



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية علوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير، علوم تجارية
تخصص: تسويق الخدمات

بعنوان:

أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون

"دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - توقرت"

من إعداد الطالبين: - معمري عدنان - حجوج محمد بدر الدين

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2023/06/15

أمام اللجنة المكونة من السادة :

أ/ حكيم بن جروة (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

أ/ خليدة دلهوم (أستاذة محاضرة - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا

أ/ بشير بن شويحة (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية علوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير، علوم تجارية
تخصص: تسويق الخدمات

بعنوان:

أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون

"دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - توقرت"

من إعداد الطالبين: - معمري عدنان - حجوج محمد بدر الدين

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2023/06/15

أمام اللجنة المكونة من السادة :

أ/ حكيم بن جروة (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

أ/ خليدة دلهوم (أستاذة محاضرة - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا

أ/ بشير بن شويحة (أستاذ محاضر - جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022

الإهداء

الحمد لله الذي وفقني لإنجاز هذا العمل المتواضع؛ والذي يسعدني أن أهديه إلى:

من قال فيهما المولى عز وجل:

" وَأَخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا "

سورة الإسراء_ الآية 24

الوالدين الكريمين

أبي الغالي طال الله في عمره وإلى النبي وهبت فلذة كبدها

كل العطاء والحنان إلى التي صبرت علي كل شيء حق الرعاية وكانت سندي في الشدائد وكانت دعواتها

لي بالتوفيق

إلى من ارتحت كلما تذكرت ابتسامتها في وجهي نبع الحنان أُمي أعز ملاك على القلب والعين أطال الله

في عمرها

إليهما أهدي هذا العمل المتواضع أخواتي وإخوتي الذين تقاسموا معي عبئ الحياة

وإلى جميع أصدقائي وأحبائي

وإلى كل من ساعدني ولو بكلمة طيبة وإلى كل طالب علم.

جعله الله علما نافعا

عدنان

الإهداء

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة، إلى نبي الله ونور العالمين

سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه أجمعين.

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحنان والتفاني إلى بسملة الحياة وسر الوجود، إلى من كان دعاؤها سر

نجاحي "أمي"

إلى من لا يمكن للكلمات أن توفي حقه، إلى من لا يمكن للأرقام أن تحصي فضائله،

إلى من به أكبر وعليه أعتد إلى من بوجوده أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها : والدي الغالي.

إلى جدتي العزيزة التي هي بمثابة أمي وكل شيء في حياتي

بدر الدين

شكر

نحمد الله ونشكره عز وجل أن وفقني على إتمام هذا العمل
نتقدم بشكر إلى الأستاذة المشرفة "دلهوم خليدة" على وقوفها معنا حتى إنهاء العمل
نشكر كل من الأساتذة وإدارة كلية العلوم الاقتصادية
بجامعة قاصدي مرباح ورقلة ونقدر مجهوداتهم المبذولة اتجاه الطالب

عدنان ويدر الدين

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة جودة الخدمات البنكية وتوضيح تأثيرها على رضا الزبون في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت، حيث تم توزيع استبانة على عينة مكونة من 100 مفردة على زبائن البنك محل الدراسة، واسترجاع 96 منها، وتم استخدام عددا من الأساليب الإحصائية ومعالجتها ببرنامج Spss v23 لمعرفة النتائج المتوصل إليها واختبار فرضيات البحث التي تم وضعها.

وأظهرت هذه الدراسة وجود علاقة ارتباط ايجابية بين جودة الخدمات البنكية بأبعدها (الملموسية، الإعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف) ورضا الزبائن، وقد خلصت الدراسة على بعض النتائج أهمها أن جودة الخدمات البنكية تؤثر على رضا الزبون وهذا ما يبرز من خلال الولاء ومدة التعامل مع البنك محل الدراسة.

الكلمات المفتاحية: خدمات بنكية؛ جودة؛ رضا الزبون؛ بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

Abstract :

This study aims to determine the quality of banking services and clarify its impact on customer satisfaction at the Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (BADR) agency in Touggourt. A questionnaire was distributed to a sample of 100 bank customers at the study location, and 96 responses were collected. Various statistical methods were employed and processed using SPSS v23 software to determine the findings and test the research hypotheses.

The study revealed a positive correlation between the quality of banking services, including tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, and customer satisfaction. The study concluded that the quality of banking services significantly influences customer satisfaction, as indicated by customer loyalty and the duration of their relationship with the bank.

Keywords: Banking services; Quality; Customer satisfaction; Banque de l'Agriculture et du Développement Rural.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
II-I	إهداء
III	شكر
IV	ملخص
V	قائمة المحتويات
VI	قائمة الجداول
VII	قائمة الأشكال
VII	قائمة الملاحق
أ-د	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون	
6	تمهيد
7	المبحث الأول: الإطار النظري لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون
16	المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون
23	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت	
25	تمهيد
26	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
31	المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها
47	خلاصة الفصل
49	الخاتمة
52	المراجع
55	الملاحق
/	الفهرس

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم
21	مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة	1-1
26	متغيرات الدراسة	1-2
28	إحصائيات الاستبيانات الموزعة	2-2
29	مجال المتوسط الحسابي المرجح لكل مستوى (مقياس ليكارت)	3-2
30	نتائج صدق المقاييس المستخدمة لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون	4-2
31	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	5-2
32	توزيع أفراد العينة حسب العمر	6-2
33	توزيع أفراد العينة حسب المهنة	7-2
34	توزيع أفراد العينة حسب مدة التعامل مع البنك	8-2
35	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات حول بعد الملموسية	9-2
36	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات حول بعد الاعتمادية	10-2
36	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات حول بعد الاستجابة	11-2
37	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات حول بعد الأمان	12-2
38	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات الأطباء حول بعد التعاطف	13-2
39	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات حول عبارات رضا الزبون	14-2
40	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور جودة الخدمات	15-2
40	قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور رضا الزبون	16-2
41	معاملات الارتباط	17-2
41	تباين خط الانحدار لرضاء الزبون	18-2
42	قيم معاملات خط الانحدار رضا الزبون	19-2
45	تحليل اختبار T لدراسة فروق المتوسطات بين أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس بخصوص مساهمة أبعاد جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون	20-2
46	تحليل التباين الأحادي لدراسة فروق المتوسطات تبعا للمتغيرات الشخصية بخصوص مساهمة أبعاد جودة الخدمات البنكية	21-2

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
14	مطابقة الأداء والتوقعات	1-1
27	نموذج الدراسة	1-2
31	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	2-2
32	توزيع أفراد العينة حسب العمر	3-2
33	توزيع أفراد العينة حسب المهنة	4-2
34	توزيع أفراد العينة حسب مدة التعامل مع البنك	5-2

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
55	الاستبيان	1
58	قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان	2
58	نتائج التحليل الإحصائي	3

مقدمة

أ- توطئة:

في ظل التغييرات العالمية وعودة النشاط البنكي، أضحت من الأهمية على البنوك تطوير مستوى أداء خدماتها البنكية، ومواكبة متطلبات البيئة البنكية المعاصرة والاهتمام أكثر بالجودة في خدماتها البنكية لمواجهة تحديات قوى التغيير البنكية وكسب حصص سوقية تعزز من مكانتها التنافسية.

ولكن نظرا للتغيرات والتطورات المستمرة في بيئة النشاط البنكي وتزايد حدة المنافسة في السوق، فقد تأثرت الصناعة البنكية كغيرها من الصناعات بما يجري في العالم من تحولات متسارعة وتطورات ملموسة عديدة، إلا أنه بالرغم من تلك التطورات التي مست القطاع البنكي لا تزال الخدمات البنكية المقدمة من قبل البنوك تتصف بالتمطية ومتشابهة إلى حد بعيد في المضمون، الأمر الذي أدى إلى صعوبة بالغة لدى الزبائن للتمييز بين تلك البنوك واختيار أفضلها، وهذا ما دفع الإدارة البنكية للبحث عن وسائل وأساليب أخرى تستخدمها في سبل الوقوف في وجه المنافسة، وكانت إحدى هذه الوسائل هي الجودة، فالجودة تعد أحد أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها البنوك إذ تعتبر سلاحا متميزا تسير في مقتضاه كل متطلبات التطور والتنمية لرضا الزبون والاقتراب منه والبحث عما يريده حاليا وفي مستقبل، ومع زيادة متطلبات الزبائن وظهور فرص بديلة والمنافسة بين البنوك أصبحت البنوك حساسة للتغيرات التي تحدث في رغبات الزبائن.

فقد أصبح رضا الزبون محور اهتمام وهاجس بالنسبة للمؤسسات البنكية التي تسعى لكسب رضاه باعتباره السبب الرئيسي في استمرارها وبقائها وضمأن نموها وتطورها وخصوصا في ظل المنافسة الكبيرة أين يصعب الحصول على زبائن جدد مما يجعل مستقبلها مرهون بمدى امتلاكها لقاعدة كبيرة من الزبائن الأوفياء التي تربطها بهم علاقة متميزة ومتمينة ولهذا يجب على البنوك استمالة الزبائن وبناء علاقات تفاعلية ومتمينة معهم، وذلك بتقديم خدمات متميزة وذات قيمة والتي تلبي حاجاتهم ورغباتهم سعيا للحفاظ على رصيدها من الزبائن وكسب زبائن جدد ونيل رضاهم وولائهم.

ب- طرح الإشكالية:

وفي ضل ما سبق نطرح الإشكالية التالية :

ما مدى تأثير جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت ؟

للإجابة عن هذه الإشكالية نطرح الأسئلة فرعية التالية :

1. ما هو مستوى جودة تقييم الخدمات ببنك الفلاحة والتنمية الريفية؟
2. ما هو مستوى درجة رضا الزبائن على جودة الخدمات بالبنك محل الدراسة؟
3. هل يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد الجودة البنكية على رضا الزبون بالوكالة البنكية محل الدراسة؟
4. ما هي طبيعة العلاقة الارتباطية بين جودة الخدمات البنكية ورضا الزبون؟

5. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية رضا الزبون تعزى للمتغيرات الشخصية؟

الفرضيات:

للإجابة عن الأسئلة الفرعية نضع الفرضيات التالية :

- 1) مستوى جودة تقييم الخدمات ببنك الفلاحة والتنمية الريفية مرتفع؛
- 2) مستوى درجة رضا الزبائن على جودة الخدمات بالبنك محل الدراسة مرتفع؛
- 3) يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد الجودة البنكية على رضا الزبون بالبنك محل الدراسة؛
- 4) توجد علاقة الارتباطية بين جودة الخدمات البنكية ورضا الزبون؛
- 5) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية رضا الزبون تعزى للمتغيرات الشخصية.

دوافع ومبررات اختيار الموضوع:

تتجلى دوافع ومبررات اختيار هذا الموضوع فيما يلي:

- 1) اندراج الموضوع ضمن مواضيع تخصص تسويق الخدمات؛
- 2) الفضول العلمي لدراسة العلاقة بين جودة الخدمة البنكية ورضا الزبون؛
- 3) التوصل إلى بعض النتائج والاقتراحات التي من الممكن أن تساهم في تطوير جودة الخدمة البنكية؛
- 4) الزيادة في إثراء مكتبة الجامعة بالمراجع الخاصة بجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون؛
- 5) تطبيق ما تم دراسته في الميدان حيث بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت المكان الذي أعمل فيه.

أهداف الدراسة:

يسعى هذا البحث في بيان بعض الأهداف نذكر منها:

- 1) إعطاء صورة حول الجانب النظري للمتغيرين جودة الخدمات البنكية ورضا الزبون؛
- 2) محاولة إفادة البنوك بضرورة تنوع أساليب وتقنيات تقديم الخدمات البنكية وفقا لما أفرزه الاقتصاد المعاصر من تكنولوجيا من أجل إرضاء الزبون والمحافظة عليه؛
- 3) الوقوف على مستوى جودة الخدمات البنكية ورضا الزبون في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

أهمية الدراسة:

تتضح أهمية البحث من خلال معرفة مدى تأثير جودة الخدمات البنكية ورضا الزبون الإمام بموضوع جودة الخدمات البنكية من جهة ورضا الزبون من جهة أخرى، والربط في ما بينهم في الدراسات السابقة.

