

جامعة قاصدي مرباح . ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة Master أكاديمي
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير و علوم تجارية
الشعبة : علوم التسيير
التخصص : إدارة أعمال
بعنوان :

محددات جودة الخدمات البنكية دراسة حالة عينة من البنوك الجزائرية تقرت ولاية ورقلة

من إعداد الطالبة : حميدة مشري

نوقشت و أجيّزت علنا بتاريخ : 14 ماي 2017

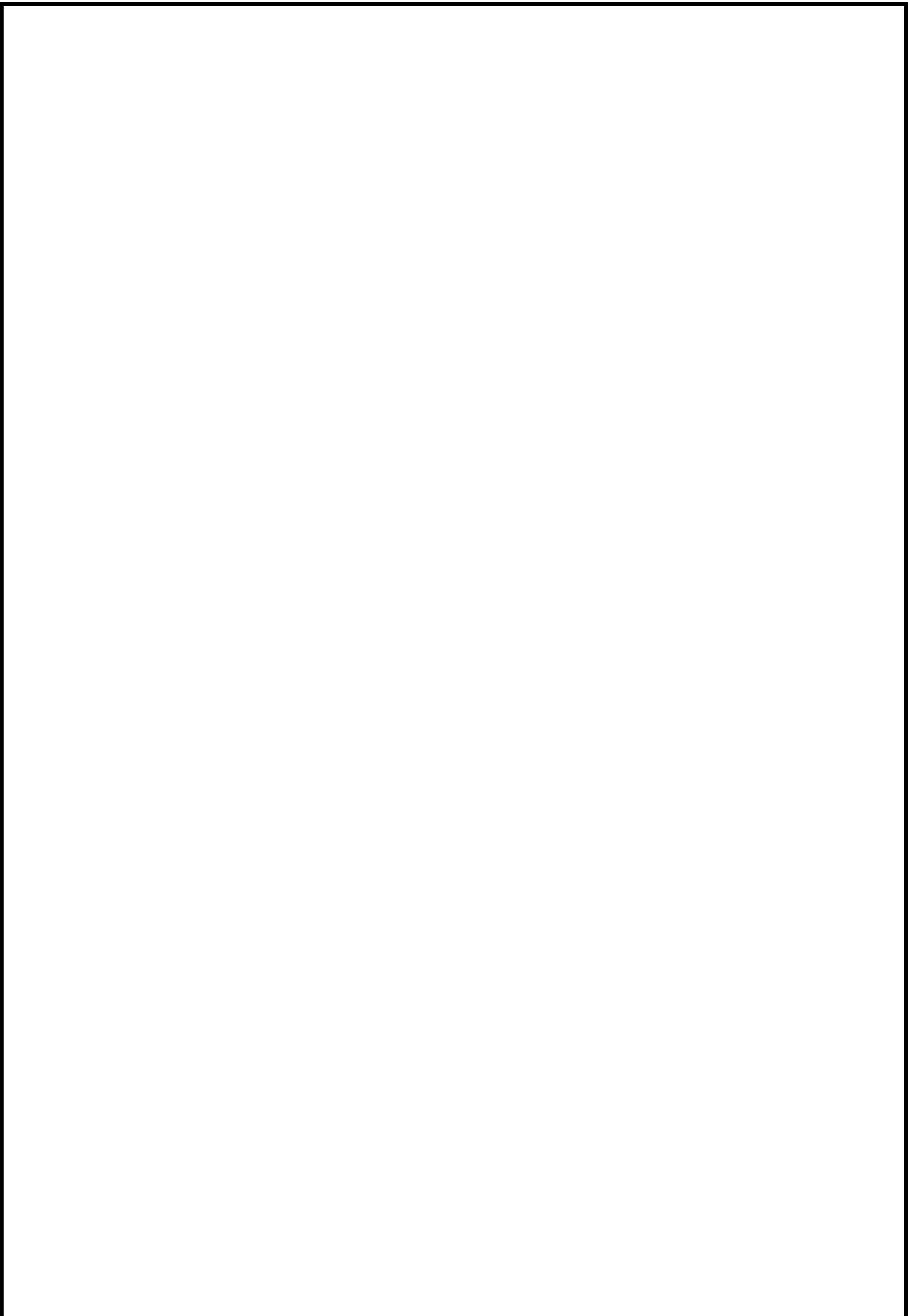
أمام اللجنة المتكونة من السادة :

الأستاذ / بن زخرفة بوعلام.....رئيسا

الأستاذة / أسماء يوسف.....مقررا و مشرفا

الأستاذة / قويدري ميادة.....مناقشا

السنة الجامعية 2017/2016



جامعة قاصدي مرباح . ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير
قسم علوم التسيير



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير و علوم تجارية
الشعبة : علوم التسيير
التخصص : إدارة أعمال
بعنوان :

محددات جودة الخدمات البنكية دراسة حالة عينة من البنوك الجزائرية تقرت ولاية ورقلة

من إعداد الطالبة : حميدة مشري

نوقشت و أجيّزت علنا بتاريخ : 14 ماي 2017

أمام اللجنة المتكونة من السادة :

الأستاذ /بن زخروفة بوعلام.....رئيسا
الأستاذة /أسماء يوسف.....مقررا و مشرفا
الأستاذة / قويدري ميادة.....مناقشا

السنة الجامعية 2017/2016

إهداء

إلى الغاليين اللذين أفنيا من عمريهما السنين لنصل لهذا المستوى

أمي وجدتي الكريمين حفظهما الله

إلى من يتمنون الخير لي دائما إخوتي " مروة ، محسن " و أخوالي و خالتي و زميلاتي

إلى أساتذتي الكرام

إلى كل من علمني حرفا

إلى زوجي الكريم و والديه الكريمين و عائلته و بالأخص أخته و أنيستي فاطمة

إلى كل العائلة و الأقارب عائلتي " مجدي و معاد "

إلى من كانت أنيستي في مشواري الجامعي وأبت إلا أن نختمه معا إلى صديقتي و زميلتي و أختي

أنفال قادري

إلى جميع الأصدقاء و الزملاء و أخص بالذكر، شفاء، وهجيرة، سمية، كريمة، رمضانة، فريدة

إلى كل من يذكره قلبي ولم تسعه أسطري.

حميدة

شكر وعرهان

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم و المعرفة و أعاننا على أداء هذا الواجب و وفقنا في انجاز هذا العمل المتواضع و نسأله التوفيق فيه
أتوجه بالشكر الجزيل و الامتنان الكبير لأستاذتي القديرة " أسماء يوسف " على تأطيرها لهذه الرسالة و مساعدتها و توجيهاتها القيمة
ولا أنسى أن أشكر كل من مدير وكالة القرض الشعبي الجزائري، ومدير البنك الخارجي الجزائري ووكالة تقرت
كما أشكر لجنة المناقشة على موافقتها مناقشة المذكرة
إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إخراج هذا العمل
جزاهم الله عنى خير الجزاء

حميدة

الملخص :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على محددات جودة الخدمات البنكية في البنك الخارجي الجزائري و القرض الشعبي الجزائري بمدينة تقرت ولاية ورقلة، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة مكونة من 120 زبون، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الباحث الاستبانة لجمع البيانات، و تم تحليل البيانات الواردة في الاستبانات عن طريق استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية Spss بالاعتماد على المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، معاملات الارتباط، تحليل الانحدار المتعدد، و خلصت الدراسة لعدد من النتائج أهمها :

- أثبتت الدراسة أنه هناك مستويات عالية من جودة الخدمة في المؤسسات محل الدراسة؛
- كذلك هناك تأثير متوسط لأبعاد جودة الخدمات البنكية على مستويات رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة.
- كما توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات رضا الزبائن على جودة الخدمات المقدمة تعزى إلى المتغيرات الشخصية و الوظيفية.

الكلمات المفتاحية : جودة الخدمة البنكية ، رضا الزبائن، البنك الخارجي الجزائري، القرض الشعبي الجزائري.

ABSTRACT :

The study aimed to identifying the determinants of banking services quality in the Algerian External bank and the Algerian popular credit in Touggourt. This study was applied on random sample consisting of 120 clients. to achieve the objectives of the study the researcher used questionnaire to collect data, the data were analyzed by using the statistical package for social sciences (Spss). Depending on the means, standard deviation, correlations coefficient, multiple regression. The study concluded with the following results:

- The study showed that there are high levels of service quality in companies under study;
- There is also impact of banking service quality dimensions on the levels of customer satisfaction in companies under study.
- There are no statistically significant differences in the levels of customer satisfaction with banking service quality provided due to personal and functional variables.

Keywords: banking service quality, customer satisfaction, BEA & CPA.

قائمة المحتويات

الصفحة	البيان
III.	الإهداء
IV.	الشكر
V.	ملخص الدراسة
VI.	قائمة المحتويات
VII.	قائمة الأشكال
VIII.	قائمة الجداول
IX.	قائمة الملاحق
أ - ج	المقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لجودة الخدمات البنكية	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الأدبيات النظرية لجودة الخدمة البنكية
3	المطلب الأول: جودة الخدمات البنكية
10	المطلب الثاني: رضا الزبائن
14	المطلب الثالث : العلاقة بين جودة الخدمات و رضا الزبائن
16	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لجودة الخدمة البنكية
16	المطلب الأول: الدراسات السابقة (عربية وأجنبية)
21	المطلب الثاني: المقارنة بين الدراسات والدراسة الحالية
22	المطلب الثالث: مجال الاستفادة من الدراسات السابقة
23	خلاصة الفصل

	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لتحديدات جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر الزبائن
24	تمهيد
25	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
25	المطلب الأول: طريقة الدراسة
30	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة
34	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة
34	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
43	المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة (المناقشة)
50	خلاصة الفصل
52	الخاتمة
56	المراجع
60	الملاحق
70	الفهرس

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
5	مفهوم جودة الخدمة	1 . 1
11	العوامل المؤثرة في سلوك الزبون	2 . 1
15	العوامل المؤثرة في ادراكات الزبون للخدمة	3 . 1

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1 . 1	مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة	21
1 . 2	مجتمع الدراسة	25
2 . 2	توزيع عينة الدراسة	26
3 . 2	توزيع أفراد الدراسة حسب متغير الجنس	27
4 . 2	توزيع أفراد الدراسة وفقا للمستوى التعليمي	27
5 . 2	توزيع أفراد الدراسة وفقا لمتغيرات السن	28
6 . 2	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير الوظيفة	28
7 . 2	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير نوع البنك الذي تتعامل معه	29
8 . 2	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير نوع الحساب البنكي	29
9 . 2	توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير اسباب اختيار التعامل مع البنك	30
10 . 2	العبارات التي تقيس أبعاد جودة الخدمات البنكية	31
11 . 2	العبارات التي تقيس بعد رضا الزبائن	31
12 . 2	معامل الثبات الكلي للاستبانة	32
13 . 2	يوضح مقياس ليكارت الثلاثي	33
14 . 2	قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعدها الاعتمادية	34
15 . 2	قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعدها الأمان	35
16 . 2	قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعدها المصدقية	35
17 . 2	قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعدها الاستجابة	36
18 . 2	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعدها الجدارة	36

37	قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعء الملموسية	19 . 2
38	متوسطات أبعاد جودة الخدمات	20 . 2
38	قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعء رضا الزبائن	21 . 2
39	نتائج تحليل الانحدار لاختبار العلاقة بين المتغير المستقل جودة الخدمات و المتغير التابع رضا الزبائن	22 . 2
40	العلاقة الارتباطية بين جميع المتغيرات	23 . 2
41	اختبار طبيعة التوزيع	24 . 2
42	اختبار ANOVA لمتغيرات الوسطية	25 . 2
42	اختبار أبعاد جودة الخدمات	26 . 2

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملاحق	الرقم
60	قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان	01
61	استمارة الاستبيان	02
65	معامل الثبات لبعء الاعتمادية	03
65	معامل الثبات لبعء الامان	04
65	معامل الثبات لبعء المصدقية	05
65	معامل الثبات لبعء الاستجابة	06
65	معامل الثبات لبعء الجدارة	07
65	معامل الثبات لبعء الملموسية	08
66	معامل الثبات رضا الزبائن	09
66	اختبار طبيعة التوزيع	10

67	اختبار (T) TESTE	11
68	اختبار ANOVA	12
69	تحليل الانحدار	13
69	معادلة الانحدار	14

مقدمة عامة

توطئة:

يتجه العالم نحو العولمة بكافة أشكالها، لاسيما المالية منها، حيث تلعب صناعة الخدمات المالية دورا هاما ومميزا في اقتصاديات وأسواق الدول المختلفة. الأمر الذي يتطلب من البنوك فهم وقياس جودة الخدمات البنكية المقدمة، ودراسة توقعات و إدراكات الزبائن لجودة الخدمات.

تعد البنوك التجارية من المؤسسات المالية ذات الأهمية البالغة في النشاط الاقتصادي وتمثل حلقة من حلقات تطور النظام المالي في أي قطر وانعكاسا لأنظمتها الاقتصادية و المالية وتؤدي هذه البنوك وظائفها الاقتصادية عن طريق خدماتها البنكية التي تعد الواجهة الرئيسية للمتعاملين مع البنك ووسيلة هامة لجذب الزبائن الجدد و المحافظة على الزبائن الحاليين فهي بوابة العبور للتعامل في أنشطة البنك المختلفة .

إن النمو المستمر في الخدمات البنكية وارتفاع معدلات توقعات العملاء عن مستوى جودة الخدمة المقدمة ، يلزم إدارة البنك على ضرورة التعرف ومواكبة اتجاهات و ادراكات وتوقعات الزبائن لمستويات جودة الخدمات التي تقدمها .

ولهذا فقد أصبح التنافس في تقديم أجود الخدمات هدفا تسعى لتحقيقه العديد من البنوك، وذلك بعد أن صارت جودة الخدمة هي المعيار الأساسي لنجاحها و ضمان بقائها واستمرارها في السوق وزيادة ربحيتها، مما دفع معظم البنوك لتحسين وتطوير خدماته المقدمة للزبائن، وذلك من خلال تقييم جودة هذه الخدمات اعتمادا على آراء هؤلاء الزبائن إزاء ما يقدم لهم من الخدمات.

تطبيق جودة الخدمات يمكن البنك من الحصول على المعرفة اللازمة التي تسمح له بإعادة تصميم و تطوير خدماته بما يلي حاجات ورغبات عملائه ويتجاوز توقعاتهم، من أجل الوصول إلى رضا الزبائن ، وهذا ما سيتم دراسته في هذا البحث .

أولا/ إشكالية الدراسة

ما هي محددات جودة الخدمات البنكية ؟ وما مدى تأثير أبعاد جودة الخدمات البنكية في رضا الزبائن ؟

للإجابة على التساؤل الرئيسي ارتأينا تجزئته إلى أسئلة فرعية وهي :

1. ما هو واقع جودة الخدمات البنكية المقدمة من طرف البنوك محل الدراسة ؟
2. هل هناك مستويات رضا عالية من قبل العملاء على الخدمات المقدمة من البنوك محل الدراسة ؟
3. هل يوجد تأثير لمحددات جودة الخدمات على رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة ؟

4. هل توجد فروق ذات دلالة احصائية على جودة الخدمات البنكية تعزى إلى المتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، نوع الحساب البنكي) ؟

ثانيا / فرضيات الدراسة

بعد الإطلاع على الدراسات السابقة و الأدب النظري المتعلق بموضوع الدراسة تم صياغة فرضيات الدراسة على النحو التالي :

1. تتميز الخدمات البنكية المقدمة من طرف البنوك محل الدراسة بأنها ذات جودة عالية .
2. هناك مستويات رضا عالية من قبل العملاء على الخدمات المقدمة من البنوك محل الدراسة .
3. هناك تأثير قوي لمحددات جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة .
4. توجد فروق ذات دلالة احصائية في جودة الخدمات البنكية تعزى إلى المتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، نوع الحساب البنكي) .

ثالثا : أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة لتحقيق الأهداف التالية :

1. التعرف على واقع جودة الخدمات البنكية المقدمة من قبل البنوك محل الدراسة ؛
2. الوقوف على أهم العوامل المؤثرة في الحكم على جودة الخدمات المقدمة من قبل المنظمات المبحوثة ؛
3. الكشف عن مدى تأثير جودة الخدمات البنكية على مستويات رضا العملاء في المنظمات محل الدراسة .

رابعا : أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة في جانبين هما :

من الجانب النظري :

1. ستهتم هذه الدراسة و بشكل كبير في تطوير القدرات البحثية للباحث و تأهيله للاستمرار في عملية تطوير البناء الأكاديمي و البحثي . و توسيع مداركه العلمية و المعرفية . و الارتقاء بمهارات الاتصال و القدرة على الكتابة و التحليل .
2. تعتبر هذه الدراسة كمرجع في المكتبات يساعد الباحثين في الإطلاع على نتائج الدراسة و توصياتها . و إمكانية تطبيق دراسات متشابهة على عينات أخرى ، أو في مجالات ذات علاقة بها.

من الجانب التطبيقي :

تعتبر البنوك أحد المنظمات و الركيزة المالية للعديد من المشاريع و التي تساهم في التنمية المحلية في الجزائر كغيرها من الدول مما جعل الباحث يختار أحد المنظمات المتواجدة بمدينة تقرت لتطبق عليها موضوع الدراسة ألا و هو محددات جودة الخدمات البنكية لمعرفة مدى تأثير جودة الخدمات المقدمة على رضا الزبائن في تلبية حاجاتهم ورغباتهم .

خامسا : مبررات اختبار الموضوع

تكمن مبررات اختيار الموضوع في مبررات موضوعية وأخرى شخصية .

