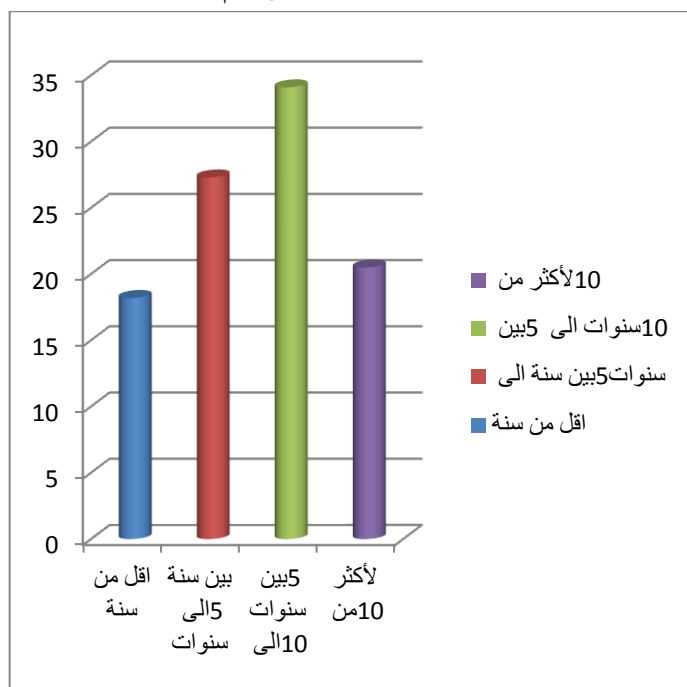
النسبة المئوية	التكرار	المهنة
22.7%	10	قطاع حكومي
34.1%	15	قطاع خاص
18.2%	08	تاجر
20.5%	09	مهن حرة
4.5%	02	متقاعد
100%	44	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

يتضح من الجدول رقم (02-20) و الشكل البياني أن العينة يغلب عليها موظفون في القطاع الخاص بنسبة 34.1% ، و تليها الموظفين بالقطاع الحكومي بنسبة 22.7%، ثم التجار بنسبة 18.2%، وتليها أصحاب المهن الحرة بنسبة 20.5% و أخيرا المتقاعدون بنسبة 4.5% .

هـ- توزيع أفراد الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك:

الشكل رقم (10-02)



الجدول رقم (21-02)

النسبة المئوية	التكرار	مدة التعامل مع البنك
18.2%	08	أقل من سنة
27.3%	12	بين سنة إلى 5 سنوات
34.1%	15	بين 5 سنوات إلى 10 سنوات
20.5%	09	لأكثر من 10 سنوات
100%	44	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول رقم (21-02) والشكل البياني، نلاحظ أن أغلبية المتعاملين تعاملوا مع البنك لمدة ما بين 5 سنوات إلى 10 سنوات بنسبة 34.1%، تليها نسبة المتعاملين ما بين سنة إلى 5 سنوات بنسبة قدرها 27.3%، تليها المتعاملين لأكثر من 10 سنوات بنسبة 20.5% و أخير المتعاملين الأقل من سنة بنسبة 18.2%.

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقرت

ثانيا: تحليل بيانات العينة:

تحليل البيانات المتعلقة بتقييم عينة الزبائن لجودة الخدمة المصرفية:

الجدول رقم (02-22): تحليل عينة الزبائن لمؤشر الملموسية

الرقم	العبارة	المقياس	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	يتوافر لدى البنك معدات و تكنولوجيا حديثة	التكرار	06	12	18	04	04	3.27%	1.10%	جيدة
		النسبة%	13.6	27.3	40.9	9.1	9.1			
02	مبنى البنك جذاب	التكرار	01	08	11	06	18	2.27%	1.24%	مقبولة
		النسبة%	2.3	18.2	25	13.6	40.9			
03	يتميز العاملون بحسن المظهر و أناقة اللباس	التكرار	11	12	13	08	0	3.59%	1.06%	جيد جدًا
		النسبة%	25	27.3	29.5	18.2	0			
04	التصميم الداخلي للبنك منظم و متكامل	التكرار	03	05	10	12	14	2.34%	1.23%	مقبولة
		النسبة%	6.8	11.4	22.7	27.3	31.8			
	الملموسية							2.86%	0.61%	جيدة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-03)

يلاحظ من الجدول رقم(02-22) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الملموسية ما يلي:

أن العبارة رقم (03) التي مفادها: يتميز العاملون بحسن المظهر و أناقة اللباس كانت بأعلى متوسط حسابي (3.59%) و انحراف معياري مقداره (1.06 %) و تقييم اتجاه العبارة كان بدرجة جيد جدًا، و أقل متوسط حسابي للعبارة رقم (02) و التي مفادها: مبنى البنك جذاب بلغ (2.27%) و انحراف معياري (1.24%) و تقييم اتجاه العبارة كان بدرجة مقبولة، وباقي المتوسطات الأخرى بين هذين المتوسطين، و تقييم اتجاه العبارات الأخرى كانت كلها بدرجة مقبولة و جيدة.

و يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعد الملموسية كان تقييمًا جيدًا بمتوسط حسابي (2.86%) و انحراف معياري (0.61%).

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقרת

الجدول رقم(02-23): تحليل عينة الزبائن لبعء الاعتمادية

الرقم	العبارة	المقياس	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
05	عندما يعدك البنك بأداء عمل ما في وقت معين فإنه يلتزم بذلك	التكرار	08	11	11	11	03	%3.23	%1.21	جيدة
		النسبة%	18.2	25	25	25	6.8			
06	عند مواجهتك لمشكلة يتعاطف البنك معك ويطمئنك إلى إمكانية حلها	التكرار	06	07	20	07	04	%3.09	%1.11	جيدة
		النسبة%	13.6	15.9	45.5	15.9	9.1			
07	يؤدي البنك الخدمة الصحيحة من أول مرة	التكرار	10	06	14	06	07	%3.11	%1.36	جيدة
		النسبة%	22.7	13.6	31.8	15.9	15.9			
08	يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي تجرى فيه	التكرار	17	10	09	07	01	%3.80	%1.19	جيدة جدًا
		النسبة%	38.6	22.7	20.5	15.9	2.3			
	الاعتمادية							%3.30	0.52%	جيدة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-03)

يلاحظ من الجدول رقم(02-23) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد الاعتمادية ما يلي:

أن العبارة رقم(08) التي مفادها: يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي تجرى فيه لها أعلى متوسط حسابي يقدر ب (3.80%) و انحراف معياري قدره (1.19%) و تقييم اتجاه العبارة كان بدرجة جيدة جدًا، و أقل متوسط مرجح للعبارة رقم (06) و التي مفادها: عند مواجهتك لمشكلة يتعاطف البنك معك و يطمئنك إلى إمكانية حلها مقداره (3.09%) و انحراف معياري (1.11%) و تقييم اتجاه العبارة كان بدرجة جيدة، و باقي المتوسطات الحسابية تتوزع على العبارات الأخرى بين هذين المتوسطين ، و تقييم اتجاه العبارات الأخرى كانت كلها بدرجة جيدة.

يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعء الاعتمادية كان بدرجة جيدة بمتوسط حسابي قدره (3.30%) و انحراف معياري قدره (0.52%).