حدود الدراسة:

فيما يخص حدود الدراسة فقد تمثلت فيما يلي:

- الحدود المكانية : تمت الدراسة الميدانية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت؛
- الحدود الزمنية : أُنجزت الدراسة في الفترة الزمنية الممتدة من 15 مارس 2023 إلى غاية 16 أبريل 2023.

منهج البحث والأدوات المستخدمة :

في ضوء طبيعة الدراسة والأهداف التي نسعى إلى تحقيقها تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، وذلك بتقديم التعاريف وضبط المصطلحات والمفاهيم والمداخل العامة لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون والعلاقة بينهما، أما في الجانب التطبيقي فاعتمدنا على دراسة الحالة من خلال توزيع الاستبانة ومعالجته الإحصائية عن طريق برنامج SPSS نسخة 23 من أجل معرفة ودراسة مختلف الأبعاد وتحليلها للتعرف على أثر جودة الخدمات البنكية عن رضا الزبون في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت.

مرجعية الدراسة :

من أجل جمع المعلومات المتعلقة بالبحث اخترنا مجموعة المراجع التي لها علاقة بالموضوع الدراسة وكانت كما يلي:

- الكتب والمقالات العلمية؛
- مذكرات الماجستير والدكتوراه.

هذا بالنسبة للفصل النظري أما بالنسبة للفصل التطبيقي فقد تم الاعتماد على جمع البيانات من خلال الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة واستعمال برنامج ميكروسوفت Excel في تفرغ إجابة أفراد العينة.

صعوبات الدراسة :

- أغلب زبائن البنك من فئة الفلاحين؛
- صعوبة جمع الاستبيان؛
- صعوبة التعامل مع أفراد العينة من حيث شرح العبارات.

هيكل الدراسة : من أجل معالجة هذا الموضوع قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين :

الفصل الأول والذي يحمل عنوان "الأدبيات النظرية والتطبيقية حول جودة الخدمات البنكية ورضا الزبون" تم تقسيمه لمبحثين، المبحث الأول كان بعنوان "الإطار النظري لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون"، كمفهوم الخدمات البنكية وأهم أبعادها وطبيعة العلاقة بينها. أما المبحث الثاني والذي كان تحت عنوان "الدراسة التطبيقية لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون" تم تطرق فيه للدراسات السابقة العربية منها والأجنبية والتي لها علاقة بموضوع بحثنا.

مقدمة

أما الفصل الثاني فكان بعنوان "الدراسة الميدانية بينك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توفرت" تم تخصيصه لدراسة الحالة فقسما إلى مبحثين المبحث الأول تم التطرق فيه "الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة" حيث تم فيه تحديد مجتمع وعينة الدراسة، والأدوات الإحصائية المستخدمة في معالجة المعطيات، أما المبحث الثاني فقد جاء تحت عنوان "نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها" حيث خصص لعرض النتائج المتوصل لها والاختبار الفرضيات، ومناقشة النتائج، وفي الأخير ومن خلال الخاتمة تم إستعراض ما توصلنا له من نتائج، وتوصيات وأفاق الدراسة.

الفصل الأول:

الأدبيات النظرية والتطبيقية لجودة الخدمات

البنكية ورضا الزبون

تمهيد:

تعمل اليوم الإدارة البنكية على بناء وتطوير علاقات طويلة الأجل مع زبائنها وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة تلبي احتياجاتهم وتقابل توقعاتهم، وبالتالي تضمن لنفسها البقاء والاستمرار في تأدية نشاطاتها في ظل المحيط الذي تنشط فيه.

إن المعايير التي يعتمد عليها الزبائن في الحكم على جودة الخدمة المقدمة إليهم تختلف من تلك المستعملة في السلع المادية وذلك بسبب الخصائص المميزة للخدمة، لذلك فقد اهتم الكثير من الباحثين في مجال الخدمات بتحديد أهم هذه الأبعاد وإبراز أهميتها النسبية من وجهة نظر الزبون، كما قاموا بوضع نماذج لقياس جودة الخدمة، وذلك حتى تتمكن البنوك من التعرف على درجة رضا زبائنها على ما تقدمه إليهم من خدماته والوقوف على جوانب الضعف فيها والعمل على معالجتها وتحسينها.

لقد تزايد اهتمام البنوك بزبائنها وابتكروا من الطرق والأساليب ما يكفي لكسب رضاهم، وذلك من خلال الالتزام بتقديم خدمات ذات جودة عالية، سيجعل هؤلاء الزبائن مسوقين لخدمات البنوك، من خلال اتصالحهم بالأفراد المحيطين بهم ونقلهم صورة جيدة عن البنك وخدماته، مما يشجع على استقطاب المزيد من الزبائن.

من أجل ذلك سنتطرق في هذا الفصل إلى مبحثين لتعرف أكثر على جودة الخدمات البنكية ورضا الزبائن وهي كالتالي :

- المبحث الأول: الأدبيات النظرية لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون.
- المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون.

المبحث الأول: الإطار النظري لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون

تسعى البنوك إلى تحقيق أهدافها المختلفة من خلال قيامها بنشاطها البنكي وذلك بتحقيق أقصى ربح ممكن وبأقل تكلفة ممكنة مقارنة بالبنوك المنافسة، وهذا من أجل إرضاء زبائنه بالدرجة الأولى بتلبية حاجاتهم ورتباتهم من خلال تقديم خدمات مختلفة، فلا بد من تحسين وتطوير الخدمات البنكية المقدمة لهم والتحسين من جودتها، بما يتلاءم وحاجيات هؤلاء الزبائن.

المطلب الأول : الخدمات البنكية

الفرع الأول : ماهية الخدمات البنكية

تعددت تعريف الخدمات البنكية نذكر منها مايلي:

أولاً: تعريف الخدمة البنكية

يمكن تعريف الخدمات البنكية بأنها عبارة عن: "مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة والمقدمة من طرف البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورتباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية أو في الوقت ذاته تشكل مصدر لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين".¹

ويعتبر ناجي معلا: "أن الخدمة البنكية مصدرا لإشباع الذي يسعى إلى تحقيقه العميل لحاجاته ورتباته، أما من منظور البنك فإنها تمثل مصدرا للربح".²

وهناك تعريف أشمل قدمه عوض بدير الحداد، حيث عرف الخدمات البنكية من الناحية التسويقية بأنها: "عبارة عن تصرفات وأنشطة وأداءات تقدم من طرف إلى آخر، وهذه الأنشطة غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يقترن أولاً عند تقديمها بمنتج مادي ملموس".³

من التعاريف السابقة نستنتج أن الخدمة البنكية بأنها كافة الأنشطة والعمليات التي يمارسها البنك وتكون مهمة للإشباع حاجات ورتبات الزبائن وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.

ثانياً: خصائص الخدمة البنكية

تمتلك الخدمات البنكية مجموعة من الخصائص تتمثل في:

¹ رشاد نعمان شامع العامري، الخدمات المصرفية الائتمانية في البنوك الإسلامية، ط 1، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2013، ص 57.
² علاء فرحان طالب وآخرون، المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن، ط 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 60.
³ سعدي عبد الرحمان أبو حمرة، واقع الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء وأثرها على الأرباح من وجهة نظر الإدارة العليا، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011، ص 28.

- الخدمات البنكية ليست مادية ملموسة وبالتالي لا يمكن تخزينها.
- الخدمات البنكية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها.
- الخدمات البنكية ليست محمية ببراءة اختراع وكل خدمة جديدة يقدمها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.
- تعتمد الخدمة البنكية في تقديمها على التسويق الشخصي وعلى مهارة وكفاءة مقدم الخدمة.¹
- تقديم الخدمة البنكية لا يأخذ شكلا نمطيا محددًا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة ودرجة تفاعل موظف البنك من زبون لآخر.
- جودة الخدمة البنكية غير قابلة للفحص، قبل تقديمها من طرف موظف البنك إلى الزبون.²

تجدر الإشارة إلى أن الخدمة البنكية تشتمل على بعدين أساسيين هما:³

- **البعد المنفعي:** ويتمثل في مجموعة المنافع التي يسعى إلى تحقيقها الزبون من جراء استخدامه للخدمة.
 - **البعد الخصائصي:** ويتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي تتصف بها الخدمة.
- فإذا كان البعد الأول يرتبط بالزبون نفسه فإن البعد الثاني يرتبط بالخدمة البنكية وهنا فإن خصائص الخدمة البنكية تعبر عما تؤديه الخدمة في حين تعبر المنافع عما يحصل عليه الزبون.

ثالثا: أنواع الخدمات البنكية

من الصعب أن نقوم بحصر جميع الخدمات البنكية التي تقدمها البنوك نظرا لتعدد وتنوع الخدمات البنكية وكذلك طبيعة البنك والتي أصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة لاستخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات البنكية، إلا أنه يمكن تقسيم أنواع الخدمات البنكية على النحو التالي⁴:

1- الخدمات الموجهة لقطاع الأفراد: تنقسم الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها من الأفراد إلى:

- التحويلات :

- شيكات عند الطلب وتحويلات سريعة بالتلكس لمختلف العملات؛
- شيكات سياحية بكل العملات (الدولار الأمريكي، الأورو)؛
- بيع وشراء العملات الأجنبية نقدا - شراء وتحصيل الشيكات بالعملة الصعبة (الأجنبية)؛
- تقبل التعليمات الثابتة فيما يتعلق بالدفعات الدوري ؛
- تقبل الحوالات الواردة باسم الزبون من البنوك المرسله من الخارج.

¹ إياذ عبد الفتاح النصور، تسويق المنتجات المصرفية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص 52-54.

² سعدي عبد الرحمان أبو حمرة، المرجع السابق، ص 42.

³ المرجع نفسه، ص 30.

⁴ نفسه، ص 45.

- خدمات البطاقات:

- بطاقة الفيزا أي ائتمان تنقل في كافة أنحاء العالم؛
- بطاقة البنك الآلي لأي سحب نقدي فوري، والاستفسار عن الرصيد وطلب كشف الحساب ودفتر؛
- الودائع بالعملية المحلية أو الأجنبي.

- قروض الشخصية: متوفر للزبائن أصحاب الوظائف الثابتة، وبفوائد منخفضة

- صناديق إيداع الإعانات: إيجار سنوي مقابل رسوم بسيطة.

- الحسابات:

- الحسابات الجارية بالعملات الأجنبية أو المحلية؛
- حسابات التوفير بالعملات الأجنبية أو المحلية؛
- حسابات تحت الطلب بالعملات الأجنبية أو المحلية.

2- الخدمات المقدمة للتجار والشركات: تتمثل فيما يلي:

- الاعتماد المستندي: وهو تعهد خطي صادر عن البنك، للبائع (المستفيد) لإجراء الدفع لغاية المبلغ المتفق عليه وذلك مقابل تقديم المستندات والشروط المنصوص عليها في كتاب الاعتماد.

- التحصيل المستندي: وهو طلب البائع إلى البنك القيام بتسليم مستندات للمشتري عند القبول أو الدفع، بفضل التحصيل المستندي يحق لشخص المشتري اختيار دفع مبالغ تيار الدفع عند وصول المستندات أو البضاعة، بموجب الاتفاق مع البائع.

- خطابات الضمان: هو تعهد خطي صادر عن البنك للمستفيد، ضمانا دفع مبالغ محددة عند المطالبة بها خلال فترة صلاحية الكفالة المتعلقة بإيجاز شيء معين.