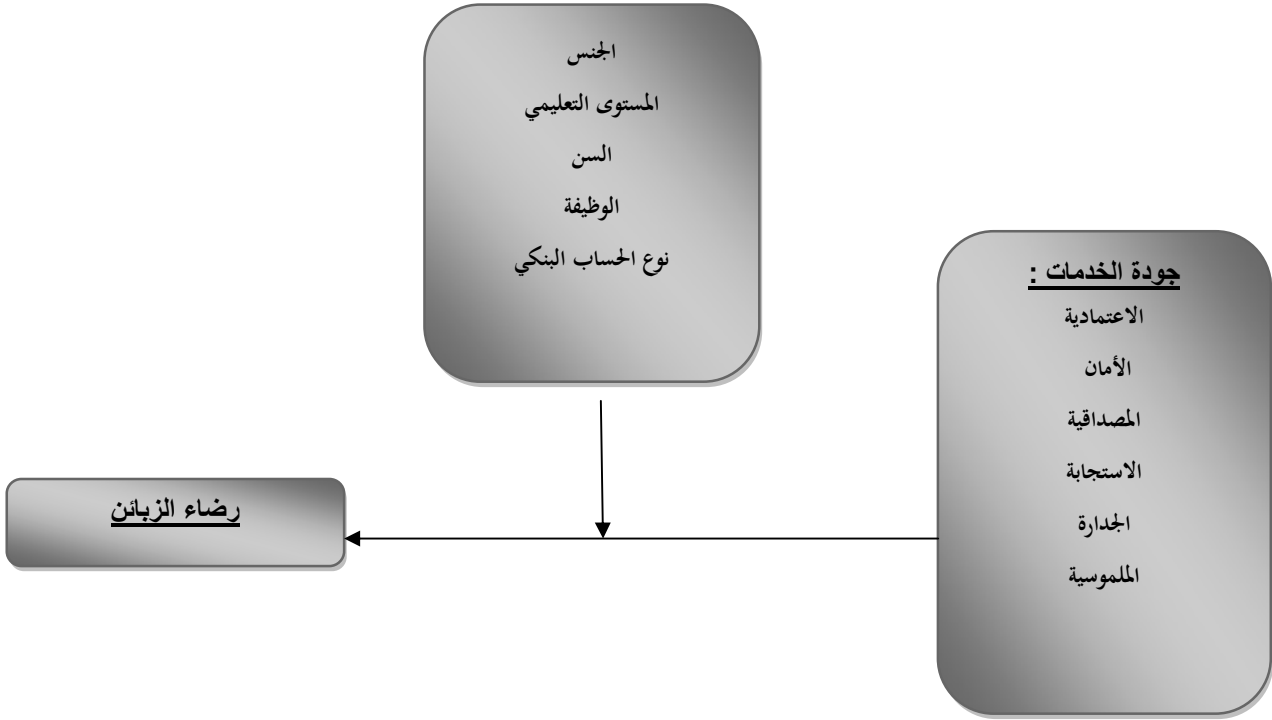
المبررات الموضوعية : تتمثل المبررات الموضوعية فيما يلي :

1. معرفة مساهمة جودة الخدمات في رضا الزبون ؛
2. الرغبة في الموضوع ، نظرا لكون الزبون يجد صعوبة أكبر في تقييم جودة الخدمة مقارنة بالسلع المادية ؛
3. معرفة مستوى جودة الخدمات في البنوك الجزائرية .

المبررات الشخصية : تتمثل المبررات الذاتية فيما يلي :

1. الميل الطبيعي للبحث و الاستطلاع ،
2. الموضوع له علاقة مباشرة مع التخصص العلمي .

Mediating Variable المتغيرات الوسيطة



Dependent Variable المتغير التابع

Independent Variable المتغير المستقل

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على الدراسات السابقة .

سابعا : حدود الدراسة

يكون نطاق الدراسة على النحو التالي :

الحدود المكانية : أجريت هذه الدراسة في مؤسسة البنك الخارجي الجزائري، القرض الشعبي الجزائرية بمدينة تقرت ولاية ورقلة .

الحدود الزمنية : كانت فترة التبرص ممتدة من (2016/12/19 إلى 2017/04/29) و قد تم توزيع الاستبيان على عينة من

الزبائن المتواجدين في هذه المؤسسات .

ثامنا : مرجعية الدراسة

تم الاعتماد على مجموعة من المراجع العربية والأجنبية بمختلف أنواعها .

تاسعا : هيكل الدراسة

سنحاول في الفصل الأول التعرض لمبحثين أساسيين وهما :

❖ في المبحث الأول يتم التطرق إلى كل من مفاهيم جودة الخدمات البنكية والعوامل المؤثرة على محددات جودة الخدمات

(الاعتمادية، الأمان، المصداقية، الاستجابة، الجدارة، الملموسية) .

❖ وفي المبحث الثاني يتم التطرق للدراسات السابقة التي تناولت موضوع جودة الخدمات و رضا الزبائن .

سنحاول في الفصل الثاني التعرض لمبحثين أساسيين وهما :

❖ في المبحث الأول يتم التطرق لمنهجية الدراسة و الأدوات المستخدمة في الدراسة .

❖ وفي المبحث الثاني يتم عرض النتائج واستخراج الاستنتاجات .

عاشرا : صعوبات الدراسة

- صعوبة في استرجاع استبانات الدراسة .

الفصل الأول:

الأدبيات النظرية والتطبيقية للجودة للخدمات

تمهيد :

لقد شهدت البنوك العديد من المستجدات المتلاحقة وعرفت الكثير من التطورات، التي انعكست بدورها على إعادة صياغة النظام البنكي خاصة على المستوى العالمي، وقد بدأت تلك الملامح تتضح أكثر مع موجة التحرير البنكي، وبروز المنافسة كحقيقة أساسية تحدد نجاح أو فشل المنظمات ومنها البنك. ومن هذا أصبحت البنوك في موقف يحتم عليها البحث عن وسائل تستخدمها في سبيل الوقوف في وجه المنافسة، وكانت إحدى هذه الوسائل هي الجودة، فالجودة هي أحد المفاتيح التي أصبحت المنظمات تستخدمها في سبيل ضمان البقاء والاستمرارية.

إن الاهتمام بجودة الخدمات هي إحدى المجالات الأكثر أهمية في القطاع البنكي، ولهذا ازدادت الحاجة إلى تطوير وتحسين الخدمات البنكية، نظرا للتحديات التي تواجه قطاع الخدمات البنكية منافسة شديدة وقوانين وتشريعات صارمة وتغييرات متباعدة لمواكبة تطورات التكنولوجيا، فكل هذه التغيرات ظهرت بشكل واضح في السوق البنكية.

بناء على ما سبق ارتأينا تقسيم هذا الفصل إلى:

المبحث الأول: الأدبيات النظرية لجودة الخدمات البنكية.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لجودة الخدمات البنكية.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لجودة الخدمات البنكية

بسبب الدور الكبير الذي كانت تلعبه الخدمات في تسهيل حياة الأفراد و عمل المنظمات، أصبحت دراسة الخدمة وتحديد مفهومها و طبيعتها لها توجه كبير مما يشجع العديد من المختصين في مجال التسويق وخصوصا في تسويق الخدمات والعاملين في المنظمات الخدمية على الاهتمام بشكل خاص بتحديد مفهوم جودة الخدمة وطبيعتها وأبعادها المختلفة .

المطلب الأول: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمات البنكية

تتعدد التعريفات المقدمة لجودة الخدمات وذلك لاختلاف حاجات وتوقعات الزبائن عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة، وكذلك الاختلاف في الحكم على جودة الخدمة، فجودة الخدمة تختلف من زبون إلى آخر هناك زبائن قد تكون هي الجودة المتوقعة أو المدركة وهناك زبائن قد تكون بأن جودة الخدمة ليس هي المطلوبة.

أولاً: مفهوم جودة الخدمات البنكية

● **تعريف الجودة:** " مجموع الصفات المميزة للخدمة أو للسلعة التي تجعلها ملبية للحاجات المعلنة أو المتوقعة أو قادرة على تلبيةها"¹.

ركز هذا التعريف على خصائص الخدمة أو السلعة المقدمة من اجل تلبية حاجات و رغبات الزبائن المتوقعة.

● **تعريف الخدمة:** يمكن تعريف الخدمة " على أنها تلك النشاطات المعرفة ولكن غير محسوسة وتمثل الهدف الرئيسي لتحقيق رضا الزبائن،² أي هي منتجات غير ملموسة تهدف أساسا إلى إشباع حاجات ورغبات الزبون وتحقيق المنافع له."³

يوضح هذا التعريف أن الخدمة هي منتجات غير ملموسة تهدف لتحقيق المنافع للزبائن وكسب رضاهم .

● **تعريف جودة الخدمة :** "هي جودة الخدمات المقدمة سواء كانت متوقعة أو مدركة أي التي يتوقعها الزبائن أو يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه حيث يعتبر في نفس الوقت من الأولويات الرئيسية التي تزيد

¹ Bassm Sweilem Oqleh Eyal Awwad. Assessment of the Services Quality of Civil Status and Passports Dpartment from the Perspective of clients. **Zarqa Journal For Research and Studies in Humanities**, Volume 16. No 3.2016. Jordan. 2016. Pag 48.

² عبد العزيز أبو نبرة، دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة منهج تطبيق، الطبعة الأولى، الوراق للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص 28.

³ زاكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006، ص35.

الفصل الأول:.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

تعزيز مستوى الجودة في خدماتها،¹ وجودة الخدمة المدركة هي الاتجاه الذي يحدد وجهة نظر الزبون العالمي تجاه الخدمة، ووجهة النظر هذه ناتجة عن مقارنة توقعات زبائن الخدمة مع إدراكا تم عن الأداء الفعلي للخدمة.²

يركز هذا التعريف على الهدف الرئيسي الذي يزيد من مستوى جودة الخدمات المدركة أو المتوقعة التي تحدد وجهة نظر الزبائن تجاه الخدمة .

● **تعريف جودة الخدمات البنكية :** " هي معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة، وانما الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكا تم للأداء الفعلي لها،³ يوضح هذا التعريف الفرق بين توقعات العملاء للخدمة و ادراكاتهم للأداء الفعلي لها .

● **وتعرف جودة الخدمات البنكية :** " هي إرضاء لمتطلبات الزبائن ودراسة قدرة البنك على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على إتقانها، فإذا تبنى البنك عملية تقديم خدمة ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها التفوق على متطلبات الزبائن.⁴

يرى هذا التعريف لأن جودة الخدمة البنكية تتمثل في قدرة البنك على تحديد متطلبات الزبائن و تقديم أفضل الخدمات لهم من أجل التفوق على هذه المتطلبات .

من خلال التعريف السابقة نستخلص أن جودة الخدمات المقدمة هي المحدد الرئيسي لرضا الزبون و الذي يعتبر في نفس الوقت من الأولويات الرئيسية في تعزيز جودة الخدمات و زيادتها سواء كانت خدمة مدركة أو متوقعة من وجهة نظر الزبائن من أجل تلبية رغباتهم وتقدم لهم خدمات ذات جودة عالية و ذلك من خلال معيار تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن للخدمة.

ثانيا: مستويات جودة الخدمات البنكية

يمكن ترتيب مستويات جودة الخدمات إلى أربعة مراتب كما هي موضحة في الشكل أدناه:⁵

¹ مأمون الدرادكة، وآخرون، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص143.

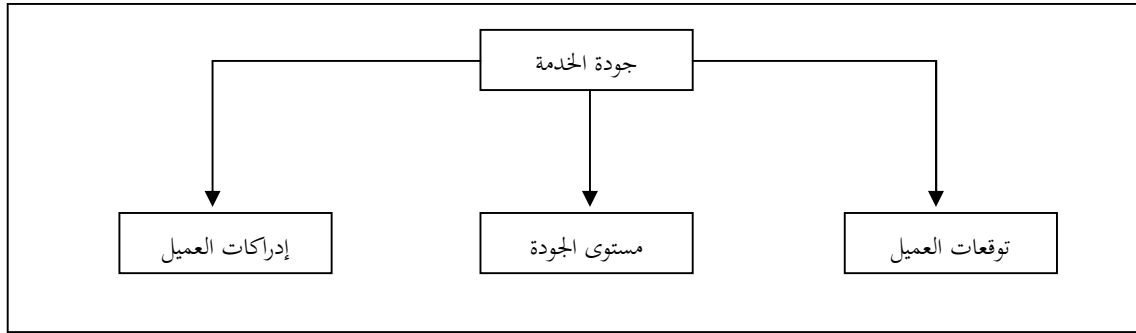
² رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، الطبعة الأولى، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص198.

³ محمد شايب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، شهادة ماجستير، تخصص بنوك ونقود، جامعة سطيف، 2007، ص83.

⁴ عمران علي أبو خريص، مصطفى أحمد شكشك، التسويق الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية، المجلة الجامعة، العدد السابع عشر، المجلد الثاني، الجامعة الأسمرية، 2015، ص159.

⁵ عبد القادر مزيان، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء، رسالة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011، ص42.

الشكل (1 . 1): مستويات جودة الخدمة



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

- ✓ **جودة الخدمة المتوقعة:** وتعرف على أنها تمثل توقعات العميل لمستوى جودة الخدمة المقدمة له من طرف البنك.
 - ✓ **جودة الخدمة الفعلية:** وتتمثل في المستوى الفعلي لأداء الخدمة، فهي الجودة التي يشعر بها العميل أثناء تجربة حصوله الفعلي على الخدمة.
 - ✓ **جودة الخدمة المدركة:** وهي الجودة التي يدركها العميل عند قيامه بالمقارنة بين الجودة المتوقعة والجودة المحررة.
 - ✓ **جودة الخدمة المروجة للعملاء:** أي مدى الرضا و القبول التي يمكن أن يحصل عليها البنك من زبائنه عن تقديمهم لتلك الخدمات.
 - ✓ **جودة الخدمة القياسية:** المحددة بالموصفات النوعية للخدمة، ويظهر هذا النوع من الجودة تطابقاً شبه كامل بين حاجة المستفيد ومدركات الإدارة، وغالبا ما يظهر هذا النوع في الإنتاج الذي يمكن قياس مواصفاته النوعية والذي يصعب الخروج على مواصفاته القياسية.¹
- نستنتج مما سبق ذكره أن جودة الخدمة هي مدى التطابق بين الحاجة وما قدم فعلا. وإذا لم يتحقق هذا التطابق فهناك خلل أي سنجد أنفسنا أمام مستوى أقل من الجودة أو أعلى من الجودة وبصفة أوضح جودة الخدمة تعني خدمة العميل بطريقة ترضيه وذلك بإفادته بالمعلومات الدقيقة وإحترام وقته والإهتمام الدائم به.

ثالثا: أبعاد جودة الخدمات البنكية

¹ عادل مجد عبد الله، إدارة جودة الخدمات، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص86.

الفصل الأول:.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

لقد تناولت معظم الدراسات المتعلقة بجودة الخدمات البنكية الأبعاد التي يبني عليها العملاء توقعاتهم وبالتالي حكمهم على جودة الخدمات المقدمة من طرف البنوك، إلا أنه لا يوجد اتفاق بين هذه الدراسات حول تلك المعايير أو العناصر المكونة لكل معيار.

1. الإعتمادية: وتعني ثبات الأداء وإنجاز الخدمة بشكل سليم، وتنفيذ البنك لوعوده تجاه العميل وذلك عن طريق:

أ- دقة الحسابات والملفات وعدم حدوث الأخطاء.

ب- تقديم الخدمة البنكية بشكل صحيح، وفي الوقت المناسب.

ج- ثبات مستوى أداء الخدمة.

2. سرعة الإستجابة من قبل العاملين: وتشير إلى رغبة واستعداد العاملين بالبنك في تقديم الخدمة ومساعدة العملاء والرد على

إستفساراتهم والسرعة في أداء الخدمة والاستجابة الفورية لطلب العميل.¹

3. الفهم والمعرفة: يشير هذا المعيار إلى مدى قدرة مقدم الخدمة على تحديد، وتفهم احتياجات العملاء وتزويدهم بالرعاية، العناية،

النصح والإستشارة.²

4. المصدقية: يعبر هذا البعد عن درجة ثقة الزبون في المنظمة، وهو يعكس إلى حد كبير مدى قدرة المنظمة على الوفاء بتقديم

الخدمات في المواعيد المحددة للزبائن وبدرجة عالية من الدقة، ومن المتوقع أن يفضل الزبون التعامل بصفة دائمة مع المنظمات التي

تتبع تعليمات محددة ودقيقة، أو المنظمات التي تكون فيها التعليمات واضحة ومفهومة للزبون نفسه، وبمعنى آخر فإن شعور الزبون

بالثقة يزداد في الحالات التي تقل فيها أخطاء العاملين.³

5. الاتصال: تقديم المعلومات الضرورية للزبائن حول طبيعة الخدمة المقدمة والدور الذي يلعبه الزبون للحصول على الخدمة

المطلوبة.

6. الكفاية (الجدارة): و تتعلق بكفاءة و جدارة مقدمي الخدمة من حيث مهاراتهم و قدرتهم على التحليل والاستنتاج و المعرفة التي

تمكنهم من أداء مهمتهم بشكل جيد، فالعميل عادة ما يلجأ الى الشهادات العلمية و مصادرها، و الخبرات العلمية للتعامل مع

¹ هاجر محمد الملك، الطاهر محمد أحمد علي، جودة الخدمات المصرفية واثراها على رضا العميل، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 17، المجلد 1، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية، 2016، ص57.

² حميد الطائي، بشير العلاق، تسويق الخدمات، دار البازوري، الطبعة الأولى، الأردن، عمان، 2009، ص145.

³ عادل زايد، الأداء التنظيمي المتميز، الطريق إلى المنظمة المستقبل، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر الجديدة، 2003، ص61.

الفصل الأول:.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

مقدمي الخدمة لأنه يفضل تلقي الخدمة من أشخاص ذوي مستويات تعليمية عالية و مصادر معتمدة رسمياً، مثل التعامل مع مكتب محاماة يحتوي على محامين ذوي كفاءة و خبرة¹.

7. الأمان: ويعني خلو المعاملات البنكية من الخطورة².

8. اللباقة: ويقصد بها الجمالة، التعاطف، التعاون وهي حسن معاملة العملاء وتقدير ظروفهم الخاصة واحترام عادات وتقاليد العميل.

9. الفورية: والتي تشير إلى سهولة الوصول إلى مقدمي الخدمة والإتصال بهم عند اللزوم³.

10. الجوانب المادية الملموسة: تشمل التسهيلات المادية المستخدمة في العمل بدءاً بالمظهر الخارجي للبنك وتهيئته من الداخل والأجهزة والوسائل المستخدمة في أداء الخدمة⁴.

وقد تم دمج المعايير السابقة في خمسة معايير لتقييم جودة الخدمة البنكية وهي⁵:

1. الإعتدائية: وتعبّر عن قدرة البنك من وجهة نظر العملاء على تقديم الخدمة في الوقت الذي يطلبها العميل وبدقة ترضي طموحه كذلك تعبّر عن مدى وفاء البنك بالتزاماته تجاه العميل.

2. الإستجابة: والتي تشير إلى سرعة استجابة مقدمي الخدمة لمطالب وإحتياجات العملاء.

3. التعاطف: ويقصد بها أيضاً الجمالة، التعاطف، التعاون وهي حسن معاملة العملاء وتقدير ظروفهم الخاصة وإحترام عادات وتقاليد العميل.

4. الأمان: وهو الإطمئنان من قبل العملاء بأن الخدمة المقدمة للعملاء تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك شاملاً الاطمئنان النفسي والمادي، و هو درجة مترتبة من استعمال الزبون للتقنيات الحديثة الملازمة للخدمة المقدمة⁶.