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقرت

الجدول رقم(02-24): تحليل عينة الزبائن لبعء الاستجابة

الرقم	العبرة	المقياس	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
09	يحدد البنك وقت انجاز الخدمة بدقة	التكرار	03	08	15	14	04	%2.82	%1.06	جيدة
		النسبة%	6.8	18.2	34.1	31.8	9.1			
10	يوفر لك البنك خدمة الاستفسار من خلال وسائل الاتصال	التكرار	19	12	07	0	06	%3.86	%1.35	جيدة جدا
		النسبة%	43.2	27.3	15.9	0	13.6			
11	العاملون في البنك لديهم الاستعداد الدائم لمساعدتك	التكرار	10	14	07	07	06	%3.34	% 1.36	جيدة
		النسبة%	22.7	31.8	15.9	15.9	13.6			
12	العاملون يلبون طلباتك فورا مهما كانت درجة انشغالهم	التكرار	11	13	12	05	03	%3.55	% 1.19	جيدة جدا
		النسبة%	25	29.5	27.3	11.4	6.8			
	الاستجابة							%3.39	%0.67	جيدة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-03)

يلاحظ من الجدول رقم(02-24) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعء الاستجابة ما يلي:

العبرة رقم(10) التي مفادها: يوفر لك البنك خدمة الاستفسار من خلال وسائل الاتصال لها أعلى متوسط حسابي قدره (%3.86) وانحراف معياري قدره (% 1.35) و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة جدًا، في حين أن العبرة: يحدد البنك وقت انجاز الخدمة بدقة لها اقل متوسط حسابي قدره (%2.82) و انحراف معياري قدره (%1.06) و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة، و باقي المتوسطات الحسابية تتوزع على العبارات الأخرى بين هذين المتوسطين ، و تقييم اتجاه العبارات الأخرى كانت كلها بدرجة جيدة و جيدة جدا.

يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعء الاستجابة كان بدرجة جيدة بمتوسط حسابي قدره (%3.39) و

انحراف معياري قدره (%0.67).

الجدول رقم(02-25): تحليل عينة الزبائن لبعء الأمان

الرقم	العبرة	المقيا س	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
13	يمكنك الوثوق بالعاملين في البنك	التكرار	16	12	12	04	00	%3.91	%1.007	جيدة جداً
		النسبة %	36.4	27.3	27.3	9.1	0			
14	يتعامل البنك من المعلومات الخاصة بك بسرية تامة	التكرار	22	15	04	02	01	%4.25	%0.96	ممتازة
		النسبة %	50	34.1	9.1	4.5	2.3			
15	وجود طاقم حراسة يشعرك بأمان التعامل مع البنك	التكرار	10	04	07	09	14	%2.70	%1.56	جيدة
		النسبة %	22.7	9.1	15.9	20.5	31.8			
	الأمان							%3.62	%0.64	جيدة جداً

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-03)

يلاحظ من الجدول رقم(02-25) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد جانب الأمان ما يلي:

العبرة رقم (14) التي مفادها: يتعامل البنك من المعلومات الخاصة بك بسرية تامة لها أعلى متوسط حسابي مقداره (4.2%) و انحراف معياري مقداره (0.96%)، وتقييم اتجاه العبرة كان بدرجة ممتازة، بينما العبرة رقم (15) و التي مفادها: وجود طاقم حراسة يشعرك بأمان التعامل مع البنك حصلت على اقل متوسط حسابي مقداره (2.7%) و انحراف معياري مقداره (1.56%)، و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة، و المتوسط الباقي انحصر بين هذين المتوسطين بتقييم درجته جيد جداً.

يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعء الأمان كان بدرجة جيدة جداً بمتوسط حسابي قدره (3.62%) و انحراف معياري قدره (0.64%).

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقרת

الجدول رقم(02-26): تحليل عينة الزبائن لبعء التعاطف

الرقم	العبرة	المقياس	ممتازة	جيدة جدا	جيدة	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
16	يولي البنك اهتمام فرديا بالعملاء	التكرار	14	09	16	04	01	%3.70	1.09%	جيدة
		النسبة%	31.8	20.5	36.4	9.1	2.3			جدا
17	يولي العاملون بالبنك عناية شخصية بالعملاء	التكرار	10	13	15	02	04	%3.52	%1.17	جيدة
		النسبة%	22.7	29.5	34.1	4.5	9.1			جدا
18	يضع البنك مصلحتك في مقدمة اهتماماته	التكرار	03	12	12	13	04	%2.93	% 1.08	جيدة
		النسبة%	6.8	27.3	27.3	29.5	9.1			
19	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروفك	التكرار	02	14	14	06	08	%2.91	%1.17	جيدة
		النسبة%	4.5	31.8	31.8	13.6	18.2			
20	يعرف العاملون بالبنك احتياجاتك و يسعون لتحقيقها	التكرار	11	18	10	05	0	%3.80	%0.95	جيدة
		النسبة%	25	40.9	22.7	11.4	0			جدا
	التعاطف							%3.37	%0.53	جيدة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-03)

يلاحظ من الجدول رقم(02-26) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد التعاطف ما يلي:

العبرة رقم (20) التي مفادها: يعرف العاملون بالبنك احتياجاتك و يسعون لتحقيقها لها أعلى متوسط حسابي مقداره (3.80%) و انحراف معياري مقداره (0.95%)، وتقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة جدًا، بينما العبرة رقم(19) و التي مفادها يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروفك حصلت على اقل متوسط حسابي مقداره (2.91%) و انحراف معياري مقداره (1.17%)، و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة، و باقي المتوسطات الحسابية تتوزع على العبارات الأخرى بين هذين المتوسطين ، و تقييم اتجاه العبارات الأخرى كانت كلها بدرجة جيدة و جيدة جدًا

يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لبعء التعاطف كان بدرجة جيدة بمتوسط حسابي قدره (3.37%) و انحراف معياري قدره (0.53%).

الجدول رقم(02-27): تحليل عينة الزبائن لمؤشر القدرة التنافسية

الرقم	العبرة	المقيا س	ممتاز	جيد جدا	جيد	مقبولة	متدنية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
21	يتم تلبية احتياجاتك بطريقة سريعة كما تبتغي أو أكثر	التكرار	05	08	10	12	09	%2.73	%1.30	جيدة
		النسبة %	11.4	18.2	22.7	27.3	20.5			
22	إحساس بتميز في الخدمة المقدمة من حيث الجودة	التكرار	06	09	14	09	06	%3	%1.23	جيدة
		النسبة %	13.6	20.5	31.8	20.5	13.6			
23	إحساس بتميز في الخدمة المقدمة من حيث انخفاض التكلفة	التكرار	09	18	07	09	01	%3.57	%1.1	جيدة جدا
		النسبة %	20.5	40.9	15.9	20.5	2.3			
24	إحساس بتميز في الخدمة المقدمة من حيث وقت التسليم	التكرار	03	05	17	13	06	%2.68	%1.07	جيدة
		النسبة %	6.8	11.4	38.6	29.5	13.6			
	القدرة التنافسية							%2.99	0.72%	جيدة

المصدر: من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS (انظر الملحق رقم 02-03)

يلاحظ من الجدول رقم(02-27) المتعلق باتجاهات أفراد العينة فيما يخص بعد القدرة التنافسية ما يلي:

العبرة رقم (23) التي مفادها: إحساس بتميز في الخدمة المقدمة من حيث انخفاض التكلفة أعلى متوسط حسابي مقداره (3.57%) و انحراف معياري مقداره (1.10%)، وتقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة جداً، بينما العبرة رقم (24) والتي مفادها: إحساس بتميز في الخدمة المقدمة إحساس بتميز في الخدمة المقدمة من حيث وقت التسليم حصلت على اقل متوسط حسابي مقداره (2.68%) و انحراف معياري مقداره (1.07%)، و تقييم اتجاه العبرة كان بدرجة جيدة، و باقي المتوسطات الحسابية تتوزع على العبارات الأخرى بين هذين المتوسطين ، و تقييم اتجاه العبارات الأخرى كانت كلها بدرجة جيدة.

يلاحظ أن تقييم اتجاه أفراد العينة لمحور القدرة التنافسية كان بدرجة جيدة جداً بمتوسط حسابي قدره (2.99%) و انحراف معياري قدره (0.72%).

المطلب الثاني: مناقشة و تفسير النتائج

الفرع الأول: تحليل الفرضيات

أولاً-تحليل الفرضية الأولى

- تنص هذه الفرضية على ما يلي: " بعد الأمان هو أكثر الأبعاد تقييما بين العملاء"

لاختبار هذه الفرضية نقوم بمقارنة درجة موافقة العملاء على كل بعد من أبعاد جودة الخدمة المصرفية المدروسة في كل من المؤسسات البنكيتين لمعرفة على أي منها تركز أكثر.