الفرع الثاني: جودة الخدمة البنكية

أولا: تعريف الجودة البنكية

عرفها "جيرمان، أير" Jayaraman, Iyer " بأنه: "طبيعة تسليم الخدمة البنكية التي يقدمها البنك كما هي موصوفة في مجموعة مؤشرات مثل عرض الخدمة المنجزة وتأخر وصول الخدمة ومعدل خسارتها".¹

¹ رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، ط 1، دار التواصل العربي للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص 198.

عرفها "بارسورمان" "Parasuraman" بأنه: "الاتجاه أو التقدير الشخصي العالمي المتعلق بامتياز، حيث يتعلق الرضا بعملية محددة".¹

عرفها "باين" "Payne" على أنها: "تتعلق بقدرة البنك على الإبقاء بتوقعات العميل أو التفوق عليها، ويمكن ملاحظة جودة الخدمة من خلال قياس نتائج الأداء".²

من خلال التعاريف السابقة نستخلص أن جودة الخدمات البنكية تعتمد تقييم العميل الذي يحكم عليها عن طريق مقارنة ما حصل عليه فعلا مع ما توقعه من تلك الخدمة.

ثانيا: مستويات جودة الخدمات البنكية: تتميز جودة الخدمات البنكية بخمسة مستويات وهي:

- الجودة التي يتوقعها العملاء: ومثل الجودة التي يرى العملاء وجوب توفرها؛

- الجودة المدركة: من إدارة البنك وترى إنها مناسبة؛

- الجودة القياسية: وهي تلك الجودة التي تحدد بالمواصفات النوعية للخدمة؛

- الجودة الفعلية: وهي الجودة التي تؤدي به الخدم فعلا؛

- الجودة المروجة للعملاء: وهي الجودة التي وعد العملاء من خلال الحملات الترويجية.

ثالثا: أبعاد جودة الخدمة البنكية

تمكن "بارسورمان" "Parasuraman" وزملائه من دمج الأبعاد العشرة لجودة الخدمة في خمسة أبعاد فقط بعد سلسلة من الاختبارات باستخدام أسلوب تحليل العاملين وأطلق على هذه الأبعاد الخمسة ما يلي:³

1- الجوانب الملموسة: تضم التسهيلات المادية والمعدات المستخدمة في إنتاج وتقديم الخدمة، والمظاهر الخارجي في منظمة الخدمة.

2- الثقة والاعتمادية: وتتمثل في المقدرة على أداء الخدمة وفق للوعود المقدمة وذلك على النحو الذي يمكن الاعتماد عليه وبدقة (خالية من الأخطاء).

3- الاستجابة: وتعكس استعداد العاملين بمنظمة الخدمة لمعاونة العميل وتقديم الخدمة وبسرعة.

¹ رعد حسن الصران، مرجع سابق، ص 199.

² خير الدين محمد علي، دور أبعاد جودة المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 7، العدد 23، 2011، ص 33.

³ رفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة والقياس المقارن، دار الفكر العربي، دار الكتاب الحديث، دب، دت، ص 45-46.

4- الضمان: ويعكس معرفة وخبرة العاملين بمنظمة الخدمة وقدرتهم على كسب ثقة العميل.

5- التعاطف: ويعكس العناية بالعميل والاهتمام الشخصي بكل عميل.

رابعا: معايير تقييم جودة الخدمة البنكية:

في دراسة أجرتها شركة "Forom" الأمريكية عام 1986 تبين من خلالها أن هناك خمسة معايير لتقويم أبعاد شركة جودة الخدمة هي:

أ) الجدارة بالثقة: أي العهد الذي يأخذه البنك على نفسه بتقديم خدمة بنكية ذات جودة متميزة تعكس الثقة بالبنك وتحقق ولاء العميل له.

ب) التأكد من جودة الخدمة: أي المعارف والمهارات والقدرات التي يتمتع بها موظفو البنك بحيث ثقة العميل به.

ج) الاهتمام: توقع الاهتمام العالي المستوى من قبل البنك بالعميل الذي يتعامل معه بحيث يستمتع بالرعاية التي يبديها البنك تجاهه.

د) سرعة تقديم الخدمة: أي السرعة في تلبية احتياجات ورغبات العملاء.

هـ) الواقعية: أي تقويم العميل لفعاليات وإدارات البنك التي يتلقى الخدمة منها، فمهما كانت الخدمات التي يقدمها البنك صغيرة أو كبيرة فإن العميل يلتبس واقعيته.¹

المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول رضا الزبون

نتناول في هذا المطلب أهم المفاهيم الأساسية لرضا الزبون من خلال معرفة مفهوم، أهميته، وأبعاده

الفرع الأول : مفهوم رضا الزبون

هناك العديد من التعاريف التي تناولت مفهوم رضا الزبون ونذكر منها :

عرفه "كوتلر ودوبيس" "Kotler & Dubois" على أنه: "شعور العميل الناتج عن المقارنة بين خصائص المنتج وتوقعاته".²

عرفه كل من "كول وزيمال" "Coll & Zeithmal" على أنه: "الحكم على جودة المنتج الناتج عن المقارنة بين توقعات العميل للخدمة والأداء".³

¹ حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، أطروحة دكتوراه، تخصص بنوك، جامعة تلمسان، 2017، ص 28.

² Daniel Ray, **Mesurer et développer la satisfaction des clients**, 2^{eme} tirage édition d'organisation, paris, 2001, P22.

³ Monique Zollinger et Eric Lamarque, **Marketing et stratégie de la banque**, 3^{eme} édition, Dunod, Paris, 1999, P73.

وعرفه الباحث "هانت" "Hunt" بأنه : "تقييم يثبت بان التجربة كانت علي المدرك الأقل مثلما كان من المفترض أن تكون".¹

من خلال التعاريف السابقة نستنتج بأنه هو عبارة عن حالة نفسية لما بعد الشراء واستهلاك خدمة معينة، يترجم بواسطة شعور عابر (مؤقت) ناتج عن الفرق بين توقعات العميل والأداء المدرك بالموازاة مع تلکم المواقف السابقة تجاه الخدمة.

الفرع الثاني: أهمية رضا العاملين

تظهر أهمية رضا العاملين في ارتباطه بالعنصر البشري كالتالي:²

- يعد الثروة الحقيقية والخور الرئيسي للإنتاج في المؤسسة التي تحتاج - مهما كان نوعها - إلى العقل البشري يديرها أو يحركها.
- إن رضا العاملين يتناول مشاعر الفرد العامل سواء كان مديراً، موظفاً، أو عاملاً صغيراً، اتجاه مؤثرات العمل الذي يؤديه والظروف التي يعمل فيها والبيئة المحيطة به.
- وعموماً فإن توفر الرضا الوظيفي لدى العاملين يؤدي إلى :
- رفع الروح المعنوية للعاملين ما يؤدي إلى انخفاض معدلات الغياب وترك العمل ومعدلات الشكاوي كذلك انخفاض مستوى الصراعات سواء بين العمال، أو بين العمال والإدارة.
- زيادة درجة الولاء والالتزام التنظيمي، إذ يمكن مستوى الرضا عن العمل أن يساهم في زيادة فاعلية المنظمة.
- تحقيق التوافق النفسي والاجتماعي للفرد، الذي يؤدي للنجاح في العمل، وبالتالي زيادة إنتاجية الفرد فالرضا مرتبط بالنجاح في العمل والنجاح في العمل هو معيار تقييم المجتمع لأفراده، كما يمكن أن يكون مؤشراً لنجاح الفرد في مختلف جوانب حياته الأخرى الأسرية والاجتماعية.

كما تشير بعض الدراسات (الغازي، 2013) (lzlem and Nurdan.2016) (Zalina, et.al 2015)

إلى أن أهمية رضا العاملين يمكن أن نستخلصه في بعض الجوانب التالية والتي من أهمها مايلي:³

- معرفة الحالة النفسية والمعنوية للعاملين ومن ثم الوقوف على الجوانب والمتغيرات المؤثرة على تلك الحالة.
- التمكن من تحديد وإزالة العوامل السلبية التي تؤثر على مخرجات وإنتاجية الأفراد ومن ثم مستويات الأداء بشكل عام في المنظمات.
- خفض تكلفة الأداء البشري في المنظمات ومعرفة المهارات اللازمة للأداء والتي تزيد من مستويات الرضا لدى العاملين.
- تحديد العوامل التي تسهم في زيادة القدرة والرغبة لدى الأفراد وتزيد من معدلات الإنتاجية لديهم.

¹ بوعلان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على أثر المستهلك، مذكره ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007، ص 113.

² محمد الأمين برياح ويحي موساوي، مرجع سابق، ص 5.

³ مها محمد الرخيص، "أبعاد ومكونات الرضا الوظيفي لدى العاملين في الهيئة العامة للتعليم التطبيقي"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، العدد الأول- المجلد الأول، الكويت، مارس 2017، ص 101.

- زيادة درجات ومستويات الولاء الوظيفي لدى الأفراد والاحتفاظ بالخبرات البشرية نتيجة توفير الأجواء المناسبة التي تحفزهم وتشجعهم على البقاء في المنظمة وعدم الانتقال إلى منظمات أخرى منافسة.
- معرفة الأبعاد والمكونات البيئية للتنظيم الإداري الذي يعمل من خلاله الأفراد وتطويره بغرض توفير الأجواء التنظيمية المناسبة التي تعزز من ارتفاع مستويات الأداء البشري ومعنويات العاملين.
- تطوير خدمات المنظمات من خلال تحفيز العاملين نحو الأداء البشري المتميز والذي يرضي تطلعات ورغبات الزبائن، ومن ثم زيادة مزايا خدمات المنظمات عبر تحفيز العاملين المسؤولين عن أداء الخانات وزيادة مستويات الرضا الوظيفي لديهم.

الفرع الثالث : أبعاد رضا الزبون

حسب كل من "أثان اسوبولز وال" (Athanasopoulos et AL) تتمثل أبعاد رضا الزبون فيما يلي:

- 1) بعد إجراءات سير المعاملات: ويشمل إنجاز المعاملات في وقت محدد دون تأخير ووضع الإجراءات وبساطتها وبعدها عن الروتين؛
- 2) بعد كفاءة العاملين وحسن تعاملهم : ويشمل لطف العاملين في تعاملهم مع المراجعين واستجابتهم لاحتياجاتهم وتواجدهم دائما على رأس أعمالهم، وتنفيذهم المعاملات دون تمييز وتقيدهم بالمواعيد المحددة لإنجاز المعاملات؛
- 3) بعد الخدمات المقدمة من الإدارة : ويشمل فاعلية مكتب خدمة الجمهور، توفر مواقف سيارات، ملائمة لوحات الإرشادية الدالة على مواقع المديرية والأقسام تواجد النماذج والوثائق الخاصة بسير المعاملة دائما توفر المرافق الصحية وقاعات انتظار مناسبة وخدمة تصوير وثائق وكذلك فاعلية الاتصال الهاتفية مع الإدارة.¹

الفرع الرابع : محددات رضا الزبون

يمكن تلخيص محددات رضا الزبائن في ثلاثة عناصر وهي:²

- أ) توقعات الزبائن: تعبر التوقعات عن الأداء الذي ينتظر أو يتطلع الى الحصول عليه من اقتناء المنتج أو علامة معينة، ويعبر عنه بالقيمة المتوقعة قبل تنفيذ قرار الشراء يمكن أن تحدد الجوانب الأساسية للتوقع الذي يكونه الزبون عن المنتج فيما يلي:
- توقعات عن خصائص المنتج (الجودة المتوقعة تتعلق الجودة بمجموع الخصائص التي يملكها المنتج في حد ذاته، والتي يرى الزبون أنها ضرورية ومناسبة ويمكن أن تحقق له مجموعة من المنافع بعد استعمال المنتج؛

¹ الخفاجي الحاكم الجبوري، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون، جامعة الكوفة، العراق، ص 86.