5. الملموسة: غالباً ما يتم تقييم جودة الخدمة من قبل العميل في ضوء مظهر المحيط المادي للخدمة مثل: المعدات، الأجهزة، الأفراد ووسائل الاتصال التابعة لمقدم الخدمة¹.

¹ بو عنان نور الدين، جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء، رسالة ماجستير، في التسويق، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، ص72.
² Khayree Ali Awsow. Luay Lateef Batrus. **Evaluating the Level Bank Quality Services**.AL-Moustansyrib Uneversity. Volumm 89. N 30; 2008; page25. 2009.

³ محمود حسين الوادي، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر، عمان، 2010، ص42.

⁴ ع القادر بربش، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 3، جامعة شلف، 2005، ص257.

⁵ توفيق مجّد ع المحسن، قياس الجودة والقياس المقارن، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث للتوزيع، 2006، ص45.

⁶ حمزة محمد الجبوري، جودة الخدمات و دورها في الاداء المتميز، مجلة كلية للعلوم الاقتصادية، العدد 34، جامعة بغداد ، 2013، ص177.

الفصل الأول:.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

نستنتج من الأبعاد المذكورة سابقا أنها مترابطة ومكملة لبعضها البعض من اجل تقييم مستوى جودة الخدمات و ذلك بمعرفة و فهم مدى قدرة مقدم الخدمة على تحديد و فهم حاجات الزبائن. وهذا من خلال تنفيذ البنوك لوعوده اتجاه العميل و تقديم خدماته في الوقت المحدد دون تأخير، وكذا سرعة استجابة مقدمي الخدمة لمطالب الزبون و الاتصال بهم عند اللزوم، وحسن معاملتهم و تقدير ظروفهم الخاصة، و يشير هذا المعيار إلى أن الزبون يتجه الى البنوك التي توفر له الخدمات بكفاءة و جدارة، كما يعبر هذا عن درجة ثقة الزبون في المنظمة.

رابعا: نماذج قياس جودة الخدمات البنكية:

هناك بعض النماذج المقترحة و المقدمة من الباحثين بهدف قياس جودة الخدمة البنكية و هي كالتالي :

أ- قياس جودة الخدمة من منظور العملاء:²

1- مقياس عدد الشكاوي: يمثل عدد الشكاوي التي يتقدم بها العملاء خلال فترة زمنية معينة مقياسا هاما يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى أو يقدم لهم من خدمات لا يتناسب مع إدراكهم لها والمستوى الذي يريدون الحصول عليه. وهذا المقياس يمكن المنظمات الخدمية من اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنبها حدوث المشاكل وتحسين مستوى جودة ما تقدمه من خدمات لعملائها.

2- مقياس الرضا: ويعتبر من أكثر الطرق استخداما لقياس اتجاهات العملاء نحوى جودة الخدمة وذلك بإستخدام مقياس ليكارت من خمسة نقاط لقياس درجة أهمية عناصر الخدمة من وجهة نظر العملاء، وغالبا ما يتم توجيه الأسئلة التي تقيس الأهمية بعد حصول العملاء على الخدمة وذلك من خلال قائمة إستبيان، بطاقات تدوين الملاحظات أو المقابلات الشخصية، وتتميز هذه الطريقة في أنها تمد المنظمة الخدمية بمعلومات هامة متعلقة بشعور العملاء عن الخدمة المقدمة وجوانب القوة والضعف لها.³

3- مقياس الأداء الفعلي للخدمة: إستمرارا للجهود المبذولة غالبا للتوصل إلى نموذج علمي وعملي لقياس جودة الخدمة يتمتع بدرجة عالية من الثقة والمصدقية وإمكانية التطبيق، فقد توصل الباحثين (Gronin and Taylor) إلى المقياس الذي يركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة بإعتبار أن جودة الخدمة هذه يمكن الحكم عليها مباشرة من خلال اتجاهات العملاء، وأنه يمكن التعبير

جودة الخدمة = الأداء الفعلي

عنه بالمعادلة التالية:

¹ بسام سويلم عقله عواد، تقييم جودة الخدمات من وجهة نظر الزبائن، مجلة الزرقاء للبحوث و الدراسات الانسانية، المجلد 16، العدد 3، 2016، ص 48.

³ قاسم نايف علوان الحياوي، مرجع سابق، ص 97-98.

⁴ توفيق محمد عبد المحسن، مرجع سابق، ص 51.

4- مقياس القيمة: تقوم الفكرة الأساسية لهذا المقياس على أن القيمة التي تقدمها منظمة الخدمة للعملاء تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانب العميل والتكلفة للحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة، فكلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة كلما زادت القيمة المقدمة للعملاء و كلما زاد اقبالهم على طلب هذه الخدمات، و العكس صحيح و بالتالي فإنه من واجب منظمة الخدمة اتخاذ الخطوات اللازمة من اجل زيادة المنفعة المدركة لخدماتها بالشكل الذي يؤدي الى تخفيض سعر الحصول على الخدمة، ولا شك ان وجود مثل هذا المقياس سوف يدفع منظمات الخدمة الى تركيز جهودها نحو تقديم خدمة متميزة للعملاء بأقل تكلفة ممكنة¹.

ب- قياس جودة الخدمة من وجهة نظر توقعات/ ادراكات العميل(مقياس الفجوة)

ينسب هذا المقياس الى Parasuraman et al .1985 وهو الذي يقوم على توقعات العملاء لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل، ومن ثم تحديد الفجوة بين التوقعات والادراكات وذلك باستخدام الأبعاد الخمس الممثلة لمظاهر جودة الخدمة.²

1- تعريف مقياس الفجوة: تقاس جودة بمدى التطابق بين مستوى الخدمة المقدمة فعلا للعملاء وبين ما يتوقعه العملاء بشأنها، وبالتالي فإن جودة الخدمة تعني الدراسة والتحليل والتنبؤ بتوقعات العملاء ومحاولة الإرتقاء إليها بشكل مستمر.

ومن هنا يتضح لنا مفهومين أساسيين يتقابلان لتحديد الفجوة في جودة الخدمة وهما³:

* **توقعات العميل:** وهي المعايير أو النقطة المرجعية للأداء الناتجة عن خبرات التعامل مع الخدمة والقبلة للمقارنة، والتي إلى حد ما تصاغ في شروط ما يعتقد العميل أن تكون في الخدمة أو سوف يحصل عليها.

* **ادراكات العميل:** وهي النقطة المرجعية التي يدرك بها العميل الخدمة فعليا كما قدمت له. وفي ذلك كما ذكر الباحثان (Vandarmne and Leunis) فإن نموذج (SER VQUAL) لا يركز فقط على نتائج الخدمة، بل أيضا على عمليات تسليم الخدمة، والعلاقة التفاعلية بين مقدمي الخدمة والعملاء، ومما هو جدير بالإشارة أن هذا النموذج انتشر تطبيقه منذ نهاية الثمانينات في انواع مختلفة من الخدمات التي تقدمها منظمات الاعمال .

و الملاحظة ان الكثير من الباحثين ابدوا فكرة الفجوة بين التوقعات و الإدراك الخاص بالعملاء كمحور أساسي في تقييم

جودة الخدمة . و يقوم هذا النموذج على معادلة ذات طرفين هما الإدراكات و التوقعات، و هي التالي:

1 بوعبد الله صالح، نماذج و طرق ق

جودة الخدمة = التوقعات - الإدراكات

51 .

2 قاسم نايف علوان الميخاوي، نفس المرجع، ص105.

3 جبلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية، رسالة ماجستير، في التسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007، ص86 .

- ج- قياس الجودة المهنية: وهو يمثل قياس الجودة من منظور مقدميها و يكون ذلك بدلالة المدخلات و العمليات المطلوبة لانجاز الخدمة و النتائج المتمثلة بالخدمة بصورتها النهائية المقدمة للزبون و هذا يتم من خلال الأداء المقارن أو الأسئلة الموجهة للعاملين.¹
- د- قياس الجودة من المنظور الشامل أو الكلي: هذا القياس يتم من وجهة نظر كل من الزبون و مقدمي الخدمة لكي تتمكن المؤسسة من تقديم برامج التحسين لجودة الخدمة.

المطلب الثاني: رضا الزبائن مفهومه و أهم العوامل المؤثرة فيه

لنجاح أي منظمة و استمرار نشاطها مرتبط برضا الزبائن، وهو المقياس الذي يجب أن تسترشد به المنظمة لقياس مدى نجاحها في تحقيق جودة الخدمات لعملائها و الارتقاء بمستوى الجودة المقدمة . كما أن رضا الزبون من المفاهيم المهمة في مجال تسويق الخدمات إذ تم طرح العديد من التعاريف من قبل الباحثين حول رضا الزبائن نذكر منها :

أولا : مفهوم رضا الزبون

- ✓ مفهوم رضا الزبون : " درجة إدراك الزبون مدى فاعلية المنظمة في تقديم المنتجات التي تلي احتياجاته ورغباته"².
- يرى هذا التعريف أن رضا الزبون يتمثل في مدى قدرة المنظمة على تحديد وتقديم منتجات من اجل تلبية حاجات و رغبات الزبائن .
- ✓ مفهوم رضا الزبون : " هو ذلك الانطباع الإيجابي أو السلبي الذي يشعر به زبون ما تجاه تجربة شراء أو استهلاك و هو ناتج عن مقارنة توقعاته (الزبون) اتجاه منتج ما و أدائه المدرك " .
- بينما يركز هذا التعريف على أن رضا الزبون هو الانطباع الذي يشعر به الزبون اتجاه تجربة ما سواءا كان ايجابيا أو سلبي نتج عن توقعاته اتجاه منتج ما.

- ✓ كما يعرف رضا الزبون : "هو الحكم على جودة المنتج الناتج عن مقارنة بين توقعات الزبون للخدمة و الأداء"³

بمعنى أن رضا الزبون هو مقارنة الأداء الفعلي و توقعات الزبون للخدمة للحكم على جودة المنتج الناتج.

¹ بوبكر عباسي، دور التسويق الداخلي في تطوير جودة الخدمة الفندقية، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق، جامعة ورقلة، 2009، ص28.

² يوسف حجيم سلطان الطائي و هاشم فوزي العبادي، إدارة علاقات الزبون، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص222.

³ سميرة بن خدومة، قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء، مذكرة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر، تخصص تسويق خدمي، جامعة ورقلة، 2012، ص9.

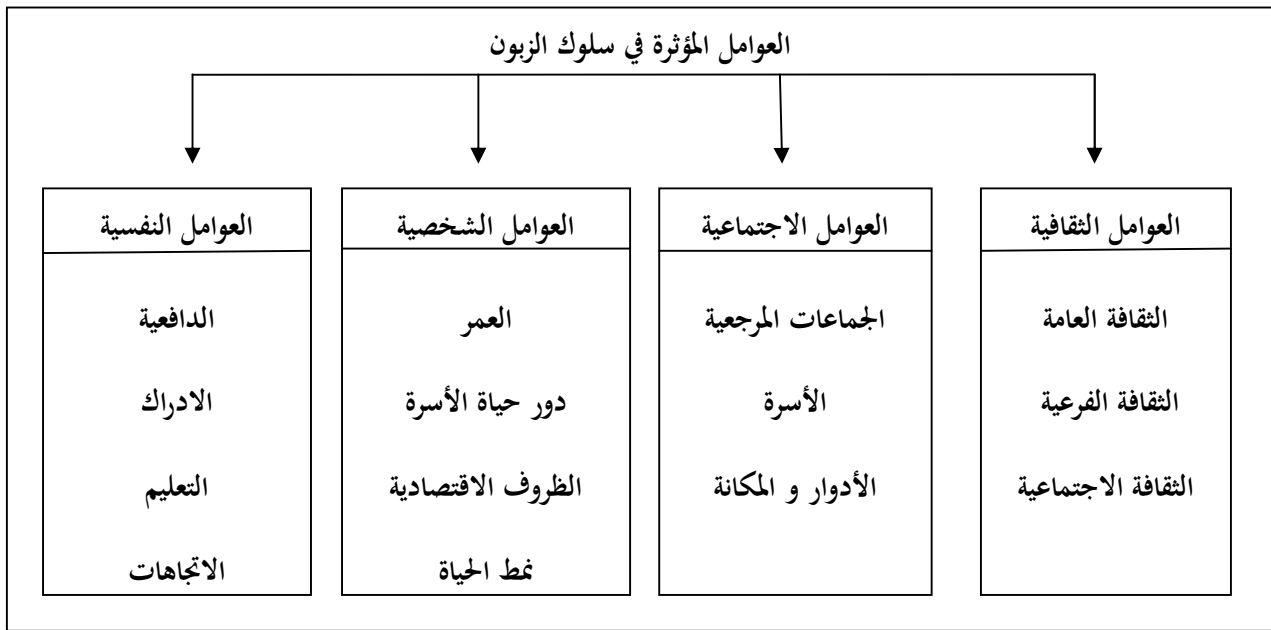
الفصل الأول :.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن مفهوم رضا الزبون هو توقعات الزبائن و إدراكاتهم لمدى فاعلية المنظمة في تقديم خدمات ذات جودة عالية من اجل تلبية حاجاتهم و رغباتهم ، و هو المقياس الذي تسترشد به المنظمة لتقييم مستوى الجودة المقدمة لزبائنهم و مدى تحقيق نجاحها في كسب رضا الزبائن و ولاءهم لها .

ثانيا: العوامل المؤثرة في سلوك الزبون

إن الفرد يمثل نظام مفتوح يتفاعل مع الأنظمة المحيطة به يتأثر و يؤثر عليها و عملية التفاعل تلعب الدور الأساسي في التأثير على سلوك الاستهلاكي، وبشكل عام يمكن تمثيل العوامل المؤثرة في سلوك الزبون بالمحيط الموالي:

الشكل رقم (1 . 2) : العوامل المؤثرة في سلوك الزبون



المصدر : علاء فرحان طالب، أميرة الجنابي، إدارة المعرفة، دار صفاء، المطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص 78.

ومنه العوامل المؤثرة في السلوك الشرائي للزبون هي¹ :

• أولا : العوامل الثقافية

تعتبر الثقافة بمفهومها العام من أكثر العوامل المؤثرة على سلوك الزبون وهي من المحددات الرئيسية لرغبات و سلوك الزبون و تتضمن العوامل الثقافية مايلي (الثقافة العامة، الثقافة الفرعية، الثقافة الاجتماعية) و بقدر تعلق الأمر في الجانب التسويقي فإن العوامل الثقافية تقيد السلوك الشرائي للمنتجات و الخدمات و سلوك التعامل مع المتاجر.

¹ زوزو فاطمة الزهرة، دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق خدمي، جامعة ورقلة، 2010، ص13.

● ثانيا : العوامل الاجتماعية

يتأثر سلوك الزبون بالعوامل الاجتماعية مثل الجماعات المرجعية و الأسرة و الأدوار و المكانة الاجتماعية، وتشير الجماعات المرجعية إلى الجماعات التي ينتمي إليها الزبون و التي يطمح إلى الانتماء إليها من خلال المعلومات التي تزوده بها و الضغوط التي تمارسها عليه.

كما تشير العائلة إلى المجموعة الأولى التي يصل بها الفرد وبشكل مستمر أيضا، مما يعني أن المستهلك سيؤثر ويتأثر بالعائلة المحيطة به، أما الأدوار و المكانة فتشير إلى موقع الفرد الذي يتحدد بالدور و المكانة التي يمثلها في هذه المجموعات وكل دور يحمل مكانة تعكس الاحترام و التقدير العام المرتبط به في المجتمع.

● ثالث : العوامل الشخصية

تشير إلى الخصائص النفسية المميزة التي تؤدي إلى استجابات تتفق أو تتماشى مع البيئة الخاصة له، وتعتبر الشخصية احد المتغيرات المفيدة في تحليل سلوك المستهلك حيث يمكن تصنيف الزبائن حسب انواع الشخصية التي يتميزون بها و تسويقها يمكن الاستفادة من السمات المختلفة لشخصية الزبون في تحديد الخدمات و المنتجات و العلامات التي يقوم بشرائها¹.

● رابعا : العوامل النفسية

خيارات الزبون في الشراء تتأثر بأربعة عوامل نفسية

✓ **التحفيز** : إذ يشير إلى رغبات او احتياجات غير محققة ويحاول الفرد العمل على إشباعها، فالمستهلك في سلوكه الشرائي يبحث عن شراء الحاجات من السلع و الخدمات التي هي أكثر حاجة لأنها تمثل بحقيقتها استقرار لوجوده ومن ثم يأتي بالبحث عن تلبية الحاجات الأخرى ذات الأهمية الأقل.

✓ **الإدراك** : هو العملية التي يتم من خلالها معرفة الفرد للأشياء الموجودة في عالمه المحيط به عن طريق حواسه الخمس و بحدود العمل التسويقي فإن المسوق عليه ان يفعل الشيء الكثير بهدف إثارة انتباه أكبر عدد ممكن من الزبائن وذلك من خلال العديد من الوسائل كأسلوب عرض البضائع، أسلوب الإعلان، الديكور الخارجي للمؤسسة.

¹ زوزو فاطمة الزهرة، مرجع سابق، ص14.

الفصل الأول :.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

✓ **المعتقدات و الاتجاهات :** المعتقد هو توصيف الفكرة التي يحملها الفرد عن شيء ما، إما الاتجاه فيشير إلى الموقف أو

التقييم الثابت لدى الزبون و الذي يكون إيجابيا أو سلبيا نحو منتج أو خدمة معينة، والمؤسسات التسويقية عليها أن

تضع منتجاتها بما يتفق مع اتجاهات الزبائن لا أن تعمل على تغيير اتجاهاتهم نحو السلع التي تتعامل بها.

✓ **التعليم :** هو المتغيرات الحاصلة في سلوك الفرد و الناجمة عن الخبرات السابقة المتراكمة لديه، أي أن الزبون يتعامل مع

بيئة تسويقية خلال فترة حياته اليومية و يكتسب من كل حالة مستوى خبرة معين .

من خلال العوامل السابقة الذكر نستخلص أنه من المحددات الرئيسية لرغبات و سلوك الزبون هي العوامل الثقافية و التي تقيد

السلوك الشرائي للمنتجات و الخدمات و سلوك التعامل مع التاجر. كما يتأثر سلوك الزبون بالعوامل الاجتماعية و التي

يطمح في الانتماء اليها من خلال المعلومات التي تزوده بها و الضغوط التي تمارسها عليه. كما تعتبر العوامل الشخصية من

احد المتغيرات المفيدة في تحليل سلوك الزبون من اجل تحديد الخدمات و المنتجات التي يقوم بشرائها. كما تتأثر خيارات

الزبون في الشراء بأربعة عوامل نفسية و هي التحفيز، الادراك، المعتقدات و الاتجاه، التعليم. و عليه عملية التفاعل بين تلعب

الدور الأساسي في التأثير على سلوك الاستهلاكي.