الجدول رقم(02-28): درجة موافقة العملاء لأبعاد جودة الخدمات المصرفية لكلا الوكالتين

وكالة بنك التنمية المحلية BDL		وكالة بنك الجزائر الخارجي BEA		
درجة الموافقة	المتوسط الحسابي	درجة الموافقة	المتوسط الحسابي	
جيدة	2.86%	جيدة جدًا	3.56%	بعد الملموسية
جيدة	3.30%	جيدة	3.09%	بعد الاعتمادية
جيدة	3.39%	مقبولة	2.43%	بعد الاستجابة
جيدة جدًا	3.62%	جيدة	3.18%	بعد الأمان
جيدة	3.37%	جيدة	3.53%	بعد التعاطف

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن أكثر الأبعاد تقييما من طرف عملاء وكالة بنك BEA هو بعد الملموسية حيث قدر المتوسط الحسابي الخاص بكل فقراته ب 3.56% بدرجة تقييم جيدة جدًا، بينما بالنسبة لوكالة بنك BDL فنجد أن بعد الأمان هو الأكثر تقييما بين العملاء حيث قدر المتوسط الحسابي الخاص بفقراته ب 3.62% بدرجة تقييم جيدة جدًا، و بناء على النتائج المتوصل إليها ترفض الفرضية الأولى لبنك BEA، و تقبل الفرضية لبنك BDL.

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقرت

ثانيا: تحليل الفرضية الثانية:

- تنص هذه الفرضية على ما يلي: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة و تعزيز البنك للقدرة التنافسية".

و لاختبار هذه الفرضية نستخدم في التحليل على معامل بيرسون في قياس قوة ونوع العلاقة بين متوسط الإجابات حول جودة الخدمات ومتوسط الإجابات حول القدرة التنافسية .

❖ نتائج الارتباط الخطي بين جودة الخدمات المصرفية و القدرة التنافسية للوكالتين:

أ: نتائج الارتباط الخطي لوكالة البنك الخارجي الجزائري BEA:

الجدول رقم(02-29): نتائج الارتباط الخطي لبنك BEA

Corrélations		
	القدرة التنافسية	جودة الخدمات
القدرة التنافسية	1	,229
Corrélacion de Pearson		
Sig. (bilatérale)		,122
N	47	47
جودة الخدمات	,229	1
Corrélacion de Pearson		
Sig. (bilatérale)	,122	
N	47	47

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين الجودة و الميزة التنافسية هي $r=0.229$ بينما نجد أن القيمة الاحتمالية $\text{sig. (bilatérale)}=0.12$ أكبر من مستوى المعنوية 0.05 وعليه فإن قيمة معامل الارتباط لا تختلف معنويا عن الصفر، أن العلاقة بين القدرة التنافسية و الجودة ضعيفة وليس لها دلالة إحصائية في الواقع.

ومن خلال هذا فإن جودة الخدمات لا تساهم في تعزيز القدرة التنافسية للبنك حسب إجابات العملاء.

ب: نتائج الارتباط الخطي لوكالة البنك الخارجي الجزائري BDL:

الجدول رقم (02-30): نتائج الارتباط الخطي لبنك BDL

Corrélations		
	القدرة التنافسية	جودة الخدمات
القدرة التنافسية	1	,427**
Corrélacion de Pearson		
Sig. (bilatérale)		,004
N	44	44
جودة الخدمات	,427**	1
Corrélacion de Pearson		
Sig. (bilatérale)	,004	
N	44	44

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول (02-30) نلاحظ أن قيمة معامل الارتباط بين الجودة والقدرة التنافسية هي $r=0,427$ أي أن هناك ارتباط طردي بين جودة الخدمات المقدمة و القدرة التنافسية في البنك، حيث نلاحظ أن القيمة الاحتمالية $\text{Sig. (2-tailed)}=0.004$ أقل من مستوى المعنوية 0.05 و منه فإن قيمة معامل الارتباط تختلف معنويا عن الصفر، و أن العلاقة بين القدرة و الجودة لها دلالة إحصائية في الواقع.

و من خلال هذا فإن جودة الخدمات تساهم إيجابيا في تعزيز القدرة التنافسية بنسبة قدرها 42% و هي تعبر عن أهمية الدور الذي تلعبه جودة الخدمات في زيادة مكانة البنك و اكتسابه لقدرات تنافسية.

وبناء على ما سبق فإن هناك علاقة ارتباط بين جودة الخدمات المصرفية المقدمة و القدرة التنافسية في بنك التنمية المحلية BDL و انعدامها في البنك الخارجي الجزائري BEA و عليه تثبت صحة الفرضية الثانية لوكالة بنك التنمية المحلية BDL و تنفى بالنسبة لوكالة البنك الخارجي الجزائري BEA.

ثالثا: تحليل الفرضية الثالثة:

- تنص هذه الفرضية على ما يلي: "تقدم الوكالات عينة الدراسة تقدم كل خدماتها بدرجة جيدة جدًا من الجودة".

- ملخص المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لكل فقرات أبعاد جودة الخدمات المصرفية

لوكالة بنك BEA وBDL (تقرت):

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقورت

الجدول رقم(02-31) يوضح متوسط و الانحراف المعياري لأبعاد جودة الخدمات المصرفية

وكالة بنك التنمية المحلية BDL (تقورت)			وكالة بنك الجزائر الخارجي BEA (تقورت)			الأبعاد
الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
جيدة	0.61%	2.86%	جيدة جدا	0.89%	3.56%	الملموسية
جيدة	0.52%	3.30%	جيدة	0.65%	3.09%	الاعتمادية
جيدة	0.67%	3.39%	مقبولة	0.69%	2.43%	الاستجابة
جيدة جدا	0.64%	3.62%	جيدة	0.58%	3.18%	الأمان
جيدة	0.53%	3.37%	جيدة	0.59%	3.53%	التعاطف
جيدة	0.29%	3.31%	جيدة	0.30%	3.16%	جودة الخدمات المصرفية

من إعداد الطالب بناء على معطيات نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول رقم (02-31) أعلاه و الذي يوضح المتوسط العام لمختلف أبعاد جودة الخدمات المصرفية، حيث قدر المتوسط الحسابي لجودة الخدمات المصرفية بالنسبة لوكالة BEA ب 3.16% و انحراف معياري قدره 0.30% بدرجة تقييم جيدة، في حين أن المتوسط الحسابي لجودة الخدمات المصرفية لوكالة بنك BDL قدر ب 3.31% و انحراف معياري قدره 0.29% بتقييم درجته جيدة أيضا. مما يدل أن تحليل على أن هناك اختلاف في تقييم العملاء لأبعاد جودة الخدمات المصرفية بحيث أن أكثرها دلالة على وجود الخدمة المصرفية هي بعدي الملموسية والأمان في حين تبقى بقية الأبعاد بمستوى بين مقبول و جيد. وعليه تنفى الفرضية الثالثة.

الفرع الثاني: إجراء المقارنة بين البنكين

سنحاول في هذا الفرع إجراء مقارنة بين نتائج تحليل بيانات البنكين:

1- إجراء مقارنة تتعلق ببعدي الملموسية:

جاء تقييم العملاء لبعدي الملموسية في بنك BEA بدرجة جيدة جدا حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بفقراته 3.56% و هذا ما يدل على أن الوكالة تهتم بشكل كبير بمختلف الجوانب الملموسة و خاصة التصميم الراقي للبنك، بالمقارنة مع بنك BDL الذي بلغت درجة تقييم العملاء لبعدي الملموسية 2.86% بدرجة جيدة و هو

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقريت

ما يدل على أن الوكالة لا تهتم بشكل كبير بمختلف الجوانب الملموسة و منها نستخلص تفوق وكالة BEA عن وكالة BDL من حيث بعد الملموسية.