² علوطي سهام، دور التسويق الأخضر دراسة حالة NCA روية، تخصص إدارة تسويق، جامعة أحمد بوقرة، 2016، ص 43.

- توقعات عن المنافع أو التكاليف الاجتماعية تتعلق المنافع الاجتماعية التي يمكن للزبون تحصيلها من اقتنائه للمنتج ما يمكن أن يمنحه للزبون من أثر إيجابي اجتماعي، بمعنى ردة فعل الآخرين اتجاه الزبون نتيجة اقتنائه لهذا المنتج سواء كان بالاستحسان أو بالرفض؛
- توقعات عن تكاليف المنتج: يكون الزبون مجموعة من التوقعات في مقابل المنافع، هي توقعات عن التكاليف أو السعر الذي يدفعه مقابل الحصول على المنتج مقارنة بالمنافع قد صنف كل من "بيتوودسايد" "Woodside & Pitte" التوقع إلى ثلاثة أنواع هي:
- التوقع التنبئي: يتعلق بالمعتقدات عن مستوى أداء معين ويقاس بقوة الاعتقاد؛
- التوقع المعياري: يركز هذا التوقع على مستويات مثالية حول ما يجب أن يكون عليه أداء منتج أو علامة، يتم إعدادها انطلاقاً من دراسات وأبحاث نظرية قياسية؛
- التوقع المقارن: يقوم الزبون بتكوين توقع عن المنتج أو العلامة على أساس المقارنة بمنتجات أو علامات يتوقع أنها من نفس المستوى.

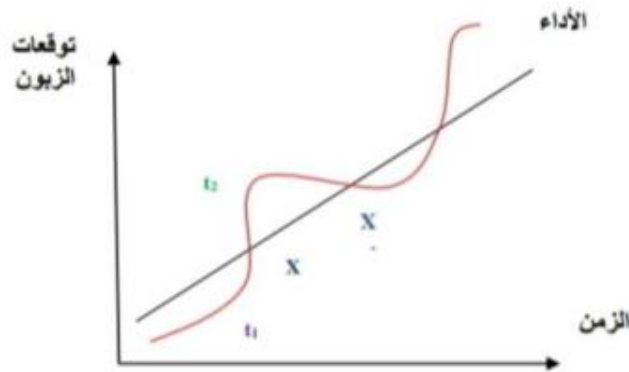
ب) الأداء المدرك:

يعبر الأداء المدرك عن مستوى الأداء الذي يحصل عليه فعلاً الزبون نتيجة استعماله واستهلاكه للمنتج يرى كل من "Churchill & Permant" أن الأهمية الأساسية للأداء المدرك تكمن في كونه يعتبر مرجعاً لتحديد مدى تحقق التوقعات التي كونه الزبون بخصوص المنتج الذي كان محل اختيار من بين مجموع البدائل، ويعتبر الإدراك من بين المعايير المعتمدة في نظرية مقاييس المقارنة لقياس الرضا.

ج/ المطابقة (التشبيث):

تمثل المطابقة عملية إيجاد الفرق بين مستوى التوقعات (الأداء المتوقع) ومستوى الأداء الفعلي الذي حصل عليه الزبون بعد شراء المنتج ويمكن التمييز بين حالتين من الانحراف كما هي موضحة في الشكل الموالي:

الشكل (1-1): مطابقة الأداء والتوقعات



المصدر: علوطني سهام، دور التسويق الأخضر في تحقيق رضا الزبون ص 44

الشكل رقم (1-1): يبين علاقة الزمن مع توقعات الزبون الذي تعبر أو تعتمد في الأداء ومن خلاله يمكن ملاحظة مايلي:

- **الانحراف الموجب:** يقصد بالانحراف الموجب أن الأداء الفعلي أو المدرك أكبر من التوقعات التي كونها الزبون قبل عملية الشراء عند النقطة 1 في الشكل أعلاه تعبر هذه الحالة عن الهدف الذي تسعى المؤسسة إلى تحقيقه من خلال تحسين أدائها باستمرار.

- **الانحراف السلبي:** ينشأ الانحراف السلبي عندما يكون مستوى الأداء الذي يدركه الزبون أقل من التوقعات لدى الزبون كما هو موضح عند النقطة 2 في الشكل أعلاه.

إضافة إلى هاتين الوضعيتين الموضحتين في الشكل أعلاه، نلاحظ وجود نقاط تقاطع بين مستوى الأداء المدرك والتوقعات تعبر عن نقاط التساوي X1 و X2 يوضح هذا النموذج تطور التوقعات بالنسبة للأداء المعياري.

المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون

نتطرق في هذا المبحث إلى الدراسات السابقة باللغة العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع الخدمات البنكية ورضا الزبون وذلك في المطلب الأول أما في المطلب الثاني فسيتم المقارنة بين الدراسة الحالية والسابقة ومجال الاستفادة منها.

المطلب الأول: الدراسات السابقة

الفرع الأول: الدراسات باللغة العربية

1- دراسة سعيدي عبد الحليم وآخرون، (2022): مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات على تحسين جودة الخدمة البنكية دراسة حالة بنك الخليج وكالة بسكرة.

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة البنكية، ويظهر هذا الأثر من خلال تغيير شكل وكيفية تقديم الخدمات البنكية من شكلها التقليدي والذي يستلزم الاتصال المباشر ما بين العميل والبنك إلى الشكل الإلكتروني الذي يساعد على تقليل التكلفة ووقت تقديم الخدمة، وتم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي حيث تم استخدام الاستبانة كأداة لتحقيق أهداف الدراسة، حيث توصلت النتائج إلى حاجة البنوك إلى تكنولوجيا حديثة ومرنة تغنيها عن الأعمال اليدوية، فرض معطيات الواقع إلى ضرورة تقديم الخدمات البنكية بجودة، تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة البنكية ببنك الخليج وكالة بسكرة عند مستوى دلالة 0.05.

2- دراسة هاجر محمد الملك، والطاهر محمد أحمد علي، (2016): جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العميل.

سعت هذه الدراسة لمعرفة أثر جودة الخدمات المصرفية الحديثة على رضا العملاء في القطاع المصرفي من خلال تجربة بنك تنمية عملاء الصادات، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات الأولية عن طريق أداة الإستبيان في عينة من بنك تنمية الصادات 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 V23)، 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.

3- دراسة "حبلي هدى، (2015)، قياس جودة الخدمة المصرفية، هدفت هذه الدراسة إلى قياس جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر العملاء وتحديد أبعادها، ومعرفة توجيهات العملاء نحو جودة الخدمات المصرفية، والعلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء.

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري، أما فيما يتعلق بالجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على المنهج الإحصائي باستعمال برنامج SPSS، كما تمت هذه الدراسة على عملاء بنك البركة الجزائري بمدينة قسنطينة، وذلك من خلال توزيع 200 إستمارة على أفراد العينة حيث أنه تم استرداد 138 استمارة منها.

نتائج الدراسة: أوضحت الدراسة بوجود رابط مفهوم جودة الخدمة من وجهة نظر العميل بمدى قدرة المنظمة على تقديم خدمة تقابل توقعاته ومصداقية نموذج أداء الخدمة مع قدرته العالية على تفسير التباين في جودة الخدمة بالإضافة إلى وجود انطباع إيجابي ورضا عملاء بنك البركة على الجودة الكلية للخدمة المصرفية المقدمة إليهم.

4-دراسة " حلوز وفاء، (2014) " تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل – دراسة حالة البنوك العمومية الجزائرية ولاية تلمسان

هدفت هذه الدراسة إلى تطوير آلية تسيير وتسويق متكاملة وحديثة والموجهة لتحسين جودة خدمات البنوك العمومية الجزائرية وتوعية متخذي القرار في هذه البنوك لاسيما في ظل الظروف الراهنة من خلال رصد متغيرات من شأنها تعزيز مستوى هذه الجودة من جهة والتعرف على الدور الذي يلعبه رضا العملاء هذه البنوك في تقييمها من جهة أخرى، بغية توفير فائدة المعلومات تساعد إدارة البنوك العمومية الجزائرية في قياس جودة ما تقدمه من خدمات وتحديد أهم المعايير التي يوليها العملاء أهمية نسبية عالية بغرض معرفة أولويات التطوير وأهم النتائج المتوصل إليها:

أن كل الفرضيات الدراسة صحيحة بمستويات دلالة ومعنوية تتراوح بين مقبولة وجيدة، فالعلاقات الاجتماعية التي تشكل بين البنك والعميل تدعم بشكل كبير جودة الخدمات البنكية المقدمة إليها كما أنها تؤثر إيجابيا عن القيمة المدركة من طرف العميل بشكل متوسط، وتتأثر هذه الأخيرة إيجابيا بالمنافع المالية التي يكتسبها العميل من تعامله مع البنك جملة وجودة الخدمة البنكية المقدمة إليه من جهة أخرى، كما أن القيمة المدركة تؤثر إيجابيا على رضا العميل والذي يساهم بدوره في تقييم جودة الخدمة البنكية ودعهما بشكل جيد في المرتبة الأول، ويؤثر إيجابيا على التزام العميل وولائه .

5-دراسة " مزيان عبد القادر، (2012) " اثر محددات جودة الخدمات على رضا العملاء دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMAL

هدفت هذه الدراسة إلى توضيح دور محددات الجودة في تحقيق رضا العملاء وذلك من خلال تحديد الأهمية النسبية للمعايير التي يعتمد عليها بالزبائن في تقييمهم الجودة الخدمات التأمين وتوضيح العلاقة بين سلوك ما بعد الشراء للعميل والرضا. ومن أهم ما توصل إليه هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين محددات جودة الخدمات وكالة التأمين الممثلة (الموسمية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، خدمة التأمين ومستويات رضا العملاء).

- وأيضا وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سلوكيات الناجمة عن رضا العملاء بعد اقتناء خدمة شركة التأمين للصندوق الوطني للتعاون الفلاحي والرضا عن الجودة الكلية لهذه الخدمات.

6-دراسة عتيق خديجة، (2012)، اثر المزيج التسويقي المصرفي على رضا الزبون، حيث جاءت هذه الدراسة حول ضرورة إرضاء الزبون (العميل المصرفي وتحقيق احتياجاته ورغباته، وذلك بتقديم خدمات متنوعة ضمن أسلوب يعتمد على مزيج تسويقي فعال ذو أبعاد تركز على سرعة أداء الخدمات، أين أوضحت الباحثة هنا إلى تعريف وإرضاء جميع العملاء (الزبائن) بالمنتجات والخدمات المصرفية الجديدة باستخدام عناصر المزيج التسويقي

7-دراسة سميحة بلحسن، (2012) تحت عنوان تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون دراسة حالة مؤسسة موبيليس.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى رضا الزبائن عن جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس وهذا من خلال دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي الهاتف النقال والمتعاملين مع مؤسسة موبيليس المديرية الجهوية ورقلة، حيث تم تصميم وتوزيع استمارة استبيان وتطبيق نموذج Serverif الذي يعتمد على مؤشرات للتقييم وبعد معالجة البيانات وتحليل النتائج واختبار الفرضيات أظهرت الدراسة أن تقييم الزبائن لجودة الخدمات من خلال المؤشرات الخاصة بالتقييم تختلف من زبون إلى آخر، كما أن جودة الخدمة تعمل على تحقيق رضا الزبون.

8- دراسة " بوغنا ب نور الدين، (2007)، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة

هدفت هذه الدراسة في أن قطاع الخدمات المينائية يلعب دورا هاما في الاقتصاد الجزائري إلا أن الاهتمام به من قبل الباحثين والدارسين لا يزال هزيبا في الجزائر وأهم النتائج :

أن عملية الاتصال بين المؤسسة المينائية لسكيكدة وعمالها ضعيفة وهذا ما يفسر عدم علم أغلبية العملاء بحصول المؤسسة على (شهادة الأيزو) المطابقة للمواصفات العالمية الذي يعتبر من أهم التغيرات التي حدثت في المؤسسة.
- تأثير الجودة المدركة للخدمة المينائية المقدمة من طرف المؤسسة المينائية لسكيكدة على رضا العملاء .