المطلب الثالث : العلاقة بين جودة الخدمات و رضا الزبائن

يعتبر الزبائن بالنسبة للمنظمة مسألة حياة أو موت فهي تستقي منهم المواصفات التي تحولها إلى مقاييس أو معايير تنتج

وفقها، فكل منتج خال من هذه المعايير محكوم عليه بالفشل لأنه لا يحمل مواصفات الجودة في نظر مشتربيه، باعتبار أن لجودة

الخدمة دور فعال في تحقيق رضا الزبون. ولهذا تتسابق المؤسسات إلى الظفر بأكثر عدد من الزبائن الحاليين و المرتقبين.

أولا : علاقة جودة الخدمة برضا الزبون

الفصل الأول:.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

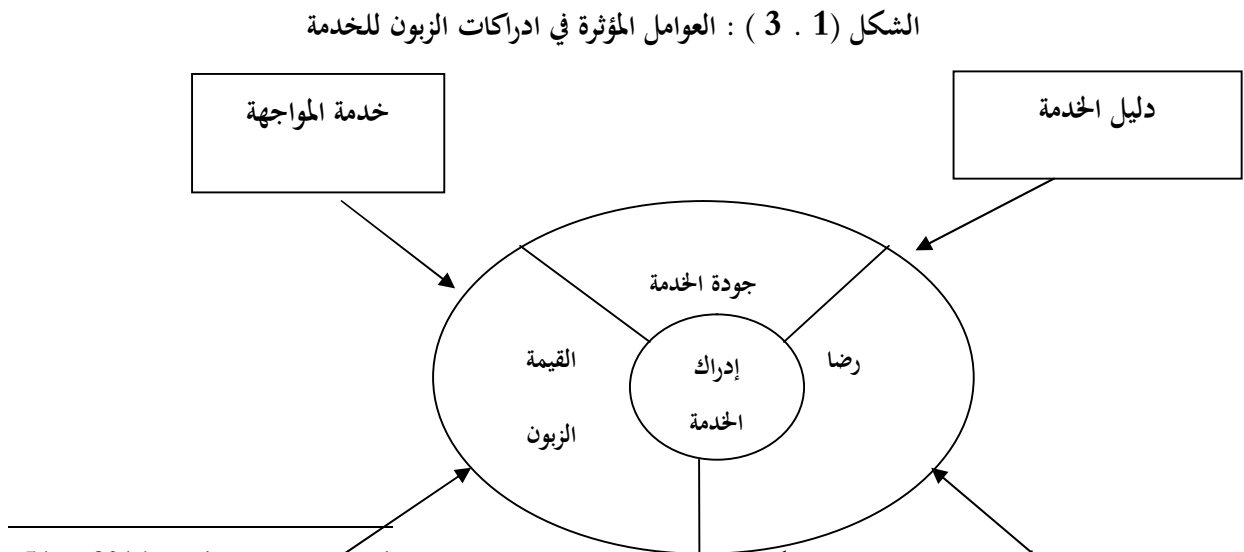
تتمثل المهمة الرئيسية للتسويق في جذب الزبائن و المحافظة عليهم و استمرارية تعزيز العلاقة معهم، و الوصول إلى الرضا الكلي للزبائن عن الخدمات البنكية المقدمة لهم، فالزبون يضع جانب جودة الخدمة في مقدمة الأمور المطلوبة، فالإيداع والسحب و التحويل كلها ترتبط بعنصر الجودة من حيث الدقة و السرعة و الكفاءة في العمل، و الانترنت بطبيعتها الحال يوفر ذلك .

وأن معرفة حاجات ورغبات و أدواق و إمكانات العميل الشرائية، كعنصر مؤثر ويمثل نقطة البداية لتخطيط السياسات وصياغة الاستراتيجيات التسويقية للبنك، وهي أمر ضروري لمعرفة ما يمكن تسويقه، ووضع مزيج تسويقي خاص لكل شريحة من الزبائن وذلك بسبب التطور التكنولوجي المبير و الانفتاح الإقتصادي وزيادة حدة المنافسة،

ولأن الرضا ينتج عن المقارنة بين الخدمة المتوقعة و الخدمة المدركة، بينما جودة الخدمة فأنها تشير إلى المقارنة بين الخدمة المطلوبة أو المرغوب فيها من قبل العملاء و الخدمة المدركة¹.

ثانيا : العوامل المؤثرة في ادراكات الزبون لجودة الخدمة

هناك عدة عوامل رئيسية تؤثر في ادراكات الزبون للخدمة وهي موضحة في الشكل التالي :



¹ صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص51.

الصورة الذهنية

سعر الخدمة المقدمة

المصدر : تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار الحامد، عمان، 2005، ص363.

- **خدمة المواجهة (اللحظات الحقيقية):** من وجهة نظر الزبون فإن الانطباع المشرق للخدمة يحصل في مواجهة الخدمة عندما يتفاعل الزبون مع مقدم الخدمة حيث يبدأ الزبون باستخدام خبرته السابقة من حيث الاستقبال وسرعة تقديم الخدمة و الدقة وغيرها.
- **دليل أو ملامح الخدمة :** يعد من العوامل الرئيسية المؤثرة في ادراكات الزبون للخدمة، وذلك كون الخدمة غير ملموسة و الزبون يبحث عن دليل أو مظهر للخدمة في أي عملية تفاعل مع مقدم الخدمة .
- **الصورة الذهنية :** ما بعد الانطباع المباشر لخدمة المواجهة و تقييمات دليل الخدمة، ادراكات الزبون يمكن أن تتأثر بالتصور الذهني أو السمعة لمقدم الخدمة، و هنا تعرف صورة مقدم الخدمة كإدراكات تعكس فكرة يتحفظ بها الزبون في ذاكرته، وهذه الصورة قد تكون أقل ثباتا جدا مثل ساعات العمل، أو سهولة الوصول أو قد تكون أقل ثباتا حتى تعاطفية مثل الإثارة، الاعتمادية، التقليد و البراعة.
- **السعر :** سعر الخدمة أيضا قد يكون له تأثير كبير في إدراكات الجودة و الرضا و القيمة وذلك لأن الخدمة غير ملموسة، وغالبا من الصعب الحكم عليها قبل الشراء و كثيرا ما يعول على السعر كمؤشر بديل، و الذي سيؤثر في توقعات وادراكات الجودة ، فإذا كان السعر عاليا جدا من المحتمل أن يتوقع جودة عالية وهذه الإدراكات الفعلية سوف تتأثر بالتوقعات وإذا كان السعر عاليا جدا ربما يكون بمثابة ملاحظة أو رسالة تطمينية للزبائن عن مستوى عال للجودة ومن وجهة أخرى إذا كان السعر متدنيا فالزبائن قد تشك في قدرة مقدم الخدمة على تسليم جودة عالية¹.
- من خلال ماسبق نستنتج أن ملامح الخدمة من العوامل الرئيسية المؤثرة في ادراكات الزبون للخدمة. كما تؤثر اللحظات الحقيقية حيث يبدأ الزبون باستخدام خبرته السابقة من حيث الاستقبال و سرعة تقديم الخدمة و الدقة، كما يمكن أن تتأثر بالتصور الذهني أو السمعة لمقدم الخدمة، و هنا تعرف صورة مقدم الخدمة كادراكات تعكس فكرة يتحفظ بها الزبون في ذاكرته. أما السعر له تأثير كبير في إدراكات الجودة و الرضا و المقيمة و ذلك لأن غير ملموسة.

¹ تيسير العجارمة، نفس المرجع السابق، ص 364.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لجودة الخدمة البنكية

سنحاول في هذا المبحث التعرض لأهم الدراسات السابقة (عربية و أجنبية) التي لها علاقة مباشرة بمتغيرات الدراسة، وقد تم عرض هذه الدراسة السابقة وفق تتبع زمني من الأقدم إلى الأحدث، ثم بعد ذلك التعقيب على هذه الدراسات وإبراز أهم نقاط التشابه والاختلاف بينها وبين الدراسة الحالية، ونختتم المبحث بإبراز جوانب الاستفادة من هذه الدراسات السابقة وما أضافته إلى الدراسة الحالية.

المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة .

أولاً: الدراسات العربية:

1- دراسة (بو عنان نور الدين ، 2007) بعنوان "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء" رسالة ماجستير في التسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء بمؤسسة الميناء لسكيكدة، حيث تطرقنا إلى نظام إدارة الجودة المطبق بالمؤسسة ومساهمته في تحقيق الجودة في الخدمات بالإضافة إلى التعرف على طرق الإصغاء للعميل المعتمد و كيفية قياس رضا العميل. إستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي المقارن، حيث تكونت عينة الدراسة العشوائية من 40 عميل، وتم الإعتماد على برنامج (SPSS)) لمعالجة البيانات وتم التوصل إلى جملة من النتائج أهمها :

1- عملية الاتصال بين مؤسسة الميناء لسكيكدة و عملائها ضعيفة وهذا ما يفسر عدم علم أغلبية العملاء بحصول المؤسسة على شهادة المطابقة للمواصفات العالمية) الذي يعتبر من أهم التغيرات التي حدثت في المؤسسة.

2- عدم توفر العاملين والموظفين على المعلومات التي يطلبها العميل مما يجعله ينتقل كثيرا في المكاتب بحثا عن المعلومة.

3- عدم مراعات عمال و موظفي مؤسسة المينائية لسكيكدة للوقت الخاص بتقديم الخدمة .

2- دراسة (بن تفات ع الحق، 2011) بعنوان: "دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون" مذكرة ضمن متطلبات نيل

شهادة الماجستير، تخصص تسويق خدمي ، الجامعة ورقلة .

هدفت هذه الدراسة إلى أهمية رضا الزبائن عن الخدمة المقدمة لهم بتعزيز قرار عودة الزبون للتعامل مع مقدم الخدمة و بالتالي تكرار الشراء و خلق رضا الزبائن يمثل التغذية العكسية لمستوى الخدمات المقدمة مما يساعد مقدم الخدمة على تطوير و تحسين هذه الخدمة . وقد قام الباحث بإختبار المصلحة الطبية الجراحية الضياء بورقلة لمحاولة التعرف على مستوى جودة الخدمة

الفصل الأول :.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

المقدمة وبالتالي رضا الزبائن عن الخدمة المقدمة .وإستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، وتم جمع البيانات عن طريق استمارة إستبيان وزعت على عينة عشوائية من (70) مريضا و تم استرجاع (50) استمارة، وقد سمح لنا الباحث باستخلاص نتائج هامة و اقتراح بعض آفاق للبحث حيث تبين لنا أن لجودة الخدمات مساهمة فعالة في تحقيق رضا الزبون، وذلك من خلال اهتمام مقدم الخدمة بأبعاد جودة الخدمة.

3- دراسة(حلوزوالضمر،2012) بعنوان: أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، مقالة منشورة بمجلة دراسات العلوم الإدارية ، المجلد 39، العدد 1، الأردن.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية و تحديدها بغرض مساعدة هذه البنوك في تبني إستراتيجيات مناسبة تمكنها من الحفاظ على زبائنها و لتحقيق أهداف الدراسة إختيرت عينة ميسرة من مجتمع الدراسة مكونة من 421 عميل، توصلت الدراسة إلى أن كافة أبعاد جودة الخدمة المصرفية(الملموسية، الإعتمادية، الأمان، الإستجابة السريعة، التعاطف) مجتمعة تؤثر في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، كما يؤثر كل بعد وحده(أي بصفة مستقلة) في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، و قد كان بعد الفعالية و التعاطف هو الأكثر تأثيرا مقارنة بباقي الأبعاد. كم أظهرت النتائج أن العلاقة بين جةدو الخدمة المصرفية و مدى ولاء الزبائن تختلف نتيجة لعدة عوامل وسيطة هي جنس العميل، و دخله الشهري، و إسم البنك الذي يتعامل معه، و سنوات تعامله مع البنك.

4- دراسة (سامر فهد سليمان الرياضى، 2016) بعنوان "أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا العملاء في البنك العربي" رسالة ماجستير في التسويق، كلية الدراسات العليا، جامعة الزرقاء .

هدفت إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية و المتمثلة بالملموسية و الاعتمادية و الأمان و الاستجابة و التعاطف في رضا العملاء في البنك العربي، عن طريق دراسة أبعاد جودة الخدمة المصرفية موضوع الدراسة. و استهدفت الدراسة العملاء المستفيدين من حيث خدمات البنك العربي في مدينة الزرقاء. و استخدمت الاستبانة وسيلة للحصول على البيانات، و تكونت عينة الدراسة من 148 عميلا للبنك و استراد استبانة 398 بنسبة 95 %، و خضع منها للتحليل 371 استبانة بنسبة 93 % بعد استبعاد الاستبانات غير قابلة للتحليل.

الفصل الأول:.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

أظهرت النتائج انه يوجد رضا بشكل عام من قبل العملاء عن جودة الخدمة المقدمة من قبل البنك، و حاز الأمان على افضل قيمة من حيث رضا العملاء عنه، لما يتبعه البنك من سياسات تحقق تشعير العميل بالأمان، بالمقابل يبد العملاء رضاهم عن متغير التعاطف كأحد ابعاد الجودة المصرفية.

وأثبتت الدراسة ان هناك تأثير معنويا لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدمة على رضا العملاء، وعد متغير الاستجابة هو أكثر تأثيرا في تحقيق الرضا، بالمقابل أظهرت النتائج ان متغير الملموسية هو الاقل تأثيرا لتحقيق رضا العملاء من بين المتغيرات الأخرى.

5- دراسة (هاجر مُجَدَّ الملك، والطاهر مُجَدَّ أحمد علي 2016) بعنوان: "جودة الخدمات المصرفية و أثرها على رضا

العميل" مقالة منشورة ب مجلة العلوم الإقتصادية العدد السابع عشر، المجلد الأول، بكلية الدراسات التجارية، جامعة

السودان للعلوم التكنولوجية

سعت هذه الدراسة لمعرفة أثر جودة الخدمات المصرفية الحديثة على رضا العملاء في القطاع المصرفي من خلال تجربة بنك تنمية الصادرات، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات الأولية عن طريق أداة الإستبيان في عينة من عملاء بنك تنمية الصادرات ثم تم تصميم إستبانة وجهت للعملاء الذين تم إختيارهم من عينة مكونة من (100) مبحوث. تم تطبيق أسلوب التحليل الإحصائي عن طريق برنامج ال (SPSS)، وقد خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها:

1- سرعة الإستجابة هي العنصر الأكثر جاذبية في إستقطاب عملاء المصرف.

2- يوجد إرتباط طردي متوسط بين كلا من محور رضا العميل وبعد الإعتمادية، وهناك إرتباط طردي ضعيف وليس له دلالة بين كلا من محور رضا العميل وبعد الملموسية.

ثانيا: الدراسات الأجنبية:

1- دراسة (chakib Hamdi, 2010) بعنوان : « The Impact of Quality of Online Banking on Customer Commitment» Ibima publishing communications of the ibima <http://www.ibimapublishing.com/journals/cibima/cibama.html> / university of Marrakech. Morocco.

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة السببية بين الجودة المدركة للخدمات المصرفية المقدمة عبر مواقع الإنترنت ورضا و إلتزام الزبائن، وكذلك أثر الرضا على الإلتزام، حيث تم قياس جودة الخدمة بأبعادها (سهولة الإستخدم، التصميم، السرية والأمان،

الفصل الأول:.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

المعلومات، توفير الوقت، التفاعلية)، حيث تم استخدام الإستبيان كأداة للدراسة، وتكونت عينة الدراسة من (203) من مستخدمي الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، وأظهرت نتائج هذه الدراسة:

1- وجود علاقة سببية بين الجودة المدركة ورضا الزبائن، وكذلك وجود أثر إيجابي مباشر لجودة الخدمات الإلكترونية على الرضا والالتزام.

2- أن لعامل الرضا أثرا إيجابيا مباشرا على إلتزام العملاء، ورفضت وجود أثر ضعيف لجودة الخدمة على الإلتزام في حالة وجود الرضا كمتغير وسيط.

2- دراسة (Akhtar,et. al, 2011) بعنوان «Relationship between Customer Satisfaction and Service Quality of Islamic Banks » SW Akbar GSK Niazi 2011 papers ssm .com

سعت هذه الدراسة إلى قياس مستوى وعي العملاء حول البنوك الإسلامية، وتسلط الضوء على العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ورضا الزبائن في البنوك الإسلامية العاملة في باكستان بأبعادها (الإمتثال، الموثوقية، التعاطف والإستجابة)، إتمدت الدراسة على جمع البيانات من عينة تمثل مجتمع الدراسة تكونت من (285)، تم إسترجاع عدد (187) إستبانة، ومنها (167) إستبانة صالحة للتحليل، وأظهرت نتائج الدراسة:

- وجود علاقة مباشرة بين أبعاد جودة الخدمة (الإمتثال، الموثوقية، التعاطف، الإستجابة) ورضا الزبائن.
- أن بعدي الإمتثال والإستجابة لهما تأثير أكبر على رضا الزبائن في البنوك الإسلامية في باكستان، وأظهرت أن جميع الأبعاد التي تمثلت في جودة الخدمات لديها دور مهم في قياس مستوى رضا العملاء في المؤسسات المالية الإسلامية، ويتعين على المصارف الإسلامية أن تركز على توفير مجموعة واسعة من المعلومات لعملائها بشأن المنتجات والخدمات التي تقدمها.

3- دراسة (Khafafa and Shafii 2013) بعنوان «Measuring the Perceived Service Quality and Customer Satisfaction in Islamic Bank Windows in Libya Based on Structural Equation Modelling (SEM) » afro Eurasian studies. Vol 2. Issues 1& 2 spring & fall 2013.