2- إجراء مقارنة تتعلق ببعدها الاعتمادية:

جاء تقييم العملاء لبعدها الاعتمادية في وكالة BEA بدرجة جيدة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بفقراته 3.09% وهو ما يدل على الالتزام بتقديم الخدمة في وقتها المعين كما أنها تؤدي صحيحة من أول مرة مع عدم اهتمام البنك عن حدوث مشاكل تخص العملاء في حين أن وكالة BDL تفوق عليه من حيث المتوسط الحسابي الخاص بفقراته إذ بلغ 3.30% و هو ما يثبت تعاطف البنك مع العملاء في حالة حدوث مشاكل و الاحتفاظ بمختلف السجلات و الملفات الخاصة بهم. و منها نستخلص تفوق وكالة BEA عن وكالة BDL من حيث بعد الاعتمادية.

3- إجراء مقارنة تتعلق ببعدها الاستجابة:

جاء تقييم العملاء لبعدها الاستجابة في وكالة BEA بدرجة مقبولة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بفقراته 2.43% و هو ما يدل بعدم الاستجابة الفورية لاحتياجات و متطلبات العملاء و النقص الفادح في التعاملات من خلال وسائل الاتصال في حين بلغ المتوسط الحسابي الخاص بفقرات وكالة BDL 3.39% بدرجة جيدة، و هو ما يفسر الاستجابة الفورية لطلبات العملاء و توفر التعاملات عن طريق وسائل الاتصال و منه نستخلص تفوق وكالة BDL عن وكالة BEA من حيث بعد الاستجابة.

4- إجراء مقارنة تتعلق ببعدها الأمان:

جاء تقييم العملاء لبعدها الأمان في وكالة BEA بدرجة جيدة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بكل فقراته 3.18% و هو ما يعكس اهتمام الوكالة بعنصر الأمان ولكن ليس بالشكل الكافي بالنظر إلى وكالة BDL التي بلغ المتوسط الحسابي الخاص بكل فقرات عنصر الأمان 3.62% بتقييم جيدة جدا ما يفسر درجة الاهتمام الكبير ببعدها الأمان من طرف وكالة BDL و عليه نستخلص تفوق وكالة BDL من حيث عنصر الأمان.

5- إجراء مقارنة تتعلق ببعد التعاطف :

جاء تقييم العملاء لبعد التعاطف في وكالة BEA بدرجة جيدة، حيث بلغ المتوسط الحسابي الخاص بكل فقراته 3.53% ما يدل على أن العاملين يهتمون بشكل بتلبية خدمات العملاء و العناية بهم، في حين أن المتوسط الحسابي لفقرات وكالة BDL بلغ 3.37% و هو ما يفسر أيضا الدرجة الجيدة من التعامل و الاهتمام بالعملاء، و منها نستخلص تفوق وكالة BEA على وكالة BDL من حيث بعد التعاطف.

أما فيما يخص الأبعاد التي تقيس القدرة التنافسية لدى البنك فنجد تفوق لوكالة البنك الخارجي الجزائري في كل من تلبية الاحتياجات بطريقة سريعة و التميز في الخدمة من حيث الجودة ووقت التسليم في مقابل ذلك نجد أن وكالة التنمية المحلية، قد تفوق في انخفاض التكلفة فقط.

كخلاصة لهذه المقارنة يمكننا القول بأن وكالتي بنك التنمية المحلية و البنك الخارجي الجزائري على درجة كبيرة من التقارب و التساوي إلا أن وكالة بنك التنمية المحلية أثبت تفوقها في جل أبعاد الخدمة المصرفية و التي بدورها تؤثر بشكل كبير على القدرات التنافسية للبنك.

الفرع الثالث: عرض و تفسير النتائج:

من خلال الدراسة الميدانية التي طبقت على الوكالتين البنكيتين (وكالة بنك BDL، ووكالة بنك BEA) تم التوصل إلى النتائج التالية:

أولاً: نتائج مستمدة من وصف خصائص عينة الدراسة:

- ✓ هيمنة جنس الذكور على عملاء الوكالتين إذ بلغت نسبتهم 80.91% بالنسبة لوكالة بنك BEA، و 90.9%، بالنسبة لوكالة بنك BDL و هو ما يفسر بعدم ميول فئة الإناث إلى هذه التعاملات و ذلك راجع إلى عادات و تقاليد المنطقة؛
- ✓ نسبة 19.1% من عملاء وكالة بنك BEA تتراوح أعمارهم بين 26 و 30 سنة، أما وكالة BDL قدرت بحوالي 54.1% و تفسر هاته النتيجة بالنسبة لبنك BEA قلة الفئة الشبانية التي تتعامل مع وكالة BEA و كثرت تعاملها مع وكالة BDL بسبب اهتمام هذا الأخير بالفئة الشبانية خاصة من حيث تشجيع المؤسسات

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقرت

الصغيرة و المتوسطة في جميع القطاعات بتنوعها ومن خلال المشاركة الكبيرة في جميع الإجراءات التي وضعتها السلطات العمومية لدعم الشباب؛

✓ جمعت الدراسة بين عملاء ذوي مستويات مهنية مختلفة، إلا أن غالبيتهم 57.4% بالنسبة وكالة BEA هم من موظفي القطاع الحكومي، أما وكالة BDL قدرت ب 34.1% بالنسبة للقطاع الخاص و 22.1 % بالنسبة للقطاع الحكومي، وهو ما يفسر اقدمية وكالة BEA و توجه مختلف المصالح العمومية للتعامل معه، أما أغلب الموظفين بالقطاع الخاص و المهن الحرة فيتوجهون إلى التعامل مع بنك BDL؛

✓ نسبة كبيرة من عملاء الوكالتين لديهم مستوى جامعي و هو ما يدل على تطور و انفتاح أفراد المجتمع؛

✓ نسبة 38.5% تعاملوا مع وكالة BEA لمدة فاقت 10 سنوات و هذا ما يفسر درجة الوفاء المتعاملين لبنكهم خاصة بالنسبة للمتعاملين المتقاعدين و الموظفين في القطاع الحكومي، في حين نجد نسبة 34.1% تعاملوا لمدة 5 إلى 10 سنوات، في وكالة بنك BDL و هذا راجع إلى مختلف الإجراءات الحديثة التي وضعتها السلطات العمومية للخدمة و تشغيل الشباب و اهتمام هذا البنك بهاته الإجراءات.

ثانيا: نتائج مستمدة من تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة:

لقد خلصت دراسة و تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات و أسئلة الاستبيان إلى ما يلي:

✓ أن تقييم أداء جودة الخدمة المصرفية المتوقعة من قبل عملاء بنك الخارجي الجزائري كان بدرجة جيدة، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لدرجة إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات أبعاد جودة الخدمة المصرفية 3.16%، في حين نجد أن المتوسط الحسابي لإجابات عينة أفراد وكالة بنك التنمية المحلية قدرت ب 3.31% بتقييم درجته جيدة أيضا، و يمكن تفسير هذه النتيجة بالرجوع إلى الجهود التي يبذلها البنكين في تقديم خدمات متميزة لعملائها؛

✓ إن أكثر الأبعاد تقييما من طرف عملاء وكالة بنك BEA هو بعد الملموسية، و الذي حاز على أعلى متوسط حسابي قدر ب 3.56% حيث نجد أن العبارة المتمثلة في التصميم الداخلي للبنك منظم و متكامل قد حازت على أعلى متوسط حسابي قدر ب 4% بتقييم درجته جيدة جدًا، و قد يرجع للتصميم الجميل و المتكامل للبنك، مقارنة مع وكالة بنك BDL نجد أن أكثر الأبعاد تقييما هو بعد الأمان و الذي حاز على أعلى متوسط حسابي قدر ب 4.25% بتقييم درجته ممتازة، و قد يرجع ذلك إلى الزيادة في عداد الحراس داخل الوكالة و وتكثيف عملية المراقبة؛

الفصل الثانيدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري وبنك التنمية المحلية بتقرت