9- دراسة فارس محمود أبو معمر، (2005)، "قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة الهدف من الدراسة تهدف الدراسة للتعرف على أفضل المقاييس لقياس جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها البنوك العاملة في قطاع غزة ومعرفة الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة الجودة الخدمة المصرفي بالإضافة إلى اختبار العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية وكل من الرضا ونية الشراء.

طريقة المعالجة اشتملت الدراسة على عينة من عملاء البنوك العاملة في قطاع غزة مقداره (166) مفردة وخلصت الدراسة إلى ضرورة تفهم توقعات العميل من أجل تقديم خدمة مصرفية أفضل وتحقيق الرضا لديهم بالإضافة إلى أن قياس جودة الخدمة

المصرفية وإدراك العملاء لها هو المدخل الرئيس لتطوير وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. نتائج الدراسة : أوضحت الدراسة وجود علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وجودة الخدمة المصرفية المقدمة.

الفرع الثاني : دراسات باللغة الأجنبية

1- دراسة (SIDDIQUE et al 2016): جاءت هذه الدراسة تحت عنوان:

Determinants of Service Quality Factors Public Specialized Banks of Bangladesht.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على محددات جودة الخدمات المتصورة بين زبائن البنوك المحلية والأجنبية في بنغلادش باستخدام نسخة معدلة من نموذج سيرفكوال، ويخلص التقرير الى أن المصارف الأجنبية قدمت بشكل عام تدابير أفضل قليلا في معظم الأبعاد مقارنة بالبنوك المحلية وبالنسبة للمصارف المحلية الخاصة يمكن الاعتماد على الموثوقية والاتصال والمصدقية والامن والقابلية للتأثر بشكل كبير على جودة الخدمة، ومن ناحية أخرى بالنسبة للمصارف الأجنبية، فإن الموثوقية والمصدقية والقابلية للتأثر هي العوامل الهامة والوحيدة التي تؤثر على جودة الخدمة.

2- دراسة (Habtamu Mekonnen Awoke 2015): جاءت هذه الدراسة تحت عنوان:

Service Quality and Customer Satisfaction, Empirical Evidence from Saving Account Customers of Banking Industry.

هدفت الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية لعملاء حسابات التوفير في بنك مدينة أثيوبيا، أثيوبيا، وتم قياس جودة الخدمات المصرفية باستخدام نموذج SERVEQUAL من خلال خمس أبعاد لجودة الخدمة وهي: الموثوقية، الملموسية، الضمان، التعاطف، الاستجابة. واستخدام المنهج الإحصائي الوصفي التحليلي.

تكون مجتمع الدراسة من عملاء بنك أثيوبيا، 100 عميل، استخدم الاستبيان أداة لتحقيق أهداف للدراسة وفي ضوء ذلك تم جمع البيانات وتحليلها واختبار الفرضيات باستخدام برنامج spss.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها، وجود أثر إيجابي لجودة الخدمات المصرفية في رضا عملاء بنك أثيوبيا، من خلال بعدي الملموسية والضمان، ومن ناحية أخرى أبعاد كل من الموثوقية، الاستجابة، التعاطف، كانت سلبية وتكشف أن العملاء كانوا غير راضيين عن هذه الأبعاد..

3- دراسة (Khafafa and Shafii 2013): جاءت هذه الدراسة تحت عنوان:

Measuring the Perceived Service Quality and «Customer Satisfaction in Islamic Bank Windows in Libya Based on Structural Equation Modelling (SEM)»

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 هذه البنوك. وكانت الإستبانات الصالحة للتحليل هي (366) استبانة، 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 :

- وجود علاقة إيجابية بين رضا الزبائن وجودة الخدمة المدركة من خلال أبعاد الجودة الخمسة؛
- 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 Akhtar, tal (2011): جاءت هذه الدراسة تحت عنوان:

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، وتسليط 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.

5-دراسة 'Izah Mohd Tahir and Nor Mazlima Abu Bakat' (2007) تقييم جودة

الخدمات المصرفية

الهدف من الدراسة هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنوك التجارية في ماليزيا (الساحل الشرقي في ماليزيا)، بالإضافة إلى تقييم مستوى رضا العملاء عنها. طريقة المعالجة استخدم الباحثان لهذا الغرض نموذج جودة الخدمة

نتائج الدراسة لقد أظهرت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات المقدمة من طرف هذه البنوك كان أقل من توقعات العملاء، أما فيما يخص أهمية أبعاد جودة الخدمة فقد احتل بعد استجابة قائمة اهتمام العملاء، بينما احتل التعاطف الترتيب الأخير، كما بينت النتائج أن رضا العملاء عن جودة الخدمات المقدمة إليهم كانت ضعيفة.

المطلب الثاني: مقارنة بين الدراسة الحالية والسابقة

الفرع الأول: جدول مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

جدول (1-1): يوضح مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

الدراسات السابقة	الدراسة الحالية	
تمت في بيئة عربية وأجنبية وكانت من السنوات 2022 إلى 2005، حيث شملت الدراسات الأماكن التالية: الجزائر، ماليزيا، فلسطين، بنغلادش، ليبيا، إثيوبيا.	أُنجزت دراستنا خلال السداسي الثاني من الموسم الجامعي 2023/2022 أما بالنسبة للحدود المكانية فكانت لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت.	من حيث الزمان والمكان
ركزت معظم الدراسات على عينات عشوائية وزعت عليها استمارات.	ركزنا في دراستنا على عينة عشوائية على متعاملين ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت.	من حيث العينة
تمت معالجة معظم الدراسات بالاعتماد على المنهج الوصفي، كل منها استخدمت الاستبيان كوسيلة للحصول على المعلومات.	اعتمدنا على المنهج الوصفي باعتباره يقدم وصف كافي وكمي للموضوع، وحاولنا إسقاط النظري على الواقع فاعتمدنا على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع المعلومات.	من حيث منهج الدراسة
تشابهت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في القطاع الخدماتي البنكي.	استهدف البحث القطاع البنكي، خلال الدراسة الميدانية.	من حيث نوع القطاع
تناولت الدراسات السابقة مختلف متغيرات مختلفة منها: - تكنولوجيا المعلومات؛ - المزيج التسويقي المصري؛ - جودة الخدمات.	تناولنا في البحث متغيري الخدمات البنكية ورضا الزبون. حيث نسعى الى معرفة أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون.	من حيث المتغيرات
هدفت معظم الدراسات على الوقوف على أثر الخدمات البنكية على رضا الزبون بمختلف البنوك السابقة الذكر.	تهدف دراستنا إلى الوقوف على مدى تأثير الخدمات البنكية على رضا الزبون.	من حيث الهدف

المصدر : من اعداد الطالبين بالاعتماد على الدراسات السابقة

الفرع الثاني: مجال الاستفادة من الدراسات السابقة

تكمن أهم مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة في كونها أسهمت في إثراء وإعداد الأدبيات النظرية وصياغة فرضيات

الدراسة وكذا:

- ضبط متغيرات الدراسة حيث كان المتغير المستقل الخدمات البنكية والمتغير التابع رضا الزبون؛
- التعرف على منهجيات الدراسات السابقة، مما فتح المجال للباحث في إعداد المنهجية المتبعة؛
- ساهمت وبشكل كبير في تصميم استمارة الإستبيان من خلال الجانب النظري؛
- المساعدة في الإطلاع على الأساليب الإحصائية المستخدمة في هذه الدراسات وتحديد الأساليب اللائقة لاختبار صحة فرضيات الدراسة الحالية؛
- الإلمام بالنتائج المتوصل إليها من خلال الدراسات السابقة التي مكنت الباحثين بالانطلاق في الدراسة الحالية.

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق ذكره فإننا نجد أن جودة الخدمات البنكية تلعب دورا مهما في المؤسسات المالية والإنتاجية وبالأخص البنوك، فالخدمات البنكية المقدمة من طرف البنوك تكون متشابهة من حيث الطبيعة الإجرائية، وعلى هذا الأساس تسعى البنوك إلى تطوير وتحسين جودة خدماتها كمجال للتميز و محاولة التعرف على حاجات ورغبات الزبائن والعمل على تلبيةها، إذ يعتبر الزبون العمود الفقري لها، كما تجدر الإشارة انه يجب أن ينظر إلى جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر الزبون (المستفيد) كونه أهم ركيزة في بناء إستراتيجية البنك.

كما أن نماذج قياس جودة الخدمة تساعد إدارة المؤسسة الخدمية في التعرف على مدى قدرة الخدمة المقدمة للزبائن على تلبية حاجاتهم ورغباتهم بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم ويحقق رضاهم وبالتالي كسب ولائهم بالإضافة إلى التعرف على مواطن الضعف فيها ومعالجتها.

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية بينك الفلاحة والتنمية

الريفية وكالة توقرت

تمهيد:

بعدها تناولنا في الفصل الأول الجزء النظري لأثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون، سنحاول في هذا الفصل إسقاط مختلف جوانب الدراسة النظرية وذلك من خلال إجراء دراسة حالة لعينة من زبائن من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت ، وذلك من خلال توزيع استبيان على عينة من المتعاملين ومعالجته باستخدام برنامج معالجة الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS v23). وسيتم هذا من خلال التطرق إلى المبحثين التاليين:

- المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية.
- المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها.

المبحث الأول : الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

يتضمن هذا المبحث الطريقة المعتمدة في الدراسة الميدانية، وكذلك تقدم العينة وعرض منهج الدراسة والأدوات التي تم استخدامها لجمع البيانات ومعالجتها.

المطلب الأول : الطريقة المستخدمة في الدراسة

في هذا المطلب سوف نتعرف على مجتمع وعينة الدراسة، والمنهج والأداة التي اعتمدت عليها الدراسة في جمع البيانات.

الفرع الأول: منهج الدراسة

أولاً: المنهج الوصفي التحليلي: والذي يتضمن استخدام الأسلوب الميداني في جمع البيانات عن الظاهرة محل الدراسة وتحليلها إحصائياً لاختبار صحة الفرضيات، كما تم الاعتماد في الجانب الميداني على أداة الاستبيان من أجل جمع البيانات.

ثانياً : المنهج الإحصائي : والذي من خلاله يمكن اختبار صحة الفرضيات بالاعتماد على الأساليب والأدوات الإحصائية في تحليل البيانات اثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون، وذلك من خلال عينة عشوائية بسيطة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية توقرت.