هدفت هذه الدراسة إلى قياس رضا الزبائن في المصارف التجارية الليبية وهي (مصرف الجمهورية ومصرف الوحدة ومصرف الصحاري)، عن جودة الخدمة من خلال الأبعاد (الإعتمادية، الإستجابة، التعاطف، الملموسية والأمان)، وذلك خلال العام 2012، وتم استخدام الإستبيان كأداة دراسة، وتكون مجتمع الدراسة من زبائن البنوك، حيث وزعت (600) إستبانة على زبائن

الفصل الأول:.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

- هذه البنوك. وكانت الإستبانة الصالحة للتحليل هي (366) إستبانة، وخلصت الدراسة إلى أن مقياس (SERVQUAL) هو الأداة المناسبة لقياس جودة الخدمة المصرفية، وأن بعد الإستجابة كان هو الأكثر تأثيراً على رضا الزبائن، تليها الإعتمادية والتعاطف والأمان والملموسية، وأشارت نتائج الدراسة الى :
- 1- وجود علاقة إيجابية بين رضا الزبائن وجودة الخدمة المدركة من خلال أبعاد الجودة الخمسة.
 - 2- صنع السياسات من قبل السلطات الليبية المسؤولة عن تطوير القطاع المصرفي، وإقترحت الدراسة على مديري البنوك إجراء التحسينات على بعض الصفات التي دلت على إنخفاض مستوى رضا زبائن البنوك.
 - 4- دراسة (SIDDIQUE et al,2016) بعنوان :

Determinants of Service Quality Factors towards the Public Specialized Banks of Bangladesh. Global Journal of Management and Business Research: A Administration and Management Volume 16 Issue 12

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على محددات جودة الخدمات المتصورة بين زبائن البنوك المحلية و الاجنبية في دكا بنغلادش باستخدام نسسخة معدلة من نموذج سيرفكوال، ويخلص التقرير الى أن المصارف الاجنبية قدمت بشكل عام تدابير أفضل قليلا في معظم الأبعاد مقارنة بالبنوك المحلية، و بالنسبة للمصارف المحلية الخاصة يمكن الاعتماد على الموثوقية و الاتصال و المصدقية و الامن و القابلية للتأثر بشكل كبير على جودة الخدمة، ومن ناحية أخرى بالنسبة للمصارف الاجنبية، فان الموثوقية و المصدقية و القابلية للتأثر هي العوامل الهامة و الوحيدة التي تؤثر على جودة الخدمة.

المطلب الثاني: مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة .

سنحاول من خلال هذا المطلب مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة سواء العربية أو الأجنبية وإستخراج أوجه الشبه والإختلاف بينها،

أوجه الشبه :

تكمن في أن جميع الدراسات إعتمدت على الإستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات.

أوجه الإختلاف :

الفصل الأول :.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

هناك العديد من أوجه الإختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة من حيث الزمن والمكان، العينة، والجدول التالي يوضح أوجه الإختلاف بينهما .

الجدول (1.1) : يوضح مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة

الدراسة السابقة	الدراسة الحالية	
تمت في بيئة عربية وأجنبية وكانت في سنوات التالية 2007، 2010، 2011، 2013، 2016.	تمت الدراسة الحالية في مدينة تقرت ولاية ورقلة سنة 2017	من حيث المكان والزمن
تناولت الدراسات السابقة عينات مختلفة أكثر وأقل من عينة الدراسة الحالية	تناولت الدراسة 120 زبون	من حيث العينة
تناولت الدراسات السابقة متغيرات مختلفة منها الجودة المدركة للخدمات.... إلخ	هدفت الدراسة إلى إبراز محددات جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن	من حيث المتغيرات

المصدر: من اعداد الطالبة .

المطلب الثالث: مجال الإستفادة من الدراسات السابقة.

تكمن أهم مجالات الإستفادة من الدراسات السابقة في كونها أسهمت في إثراء و إعداد الأدبيات النظرية وصياغة فرضيات

الدراسة وكذا:

- التعرف على منهجيات الدراسات السابقة ، مما فتح المجال للباحث في إعداد المنهجية المتبعة.
- ساهمت و بشكل كبير في تصميم استمارة الإستبيان، من خلال الجانب النظري و استمارات استبيانات الدراسات السابقة.
- المساعدة في الإطلاع على الأساليب الإحصائية المستخدمة في هذه الدراسات و تحديد الأساليب اللائقة لاختبار صحة فرضيات الدراسة الحالية.

- الإلمام بالنتائج المتوصل إليها من طرف هذه الدراسة مما يمكن الباحث بالانطلاق في الدراسة الحالية.

خلاصة الفصل :

من خلال دراستنا لهذا الفصل نستخلص إلى أنه :

نظرا لأهمية قطاع الخدمات تسعى المؤسسات الخدمية إلى تهيئة المناخ المناسب الذي يساعد على تطور ونمو هذا القطاع وذلك بالتركيز على جودة الخدمات المقدمة لمختلف الزبائن قصد تحقيق الأرباح و ضمان الاستمرارية و النمو، فأحد المهام الأساسية للمؤسسات الحديثة هي استشعار الاحتياجات و الرغبات الحقيقية للمستهلكين وليس مجرد تخمين أو تقدير تلك الاحتياجات.

الفصل الأول:.....الأدبيات النظرية و التطبيقية حول محددات جودة الخدمات البنكية

حيث يعتبر الزبون مقياس لمفهوم جودة الخدمة، فالذي يحدد الخدمة هو الزبون و ليس المؤسسة وهذا ما يعرف باسم الجودة المدركة.

وجودة الخدمة تتحدد في ضوء المقارنات التي يجريها الزبون بين ما يتوقع أن يحصل عليه الزبون من المؤسسة وما يحصل عليه الزبون فعليا من نفس المؤسسة، كذلك الجودة العالية تعتبر من مقدمات الرضا غالبا.

كما تبين أيضا أن نماذج قياس جودة الخدمة تساعد إدارة المؤسسة الخدمية في التعرف على مدى قدرة الخدمة المقدمة للزبائن على الوفاء باحتياجاتهم و رغباتهم بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم و يحقق رضاهم .

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية
(CPA ، BEA) بتقرت

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية (CPA ، BEA) بتقرت

تمهيد :

بعد التطرق للفصل الأول من الدراسة والذي تناول في جانبه النظري محددات جودة الخدمات البنكية، وكذا أهم الدراسات السابقة في المجال سنحاول في هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على عينة من المؤسسات المالية بمدينة تقرت ولاية ورقلة، مبرزين في ذلك جودة الخدمات البنكية والعوامل المؤثرة فيها من خلال المؤسسات محل الدراسة وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين أساسيين:

- ❖ في المبحث الأول: يتم التطرق إلى منهجية الدراسة والأدوات المستخدمة.
- ❖ وفي المبحث الثاني: سيتم التطرق إلى عرض النتائج واستخراج الاستنتاجات.

المبحث الأول : الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى طريقة و الأدوات المستخدمة في الدراسة .

المطلب الأول : طريقة الدراسة

1. منهج الدراسة :

يُبين المنهج مختلف الخطوات التي يعتمد عليها الباحث في إعداد البحث وذلك للوصول إلى النتائج والأهداف الموضوعية، ومنه يمكن اعتبار المنهج على أنه الطريقة التي يتبعها الباحث لدراسة ظاهرة ما أو موضوع معين بهدف التعرف على أسبابها وتقديم حلول لها. وبغية تحقيق الأهداف المرجوة من البحث يتم الاعتماد على المناهج التالية:

أ. **المنهج الوصفي التحليلي :** الذي يتيح لنا جمع المعلومات عن الظاهرة محل الدراسة ووصف النتائج التي تم التوصل إليها وتحليلها وتفسيرها.

ب. **المنهج الاستقصائي :** لاستغلال البيانات الميدانية عن طريق تصميم استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع البحث ومحاولة البرهنة على الفرضيات المطروحة.

ج. **المنهج الإحصائي :** الذي يمكننا من اختبار صحة الفرضيات باستعمال الأساليب والأدوات الإحصائية في تحليل البيانات.

و ذلك من خلال دراسة عينة من المؤسسات البنكية الجزائرية بتقرت ولاية ورقلة باستخدام مصدرين أساسيين للمعلومات :

المصادر الثانوية : وتتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ، الملتقيات والمقالات وكذا الأبحاث والدراسات السابقة.

المصادر الأولية : وتتمثل في جمع البيانات الأولية من خلال تصميم استبانة مخصصة لهذا الغرض، و وزعت على مجموعة من

عملاء المؤسسات التالية (مؤسسة بنك الجزائر الخارجي **BEA**، مؤسسة القرض الشعبي الجزائري **CPA**) الواقعة بمدينة تقرت

ولاية ورقلة.

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(BEA ، CPA) بتقرت

2. مجتمع الدراسة وعينة الدراسة :

- مجتمع الدراسة : ويتكون مجتمع الدراسة من عملاء البنوك الجزائرية محل الدراسة.
- عينة الدراسة : قام الباحث بسحب عينة عشوائية بسيطة قدرها 120 عميل من بين عملاء المؤسسات محل الدراسة ، حيث تم توزيع 120 استبانة على عملاء المؤسسات المذكورة سلفا ، وتم استرجاع 116 أي ما يعادل نسبة 96,67% ، وبلغ عدد الاستبيانات التي لم تسترجع ب 04 استبانة أي نسبة 3,33% أما فيما يخص الاسباب الغير صالحة للتحليل فكانت 19 استبانة أي ما يعادل 16,38% والجدول أدناه يوضح توزيع عينة الدراسة .

الجدول (2 . 2) : توزيع عينة الدراسة

عدد الاستبيانات	الموزع	المسترجع	الغير مسترجع	الغير صالح للتحليل	النهائي
العدد	120	116	04	19	97
النسبة	100%	96,67%	3,33%	16,38%	83,62%

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لتوزيع الاستبيانات .

3. خصائص عينة الدراسة

تتميز عينة الدراسة بمجموعة من الخصائص يمكن إيضاحها في ما يلي :

أ . متغير الجنس

الجدول (3 . 2) : يوضح توزيع أفراد الدراسة حسب متغير الجنس

الفئة	التكرار	النسبة
ذكر	73	75.5%
أنثى	24	24.7%
المجموع	97	100%

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات البرنامج Spss.

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة الذكور بلغت 75.5% وهي أعلى من نسبة الإناث التي بلغت 24.4%

ويرجع ذلك إلى أن أغلب عملاء البنك هم مقاولين و اصحاب شركات.

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقرت

ب . متغير المستوى التعليمي

الجدول (2 . 4) : يوضح توزيع أفراد الدراسة وفقا للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
أقل من ثانوي	26	26.8 %
ثانوي	50	51.5 %
جامعي	21	21.6 %
المجموع	97	100 %

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات البرنامج Spss .

يلاحظ من خلال بيانات الجدول و المتعلق بتوزيع أفراد عينة حسب المستوى التعليمي أن 26,8% من المستجيبين ذو

المستوى اقل من ثانوي، ثم يليه المستوى جامعي بنسبة 21,6% ، في حين كانت نسبة المستوى ثانوي أكبر تقدر

ب51,5%، وهذا راجع إلى أن هذه الفئة الأكثر نشاطا وتعاملا مع البنوك.

ج . متغير السن

الجدول (2 . 5) : يوضح توزيع أفراد الدراسة وفقا لمتغيرات السن

فترة السن	التكرار	النسبة
من 20 إلى 30	25	25.8 %
من 31 إلى 40	45	46.4 %
من 41 إلى 50	20	20.6 %
أكثر من 51	6	6.2 %
المجموع	97	100 %

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات البرنامج Spss .

يتبين من الجدول أن الفئة من 31 إلى 40 بلغت أكبر نسبة و هي 46.4 % ، في حين تقاربت نسبة كل من فئتي من

20 إلى 30 سنة و من 41 إلى 50 سنة بنسبتي 25.8 % و 20.6 % على التوالي، ثم تليها الفئة الأكثر من 51 بنسبة

6.2% و هي تمثل أقل نسبة بالنسبة للفئات الأخرى، وهذا يعني أن أكثر العملاء في البنوك محل الدراسة هم من الفئة العمرية

من 31 إلى 40 سنة، وهي الفئة الأكثر نشاطا .

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقرت

د. متغير الوظيفة

الجدول (2 . 6) : يوضح توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة
تاجر	6	6.2 %
موظف	52	53.6 %
أعمال حرة	30	30.9 %
متقاعد	9	9.3 %
المجموع	97	100 %

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات البرنامج Spss .

من خلال المعلومات التي يوضحها الجدول نلاحظ أن نسبة وظيفة الموظف تحتل أكبر نسبة و هي 53.6 % ، ثم تليها الأعمال الحرة بنسبة 30.9 % ، ثم تليها نسبي المتقاعدين بنسبة 9.3 % ، و أخيرا التاجر بنسبة منخفضة وهي 6.2 % ، وهذا يعني أن أكثر المتعاملين مع البنك هم الموظفين.

ه . متغير نوع البنك الذي تتعامل معه

الجدول (2 . 7) : يوضح توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير نوع البنك الذي تتعامل معه

نوع البنك الذي تتعامل معه	التكرار	النسبة
تجاري	51	52.6 %
استثماري	44	45.4 %
إسلامي	2	2.1 %
المجموع	97	100 %

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات البرنامج Spss .

ان أكثر البنوك تعامللا هي البنوك التجارية و التي بلغت نسبة 52.6 % ، ثم تأتي البنوك الإستثمارية بنسبة 45.4 % ، وهذا بسبب تواجدها على المستوى المحلي ، أما البنوك الإسلامية تبدو منعدمة بنسبة 2.1 % .

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(BEA ، CPA) بتقرت

و: متغير نوع الحساب البنكي

الجدول (2 . 8) : يوضح توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير نوع الحساب البنكي

نوع الحساب البنكي	التكرار	النسبة
حساب التوفير	24	24.2 %
حساب إيداع	33	33.3 %
حساب جاري	31	31.3 %
حساب القرض	11	11.1 %
المجموع	97	100 %

المصدر : من إعداد الطالبة حسب نتائج الاستبيان

من خلال الجدول نلاحظ أن ما نسبته 33.3 % يتعاملون مع حساب ايداع، وما نسبته 31.3 % يتعاملون مع

حساب جاري، وما نسبته 24.2 % يتعاملون مع حساب التوفير، أما ما نسبته 11.1 % يتعاملون مع حساب القرض وهي

أقل نسبة وهذا حسب العينة الموجودة يوم الدراسة في محل الدراسة.

ز: متغير اسباب إختيار التعامل مع البنك

الجدول (2 . 9) : يوضح توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير اسباب إختيار التعامل مع البنك

اسباب إختيار التعامل مع البنك	التكرار	النسبة
العلاقة الشخصية مع البنك	11	9.6 %
الخدمة الجيدة و الفعالة	21	18,3 %
رسوم الخدمة الفعالة	7	6,1 %
سلوك الموظفين الجيد	19	16,5 %
موقع البنك مناسب	40	34,8 %
السمعة الجيدة للبنك	17	14,8 %
المجموع	115	100 %

المصدر : من إعداد الطالبة حسب نتائج الإستبيان .

يتضح لنا من الجدول السابق أن من أسباب إختيار التعامل مع البنك لدينا أكبر نسبة من أفراد العينة تميل إلى موقع

البنك بنسبة (34,8 %)، ثم تليها نسبة (18,3 %) من أفراد العينة من أجل الخدمة الجيدة و الفعالة، ثم تليها نسبة (

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(BEA ، CPA) بتقرت

16,5 %) الذين اختار التعامل مع البنك من وجهة نظر سلوك الموظفين الجيد، ثم تأتي الفئة التي اختارت البنك من أجل السمعة الجيدة للبنك بنسبة (14,8 %)، ثم الفئة التي اختارت العلاقة الشخصية مع البنك بنسبة (9.0 %)، ثم تأتي أقل نسبة من الفئة التي اختارت البنك من أجل رسوم الخدمة الفعالة بنسبة (6,1 %).

المطلب الثاني : الأدوات المستخدمة في الدراسة

1. أداة الدراسة

تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع بيانات الدراسة من خلال الاعتماد على الدراسات السابقة (جبلي هدى، 2007 بعنوان، قياس جودة الخدمة المصرفية- جامعة قسنطينة)، (زوزو فاطمة الزهراء 2011، بعنوان: دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون، جامعة ورقلة) (مزيان ع القادر، 2012، بعنوان: أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء، جامعة تلمسان)، وكذا دراسة (Rasel Uddin et al,2016) في مجال محددات جودة الخدمات البنكية، وقد تم إعداد استبانة وفقا لمقياس ليكرت الثلاثي (موافق / محايد / لا أوافق) وقد قسمت الاستبانة إلى ثلاثة أقسام تتمثل في :

- القسم الأول : ويتضمن هذا القسم المتغيرات الشخصية (الجنس، المستوى التعليمي، السن، الوظيفة، نوع البنك الذي تتعامل معه، نوع الحساب البنكي) .
- القسم الثاني : ويتضمن المتغير المستقل وهو جودة الخدمات بأبعادها الست (الاعتمادية، الأمان، المصداقية، الاستجابة، الجدارة، الملموسية) . وشملت هذه الأبعاد (43) عبارة، موزعة لكل بعد 5 أو 6 أو 7 عبارات قسمت وفق مقياس ليكرت الثلاثي.

-القسم الثالث : ويتضمن المتغير التابع وهو رضا الزبائن وشمل هذا القسم (14) عبارة مقسمة وفقا لمقياس ليكرت الثلاثي

الجدول (2 . 10) : العبارات التي تقيس أبعاد جودة الخدمات البنكية

العدد	رقم العبارة
الاعتمادية	(1.2.3.4.5.6.7.8)
الأمان	(9.10.11.12.13.14)
المصداقية	(15.16.17.18.19.20.21)
الاستجابة	(22.23.24.25.26.27.28.29)

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقرت

الجدارة	(30.31.32.33.34.35)
الملموسية	(36.37.38.39.40.41.42.43)

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمعطيات الدراسة .

الجدول (11. 2) : العبارات التي تقيس بعد رضا الزبائن

البعد	رقم العبارة
رضا الزبائن	(14 - 1)

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمعطيات الدراسة .

2. صدق أداة الدراسة

يقصد بالصدق أن أداة الدراسة تقيس ما صممت لقياسه ولا تقيس شيئا آخر وفي إطار حرص الباحث على تحقيق الصدق لمحتوى استمارة الاستبانة، قام الباحث بعرضها على مجموعة من المحكمين تألفت من خمسة مختصين في المجال و أسماء المحكمين في الملحق رقم (1)، وقد استجاب الباحث لآراء المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف و تعديل و إضافة في ضوء المقترحات المقدمة، وبذلك خرج الاستبيان في صورته النهائية.

3. ثبات أداة الدراسة

يعتبر الثبات أن الاختبار يؤدي إلى نفس النتائج في حالة تكراره وقام الباحث بالتأكد من ثبات الأداة عن طريق حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ الذي يوضحه الجدول الموالي :

الجدول (12 . 2) : معامل الثبات الكلي للاستبانة

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ
محددات جودة الخدمات و أثرها على رضا الزبائن	57	0.783

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات البرنامج Spss .

من خلال الجدول رقم (11 . 2) يمكن أن نلاحظ قيمة ألفا كرونباخ تقدر ب **0.783** وهي أكبر من **0.62**، أي قيمة الثبات الكلية للاستبيان هي **0.783** وهي تعبر عن إمكانية ثبات النتائج التي يمكن أن يعطيها الاستبيان مرة أخرى أو

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقرت

بعبارة أخرى، في حالة ما إذا قمنا باستجواب أفراد العينة من جديد وفي نفس الظروف فإن 78 % من أفراد العينة المدروسة تكون نفس الإجابة .