- ✓ أظهرت نتائج تقييم أفراد عينة الدراسة لأداء جودة الخدمة المصرفية في وكالة بنك BEA بتميز البنك من حيث جاذبية المبنى، بالإضافة إلى الوثوق بالعاملين في البنك وتميزه أيضا من حيث الجودة ووقت التسليم؛
- ✓ أظهرت نتائج تقييم أفراد عينة الدراسة لأداء جودة الخدمة المصرفية في وكالة بنك BDL بتميزه بالسرية التامة في معاملاته و الاهتمام الفردي و الشخصي بالعملاء، الاحتفاظ بمختلف سجلات العمليات بالإضافة إلى انخفاض تكلفة الخدمات؛
- ✓ أظهرت النتائج أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات المصرفية لتعزيز البنك لقدراته التنافسية و هو ما يثبت صحة النتائج لتقييم أداء العملاء بالنسبة لوكالة بنك BEA حيث نجد ضعف ملحوظ في مختلف أبعاد جودة الخدمات بسبب اعتماد البنك على تقديم الخدمة فقط دون مراعاة الجانب الشعوري للزبون و نقص في المعاملات من خلال وسائل الاتصال و ضعف في عنصر الأمان، مما يقلل من القدرات التنافسية للبنك؛
- ✓ أظهرت النتائج أنه توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات و القدرة التنافسية بالنسبة لوكالة BDL و هو ما يؤكد نتائج تقييم العملاء لأداء جودة الخدمة المصرفية.
- ✓ مما سبق يتضح لنا أن وكالة بنك BDL متميزة عن وكالة بنك BEA في جودة الخدمات المصرفية؛

خلاصة الفصل الثاني:

هدف هذا الفصل إلى التعرف على آراء وتوجهات عملاء البنوك نحو جودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم في الوكالتين، و ذلك باستخدام مقياس SERVPERF بأبعاده الخمسة، كما هدف إلى قياس الجودة و دورها في زيادة القدرة التنافسية لهذه البنوك.

و لقد أسفرت النتائج المحققة من الدراسة التطبيقية باستخدام مقياس SERVPERF عن الرأي الإيجابي لعينة الدراسة عن جودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم، أما من حيث علاقة الأبعاد الخمسة و المكونة لمقياس جودة الخدمة المصرفية مع القدرة التنافسية فقد أسفرت النتائج عن وجود علاقة ارتباط طردية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدمة لتعزيز القدرة التنافسية في وكالة بنك التنمية المحلية BDL بعكس وكالة البنك الخارجي الجزائري الذي انعدمت فيه هذه العلاقة و ذلك بناء على تقييم عملاء الوكالة.

الخاتمة

تمهيد:

خلاصة لهذه الدراسة من خلال ما تم التطرق إليه حول موضوع دور جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية، حيث قمنا بمعالجة إشكالية البحث و الذي قسم إلى فصل نظري و تطبيقي وهذا انطلاقا من الفرضيات المشار إليها في المقدمة، كما تحتوي هذه الخاتمة على ملخص عام للفصلين اللذين تكون منهما البحث، و تتبعه نتائج الدراسة المقترنة بتوصيات و اقتراحات و ختامها آفاق الدراسة، و التي يمكن أن تكون إمدادا له.

نتائج الجانب النظري:

- ✓ جودة الخدمات المصرفية عبارة عن مجموعة الأنشطة و العمليات التي تقوم بها المؤسسة من أجل تعزيز قدرتها التنافسية مقارنة عن غيرها من المؤسسات التي تعمل في نفس مجال تخصصها؛
- ✓ يتم قياس جودة الخدمات المصرفية بناء على مجموعة من الأبعاد من بينها: التجسيد، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان؛
- ✓ إن التنوع في الخدمات المصرفية يمكن للعملاء من إشباع حاجاتهم و يدفعهم للتعامل مع البنك الذي يقدم خدمات متميزة لهم؛
- ✓ تتميز الخدمات المصرفية بمجموعة من الخصائص من بينها: (التلازم، نقص التماثل، عدم الملموسية، التكييف العالي، لنظام التسويق...)؛
- ✓ تقاس جودة الخدمة المصرفية بالاعتماد على احد الطرق المستخدمة في قياس جودة الخدمات بشكل عام منها (قياس جودة الخدمات من منظور العملاء قياس الجودة المهنية، استقصاء رضا العميل...)؛
- ✓ القدرة التنافسية هي الوضع الذي يتيح للبنك التعامل فيه بصورة أفضل من منافسيه. ولن تبرز هذه القدرة إلا اذا تشكلت من مجموعة من القدرات الكلية مثل: (قدرات معلوماتية، تنظيمية، إنتاجية، تمويلية...)؛
- ✓ للقدرة التنافسية عدة مداخل لتطويرها منها (تلبية حاجات العملاء، تحقيق رضى العملاء، سرعة الاستجابة...)؛
- ✓ إن المنافسة الحادة بين البنوك تلزم البنك بأن يبذل كل جهوده لاحتلال موقع تنافسي جيد و تقديم خدمات تليق بتوقعات العملاء من حيث الجودة ، التكلفة الإبداع، الابتكار ليكون متميزا عن منافسيه.

ب: نتائج الجانب التطبيقي:

✓ تم التوصل من خلال استقصاء العملاء عن آرائهم في جودة الخدمات المقدمة إلى نتائج مفيدة فيما يخص أثر تطبيق الجودة في تقديم الخدمات المصرفية التي تعتبر عاملا داعما لتعزيز القدرة التنافسية، حيث تم التوصل إلى أن أبعاد الجودة و المتمثلة في: " التجسيد، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، الأمان، التعاطف " لها أثر في تحقيق القدرة التنافسية المبتغاة؛

✓ إن معرفة آراء و تطلعات متعاملين المؤسسة البنكية كان باستخدام خمس متغيرات تعبر عن الأبعاد الرئيسية للخدمات، التي وظفها الزبون في تقييمه لجودة الخدمات المصرفية التي يحصل عليها فعلا، و لذلك فإن على البنك أن يمتاز بصفات متميزة تؤهله لتقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية تلي حاجات عملائه، معتمدا في ذلك على الأبعاد مع ضرورة أخذ توقعاتهم و تطلعاتهم بعين الاعتبار عند تقديم الخدمات، إلا أنه ومن بين هذه الأبعاد نلاحظ أن بعد الأمان هو الأكثر تقييما من قبل العملاء؛

و بناءا على ذلك تنفى صحة الفرضية الأولى بالنسبة لوكالة بنك **BEA**، و تقبل الفرضية لوكالة بنك **BDL**.

✓ بلغت قيمة الارتباط بين جودة الخدمات المقدمة و القدرة التنافسية في البنك الخارجي الجزائري **BEA** $r=0.27$ و التي تبين ضعف العلاقة بين المتغيرين، في حين بلغت هذه القيمة في بنك التنمية المحلية $r=0.42$ أي وجود علاقة ارتباط طردية قوية بنسبة 42% بين المتغيرين لكن ليست بالمستوى المطلوب، اذا فهناك علاقة طردية بين جودة الخدمات والقدرة التنافسية، أي أنه كلما زادت جودة الخدمات المقدمة ازدادت القدرة التنافسية للبنك و العكس؛

و على هذا الأساس تنفى صحة الفرضية الثانية لوكالة بنك **BEA** و تقبل بالنسبة لوكالة بنك **BDL**.