الفرع الثاني: متغيرات الدراسة

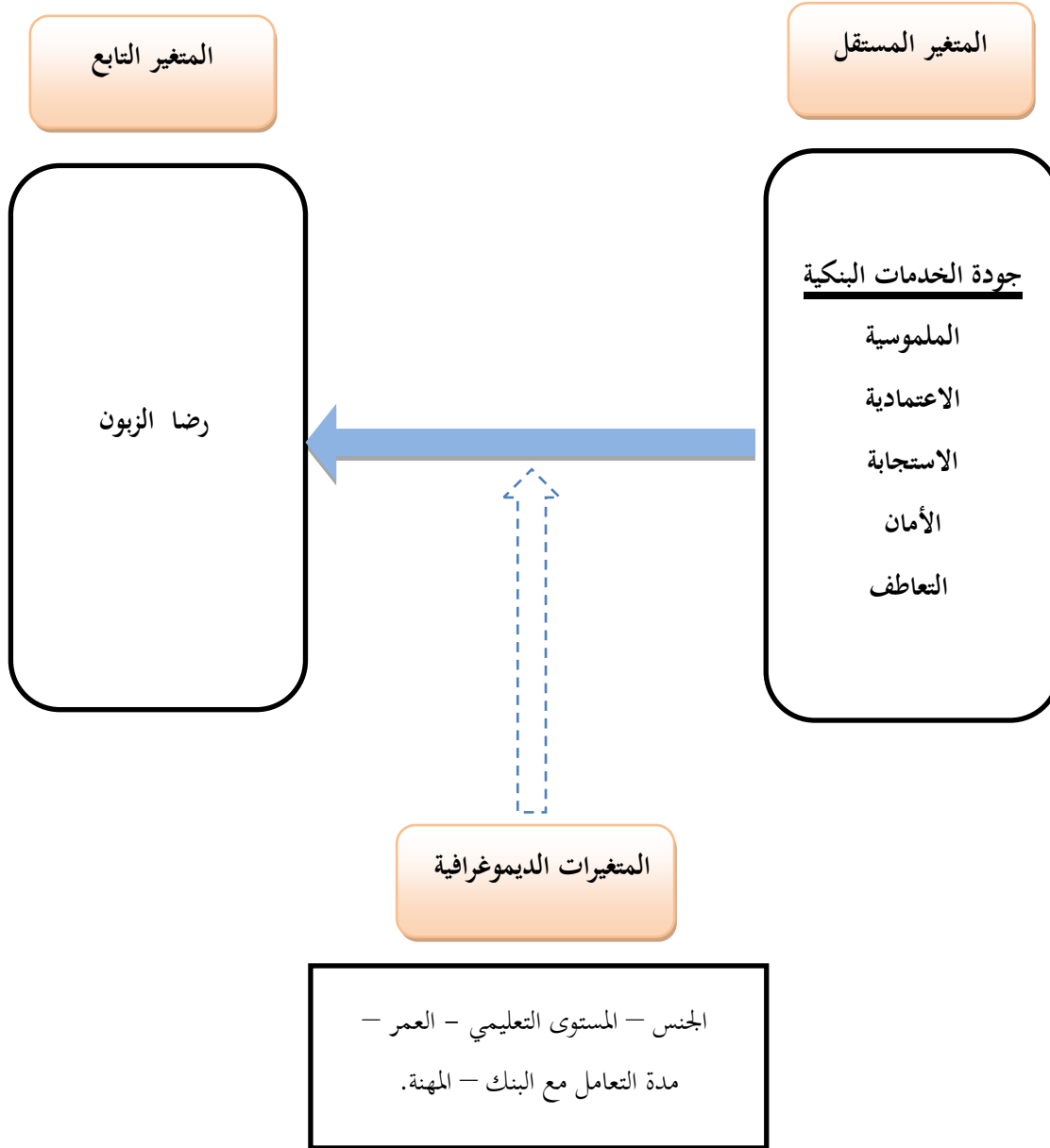
الجدول (2-1): يوضح متغيرات الدراسة

أبعاد	المتغيرات
جودة الخدمات البنكية	المتغير المستقل
رضا الزبون	المتغير التابع

المصدر : من إعداد الطالبين

من خلال الجدول أعلاه يتمثل المتغير التابع في رضا الزبون والمتغير المستقل جودة الخدمات البنكية، ويمكن تمثيل متغيرات الدراسة في النموذج التالي:

الشكل (1-2): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبين

الفرع الثالث : مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة بعض من المتعاملين لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة توقرت، حيث تم توزيع 100 استمارة على عينة البحث من مجتمع الدراسة واسترجع 96 استبانة أي تقدر بـ 96% وهي نسبة مرتفعة ما تسمح لنا بإمكانية التعميم، حيث تم اختبار العينة العشوائية في توزيع الاستبيان.

الجدول (2-2) : إحصائيات الاستبيانات الموزعة

النسبة	العدد	البيان
100%	100	عدد الاستثمارات الموزعة
96%	96	عدد الاستثمارات الواردة
4%	4	عدد الاستثمارات غير مسترجعة
100%	96	الاستثمارات القابلة للتحليل

المصدر: من إعداد الطالبين

المطلب الثاني : الأدوات المستخدمة في الدراسة

الفرع الأول: أدوات جمع البيانات

أولاً: الاستبيان:

يمثل الاستبيان مجموعة من الأسئلة تم تصميمها بناء على الدراسات السابقة المماثلة لموضوع اثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون في بنك الفلاحة والتنمية الريفية توقرت أنظر الملحق (1)، وتم تقسيمه إلى قسمين:

1. القسم الأول: يحتوي على الخصائص الديمغرافية والبيانات الشخصية.

2. القسم الثاني: يحتوي على مجموعة من الفقرات الاستقصائية حول متغيري جودة الخدمات البنكية ورضا الزبون

وتم تقسيمه إلى محورين كالتالي:

المحور الأول: تناول المتغير جودة الخدمات البنكية حيث تضمن 5 أبعاد كالتالي:

- البعد الأول حول الملموسية يضم 4 فقرات؛
- البعد الثاني حول رأس المال الاعتمادية يضم 4 فقرات؛
- البعد الثالث حول الاستجابة يضم 05 فقرات.
- البعد الثالث حول الأمان يضم 2 فقرات
- البعد الثالث حول التعاطف يضم 05 فقرات..

المحور الثاني: تناول متغير رضا الزبون واحتوى على 9 عبارات

الفرع الثاني : الأدوات الإحصائية

أولاً: البرامج

تمت الاستعانة ببرنامج Excel في تفرع بيانات الأولية للاستبيان وفي تصميم الأشكال البيانية، وتم قياس وتحليل البيانات الأولية بالاعتماد على برنامج SPSS حيث اشتمل ذلك على:

ثانياً : الأساليب الإحصائية

- معامل ألفا كرونباخ؛
- المتوسط الحسابي والانحراف المعياري؛
- معامل الارتباط بيرسون؛
- تحليل التباين الأحادي والثنائي (T-test & ANOVA).

كما تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لتقييم إجابات العاملين، بحيث تم إعطاء رقم لكل درجة من المقياس من أجل تسهيل عملية معالجتها كالآتي:

- موافق بشدة تعطى لها 5 درجات؛
- موافق تعطى لها 4 درجات؛
- أحيانا تعطى لها 3 درجات؛
- غير موافق تعطى لها درجتان؛
- غير موافق تماما تعطى لها درجة واحدة.

وحسب الدراسات السابقة يقسم مقياس " ليكرت الخماسي " كما هو موضح كما يلي:

- صف إجابات عينة الدراسة حول متغيرات الدراسة:

يتم تحديد اتجاه إجابات المستجوبين من خلال استخدام الترجيح لخيارات مقياس ليكرت الخماسي، حيث عندنا عدد المجالات

$$= 4, \text{ وعدد الخيارات} = 5, \text{ وعليه } 5/4 = 0.80$$

جدول رقم (2-3): يوضح مجال المتوسط الحسابي المرجح لكل مستوى (مقياس ليكرت)

المستوى	المقياس	مجال المتوسط الحسابي المرجح
ضعيف	غير موافق بشدة	من 1 إلى 1.80
منخفض	غير موافق	من 1.80 إلى 2.60
متوسط	محايد	من 2.60 إلى 3.40
جيد	موافق	من 3.40 إلى 4.20
عالي	موافق بشدة	من 4.20 إلى 5.00

المصدر: عز عبد الفتاح، مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS، مكتبة خوارزم العلمية، جدة-السعودية، 2008، ص 538.

حيث تم تحديد مجال المتوسط الحسابي من خلال حساب المدى (5 - 1 = 4) ثم نقسمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية (0.80=5/4)، ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1) وذلك لتحديد الحد الأدنى لهذه الخلية وهكذا أصبح طول الخلايا كما يلي: (من 1 إلى 1.80 ضعيف ومن 1.80 إلى 2.60 منخفض ومن 2.60 إلى 3.40 متوسط ومن 3.40 إلى 4.20 جيد ومن 4.20 إلى 5.00 عالي).

ثالثا: ثبات وصدق أداة الدراسة

لقد تم إجراء العديد من الاختبارات على الاستبيان للتأكد من صحته وثباته، مستخدمين في ذلك تحكيم الاستبيان من خلال محكمين أساتذة متخصصين في هذا الموضوع، بالإضافة للاختبارات اللازمة للتحقق من الصدق والثبات.

1. صدق المحكمين:

ولغرض معرفة مدى وضوح أسئلة الاستبيان فقد تم عرضها على الأستاذ المشرف للتعرف على توجيهاته وكذلك أساتذة متخصصين في مجال إدارة الموارد البشرية، ومنهم متخصصين في الأساليب الإحصائية ومعالجة البيانات وقد تم أخذ النصائح والتصحيحات المقدمة بعين الاعتبار لذا قمنا بمحذف وتعديل بعض العبارات وبعد ذلك تم صياغة العبارات بشكل ملائم وأكثر وضوحا وبساطة لتظهر في شكلها النهائي.

2. ثبات أداة الدراسة

يقيس الثبات مدى استقرار أداة الدراسة وعدم تناقضها، حيث يوضح ما إذا كانت قائمة الاستقصاء ستعطي نفس النتائج باحتمال مساوي لقيمة المعامل المحسوب في حالة ما إذا تم إعادة توزيعها على نفس أفراد العينة، وقد تم فحص عبارات الاستبيان في دراستنا من خلال مقياس ألفا كرونباخ، الموضح في الجدول الذي في الأسفل لحساب ثبات المقياس فلوحظ أن معامل الثبات لإجابات أساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير نسبتها مقبولة، وتعد هذه النسبة ذات دلالة إحصائية عالية وتفي بأغراض الدراسة، بحيث يجب أن لا تقل قيمة المعامل عن 62% لكي نعتمد النتائج المتوصل إليها في البحث.

جدول رقم (2-4): يوضح نتائج صدق المقاييس المستخدمة لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون.

عدد العبارات	ألفا كرونباخ
27	0.936

المصدر: من أعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات SPSS

يتبين لنا من خلال نتائج الجدول أعلاه أن معامل ألفا كرونباخ بلغ حوالي 93%، حيث يعتبر ذو مستوى جيد جدا من الثبات والثقة، وهذا يعني أن هناك استقرار بدرجة عالية في نتائج الاستبيان وعدم تغيرها بشكل كبير.

المبحث الثاني : نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها

بعد القيام بتفريغ الاستبيانات المسترجعة والصالحة للدراسة في برنامج Spss v23، سنعرض فيما يلي مختلف النتائج المتحصل عليها والخاصة بالعينة المستجوبة.

المطلب الأول : عرض النتائج الدراسة وتحليلها

الفرع الأول: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

سنعرض خصائص العينة المستجوبة وذلك من خلال متغيرات: (الجنس، العمر، الوظيفة، مدة التعامل مع البنك).

أولاً : توزيع الأفراد حسب متغير الجنس

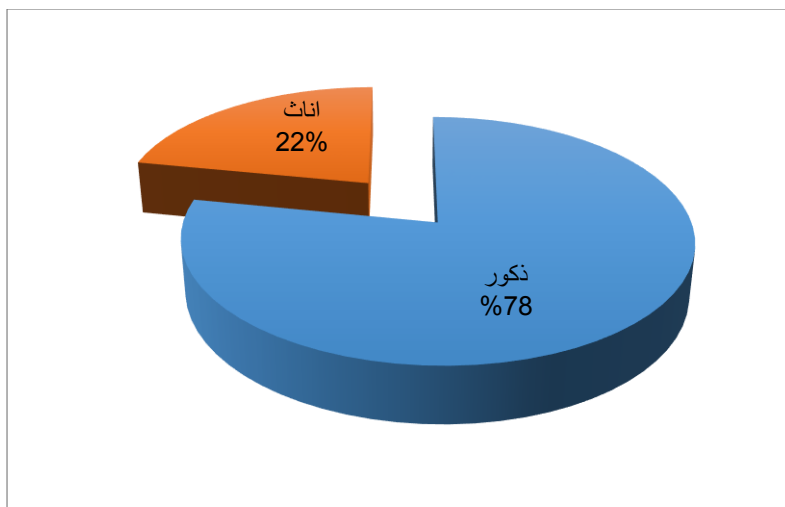
يبين الجدول رقم (2-5) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ أن عدد المستجوبين الذكور قد بلغ 75 مستجوباً بنسبة قدرها 78.1%، أما عدد المستجوبين الإناث فبلغ 21 مستجوباً بنسبة قدرها 21.9%.