• أساليب المعالجة الإحصائية :

قام الباحث في هذه الدراسة باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية من أجل التحقق من ثبات أو صدق أداة

الدراسة والتحليل الإحصائي لبيانات الدراسة، وهذه الأساليب هي :

- 1- التكرار و النسب المئوية لمعرفة خصائص أفراد عينة الدراسة .
 - 2- معامل كرونباخ ألفا لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة .
 - 3- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد أهمية الدراسة لاستجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه محاور و أبعاد أداة الدراسة .
 - 4- معامل الانحدار المتعدد وذلك لقياس أثر المتغير المستقل على متغير التابع .
 - 5- اختبار (T) TESTE و ANOVA للفرق بين أكثر من متوسطين .
 - 6- اختبار التوزيع الطبيعي (Normal distribution) لمعرفة طبيعة توزيع أفراد عينة الدراسة .
- كما استخدم الباحث مقياس ليكارت الثلاثي التالي في محوري دراسته .

الجدول (2 . 13) : يوضح مقياس ليكارت الثلاثي

موافق	محايد	لا أوافق
3	2	1

المصدر : من إعداد الطالبة .

ولتحديد قيم المتوسط الحسابي، كونها في أي فئة يتم ذلك من خلال إيجاد :

$$\text{المدى (RANGE)} = \text{أكبر قيمة} - \text{أصغر قيمة} = (3 - 1) = 2$$

- ثم قسمة المدى على عدد الفئات (3 / 2) = 0,66 وبعد ذلك يضاف (0,66) إلى الحد الأدنى للمقياس فتصبح

كالتالي :

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقوت

[1 ، 1,66] لا أوافق (منخفض) ؛

[2,33 ، 1,67] محايد (متوسط) ،

[3 ، 2,34] موافق (مرتفع) .

المبحث الثاني : النتائج و المناقشة

في هذا المبحث سيتم عرض النتائج من خلال الفرضيات الدراسة وتحليلها من خلال المتوسطات و الانحرافات المعيارية

لأبعاد موضوع الدراسة .

المطلب الأول : عرض نتائج الدراسة

الفرضية الأولى : تتميز الخدمات البنكية المقدمة من طرف البنوك محل الدراسة بأنها ذات جودة عالية.

للإجابة على هذه الفرضية قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة

الدراسة على العبارات المثلثة لمحور جودة الخدمات ، وذلك وفقا للأبعاد المكونة له وهي (الاعتمادية، الأمان، المصدقية،

الاستجابة، الجدارة، الملموسية) .

البعد الأول : الاعتمادية .

الجدول (2 . 14) : قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعد الاعتمادية

الرقم	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإجابة
01	يقوم البنك بتقديم خدمات خالية من الأخطاء.	2,77	0,51	مرتفع
02	يؤدي البنك خدماته في الوقت المحدد دون تأخير.	2,44	0,72	مرتفع
03	يقدم البنك خدماته دوما دون انقطاع.	2,17	0,81	متوسط
04	يحرص البنك على حل المشاكل للعملاء حول الخدمات المقدمة لهم بسهولة ويسر	2,20	0,81	متوسط
05	يقوم موظفو البنك بتقديم الخدمات بسهولة ويسر.	2,14	0,87	متوسط
06	يؤدي البنك خدماته بشكل متميز	2,10	0,85	متوسط
07	ينجز البنك الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى.	2,04	0,86	متوسط
08	يقدم البنك نصائح في اختيار الخدمة الملائمة للعميل.	2,12	0,83	متوسط

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقريت

متوسط	0,40	2,23	المتوسط العام لبعء الاعتمادية
-------	------	------	-------------------------------

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات البرنامج Spss .

البعء الثاني : الأمان .

الجدول (15. 2) : قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعء الأمان

الاجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البيان	الرقم
مرتفع	0,47	2,80	تشعر بالاطمئنان في التعامل مع البنك	01
متوسط	0,82	2,26	يقدم البنك خدمات خالية من المخاطر	02
متوسط	0,84	2,25	يملك موظفو البنك قدرات عالية في تقديم الخدمة	03
متوسط	0,85	2,28	يتابع موظفوا البنك الإجراءات الخاصة بالعملاء منذ طلب الخدمة و لغاية تقديمها	04
متوسط	0,86	2,23	تعامل المعلومات الخاصة بالعملاء من قبل البنك بسرية تامة	05
متوسط	0,87	2,18	تشعر بحرص البنك على أن تكون الإتصالات الخاصة بالعملاء سرية.	06
متوسط	0,36	2,33	المتوسط العام لبعء الأمان	

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمعطيات البرنامج Spss

البعء الثالث : المصدقية

الجدول (16 . 2) : قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعء المصدقية

الاجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البيان	الرقم
مرتفع	0.29	2,93	تشعر بالمصدقية من قبل البنك في تنفيذ خدماته.	01
متوسط	0,80	2,31	موظفو البنك موضع ثقة بالنسبة للعملاء.	02
مرتفع	0,85	2,37	يلتزم البنك بوعوده اتجاه العميل.	03
متوسط	0,84	2,26	المعلومات الصادرة من البنك دقيقة وصادقة.	04
متوسط	0,87	2,25	العروض التي يقدمها البنك مطابقة للواقع.	05
متوسط	0,86	2,22	القيمة التي يدفعها العميل مقابل الخدمة غير مبالغ بها.	06
متوسط	0,86	2,33	يراعي البنك القوانين والتعليمات في تحديد الأسعار.	07

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقريت

مرتفع	0,41	2,38	المتوسط العام لبعء المصدقية
-------	------	------	-----------------------------

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لبرنامج Spss.

البعء الرابع : الإستجابة

الجدول (2 . 17) : قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعء الاستجابة

الرقم	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإجابة
01	موظفو البنك على استعداد تام لتقديم المساعدة لك .	2,81	0,52	مرتفع
02	يسعى موظفو البنك لمساعدتك في حل المشاكل التي تواجهك في تقديم الخدمة .	1,99	0,848	متوسط
03	يستجيب موظفو البنك لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم .	2,92	0,31	مرتفع
04	تهتم إدارة البنك بشكاوي واستفسارات العملاء.	2,66	0,59	مرتفع
05	يتم اختصار بعض الإجراءات من قبل العاملين بهدف سرعة خدمة العملاء .	2,23	0,84	متوسط
06	يقدم الموظفون الخدمة للعملاء حسب أولوية دخولهم البنك وبدون تجاوز .	2,10	0,88	متوسط
07	يتوفر في البنك لوحات إرشادية عند تقديم الخدمات بهدف تسريع الخدمة.	2,10	0,87	متوسط
08	يتوفر عدد كاف من الموظفين الذين يقدمون الخدمة للعملاء.	2,21	0,85	متوسط
	المتوسط العام لبعء الإستجابة	2,38	0,34	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا للبرنامج Spss .

البعء الخامس : الجدارة

الجدول (2 . 18) : قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لبعء الجدارة

الرقم	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإجابة
01	يملك موظفو البنك الكفاءة العالية في تقديم الخدمة.	2,87	0,47	مرتفع

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(BEA ، CPA) بتقرت

مرتفع	0,71	2,49	يقدم موظفو البنك الخدمات بمهارات عالية.	02
مرتفع	0,84	2,35	يحاول موظفو البنك القيام بدورهم بالشكل الأمثل.	03
متوسط	0,88	2,25	موظفو البنك يمتلكون قدرات استثنائية تمكنهم بالقيام بأدوارهم	04
مرتفع	0,78	2,47	موظفو البنك لديهم المعرفة التامة بالعمل تمكنهم من القيام بأدوارهم	05
متوسط	0,83	2,32	موظفو البنك يمتلكون معلومات كافية عن الخدمة المقدمة.	06
مرتفع	0,41	2,46	المتوسط العام لبعدها	

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا للبرنامج Spss

البعدها السادس : الملموسية

الجدول (2 . 19) : قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعدها الملموسية

الرقم	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإجابة
01	مظهر موظفي البنك لائق.	2,95	0,26	مرتفع
02	يستخدم البنك معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة ومناسبة.	2,32	0,77	متوسط
03	التجهيزات والمباني ذات مظهر جميل ومميز.	2,25	0,92	متوسط
04	التصميم الداخلي للبنك يوفر جواً مريحاً لك.	2,15	0,92	متوسط
05	قاعات الانتظار مريحة.	2,23	0,92	متوسط
06	يوفر البنك مرافق صحية نظيفة.	2,13	0,91	متوسط
07	مواقع البنك المختلفة مناسبة للعملاء ويمكن الوصول بسهولة إليها .	2,15	0,91	متوسط
08	يهتم البنك بالنظافة والإضاءة والتكييف.	2,07	0,90	متوسط
	المتوسط العام لبعدها الملموسية	2,28	0,43	متوسط

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا للبرنامج Spss .

وبناء على ما ورد في الجداول السابقة فإن أبعاد جودة الخدمات في المؤسسات البنكية محل الدراسة تكون وفق الترتيب

الآتي :

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقريت

الجدول (2 . 20) : متوسطات أبعاد جودة الخدمات

الرقم	البيان	المتوسط الحسابي	مستوى الإجابة
01	الاعتمادية	2,23	متوسط
02	الأمان	2,33	متوسط
03	المصادقية	2,38	مرتفع
04	الاستجابة	2,38	مرتفع
05	الجدارة	2,46	مرتفع
06	الملموسية	2,28	متوسط
المتوسط العام لأبعاد جودة الخدمات		2,34	مرتفع

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا للبرنامج Spss .

الفرضية الثانية : هناك مستويات رضا عالية من قبل العملاء على الخدمات المقدمة من البنوك محل الدراسة

للتأكد من صحة هذه الفرضية أو عدمها، قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية، و الانحرافات المعيارية لاستجابات

أفراد عينة الدراسة على العبارات الممثلة لمحور رضا الزبائن .

الجدول (2 . 21) : قيم المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لبعده رضا الزبائن

الرقم	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الإجابة
01	يقوم البنك دوما بتلبية حاجات ورغبات الزبائن.	2,93	0,30	مرتفع
02	يسعى البنك بإستمرار لتحسين جودة الخدمات المقدمة.	2,56	0,30	مرتفع
03	يطرح البنك باستمرار أسئلة للزبائن بغية التعرف على حاجاتهم ورغباتهم.	2,25	0,90	متوسط
04	تعتبر جودة الخدمات المقدمة أفضل من توقعات الزبائن.	2,15	0,90	متوسط
05	فترة الإنتظار قصيرة جدا.	2,31	0,85	متوسط
06	يتعامل البنك بعدالة مع جميع الزبائن.	2,22	0,91	متوسط
07	يعتبر البنك أن الزبون دائما على حق.	2,42	0,80	مرتفع
08	علاقة موظفي البنك مع الزبائن علاقة طيبة على الدوام.	2,33	0,89	متوسط

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(BEA ، CPA) بتقرت

متوسط	0,88	2,29	يتميز موظفوا البنك بالكفاءة العالية في تقديم الخدمات.	09
مرتفع	0,86	2,39	لم أقدم أي شكوى لإدارة البنك بسبب تعامل الموظفين.	10
مرتفع	0,88	2,36	أشعر أنني معروف افراد البنك عند الإتصال بهم لتأدية الخدمات.	11
متوسط	0,88	2,19	يضع البنك منفعة الزبائن فوق كل إعتبار.	12
متوسط	0,86	2,28	أستطيع الوصول غلى الشخص المعني بتقديم الخدمة بسهولة و يسر.	13
متوسط	0,86	2,23	يوفر البنك معلومات كافية عن نشاطاته.	14
مرتفع	0,27	2,35	المتوسط العام لبعده رضا الزبائن	

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لبرنامج Spss .

النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة: هناك تأثير قوي للأبعاد جودة الخدمات البنكية على مستويات الرضا لدى العملاء.

الجدول (2. 22) : نتائج تحليل الانحدار لاختبار العلاقة بين المتغير المستقل جودة الخدمات و المتغير التابع رضا الزبائن

المصدر	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	مستوى الدلالة	معامل التحديد (R ²)	معامل الارتباط (R)	Constant
الانحدار	1,997	6	0.333	0,000	0,376	0,613	0,759
الخطأ	3,316	70	0.047				
المجموع	5.312	76					

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لبرنامج Spss * دال عند مستوى (0,05)

العلاقة الإرتباطية بين جميع متغيرات الدراسة

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(BEA ، CPA) بتقرت

الجدول (2 . 23) : العلاقة الارتباطية بين جميع المتغيرات

أبعاد جودة الخدمات						الاحصاءات	المحاور
الملموسية	الجدارة	الاستجابة	المصدقية	الأمان	الاعتمادية		
0,031	0,216	0,002	0,840	0,058	0,824	مستوى الدلالة	
2,195	1,248	3,166	0,202	1,926	0,223	معامل الارتباط	
97	97	97	97	97	97	حجم العينة	

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات Spss .

النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة احصائية في مستويات رضا الزبائن على جودة الخدمات المقدمة

تعزى إلى المتغيرات الشخصية (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، نوع البنك الذي تتعامل معه، نوع الحساب

(البنكي)

1- اختبار طبيعة التوزيع :

حتى يتمكن الباحث من معرفة المتغير التابع إلى أي نوع من التوزيع يخضع ومدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية

بينه و بين المتغيرات الشخصية، قام بتطبيق اختبار طبيعة التوزيع بين المتغير التابع و هو رضا الزبائن و المتغيرات الوسطية و هي (

الجنس، المستوى التعليمي، السن، الوظيفة، نوع البنك الذي تتعامل معه، نوع الحساب البنكي) و الجدول أدناه يوضح طبيعة

التوزيع .

الجدول (2 . 24) : اختبار طبيعة التوزيع

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقرت

		رضا الزبائن
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2,3518
	Std. Deviation	,26669
	Absolute	,100
Most Extreme Differences	Positive	,098
	Negative	-,100
Kolmogorov-Smirnov Z		,966
Asymp. Sig. (2-tailed)		,308
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,295 ^c
	95% Confidence	Lower Bound
	Interval	Upper Bound

المصدر : من مخرجات Spss .

إن (SIG =0,30) و هي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) فإن المتغير يتبع التوزيع الطبيعي .

ولذلك سنقوم بتطبيق اختبار (T) في حالة المتغير يحتمل إجابتين و اختبار ANOVA في حالة المتغير

يحتمل أكثر من إجابتين .

متغير الجنس و (T) Teste:

يقوم هذا الاختبار على أساس بيان العلاقة بين المتغير التابع و المتغيرات الشخصية التي لا تحتمل إلا على إجابتين و

الهدف منه بيان هذه العلاقة بين الجنس و رضا الزبائن ذات دلالة احصائية أم لا .

الرقم	المتغير	F	SIG
01	الجنس	0.49	0,48

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات spss

المتغيرات الأخرى و اختبار ANOVA :

يقوم هذا الاختبار على أساس بيان العلاقة بين المتغير التابع (رضا الزبائن) و المتغيرات الشخصية التي تحمل على أكثر

من إجابتين و الهدف منه هو بيان العلاقة بين المتغيرات الشخصية الأخرى و رضا الزبائن ذات دلالة إحصائية أم لا .

الجدول (2 . 25) : اختبار ANOVA لمتغيرات الوسطية

الرقم	المتغير	F	Ddl	SIG
-------	---------	---	-----	-----

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(BEA ، CPA) بتقرت

0,267	16	1,23	المستوى التعليمي	01
0,400	16	1,06	السن	02
0,909	16	0,55	الوظيفة	03
0,207	16	0,32	نوع البنك الذي تتعامل معه	04

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات Spss .

اختبار إذا ما كان فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الزبائن تعزى لأبعاد جودة الخدمات :

الجدول (26. 2) : اختبار أبعاد جودة الخدمات

الرقم	المتغير	الخطأ	Beta	T	SIG
01	الاعتمادية	2,623	0,03	0,22	0,003
02	الأمان	2,582	0,21	1,92	0,004
03	المصداقية	1,300	0,02	0,20	0,221
04	الاستجابة	2,636	0,33	3,16	0,003
05	الجدارة	2,627	0,14	1,25	0,003
06	الملموسية	1,977	0,23	2,19	0,029

المصدر : من إعداد الطالبة وفقا لمخرجات Spss .

المطلب الثاني : تحليل نتائج الدراسة (المناقشة)

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقررت

في هذا المطلب سيتم تحليل نتائج اختبار فرضيات الدراسة من متوسطات و انحرافات و اختبار مدى تأثير جودة

الخدمات على رضا الزبائن في المؤسسة محل الدراسة .

1. تحليل نتائج اختبار الفرضية الأولى:

التحليل رقم (1): متوسطات أفراد العينة لبعدها الجدارة

يتضح من الجدول رقم (2 . 18) أن بعد الجدارة سائد بدرجة مرتفعة في المؤسسات محل الدراسة بمتوسط حسابي

(2,46) كما يتضح من الجدول أن أكثر العبارات أهمية هي عبارة " يمتلك موظفو البنك الكفاءة العالية في تقديم الخدمة "

بمتوسط حسابي بلغ (2,47) و انحراف معياري (0,47)، ثم تليها عبارة "موظفو البنك لديهم المعرفة التامة بالعمل تمكنهم من

القيام بأدوارهم " بمتوسط حسابي (2,47) وانحراف معياري (0,78)، تليها عبارة " يحاول موظفو البنك القيام بدورهم

بالشكل الأمثل " بمتوسط حسابي (2,35) وانحراف معياري (0,84) ، ثم عبارة " موظفو البنك يمتلكون معلومات كافية عن

الخدمة المقدمة " بمتوسط حسابي (2,32) وانحراف معياري (0,83)، وفي الأخير العبارة " موظفو البنك يمتلكون قدرات

استنتاجية تمكنهم بالقيام بأدوارهم " بمتوسط حسابي (2,25) وانحراف معياري (0,88)، وهذا يعني أن البنوك محل الدراسة

تتميز بجدارة عالية في تعاملها مع الزبائن.