✓ ترجع نوعية الخدمات التي تقدمها البنوك أساسا إلى نوعية المرافق و الهياكل القاعدية التي في حوزة البنوك، و كفاءة إدارتها و طريقة و أسلوب التعامل مع الزبائن غير أنه في الوكالات عينة الدراسة لم ترقى الخدمات إلى المستوى المطلوب في نظر العملاء كونها بنوك عمومية غابت فيها الثقافة المصرفية المعتمدة و اعتمادها على خدمات مصرفية ليست متقدمة بالشكل الكافي و المطلوب لضمان خدمة مصرفية ذي جودة جيدة جدا. و بناءا على ذلك تنفى صحة الفرضية الثالثة؛

✓ يفضل العديد من العملاء التعامل مع بنك BDL و ذلك لتوفره على وسائل شبه متطورة للقيام بمختلف التعاملات و سرعة الاستجابة ، كما أن البنك يسعى دائما للتحسين من جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء حتى يحافظ على مكانته و تعزيزه للقدرة التنافسية، كما يرجع ذلك الى تعامله ببعض التقنيات الجديدة مثل خدمة بنك التنمية المحلية الإلكتروني E-BDL الذي يمكن الزبائن من تسيير حسابهم البنكي عبر هواتفهم النقالة؛

✓ هناك نقص واضح جدا في بنك BEA خاصة من جانب طاقم الحراسة حيث يتواجد عنصر واحد ووحيد في وكالة بأكملها، فيحين أن بنك BDL يتوفر على طاقم حراسة قوي يسهر على راحة العميل داخل البنك؛

✓ تمتع عمال بنك BDL بحسن الاستقبال و قوة الترحيب مقارنة بعمال بنك BEA و الذي بالرغم من وجود بعض العمال إلا انه يعاني من نقص كبير خاصة بعدم الاهتمام بالعميل و بقاءه ساعات انتظار طويلة؛

- يمكن القول بأن تأخر البنوك الجزائرية ومنها بنك BEA في تقديم خدمات مصرفية متطورة و متنوعة يرجع إلى

✓ اكتفاء البنك بتقديم خدمات كلاسيكية حيث ان هذه الخدمات غير كافية لمواجهة المنافسين، كما أن رغبات و احتياجات العملاء في تطور مما يتطلب تنوع و تطوير الخدمات المصرفية المقدمة اليهم؛

✓ عدم اهتمام عاملين البنك بالزبائن و عدم حرص مدير الوكالة بتحديث معدات البنك مما يؤدي الى نقص التنافسية.

ب- توصيات الدراسة:

يمكن من خلال ما سبق أن نقدم مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساعد إدارات الوكالات البنكية عينة الدراسة من تحسين أدائها، و تحسين مستوى جودة خدماتها، و بالتالي تعزيز قدراتها التنافسية، و تتجلى أهم هذه التوصيات فيما يلي:

❖ التنوع في الخدمات و تطويرها بما يتلاءم مع حاجات العملاء و قبول اقتراحاتهم، و سماع انتقاداتهم وشكاويهم حتى يتمكن البنك من تحسين خدماته؛

❖ نشر ثقافة الجودة بين الموظفين ؛

❖ الاختبار الجيد لمقدمي الخدمات المصرفية خاصة التعامل مع الزبائن و تنمية قدراتهم التعاملية معهم و ضرورة تبني البنوك برامج علمية لتطوير جودة ما تقدمه لعملائها من خدمات و على كافة المستويات؛

- ❖ إدماج التكنولوجيا الحديثة لمواكبة التطورات و التحولات على المستوى العالمي و تحقيق الفعالية المطلوبة و الاستجابة لمتطلبات العملاء؛
- ❖ ضرورة الاهتمام بعناصر الملموسية، فالمباني الحديثة و المكان المنظم و المريح له أثر كبير في نظر العملاء عند تقييمهم لجودة الخدمة؛
- ❖ قيام البنوك بين الحين و الآخر بتقييم جودة ما تقدمه من خدمات من منظور العملاء باعتبارهم المستفيدين و الأقدر على الحكم على مستوى جودة ما يستفيدون منه؛
- ❖ الاطلاع على تجارب البنوك العربية و العالمية في مجال تقديم الخدمات و محاولة دراسة إمكانية تطبيق هذه التجارب في السوق المحلية؛

آفاق الدراسة:

- نشير في الأخير إلى أن مجال البحث واسع و عميق يمكن دراسته من جوانب أخرى لذي فإننا نقترح بعض المواضيع ذات صلة بموضوع البحث و التي من الممكن أن تكون عناوين لبحوث مستقبلية كما يلي:
- اختبار نماذج أخرى لقياس جودة الخدمة؛
 - دور الإبداع في النظام المصرفي في تعزيز القدرة التنافسية؛
 - أثر الخدمات الالكترونية المصرفية على تحقيق رضا الزبون؛
 - اليقظة التكنولوجية و دورها في تعزيز القدرة التنافسية.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع

أولاً: الكتب

• الكتب باللغة العربية:

- 1/- المحياوي قاسم نايف علوان، إدارة الجودة في الخدمات، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر و التوزيع، الأردن، 2006.
- 2/- الدسوقي حامد أبو زيد، إدارة البنوك، دار الثقافة العربية ، القاهرة، 1998.
- 3/- تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2005.
- 4/- حسن توفيق محمد، قياس الجودة و القياس المقارن، الطبعة الأولى، إيتراك، دار الكتاب الحديث، 2005، مصر.
- 5/- حسين محمد الحراحشة، إدارة الجودة الشاملة و الأداء الوظيفي، الطبعة الأولى، دار جليس الزمان للنشر و التوزيع، الأردن، 2011.
- 6/- طارق طه، إدارة البنوك و المعلومات المصرفية، دار الكتب للنشر، القاهرة، 2000.

• الكتب باللغة الأجنبية:

7/- C.L Bovee & J.V Thill, Marketing of services, MC Graw – hill, CNC 1992

ثانياً: الرسائل الجامعية:

- 8/- بريش عبد القادر، التحريك المصرفي و متطلبات تطوير الخدمات المصرفية الجزائرية، رسالة دكتوراه ، جامعة الجزائر، 2006.
- 9/- بلباني عبد النبي، دور التسويق الداخلي في تحقيق الخدمة المصرفية ثم كسب رضا الزبون، مذكرة ماجستير، منشورة، جامعة قاصدي مرباح ، كلية العلوم الاقتصادية، ورقلة، 2009 .

- 10- / بن أحسن ناصر الدين، مكانة الجودة في المؤسسة الخدمية، مذكرة ماجستير، منشورة، جامعة العقيد حاج لخضر، كلية العلوم الاقتصادية، باتنة، 2009.
- 11- / بوحنان نور الدين، جودة الخدمات و أثرها على رضا العميل، مذكرة ماجستير، منشورة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية.
- 12- / حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمات البنكية و تقييمها من خلال رضا العميل، مذكرة دكتوراه، منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، كلية العلوم الاقتصادية.
- 13- / رعد حسن الصرن، طريقة جديدة لدراسة جودة الخدمات في القطاع المصرفي (دراسة مقارنة بين بعض المصارف السورية و الأردنية)، رسالة دكتوراه ، جامعة دمشق، 2009.
- 14- / غادة زكريا صادق العناني، قياس جودة الخدمات في البنوك المصرية، رسالة ماجستير، عين شمس، مصر، 1998.
- 15- / نجاة صغيرو، تقييم جودة الخدمات الصحية، ماجستير، منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، كلية العلوم الاقتصادية. باتنة، 2012
- ثالثا المجالات:
- المجالات باللغة العربية
- 16- / بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة شمال إفريقيا، العدد 03 ديسمبر 2005 .
- 17- / سمير مدحت سعيد، قياس جودة خدمات المكتبات، مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، المجلد 14، العدد، 2008، 02.
- 18- / هالة فاضل حسين، سالم محمود عيود، تأثير أبعاد جودة الخدمة في درجة تفضيل المستهلك للشراء، المجلة العراقية لبحوث السوق و حماية المستهلك، المجلد 05، العدد 01، سنة 2013.

• المجلات باللغة الأجنبية

19\– Hollislandrum And Other, Measuring Is System service Quality With Servqual MUsers Preception of Relative Impotence Of The Five Servperf Dimensions, Informing Science; The Journal Of An Emerging Transdicpline, Volume 12, 2009.