الجدول رقم (2-5): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
78.1%	75	الذكور
21.9%	21	الإناث
100%	96	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

شكل رقم (2-2): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبين باستخدام Excel

نلاحظ من الشكل أعلاه أن أغلب فئة المستجوبين كانوا من الذكور حيث بلغت نسبتهم 78.1%، أي بتعداد 75 فرد من الذكور، أما نسبة الإناث فبلغت 21.9%، أي بتعداد 21 فرد من الإناث.

ثالثا: توزيع الأفراد حسب العمر

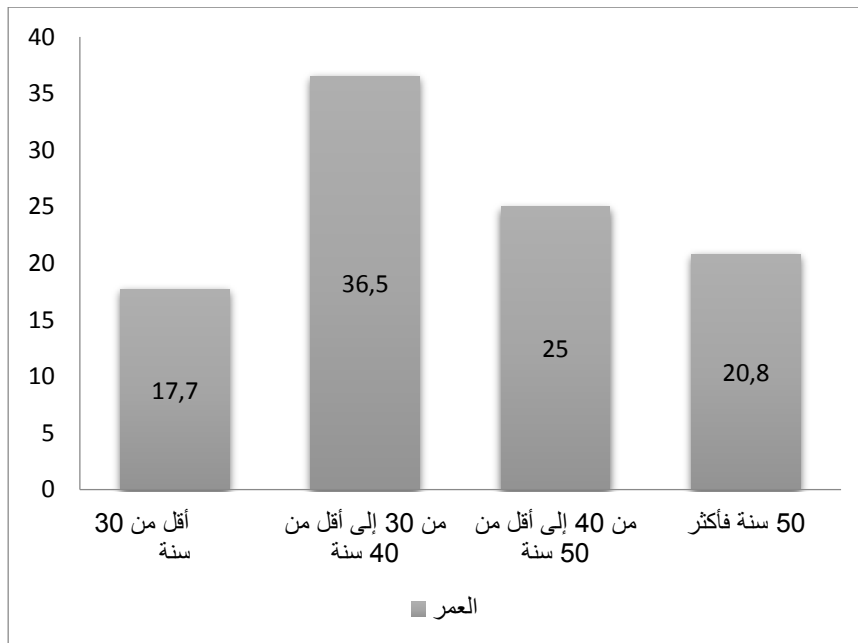
يبين الجدول رقم (2-6) توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر، حيث نلاحظ أن عدد المستجوبين البالغ سنهم أقل من 30 سنة قد بلغ 17 مستجوبا، بنسبة قدرها 17.73%، في حين أن عدد المستجوبين البالغ أعمارهم من 30 إلى أقل من 40 سنة بلغ 35 مستجوبا، أي بنسبة 36.5%، أما المستجوبين البالغة أعمارهم من 40 إلى أقل من 50 سنة فبلغ عددهم 24 مستجوبا بنسبة 25%، أما الفئة الأخيرة وهم أفراد العينة البالغة أعمارهم أكثر من 50 سنة فقد بلغ 20 مستجوبا أي بنسبة 20.8%.

الجدول رقم (2-6): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

النسبة	التكرار	الفئة العمرية
17.7%	17	أقل من 30 سنة
36.5%	35	من 30 إلى أقل من 40 سنة
25%	24	من 40 إلى أقل من 50 سنة
20.8%	20	50 سنة فأكثر
100.0%	96	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات SPSS

شكل رقم (2-3) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات Excel

نلاحظ من الشكل أعلاه أن نسبة 36.5% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 30 إلى أقل من 40 سنة، تليها الفئة التي يتراوح أعمارهم ما بين 40 إلى أقل من 50 سنة، والتي بلغت نسبتها 25%، أما الفئة العمرية من 50 سنة فأكثر قد بلغت نسبتها 20.8%، في حين نجد أن الفئة الأقل، من 30 سنة كانت نسبتها 17.7% فقط، والملاحظ هنا أن الفئة العمرية الغالبة على أفراد العينة هي من 30 إلى أقل من 40.

ثانياً: توزيع الأفراد حسب المهنة

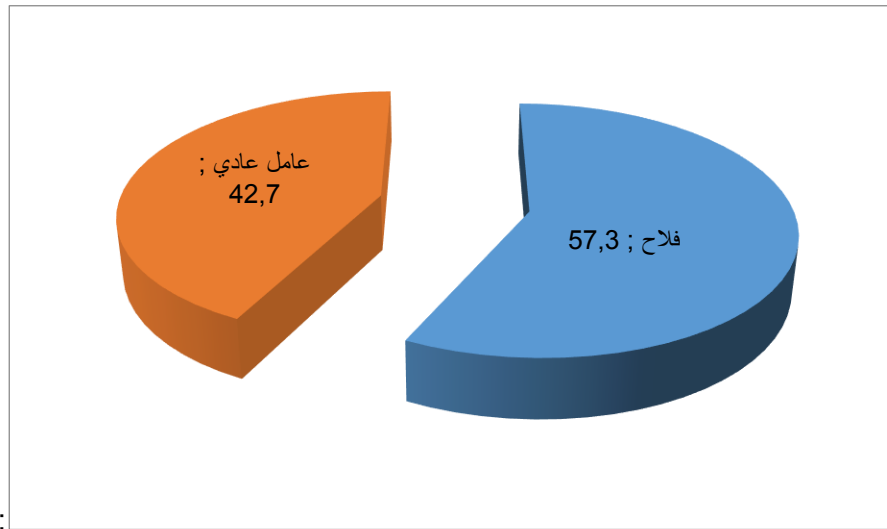
يبين الجدول رقم (2-7) توزيع عينة الدراسة حسب متغير الخبرة، إذا نلاحظ أن عدد المستجوبين من فئة الفلاحين بلغ 55 مستجوب أي بنسبة 57.3%، في حين بلغ عدد المستجوبين من فئة العمال العاديين 41 مستجوباً أي بنسبة 42.7%.

الجدول رقم (2-7) : يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير المهنة

النسبة	التكرار	المهنة
57.3%	55	فلاح
42.7%	41	عامل عادي
100%	96	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين اعتماداً على مخرجات SPSS

شكل رقم (2-4) : يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المهنة



المصدر: من إعداد الطالبين اعتماداً على مخرجات Excel

نلاحظ من الشكل أعلاه، أن عدد المستجوبين الأكبر كان في فئة الفلاحين، حيث بلغ 55 مستجوباً بنسبة قدرها 57.3%، يليها عمال عاديين التي بلغت 41 مستجوباً بنسبة 42.7%.

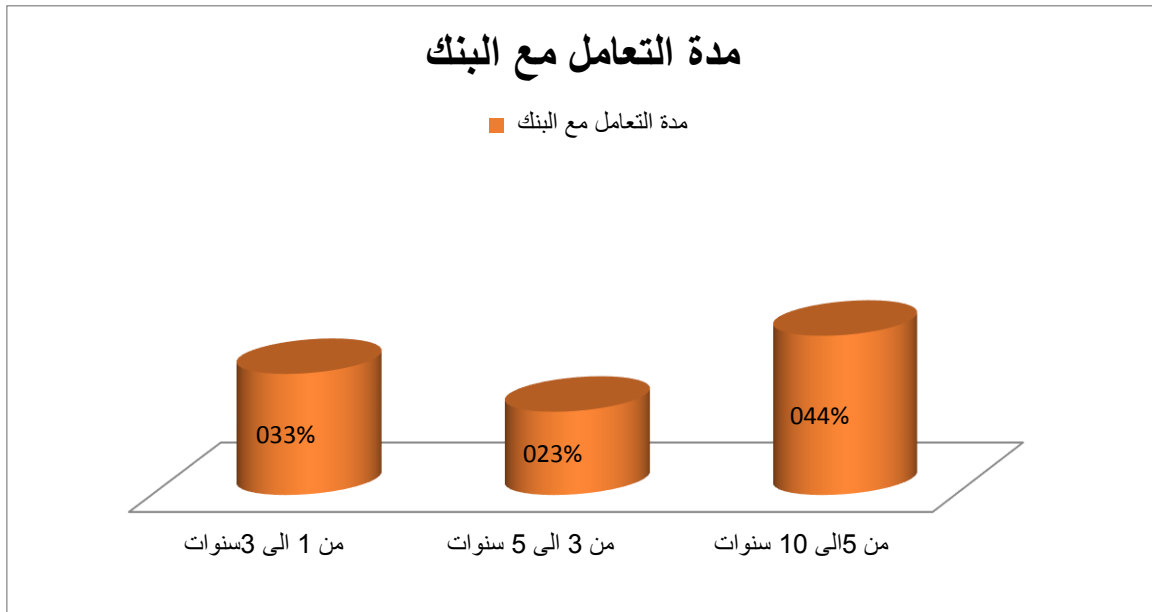
رابعاً: توزيع أفراد العينة حسب مدة التعامل مع البنك

الجدول رقم (2-8): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك

النسبة	التكرار	مدة التعامل مع البنك
33.3%	32	من 1 إلى 3 سنوات
22.90%	22	من 3 إلى 5 سنوات
43.8%	42	من 5 إلى 10 سنوات
100%	96	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات نتائج SPSS

شكل رقم (2-5) يوضح: توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة التعامل مع البنك



المصدر: من إعداد الطالبين اعتماداً على مخرجات Excel

يبين الجدول رقم (2-8) توزيع عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع البنك، حيث نلاحظ أن عدد المستجوبين الذين تتراوح مدة تعاملهم مع البنك من 1 إلى 3 سنوات هو 32 بنسبة 33.3% وعدد الذين تتراوح مدة تعاملهم مع البنك من 3 إلى 5 سنوات هو 22 بنسبة 22.9% وعدد الذين تتراوح مدة تعاملهم مع البنك من 5 إلى 10 سنوات هو 42 بنسبة 43.8% وهذا ما يفسر استمرار المتعاملين مع الوكالة البنكية محل الدراسة ويثبت ولائهم لها.

الفرع الثاني : عرض وتحليل نتائج محاور الاستبيان

سيتم حساب كل من المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتحديد الدرجة التي تتوافق مع المتوسط الحسابي في ضوء

طريقة القياس التي أشرنا إليها سابقاً.

أولاً: المحور الأول: جودة الخدمات البنكية

يهدف هذا المحور إلى تقييم مستوى وواقع جودة الخدمات البنكية من خلال التطرق إلى نتائج الدراسة التي شملت أبعاد جودة الخدمات البنكية.

البعد الأول : الملموسية

جدول رقم (2-9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة المستجوبة حول بعد الملموسية

الرقم	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
01	يتمتع البنك بموقع ملائم	4.23	0.406	1	عالي
02	التصميم الداخلي للبنك يساعد على تقديم الخدمة	4.03	0.387	4	جيد
03	يسهل الوصول الى البنك بسهولة	4.16	0.399	2	جيد
04	يتمتع موظفو البنك بالمظهر اللائق	4.04	0.388	3	جيد
	البعد الأول : الملموسية	4.11	0.395	—	جيد

المصدر: من اعداد الطالبين باعتماد على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن آراء أفراد العينة الخاصة بالبعد الأول (الملموسية) جاءت كلها بتوجه موافق، وهذا ما يوضحه لنا المتوسط العام لعبارات هذا البعد الذي بلغ (4.11) وانحراف معياري بلغ (0.395)، مما يدل على أن أفراد العينة من الزبائن موافقون على وجود الملموسية في جودة الخدمات في البنك بنسبة جيدة وهذا من وجهة نظرهم، وأنهم يولونها أهمية كبيرة في بروز جودة الخدمة في البنك، وقد احتلت العبارة رقم 1 (يتمتع البنك بموقع ملائم) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.23) وانحراف معياري بلغ (0.406) في حين جاءت العبارة رقم 2 (التصميم الداخلي للبنك يساعد على تقديم الخدمة) في المرتبة الأخيرة بين عبارات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (4.03) وانحراف معياري بلغ (0.387).