التحليل رقم (2): متوسطات أفراد العينة لبعدها المصدقية

يتبين من الجدول رقم (2 . 16) أن بعد المصدقية سائد بدرجة مرتفعة في المؤسسة محل الدراسة بمتوسط حسابي (

2,38) . وهذا ظاهر من خلال العبارات الأكثر أهمية وتأتي في المرتبة الأولى العبارة "تسعر بالمصدقية في التعامل مع البنك "

بمتوسط حسابي (2,93) وانحراف معياري (0,29)، و في المرتبة الثانية العبارة " يلتزم البنك بوعوده اتجاه العميل " بمتوسط

حسابي (2,37) وانحراف معياري (0,85)، ثم تليها العبارتين على التوالي " المعلومات الصادرة من البنك دقيقة " بمتوسط

حسابي (2,26) و انحراف معياري (0,84)، " العروض التي يقدمها البنك مطابقة للواقع " بمتوسط حسابي (0,25) و انحراف

معياري (0,87)، وفي المرتبة الأخيرة العبارة " القيمة التي يدفعها العميل مقابل الخدمة غير مبالغ بها " بمتوسط حسابي (2,22)

وانحراف معياري (0,86)، من خلال المتوسطات السابقة نلاحظ أن الزبائن يشعرون بالمصدقية في تعاملهم مع البنوك محل

الدراسة .

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقرت

التحليل رقم (3) : متوسطات أفراد العينة لبعء الاستجابة

يلاحظ من الجدول رقم (2 . 17) أن بعء الاستجابة سائد بدرجة مرتفعة بمتوسط حسابي (2,38) ، كما بين الجدول العبارات الأكثر أهمية و هي العبارة " يستجيب موظفو البنك لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة اشغالهم " بمتوسط حسابي (2,92) وانحراف معياري (0,31)، ثم العبارة " موظفو البنك على استعداد تام لتقديم المساعدة لك " بمتوسط حسابي (2,81) وانحراف معياري (0,52)، تليها العبارة " تهتم غدارة البنك بشكاوي و استفسارات العملاء " بمتوسط حسابي (2,66) وانحراف معياري (0,59)، كما تليها العبارتين على التوالي " يتم اختصار بعض الاجراءات من قبل العاملين بهدف سرعة خدمة العملاء " ، " يتوفر عدد كاف من الموظفين الذين يقدمون خدمة للعملاء " بمتوسطات حسابية على التوالي (2,23)، (2، 21) وانحراف معياري (0,84)، (0,85)، ثم العبارتين " يقدمو الموظفون الخدمة للعملاء حسب أولوية دخولهم البنك وبدون تجاوز"، " يتوفر في البنك لوحات ارشادية عند تقديم الخدمات بهدف تسريع الخدمة " بنفس المتوسط الحسابي (2,10) وانحراف معياري (0,88)، وفي الأخير العبارة " يسعى موظفو البنك لمساعدتك في حل المشاكل التي تواجهك في تقديم الخدمة " بمتوسط حسابي (1,99) وانحراف معياري (0,84) ، وهذا يدل على أن البنوك محل الدراسة يستجيب للاستفسارات الزبائن ويقدم لهم جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمة بشكل سريع .

التحليل رقم (4) : متوسطات أفراد العينة لبعء الأمان

يوضح الجدول رق (2 . 15) أن بعء الأمان سائد بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي (2,33) ، بين الجدول العبارات الأكثر أهمية هي " تشعر بالاطمئنان في التعامل مع البنك " بمتوسط حسابي (2,80) وانحراف معياري (0,47)، ثم تأتي العبارة " يتابع موظفو البنك الاجراءات الخاصة بالعملاء منذ طلب الخدمة و لغاية تقديمها " بمتوسط حسابي (2,28) وانحراف معياري (0,85)، تليها العبارتين على " يقدم البنك خدمات خالية من المخاطر " ، " يمتلك موظفو البنك قدرات عالية في تقديم الخدمة " بمتوسطات حسابية على التوالي (2,26)، (2,25) وانحراف معياري (0,82)، (0,84)، وفي الأخير العبارة " تشعر بحرص البنك على أن تكون الاتصالات الخاصة بالعملاء سرية " بمتوسط حسابي (2,18) وانحراف معياري (0,87) ، و من خلال العبارة الأولى المتحصلة على مستوى من الإجابة مرتفع نستنتج أن الزبون يشعر بالأمان في التعامل مع البنوك محل الدراسة .

التحليل رقم (5) : متوسطات أفراد العينة لبعء الاعتمادية

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقرت

يبين الجدول (2 . 14) أن بعد الاستجابة سائد بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي (2,23)، كما يوضح لنا الجدول العبارات أكثر أهمية و هي " يقوم البنك بتقديم خدمات خالية من الأخطاء" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (2,77) وانحراف معياري (0,51)، وفي المرتبة الثانية العبارة " يؤدي البنك خدماته في الوقت المحدد دون تأخر" بمتوسط حسابي (2,44) وانحراف معياري (0,72)، ثم تليها في المرتبة الثالثة العبارة " يحرص البنك على حل المشاكل للعملاء حول الخدمات المقدمة لهم بسهولة ويسر" بمتوسط حسابي (2,20) وانحراف معياري (0,81)، وتأتي في المرتبة الرابعة العبارة " يقدم البنك خدماته دون انقطاع" بمتوسط حسابي (2,17) وانحراف معياري (0,81)، وفي المرتبة الخامسة العبارة " يؤدي البنك خدماته دون انقطاع" بمتوسط حسابي (2,10) وانحراف معياري (0,85)، وفي الأخير العبارة " ينجز البنك الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى" بمتوسط حسابي (2,04) وانحراف معياري (0,86) ، مما يدل على أن الزبون يعتمد على البنك من خلال تقديم الخدمات خالية من الأخطاء و في الوقت المحدد، في حين لا يعتمد عليه في أنه يؤدي الخدمات بشكل متميز .

التحليل رقم (6) : متوسطات أفراد العينة لبعدها الملموسية

يوضح الجدول رقم (2 . 19) أن بعد الملموسية سائد بدرجة متوسطة بمتوسط حسابي (2,28)، فبين لنا الجدول العبارات الأكثر أهمية مثل العبارة " مظهر موظفي البنك لائق" بمتوسط حسابي (2,95) وانحراف معياري (0,26)، و العبارة " يستخدم البنك معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة و مناسبة" بمتوسط حسابي (2,32) وانحراف معياري (0,77)، ثم العبارة " التجهيزات والمباني ذات مظهر جميل و مميز" بمتوسط حسابي (2,25) و انحراف معياري (0,92)، تليها العبارتين " التصميم الداخلي للبنك يوفر جوا مريحاً لك" ، " مواقع البنك المختلفة مناسبة للعملاء ويمكن الوصول بسهولة إليها" بمتوسطات حسابية متساوية (2,15) وانحراف معياري (0,92)، وفي الأخير العبارة " يهتم البنك بالنظافة و الإضاءة و التكيف" بمتوسط حسابي (2,07) و انحراف معياري (0,90)، وهذا يدل على أن الزبائن يقيمون مؤشر الملموسية تقييماً دقيقاً من خلال العبارات السابقة .

التحليل رقم (7) : متوسط أبعاد جودة الخدمات

بناءً على النتائج التي يوضحها الجدول رقم (2 . 20) فإن مؤسستي (BEA / CPA) بمدينة تقرت ولاية ورقلة يسود فيها بعد الجدارة و المصداقية و الاستجابة بدرجة مرتفعة إلا أنها لا تخلو من باقي الأبعاد الأخرى المذكورة سلفاً لكنها

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(CPA ، BEA) بتقرت

بدرجة متوسطة. أما المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول محور جودة الخدمة بجميع أبعادها و عباراته بشكل عام كان (2,34) و هو مستوى مرتفع و هذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى .

2. تحليل نتائج اختبار الفرضية الثانية:

التحليل رقم (8) : متوسطات إجابة أفراد العينة لمتغير رضا الزبائن

بناءً على النتائج التي يوضحها الجدول (2 . 21) فإن متغير رضا الزبائن يسود في المؤسسة محل الدراسة بدرجة مرتفعة و بمتوسط حسابي (2,35)، كما يتضح من الجدول أن أكثر العبارات أهمية هي العبارة " يقوم البنك دوماً بتلبية حاجات و رغبات الزبائن" بمتوسط حسابي (2,93) وانحراف معياري (0,30) بدرجة مرتفعة جداً، ثم العبارة " يسعى البنك باستمرار لتحسين جودة الخدمة" بمتوسط حسابي (2,56) و انحراف معياري (0,30)، ثم العبارة " يعتبر البنك أن الزبون دائماً على حق" بمتوسط حسابي (2,42) و انحراف معياري (0,80)، تليها عبارة " علاقة موظفي البنك مع الزبائن علاقة طيبة على الدوام" بمتوسط حسابي (2,33) و انحراف معياري (0,89)، ثم العبارة " يطرح البنك باستمرار أسئلة للزبائن بغية التعرف على رغباتهم" بمتوسط حسابي (2,25) و انحراف معياري (0,90)، وفي الأخير العبارة " يضع البنك منفعة الزبائن فوق كل اعتبار" بمتوسط حسابي (2,19) و انحراف معياري (0,88)، و من خلال العبارات السابقة أن بعد الرضا لدى الزبائن سائد بدرجة مرتفعة في المؤسسة محل الدراسة أي أن جودة الخدمة المقدمة أفضل من توقعات الزبائن .

3. تحليل نتائج اختبار الفرضية الثالثة:

التحليل رقم (9) : تحليل الانحدار الخطي

أجري تحليل الانحدار الخطي وكانت نتائج التحليل التباين كما يبينها الجدول رقم (2 . 22)، حيث أن مستوى دلالة (F) البالغ (0,00) أقل من (0,05) مستوى الدلالة المعتمد و هذا يوجب قبول الفرضية التي تنص على " هناك تأثير قوي لأبعاد جودة الخدمات البنكية على مستويات الرضا لدى العملاء في المؤسسات محل الدراسة بمدينة تقرت ولاية ورقلة، ويعزز هذا قيمة معامل الارتباط ($R = 0.61$)، والعلاقة هي علاقة طردية لأن معامل الارتباط إشارته موجبة، إلا أن هذه العلاقة ليست قوية بل هي متوسطة ، أما القوة التفسيرية للنموذج فقد بلغت ($R^2 = 0.38$) و هي قوة تفسيرية مرتفعة نسبياً مما يعني أن أبعاد المتغير المستقل (أبعاد جودة الخدمات) تفسر ما مقداره (38 %) من المتغير التابع (رضا الزبائن) . و الباقي يرجع لعوامل

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(BEA ، CPA) بتقرت

أخرى . وبالتالي يمكن كتابة معادلة الانحدار التي تعبر عن علاقة المتغير المستقل (أبعاد جودة الخدمات (X)) بالمتغير التابع (رضا الزبائن (Y)) كالآتي :

$$Y = 0.759 + 0.61X$$

حيث :

Y : المتغير التابع رضا الزبائن .

X₁ : المتغير المستقل جودة الخدمة .

التحليل رقم (9) : العلاقة الارتباطية بين متغيرات الدراسة

يبين الجدول (2 . 23) العلاقة الارتباطية بين جميع متغيرات الدراسة حيث أنه توجد علاقة ارتباطية متوسطة بين أبعاد جودة الخدمات و رضا الزبائن عند مستوى دلالة (0,05) .

4 . تحليل نتائج الفرضية الرابعة:

التحليل رقم (10) : اختبار (T) TESTE و متغير الجنس

توضح نتائج الجدول رقم (2 . 24) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لرضا الزبائن في المؤسسة محل الدراسة تعزى لمتغير الجنس حيث نجد أن مستوى الدلالة المحسوب (0,48)، و هو أكبر من (0,05) مستوى الدلالة المعتمد.

التحليل رقم (11) : اختبار ANOVA و باقي المتغيرات الشخصية

يلاحظ من خلال الجدول (2 . 25) أن المتغيرات الشخصية (السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، نوع البنك الذي تتعامل معه، نوع الحساب البنكي) كان مستوى دلالتهم أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0,05) وعليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الزبائن تعزى كل من المتغيرات الشخصية، و من خلال ما توصلت إليه الدراسة يجب على المؤسسة أن تميز بأدائها في تقديم الخدمات و في الوقت المحدد.

التحليل رقم (12) : اختبار العلاقة بين رضا الزبائن و أبعاد جودة الخدمات

يتبين من خلال الجدول رقم (2 . 26) أن مستوى الدلالة لبعده المصدقية أكبر من مستوى الدلالة 0,05 فعليه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا الزبائن و بعد المصدقية ، أما الأبعاد الأخرى (الاعتمادية ، الأمان ، الاستجابة ، الجدارة

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(BEA ، CPA) بتقررت

، (الموسمية) ، فكان مستوى دلالتهم أقل من مستوى الدلالة 0,05 ، و عليه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا الزبائن و أبعاد الجودة المذكورة سابقا ، و هذا يعني أن أبعاد الجودة تؤثر على رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة .

ربط النتائج بالفرضيات :

اختبار صحة الفرضية الأولى :

أثبتت الدراسة أن الخدمات البنكية المقدمة من طرف البنوك محل الدراسة ذات جودة عالية محل الدراسة من خلال حساب المتوسطات لكل بعد من أبعاد جودة الخدمة ، وهذا ما يعززه المتوسط الحسابي الإجمالي الذي كانت قيمته (2,38) و هو مستوى مرتفع . و هذا يتوافق مع دراسة كل من (هاجر مُجَّد الملك، والطاهر مُجَّد أحمد علي 2016) و دراسة

(Akhtar,et. al, 2011)

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى و التي تنص على " تتميز الخدمات البنكية المقدمة من طرف البنوك محل الدراسة " .

إختبار صحة الفرضية الثانية:

كما أثبتت الدراسة أن هناك مستويات رضا عالية من قبل العملاء على الخدمات المقدمة من البنوك محل الدراسة. من

خلال حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة حول متغير رضا الزبائن و الذي جاء مرتفع ب(2.35)

وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية و التي تنص على " هناك مستويات رضا عالية من قبل العملاء على الخدمات

المقدمة من البنوك محل الدراسة " .

اختبار صحة الفرضية الثالثة :

توصلت الدراسة إلى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمة و رضا الزبائن عند مستوى دلالة أقل أو يساوي

0,05 ، ويعزز هذا بقيمة ارتباط (0,61) و العلاقة هي طردية لأن اشارته موجبة ، إلا أن التأثير كان متوسط ، و أما القوة

التفسيرية فقد بلغت ($R_2 = 0.38$) و هي قوة تفسيرية نسبيا مما يعني ان أبعاد متغير المستقل (جودة الخدمة) تفسر ما مقداره

(38 %) من المتغير التابع (رضا الزبائن) و الباقي يرجع لعوامل أخرى. و هذا يتوافق و دراسة (Khafafa and

(Shafii 2013) و دراسة (هاجر مُجَّد الملك، والطاهر مُجَّد أحمد علي 2016).

اختبار صحة الفرضية الرابعة :

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر زبائن البنوك الجزائرية

(BEA ، CPA) بتقرت

حيث تم اختبار صحة هذه الفرضية من عدمها عن طريق اختبار (T) ANOVA ; TESTE توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لرضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة تعزى لمتغير الجنس حيث نجد أن مستوى الدلالة المحسوب (0,48) و هو أكبر من (0,05) مستوى الدلالة المعتمد، كم أن باقي المتغيرات الشخصية (السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، نوع البنك الذي تتعامل معه، نوع الحساب البنكي) كان مستوى دلالتهم أكبر من مستوى الدلالة (0,05) و عليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا الزبائن تعزى للمتغيرات الشخصية.

خلاصة الفصل :

تطرقنا في هذا الفصل إلى واقع و أبعاد جودة الخدمات و أثرها على رضا الزبائن بمؤسسات البنك الخارجي الجزائري ، و القرض الشعبي الجزائري ، وذلك من خلال تحليل الاستبيان باستعمال أساليب إحصائية (المتوسط الحسابي، معمل الارتباط، الانحراف المعياري...) وتوصلنا إلى معرفة أبعاد جودة الخدمات و مدى تأثيرها على رضا الزبائن .

الخاتمة

يعتبر موضوع جودة الخدمة و نماذج قياسها من المواضيع التي جذبت اهتمام الكثير من الباحثين في مجال تسويق الخدمات، ففي السابق كان التركيز منصبا على مفهوم الجودة في المنتجات المادية الأمر الذي نتج عنه العديد من الأساليب و الاجراءات التي من خلالها يمكن للمؤسسات لضرورة التوجه بالزبون فقد أضحى الاهتمام بموضوع جودة الخدمة ضرورة ملحة و مطلبا هاما لا يمكن للمؤسسات أن تتجاهله. و هذا ما دعانا إلى طرح الإشكالية التالية : ما هي محددات جودة الخدمات البنكية ؟ و ما مدى تأثير أبعاد جودة الخدمة البنكية في رضا الزبون ؟

و التي سعينا من خلال هذه الدراسة الإجابة عنها، حيث تبرز هذه الدراسة أبعاد جودة الخدمة و مدى تأثيرها على رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة، وهي مؤسسة البنك الخارجي الجزائري، مؤسسة القرض الشعبي الجزائري ، حيث تعتبر هذه الدراسة في منطقتها دراسة إحصائية وصفية لجودة الخدمة في المؤسسات محل الدراسة من حيث التعرف على أهم أبعادها و كذا مستوى رضا الزبائن فيها و هي دراسة تأثيرية و ارتباطية كونها تكتشف عن مدى وجود علاقة بين جودة الخدمة و رضا الزبائن .

النتائج الخاصة باختبار صحة الفرضيات

- ❖ **الفرضية الأولى :** أثبتت الدراسة أنه هناك مستويات عالية من جودة الخدمة في المؤسسات محل الدراسة من خلال حساب المتوسطات الحسابية لكل بعد من أبعاد جودة الخدمة، وهذا ما يعززه المتوسط الحسابي الاجمالي الذي كانت (2,38) و هو مستوى مرتفع إلى الفئة التي ينتمي إليها عن طريق مدى توافر عبارات المقياس .
- ❖ **الفرضية الثانية:** هناك مستويات رضا عالية من قبل العملاء على الخدمات المقدمة من البنوك محل الدراسة من خلال حساب المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة على هذا المتغير و قد كان (2,35) .
- ❖ **الفرضية الثالثة :** وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبائن دلالة أقل أو يساوي (0,05) ، ويعزز هذا بقيمة ارتباط ($R=0.613$) و العلاقة هي طردية لأن اشارته موجبة، أما القوة التفسيرية فقد بلغت ($R^2 = 0.38$) و هي قوة تفسيرية قوية نسبيا مما يعني أن أبعاد متغير المستقل (جودة الخدمة) تفسر ما مقداره (38 %) من المتغير التابع (رضا زبائن) و الباقي يرجع لعوامل أخرى .

❖ الفرضية الرابعة : توصلت الدراسة إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لرضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة تعزى لمتغير الجنس حيث نجد أن مستوى الدلالة المحسوب (0,48) وهو أكبر من (0,05) مستوى الدلالة المعتمد، وكذلك بقية المتغيرات الشخصية الأخرى (السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، نوع الحساب البنكي) حيث كان مستوى دلالتهم أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0,05) و عليه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية على رضا الزبائن .