رابعاً: الملتقيات و المؤتمرات:

- 20/- سملالي يحضيه، إدارة الجودة الشاملة مدخل لتطوير الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، مداخلة مقدمة في الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، يومي: 22- 23 أفريل 2003.
- 21/- علي السلمي، نموذج قياس الفجوة التنافسية لمنظمات الأعمال، المؤتمر الأول للجمعية العربية للإدارة، الإسكندرية، 30-31 أكتوبر 1996.

قائمة الملاحق

الملحق رقم (01/02): استبيان موجه لعملاء الوكالتين

جامعة قاصدي مرباح – ورقلة –

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية

ميدان: علوم اقتصادية التسيير والعلوم التجارية

الشعبة: العلوم الاقتصادية

التخصص: مالية و بنوك

*من إعداد الطالب: حجاج ضرار

الأخ الكريم، الأخت الكريمة ...

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

تحية طيبة وبعد.....

في إطار تحضير مذكرة تخرج مقترحة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر تحت عنوان : "دور جودة الخدمات البنكية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية"، نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يمثل أحد الجوانب الهامة للبحث، قصد الإجابة على الإشكالية التالية : "كيف يمكن لجودة الخدمات البنكية أن تعزز من القدرة التنافسية للبنوك التجارية؟".

حيث نرجو من سيادتكم التكرم و التفضل علينا بالإجابة على الأسئلة الواردة في الاستبيان بما يتفق مع وجهة نظرك بكل دقة و موضوعية، وذلك بوضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق مع رأيكم ، مع التأكيد بأنه سيتم التعامل مع الإجابات بالسرية التامة و تستخدم لأغراض علمية فقط، ويتوجه الباحث بجزيل الشكر لكل من ساهم في تحسين جودة الخدمة المقدمة من البنوك من خلال مشاركته في هذا الاستبيان.

الجزء الأول: (بيانات أولية)

الرجاء وضع إشارة (X) في مربع الإجابة التي تتفق مع حالتك:

- الجنس: ذكر أنثى
- العمر : أقل من 20 سنة من 20 إلى 25 سنة
- 26 إلى 30 سنة 31 إلى 40 سنة 41 إلى 45 سنة أكثر من 45
- المستوى الدراسي: ثانوي أو اقل جامعي دراسات عليا

- طبيعة النشاط: موظف بالقطاع الحكومي موظف بالقطاع الخاص تاجر مهن حرة أخرى

- مدة التعامل مع البنك: أقل من سنة ما بين سنة إلى خمس سنوات
- ما بين 5 سنوات الى 10 لأكثر من 10 سنوات

الجزء الثاني: لقياس جودة الخدمة والميزة التنافسية

الرجاء بيان درجة تقييم جودة الخدمات المقدمة لكم فعليا من قبل المصرف الذي تتعاملون معه وذلك بوضع إشارة (X) في واحدة من الخانات المدرجة أمام كل عبارة.

البيد	العبارة	سلم الإجابة				
		بدرجة ممتازة	بدرجة جيدة جدا	بدرجة جيدة	بدرجة مقبولة	بدرجة متدنية
الملموسية	يتوافر لدى البنك معدات وتكنولوجيا حديثة					
	مبنى البنك جذاب					
	يتميز العاملون بحسن المظهر و أناقة الملبس					
	التصميم الداخلي للبنك منظم ومتكامل					
الاعتمادية	عندما يعيدك البنك بأداء عمل ما في وقت معين فإنه يلتزم بذلك					
	عند مواجهتك مشكلة ما يتعاطف البنك معك ويطمئنك إلى إمكانية حلها					
	يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي تجرى فيه					
الاستجابة	يحدد البنك وقت انجاز الخدمة بدقة					
	يوفر لك البنك خدمة الاستفسار عن العمليات من خلال وسائل الإتصال					
	العاملون في البنك لديهم الاستعداد الدائم لمساعدتك					

					العاملون يلبون طلباتك فوراً مهما كانت درجة انشغالهم	
					يمكنك الوثوق بالعاملين في البنك	الأمان
					يتعامل البنك مع المعلومات الخاصة بك بسرية تامة	
					وجود طاقم حراسة قوي يشعرك بأمان التعامل مع البنك	
					يولي البنك اهتماماً فردياً بالعملاء	التعاطف
					يضع البنك مصالحك في مقدمة اهتماماته	
					يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروفك	
					يعرف العاملون بالبنك احتياجاتك ويسعون لتحقيقها	
					يتم تلبية احتياجاتك بطريقة سريعة كما تبتغي أو أكثر	القدرة التنافسية
					أحسست بتميز في الخدمة المقدمة من حيث الجودة	
					أحسست بتميز في الخدمة المقدمة من حيث انخفاض التكلفة	
					أحسست بتميز في الخدمة المقدمة من حيث وقت التسليم	

الملحق رقم (02-02) نتائج تحليل البيانات لوكالة BEA

1/- مقياس ألفا كرونباخ:

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,700	20

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,650	4

2/- خصائص العينة من حيث البيانات الأولية:

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	38	80,9	80,9	80,9
أنثى	9	19,1	19,1	100,0
Total	47	100,0	100,0	

العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 20-25	2	4,3	4,3	4,3
26-30	9	19,1	19,1	23,4
31-40	22	46,8	46,8	70,2
41-45	8	17,0	17,0	87,2
أكثر من 45	6	12,8	12,8	100,0
Total	47	100,0	100,0	

المستوى الدراسي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ثانوي أو أقل	14	29,8	29,8	29,8
جامعي	27	57,4	57,4	87,2
دراسات عليا	6	12,8	12,8	100,0
Total	47	100,0	100,0	

المهنة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide قطاع حكومي	16	34,0	34,0	34,0
قطاع خاص	14	29,8	29,8	63,8
تاجر	5	10,6	10,6	74,5
مهن حرة	7	14,9	14,9	89,4
متقاعد	5	10,6	10,6	100,0
Total	47	100,0	100,0	

مدة التعامل مع البنك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
اقل من سنة	5	10,6	10,6	10,6
ما بين سنة الى 5 سنوات	9	19,1	19,1	29,8
ما بين 5 سنوات الى 10	15	31,9	31,9	61,7
لأكثر من 10 سنوات	18	38,3	38,3	100,0

Statistiques descriptives

3- تحليل بيانات المتعلقة بتقييم

	N	Moyenne	Ecart type
لدى البنك معدات تكنولوجية حديثة	47	2,57	1,098
مبنى البنك جذاب	47	3,96	,884
يتميز العاملون بحسن المظهر واللباس	47	3,74	,793
التصميم الداخلي للبنك منظم ومكتمل	47	4,00	,956
يؤدي البنك عمله في الوقت المعين	47	3,66	1,147
بظمنك البنك عند وجود مشكلة	47	2,83	1,148
يؤدي البنك الخدمة من اول مرة	47	3,02	1,391
يحتفظ البنك بسجلات العمليات	47	2,87	1,329
يحدد البنك وقت انجاز الخدمة بدقة	47	2,68	1,024
الاستفسار من خلال وسائل الاتصال	47	1,91	1,120
للعاملين الاستعداد لمساعدتك	47	2,47	1,080
يلبي العاملون طلباتك مهما انشغلوا	47	2,66	1,048
يمكن الوثوق بالعاملين في البنك	47	3,96	1,141
يتعامل البنك مع معلوماتك بسرية	47	3,87	1,191
وجود طاقم حراسة قوي	47	1,72	,949
يهتم البنك اهتمام فردي بالعملاء	47	3,55	1,194
يولي العاملون عناية شخصية بالعملاء	47	3,94	,870
يضع البنك مصلحتك اولاً	47	3,70	1,061
يوفر البنك ساعات عمل حسب ظروفك	47	3,09	1,231
يعرف العاملون احتياجاتك	47	3,38	1,054
تلبى احتياجاتك بطريقة سريعة	47	2,79	1,444
احساس يتميز في الخدمة من حيث الجودة	47	3,68	1,024
تميز الخدمة من حيث انخفاض التكلفة	47	3,28	,971
تميز في الخدمة من حيث وقت التسليم	47	3,60	1,116
N valide (listwise)	47		

عينة الزبائن لجودة الخدمات

المصرفية:

4- المتوسط الحسابي لأبعاد الجودة والقدرة التنافسية الخاص ببنك BEA:

	N	Moyenne	Ecart type
الملموسية	47	3,5691	,50190
الاعتمادية	47	3,0957	,59790
الاستجابة	47	2,4309	,65877
الامان	47	3,1844	,69785
التعاطف	47	3,5319	,58127
N valide (listwise)	47		

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
القدرة التنافسية	47	3,3351	,59954
N valide (listwise)	47		

الملحق رقم (03-02) نتائج تحليل البيانات لوكالة BDL

1- مقياس الفا كرومباخ:

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,722	20

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,683	4

2- خصائص العينة من حيث البيانات الأولية

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid ذكر	40	90,9	90,9	90,9
e أنثى	4	9,1	9,1	100,0
Total	44	100,0	100,0	

العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid 20-25	2	4,5	4,5	4,5
e 26-30	15	34,1	34,1	38,6
31-40	14	31,8	31,8	70,5
41-45	7	15,9	15,9	86,4
أكثر من 45	6	13,6	13,6	100,0
Total	44	100,0	100,0	

المستوى الدراسي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid ثانوي أو أقل	20	45,5	45,5	45,5
e جامعي	21	47,7	47,7	93,2
دراسات عليا	3	6,8	6,8	100,0
Total	44	100,0	100,0	

المهنة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid قطاع حكومي	10	22,7	22,7	22,7
e قطاع خاص	15	34,1	34,1	56,8
تاجر	8	18,2	18,2	75,0
مهن حرة	9	20,5	20,5	95,5
متقاعد	2	4,5	4,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

مدة التعامل مع البنك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid أقل من سنة	8	18,2	18,2	18,2
e ما بين سنة الى 5 سنوات	12	27,3	27,3	45,5
ما بين 5 سنوات الى 10 سنوات	15	34,1	34,1	79,5
لأكثر من 10 سنوات	9	20,5	20,5	100,0
Total	44	100,0	100,0	

3- تحليل بيانات المتعلقة بتقييم عينة الزبائن لجودة الخدمات المصرفية لبنك :

Statistiques descriptives					
	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
لدى البنك معدات تكنولوجية حديثة	44	1	5	3,27	1,107
مبنى البنك جذاب	44	1	5	2,27	1,246
يتميز العاملون بحسن المظهر واللباس	44	2	5	3,59	1,064
التصميم الداخلي للبنك منظم ومتكامل	44	1	5	2,34	1,238
يؤدي البنك عمله في الوقت المعين	44	1	5	3,23	1,217
يطمئنك البنك عند وجود مشكلة	44	1	5	3,09	1,117
يؤدي البنك الخدمة من اول مرة	44	1	5	3,11	1,368
يحفظ البنك بسجلات العمليات	44	1	5	3,80	1,193
يحدد البنك وقت انجاز الخدمة بدقة	44	1	5	2,82	1,063
الاستفسار من خلال وسائل الاتصال	44	1	5	3,86	1,357
للعاملين الاستعداد لمساعدتك	44	1	5	3,34	1,363
يلبي العاملون طلباتك مهما انشغلو	44	1	5	3,55	1,190
يمكن الوثوق بالعاملين في البنك	44	2	5	3,91	1,007
يتعامل البنك مع معلوماتك بسرية	44	1	5	4,25	,967
وجود طاقم حراسة قوي	44	1	5	2,70	1,564
يقيم البنك اهتمام فردي بالعملاء	44	1	5	3,70	1,091
يولي العاملون عناية شخصية بالعملاء	44	1	5	3,52	1,171
يضع البنك مصلحتك اولاً	44	1	5	2,93	1,108
يوفر البنك ساعات عمل حسب ظروفك	44	1	5	2,91	1,178
يعرف العاملون احتياجاتك	44	2	5	3,80	,954
تلبى احتياجاتك بطريقة سريعة	44	1	5	2,73	1,301
احساس يتميز في الخدمة من حيث الجودة	44	1	5	3,00	1,239
تميز الخدمة من حيث انخفاض التكلفة	44	1	5	3,57	1,108
تميز في الخدمة من حيث وقت التسليم	44	1	5	2,68	1,073
N valide (listwise)	44				

4- المتوسط الحسابي لأبعاد الجودة

والقدرة التنافسية الخاص ببنك BDL:

Statistiques descriptives			
	N	Moyenne	Ecart type
الملموسية	44	2,8693	,61353
الاعتمادية	44	3,3068	,52790
الاستجابة	44	3,3920	,67857
الامان	44	3,6212	,64134
التعاطف	44	3,3727	,53281
N valide (listwise)	44		

Statistiques descriptives			
	N	Moyenne	Ecart type
القدرة التنافسية	44	2,9943	,72032
N valide (listwise)	44		

الفهرس

الفهرس

III.....	الإهداء
IV.....	الشكر
V.....	الملخص
VI.....	قائمة المحتويات
VII.....	قائمة الجداول
VII.....	قائمة الأشكال البيانية
IX.....	قائمة الملاحق
أ.....	المقدمة
01.....	الفصل الأول: جودة الخدمات المصرفية و القدرة التنافسية للبنوك
02.....	تمهيد
03.....	المبحث الأول: جودة الخدمات المصرفية كعامل لزيادة القدرة التنافسية
03.....	المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات المصرفية
03.....	الفرع الأول: مفهوم الخدمة المصرفية
03.....	الفرع الثاني: أنواع الخدمة المصرفية
05.....	الفرع الثالث: خصائص الخدمة المصرفية
06.....	المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية
06.....	الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية

- 07.....الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية.
- 08.....الفرع الثالث: طرق قياس جودة الخدمات المصرفية.
- 10.....المطلب الثالث: القدرة التنافسية للبنوك.
- 11.....الفرع الأول: مفهوم القدرة التنافسية للبنوك.
- 12.....الفرع الثاني: دور جودة الخدمات المصرفية في تطوير القدرة التنافسية.
- 13.....الفرع الثالث: مداخل تطوير القدرة التنافسية في البنوك.
- 15.....المبحث الثاني: الدراسات السابقة.
- 15.....المطلب الأول: الدراسات السابقة العربية.
- 18.....المطلب الثاني: الدراسات السابقة الأجنبية.
- 19.....المطلب الثالث: تعليق على الدراسات السابقة و الدراسة الحالية.
- 20
خلاصة الفصل الأول
- 21.....الفصل الثاني: دراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري و بنك التنمية المحلية بتقרת..
- 21.....تمهيد
- 22.....المبحث الأول: المنهجية و الأدوات المستعملة في الدراسة.
- 22.....المطلب الأول: تحديد و اختيار حجم العينة.
- 22.....الفرع الأول: مجتمع و عينة الدراسة.
- 23.....الفرع الثاني: متغيرات الدراسة.
- 23.....المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في جمع البيانات.

23.....	الفرع الأول: الاستبيان
25.....	الفرع الثاني: أدوات التحليل الإحصائي المستعملة
26.....	المبحث الثاني: تحليل النتائج و مناقشتها
26.....	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
26.....	الفرع الأول: عرض و تحليل بيانات وكالة البنك الخارجي الجزائري BEA بتقرت
38.....	الفرع الثاني: عرض و تحليل بيانات وكالة بنك التنمية المحلية BDL بتقرت
49.....	المطلب الثاني: مناقشة و تفسير النتائج
49.....	الفرع الأول: تحليل الفرضيات
52.....	الفرع الثاني: إجراء المقارنة بين البنكين
54.....	الفرع الثالث: عرض و تفسير النتائج
57	خلاصة الفصل الثاني
59.....	الخاتمة
63.....	قائمة المصادر و المراجع
67.....	الملاحق
76.....	الفهرس