نتائج الدراسة :

1. توصلت الدراسة إلى أن المؤسسات البنكية محل الدراسة تتميز بجودة خدمة عالية.
2. أثبتت الدراسة أنه هناك مستويات رضا عالية من قبل العملاء على الخدمات المقدمة البنوك محل الدراسة؛
3. أثبتت الدراسة هناك تأثير قوي لمحددات جودة الخدمات البنكية على رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة؛
4. كذلك توصلت الدراسة على أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستويات رضا الزبائن على جودة الخدمات المقدمة تعزى إلى المتغيرات الشخصية.

توصيات الدراسة :

- كخلاصة بما جاءت به هذه الدراسة، نقدم جملة من التوصيات و الاقتراحات بهدف المساهمة في زيادة رفع رضا الزبائن في المؤسسات محل الدراسة و كذا جودة الخدمات المقدمة و تتخلص هذه التوصيات في :
- على الرغم من أن تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمات الفعلية التي تقدمها البنوك كانت إيجابية، إلا أن مستوى جودة الخدمات التي يتوقعها هؤلاء الزبائن كانت أعلى، ومع ازدياد حدة التنافس بين البنوك ينبغي أن تتوقع احتمال تحول بعض من زبائنهم إلى البنوك الأخرى.
 - على المؤسسات أن تتميز بأدائها في تقديم الخدمات و في الوقت المحدد .
 - نوصي بضرورة قيام الإدارة البنكية بمعرفة المحددات الأساسية لجودة الخدمات التي تقدمها، وذلك من خلال القيام بتوزيع الاستمارات على الزبائن وإجراء بحوث دورية لمعرفة تقييمات الزبائن لمعايير الجودة المختلفة قياسا بالبنوك الأخرى المنافسة.
 - إعداد برامج علمية لتطوير خبرات و مهارات الموظفين من أجل تقديم أفضل الخدمات الممكنة للزبائن.

- الإستفادة من نتائج هذه الدراسة و لا سيما فيما يتعلق بالتقييم الإيجابي لمستوى جودة الخدمات البنكية الفعلية المقدمة إلى الزبائن.

آفاق البحث :

- قياس رضا الزبون بجودة الخدمات البنكية (حالة البنك الخارجي الجزائري، و القرض الشعبي الجزائري) ؛
- تفعيل رضا الزبون بتحسين جودة الخدمة البنكية ثم كسب ميزة تنافسية (حالة عينة من البنكين) .

قائمة المراجع

أولا : المراجع باللغة العربية

1- الكتب

- 1- توفيق مُجَّد ع المحسن، قياس الجودة والقياس المقارن، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث للتوزيع، 2006 .
- 2- تيسير العجاردة، التسويق المصرفي، دار الحامد، عمان، 2005 .
- 3- حميد الطائي، بشير العلاق، تسويق الخدمات، دار اليازوري، الطبعة الأولى، الأردن، عمان، 2009 .
- 4- رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، الطبعة الأولى، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- 5- زاكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006 .
- 6- عادل مُجَّد عبد الله، إدارة جودة الخدمات، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2013 .
- 7- عبد العزيز أبو نبعة، دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة منهج تطبيق، الطبعة الأولى، الوراق للنشر، عمان، الأردن، 2005 .
- 8- علاء فرحان طالب، أميرة الجنابي، إدارة المعرفة، دار صفاء، المطبعة الأولى، الأردن، 2009 .
- 9- قاسم نايف، علوان المياوي، إدارة الجودة في الخدمات (مفاهيم وعمليات وتطبيقات)، الطبعة الأولى، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان 2006 .
- 10- مأمون الدرادكة، وآخرون، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2001 .
- 11- محمود حسين الوادي، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر، عمان، 2010.
- 12- يوسف حجيم سلطان الطائي و هاشم فوزي العبادي، إدارة علاقات الزبون، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2009 .

2- البحوث الجامعية

أ . أطروحات الدكتوراه :

- 13- بوعبد الله صالح، نماذج و طرق قياس جودة الخدمة، اطروحة دكتورة، في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف 1، 2013.

ب . مذكرات الماجستير :

- 14- بو عنان نور الدين، جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء، رسالة ماجستير، في التسويق، جامعة مُجَد بوضياف، المسيلة، 2007.
- 15- بوبكر عباسي، دور التسويق الداخلي في تطوير جودة الخدمة الفندقية، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص تسويق، جامعة ورقلة، 2009 .
- 16- جبلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية، رسالة ماجستير، في التسويق، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007 .
- 17- صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2016.
- 18- عبد القادر مزيان، أثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء، رسالة ماجستير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2011 .
- 19- مُجَد شايب، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، شهادة ماجستير، تخصص بنوك ونقود، جامعة سطيف، 2007 .
- ج . مذكرات الماستر :
- 20- زوزو فاطمة الزهرة، دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسويق خدمي، جامعة ورقلة، 2010.
- 21- سمية بن خدومة، قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء، مذكرة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر، تخصص تسويق خدمي، جامعة ورقلة، 2012 .
- 3- المجلات :
- 22- بسام سويلم عقله عيال عواد، تقييم جودة الخدمات من وجهة نظر الزبائن، مجلة الزرقاء للبحوث و الدراسات الانسانية، المجلد 16، العدد الثالث، 2016 .
- 23- حمزة مُجَد الجبوري، جودة الخدمات و دورها في الاداء المتميز، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 34، جامعة بغداد ، 2013.

- 24- عادل زايد، الأداء التنظيمي المتميز، الطريق إلى المنظمة المستقبل، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر الجديدة، 2013.
- 25- عبد القادر بريش، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 3، جامعة شلف، 2005 .
- 26- عمران علي أبو خريص، مصطفى أحمد شكشك، التسويق الإلكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية، المجلة الجامعة، العدد السابع عشر، المجلد الثاني، الجامعة الأسمرية، 2015 .
- 27- هاجر محمد الملك، الطاهر محمد أحمد علي، جودة الخدمات المصرفية واثرها على رضا العميل، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 17، المجلد 1، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية، 2016 .

ثانيا : المراجع باللغة الاجنبية

- 28- Bassm Sweilem Oqleh Eyal Awwad. Assessment of the Services Quality of Civil Status and Passports Dpartment from the Perspective of clients. **Zarqa Journal For Research and Studies in Humanities**, Volume 16. No 3.2016. Jordan. 2016.
- 29- Khayree Ali Awsow. Luay Lateef Batrus. **Evaluating the Level Bank Quality Services**.AL- Moustansyrib Uneversity. Volumn 89. N 30; 2008;. 2009.

قائمة الملاحق

الملحق (01) : قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

الرقم	اسم الأستاذ	الدرجة العلمية	جهة العمل
01	مناصرية رشيد	أستاذ محاضر "أ"	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
02	الحاج عرابة	أستاذ محاضر "أ"	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
03	حجاج عبد الرؤوف	أستاذ محاضر "أ"	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
04	بن شويحة بشير	استاذ مساعد "أ"	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
05	بخلوة باديس	أستاذ محاضر "ب"	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

المصدر: من إعداد الطالبة

الملحق رقم (02) : استمارة الاستبيان



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية و العلوم التسيير

قسم علوم التسيير

التخصص: ثانية ماستر تسيير إدارة الأعمال

استمارة الاستبيان

أخي العميل، أختي العميلة ؛

تحية طيبة و بعد؛

يندرج هذا الإستبيان في إطار دراسة ميدانية للحصول على شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال، تحت عنوان "محددات جودة الخدمات البنكية دراسة حالة البنوك الجزائرية".
نضع بين أيديكم هذه الإستمارة راجين منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة الواردة في جميع فقرات هذه الإستبانة بموضوعية، وذلك بوضع إشارة (x) داخل المربع المناسب والذي يتفق مع رأيكم بغرض إستخدامها لأغراض البحث العلمي فقط وسيتم التعامل معها بسرية تامة.

شكراً على تعاونكم

الجزء الأول: معلومات شخصية

1- الجنس: ذكر أنثى

2- المستوى التعليمي:

أقل من ثانوي ثانوي جامعي

3- السن:

من 20 - 30 31-40 41-50 51 فأكثر

4- الوظيفة:

تاجر موظف أعمال حرة متقاعد

6- نوع الحساب البنكي:

حساب توفير حساب إيداع حساب جاري حساب القرض

الجزء الثاني: موضوع الدراسة

الرقم	الأسئلة	موافق	محايد	لا أوافق
المحور الأول: الإعتمادية				
01	يقوم البنك بتقديم خدمات خالية من الأخطاء.			
02	يؤدي البنك خدماته في الوقت المحدد دون تأخير.			
03	يقدم البنك خدماته دوما دون انقطاع.			
04	يحرص البنك على حل المشاكل للعملاء حول الخدمات المقدمة لهم بسهولة ويسر			
05	يقوم موظفو البنك بتقديم الخدمات بسهولة ويسر.			
06	يؤدي البنك خدماته بشكل متميز.			
07	ينجز البنك الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى.			
08	يقدم البنك نصائح في اختيار الخدمة الملائمة للعميل.			
المحور الثاني: الأمان				
09	تشعر بالاطمئنان في التعامل مع البنك			
10	يقدم البنك خدمات خالية من المخاطر			
11	يمتلك موظفو البنك قدرات عالية في تقديم الخدمة			
12	يتابع موظفو البنك الإجراءات الخاصة بالعملاء منذ طلب الخدمة و لغاية تقديمها			
13	تعامل المعلومات الخاصة بالعملاء من قبل البنك بسرية تامة			
14	تشعر بحرص البنك على أن تكون الإتصالات الخاصة بالعملاء سرية.			
المحور الثالث: المصداقية				
15	تشعر بالمصداقية من قبل البنك في تنفيذ خدماته.			
16	موظفو البنك موضع ثقة بالنسبة للعملاء.			
17	يلتزم البنك بوعوده اتجاه العميل.			

			المعلومات الصادرة من البنك دقيقة وصادقة.	18
			العروض التي يقدمها البنك مطابقة للواقع.	19
			القيمة التي يدفعها العميل مقابل الخدمة غير مبالغ بها.	20
			يراعي البنك القوانين والتعليمات في تحديد الأسعار.	21
المحور الرابع: الإستجابة				
			موظفو البنك على استعداد تام لتقديم المساعدة لك .	22
			يسعى موظفو البنك لمساعدتك في حل المشاكل التي تواجهك في تقديم الخدمة .	23
			يستجيب موظفو البنك لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم .	24
			تهتم إدارة البنك بشكاوي واستفسارات العملاء.	25
			يتم اختصار بعض الإجراءات من قبل العاملين بهدف سرعة خدمة العملاء .	26
			يقدم الموظفون الخدمة للعملاء حسب أولوية دخولهم البنك وبدون تجاوز .	27
			يتوفر في البنك لوحات إرشادية عند تقديم الخدمات بهدف تسريع الخدمة.	28
			يتوفر عدد كاف من الموظفين الذين يقدمون الخدمة للعملاء.	29
المحور الخامس: الجدارة				
			يملك موظفو البنك الكفاءة العالية في تقديم الخدمة.	30
			يقدم موظفو البنك الخدمات بمهارات عالية.	31
			يحاول موظفو البنك القيام بدورهم بالشكل الأمثل.	32
			موظفو البنك يمتلكون قدرات استنتاجية تمكنهم بالقيام بأدوارهم	33
			موظفو البنك لديهم المعرفة التامة بالعمل تمكنهم من القيام بأدوارهم	34
			موظفو البنك يمتلكون معلومات كافية عن الخدمة المقدمة.	35
المحور السادس: الملموسية				
			مظهر موظفي البنك لائق.	36
			يستخدم البنك معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة ومناسبة.	37
			التجهيزات والمباني ذات مظهر جميل ومميز.	38
			التصميم الداخلي للبنك يوفر جواً مريحاً لك.	39
			قاعات الانتظار مريحة.	40
			يوفر البنك مرافق صحية نظيفة.	41
			مواقع البنك المختلفة مناسبة للعملاء ويمكن الوصول بسهولة إليها .	42
			يهتم البنك بالنظافة والإضاءة والتكييف.	43

قائمة الملاحق

أسباب إختيار التعامل مع البنك: ضع علامة (✓) امام الخيار المناسب.

العلاقة الشخصية مع البنك	الخدمة الجيدة و الفعالة	رسوم الخدمة فعالة	سلوك الموظفين الجيد	موقع البنك مناسب	السمعة الجيدة للبنك

رضاء الزبائن

الرقم	الأسئلة	موافق	محايد	لا أوافق
01	يقوم البنك دوما بتلبية حاجات ورغبات الزبائن.			
02	يسعى البنك باستمرار لتحسين جودة الخدمات المقدمة.			
03	يطرح البنك باستمرار أسئلة للزبائن بغية التعرف على حاجاتهم ورغباتهم.			
04	تعتبر جودة الخدمات المقدمة أفضل من توقعات الزبائن.			
05	فترة الإنتظار قصيرة جدا.			
06	يتعامل البنك بعدالة مع جميع الزبائن.			
07	يعتبر البنك أن الزبون دائما على حق.			
08	علاقة موظفي البنك مع الزبائن علاقة طيبة على الدوام.			
09	يتميز موظفوا البنك بالكفاءة العالية في تقديم الخدمات.			
10	لم أقدم أي شكوى لإدارة البنك بسبب تعامل الموظفين.			
11	أشعر أنني معروف افراد البنك عند الإتصال بهم لتأدية الخدمات.			
12	يضع البنك منفعة الزبائن فوق كل إعتبار.			
13	أستطيع الوصول غلى الشخص المعني بتقديم الخدمة بسهولة و يسر.			
14	يوفر البنك معلومات كافية عن نشاطاته.			

المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على الدراسات السابقة .

الملحق رقم (03) : معامل الثبات لأبعاد جودة الخدمات و رضا الزبائن

Group Statistics

		الإعتمادية	الأمان	المصداقية	الإستجابة	الجدارة	الملموسية	رضاء الزبائن
الإعتمادية	Pearson Correlation	1	,195	,444	,281	,424	,194	,307
	Sig. (2-tailed)		,066	,000	,007	,000	,068	,003
	N	94	90	90	92	92	89	91
الأمان	Pearson Correlation	,195	1	,345	,190	,446	,236	,441
	Sig. (2-tailed)	,066		,001	,071	,000	,026	,000
	N	90	93	89	91	91	89	90
المصداقية	Pearson Correlation	,444	,345	1	,256	,415	,264	,323
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,014	,000	,013	,002
	N	90	89	93	91	91	88	90
الإستجابة	Pearson Correlation	,281	,190	,256	1	,355	,064	,403
	Sig. (2-tailed)	,007	,071	,014		,000	,547	,000
	N	92	91	91	95	94	90	92
الجدارة	Pearson Correlation	,424	,446	,415	,355	1	,171	,403
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,105	,000
	N	92	91	91	94	95	91	92
الملموسية	Pearson Correlation	,194	,236	,264	,064	,171	1	,320
	Sig. (2-tailed)	,068	,026	,013	,547	,105		,002
	N	89	89	88	90	91	92	89
رضاء الزبائن	Pearson Correlation	,307	,441	,323	,403	,403	,320	1

Sig. (2-tailed)	,003	,000	,002	,000	,000	,002	
N	91	90	90	92	92	89	94

الملحق (04) : اختبار طبيعة التوزيع

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		رضاء الزبائن	
N		94	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	2,3518	
	Std. Deviation	,26669	
Most Extreme Differences	Absolute	,100	
	Positive	,098	
	Negative	-,100	
Kolmogorov-Smirnov Z		,966	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,308	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,295 ^c	
	95% Confidence Interval	Lower Bound	,286
		Upper Bound	,304

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000

الملحق (05) : متغير الجنس (T) Teste

Group Statistics

الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
ذكر	71	2,3491	,26522	,03148
انثى	23	2,3602	,27704	,05777

الملحق (06) : ANOVA اختبار للمتغيرات الشخصية الأخرى

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
الجنس	Between Groups	2,434	16	,152	,784	,698
	Within Groups	14,939	77	,194		
	Total	17,372	93			
المستوى التعليمي	Between Groups	9,275	16	,580	1,228	,267
	Within Groups	36,342	77	,472		
	Total	45,617	93			
السن	Between Groups	12,248	16	,766	1,068	,400
	Within Groups	54,483	76	,717		
	Total	66,731	92			
الوظيفة	Between Groups	5,454	16	,341	,552	,909
	Within Groups	47,525	77	,617		
	Total	52,979	93			
نوع البنك الذي تتعامل معه	Between Groups	5,923	16	,370	1,321	,207
	Within Groups	21,577	77	,280		
	Total	27,500	93			

الملحق (07) : تحليل الانحدار

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	,613	,376	,322	,21764	,376	7,026	6

الملحق (08) : معادلة الانحدار

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound
	(Constant)	,759	,248			,264
	الإعتمادية	,016	,071	,025	,223	,824
	الأمان	,149	,077	,210	1,926	,058
1	المصدقية	,015	,073	,023	,202	,840
	الإستجابة	,259	,082	,335	3,166	,002
	الجدارة	,092	,073	,145	1,248	,216
	الملموسية	,142	,065	,228	2,195	,031

فهرس محتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	البيان
.III	الإهداء
.IV	الشكر
.V	ملخص الدراسة
.VI	قائمة المحتويات
.VII	قائمة الأشكال
.VIII	قائمة الجداول
.IX	قائمة الملاحق
أ - ج	المقدمة
	الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لجودة الخدمات البنكية
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الأدبيات النظرية لجودة الخدمة البنكية
3	المطلب الأول: جودة الخدمات البنكية
10	المطلب الثاني: رضا الزبائن
14	المطلب الثالث : العلاقة بين جودة الخدمات و رضا الزبائن
16	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لجودة الخدمة البنكية
16	المطلب الأول: الدراسات السابقة (عربية وأجنبية)
16- 18	أولا : الدراسات العربية
19 - 20	ثانيا : الدراسات الأجنبية
21	المطلب الثاني: المقارنة بين الدراسات والدراسة الحالية
22	المطلب الثالث: مجال الاستفادة من الدراسات السابقة
23	خلاصة الفصل
	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لمحددات جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر الزبائن
24	تمهيد
25	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
25	المطلب الأول: طريقة الدراسة
30	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة
34	المبحث الثاني: النتائج والمناقشة
34	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة
43	المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة (المناقشة)

50	خلاصة الفصل
54 - 52	الخاتمة
58 - 56	المراجع
69 - 60	الملاحق
70	الفهرس المحتويات