البعد الثاني : الاعتمادية

جدول رقم (2-10): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة المستجوبة حول بعد الاعتمادية

الرقم	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
05	يقدم البنك الخدمة في مواعيدها المناسبة.	3,75	0.360	4	جيد
06	يهتم البنك بالرد على جميع استفسارات الزبائن.	3,83	0.368	3	جيد
07	يحرص البنك على تقديم كشوفات دقيقة من أول مرة.	4,02	0.386	1	جيد
08	يسعى البنك على اطلاع زبائنه بكل الخدمات الجديدة التي يوفرها.	3,98	0.382	2	جيد
	البعد الثاني : الاعتمادية	3.89	0.374	_	جيد

المصدر: من اعداد الطالبين باعتماد على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن آراء أفراد العينة الخاصة بالبعد الثاني (الاعتمادية) جاءت كلها بتوجه موافق، وهذا ما يوضحه لنا المتوسط العام لعبارات هذا البعد الذي بلغ (3.89) وانحراف معياري بلغ (0.374)، مما يدل على وجود بعد الاعتمادية بنسبة كبيرة من وجهة نظرهم.

احتلت العبارة رقم 7 (يحرص البنك على تقديم كشوفات دقيقة من أول مرة) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.02) وانحراف معياري بلغ (0.386) في حين جاءت العبارة رقم 5 (يقدم البنك الخدمة في مواعيدها المناسبة) في المرتبة الأخيرة بين عبارات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.75) وانحراف معياري بلغ (0.360).

البعد الثالث: الاستجابة

جدول رقم (2-11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة المستجوبة حول بعد الاستجابة

الرقم	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
09	يقدم البنك الخدمة بشكل سريع	3,68	0.353	2	جيد
10	يستجيب البنك بسرعة للشكاوى واستفساراتهم	3,39	0.325	3	متوسط
11	يحرص البنك على الرد الفوري على الحالات الطارئة (كضياح دفتر الشيكات وبطاقات السحب.....)	3,71	0.356	1	جيد
	البعد الثالث : الاستجابة	3.59	0.344	_	جيد

المصدر: من اعداد الطالبين باعتماد على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن آراء أفراد العينة الخاصة بالبعد الثالث (الاستجابة) جاءت كلها بتوجه موافق، وهذا ما يوضحه لنا المتوسط العام لعبارات هذا البعد الذي بلغ (3.59) وانحراف معياري بلغ (0.344)، مما يدل على وجود بعد الاستجابة بنسبة مقبولة من وجهة نظرهم.

احتلت العبارة رقم 11 (يحرص البنك على الرد الفوري على الحالات الطارئة (كضياح دفتر الشيكات وبطاقات السحب....) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.71) وانحراف معياري بلغ (0.356) في حين جاءت العبارة رقم 10 (يقدم يستجيب البنك بسرعة للشكاوى واستفساراتهم) في المرتبة الأخيرة بين عبارات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.39) وانحراف معياري بلغ (0.325).

البعد الرابع : الأمان

جدول رقم (2-12): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة المستجوبة حول بعد الأمان

الرقم	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
12	أشعر بالأمان في التعامل مع البنك	4,08	0.392	2	جيد
13	يتجاوب البنك بشكل سريع عند فقدان البطاقة المصرفية	4,16	0.399	1	جيد
14	يوفر أعوان الأمان الحماية داخل البنك وخرجه	3,82	0.367	3	جيد
	البعد الرابع : الأمان	3.95	0.380	—	جيد

المصدر: من اعداد الطالبين باعتماد على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن آراء أفراد العينة الخاصة بالبعد الرابع (الأمان) جاءت كلها بتوجه موافق، وهذا ما يوضحه لنا المتوسط العام لعبارات هذا البعد الذي بلغ (3.95) وانحراف معياري بلغ (0.380)، مما يدل على وجود بعد الأمان بنسبة مقبولة من وجهة نظرهم.

احتلت العبارة رقم 13 (يتجاوب البنك بشكل سريع عند فقدان البطاقة المصرفية) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (4.16) وانحراف معياري بلغ (0.399) في حين جاءت العبارة رقم 14 (يوفر أعوان الأمان الحماية داخل البنك وخرجه) في المرتبة الأخيرة بين عبارات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.82) وانحراف معياري بلغ (0.367).

البعد الخامس: التعاطف

جدول رقم (2-13): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة المستجوبة حول بعد التعاطف

الرقم	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
15	يولي البنك الاهتمام الفردي لكل زبون	3,47	0.333	3	جيد
16	يقدر البنك ظروف الزبائن وييدي عناية بهم	3,65	0.347	2	جيد
17	يوفر البنك ساعات عمل تناسب الزبون	3,74	0.359	1	جيد
18	يقوم موظفو البنك بملء البيانات المطلوبة المعاملات المصرفية عوضا عن الزبون	3,08	0.296	4	متوسط
	البعد الخامس : التعاطف	3.48	0.333	—	جيد

المصدر: من اعداد الطالبين باعتماد على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن آراء أفراد العينة الخاصة بالبعد الخامس (التعاطف) جاءت كلها بتوجه موافق، وهذا ما يوضحه لنا المتوسط العام لعبارات هذا البعد الذي بلغ (3.48) وانحراف معياري بلغ (0.333)، مما يدل على وجود بعد التعاطف بنسبة مقبولة من وجهة نظرهم.

احتلت العبارة رقم 17 (يوفر البنك ساعات عمل تناسب الزبون) المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ (3.74) وانحراف معياري بلغ (0.359) في حين جاءت العبارة رقم 18 (يقوم موظفو البنك بملء البيانات المطلوبة المعاملات البنكية عوضا عن الزبون) في المرتبة الأخيرة بين عبارات هذا البعد بمتوسط حسابي بلغ (3.08) وانحراف معياري بلغ (0.296).

ثانيا: المحور الثاني: رضا الزبون

جدول رقم (2-14): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات حول عبارات رضا الزبون

الرقم	العبارات	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
1	يسعى البنك دائما لتسهيل الإجراءات الإدارية	3,57	0.343	8	جيد
2	شروط التعامل مع البنك واضحة ومفهومة	3,83	0.368	3	جيد
3	يحرص البنك على السرعة في إنجاز المعاملة	3,75	0.360	5	جيد
4	يتعامل موظفو المصرف بلطف مع جميع الزبائن	3,73	0.358	6	جيد
5	يعي موظفو البنك جيدا بمهامهم	3,91	0.375	1	جيد
6	يتمتع موظفو البنك بالمهارة في تقديم الخدمة	3,88	0.372	2	جيد
7	يسعى موظفو البنك لتوفير أفضل خدمة وفي أي وقت	3,82	0.367	4	جيد
8	حرص البنك على تقديم الخدمات بشكل جيد يجعلني أثق به	3,59	0.345	7	جيد
9	سهولة الاتصال البنك عبر الهاتف وعبر البريد الإلكتروني	3,13	0.300	9	متوسط
	المتغير التابع: رضا الزبون	3.69	0.387	-	جيد

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن اغلب العبارات جاءت بتوجه موافق أي بمتوسط (3.69) وانحراف معياري (0.387) إلا العبارة 5 (يعي موظفو البنك جيدا بمهامهم) التي كانت بتوجه موافق والتي جاءت في المرتبة الأولى، وكانت بمتوسط (3.91) وانحراف معياري يقدر ب (0.375)، وجاءت العبارة 9 (سهولة الاتصال البنك عبر الهاتف وعبر البريد الإلكتروني) في مرتبة الأخيرة بمتوسط (3.13) وانحراف معياري (0.300).

المطلب الثاني : تحليل مناقشة النتائج الدراسة

الفرع الأول: ربط النتائج بالفرضيات وتفسيرها

أولاً: العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة

- الفرضية الأولى: مستوى مرتفع لجودة تقييم الخدمات لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وهذا راجع لبعد الأمان على حساب أبعاد جودة الخدمات البنكية والمتمثلة في (الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف).

جدول رقم (2-15): قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور جودت الخدمات

الرقم	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
01	بعد الملموسية	4.11	0.395	1	جيد
02	بعد الاعتمادية	3.89	0.374	3	جيد
03	بعد الاستجابة	3.59	0.344	4	جيد
04	بعد الأمان	3.95	0.380	2	جيد
05	بعد التعاطف	3.48	0.333	5	جيد
	المتوسط العام لأبعاد جودة الخدمات	3.80	0.365	-	جيد

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أنه تم تقييم مستوى جودة خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت، نجد أن مستوى جودة الخدمة ذو مستوى جيد بحكم اتجاهه جل الأبعاد المعتمدة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) كانت جيدة، ولدينا المتوسط الحسابي العام لأبعاد جودة الخدمات يساوي (3.80) وبانحراف معياري مقدره (0.365) ويشير إلى أن مستوى جودة الخدمات البنكية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت جيدة وذات قبول عند الزبائن.
ثانياً:

- الفرضية الثانية: مستوى درجة رضا الزبائن على جودة الخدمات بالبنك محل الدراسة جيد من خلال جودة الخدمات البنكية بأبعدها (الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف) وهذا بسبب رضا العملاء.

الجدول رقم (2-16): قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور رضا الزبون

الرقم	البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
01	المستوى العام المتوسط الحسابي لرضا الزبون	3.69	0.387	جيد

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول نلاحظ أن تقييم مستوى رضا الزبائن على جودة خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية حيث نجد المتوسط الحسابي قدره (3.69) وبانحراف معياري قدره (0.387) يعني أن مستوى رضا الزبائن على جودة الخدمات البنكية بالبنك محل الدراسة جيدة.

جدول رقم (2-17): يوضح معاملات الارتباط

النموذج	معامل الارتباط	معامل تحديد	معامل تحديد المعدل	الخطئة المعياري
1	0.774	0.598	0.556	0.57756

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول رقم (2-17)، يتبين لنا وجود دلالة إحصائية لتأثير جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون في بنك محل الدراسة، حيث كان $R=0.774$ معامل الارتباط الخطي، أي يوجد ارتباط خطي موجب بنسبة 77.4%، بمعنى أنه توجد علاقة طردية قوية بين (جودة الخدمات البنكية) كمتغيرات مستقل رضا الزبون كمتغير تابع، وبلغت نسبة اختبار R -deux (35.7%)، والتي تبين مدى دقة جودة الخدمات البنكية في تقدير رضا الزبون، أي أن (59.8%) من رضا الزبون يعود الى جودة الخدمات البنكية.

ثالثا: تباين خط الانحدار

- الفرضية الثالثة: يوجد اثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لأبعاد الجودة البنكية على رضا الزبون بالوكالة البنكية محل الدراسة.

جدول رقم (2-18): يوضح تباين خط الانحدار لرضاء الزبون

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	42,752	9	4,750	14,240	,000 ^b
	de Student	28,687	86	,334		
	Total	71,440	95			

a. Variable dépendante : typeB

b. Prédicteurs : (Constante),

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول أعلاه يتبين لنا ما يلي:

- مجموع مربعات الانحدار يساوي 42.752 ومجموع مربعات البواقي هو 28.687 ومجموع المربعات الكلي يساوي 71,440؛

- درجة حرية الانحدار هي 9 ودرجة حرية البواقي 86؛
- معدل مربعات الانحدار هو 4,750 ومعدل مربعات البواقي 0.334؛
- قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار هو 14,240؛
- مستوى دلالة الاختبار 0,00 أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0,05 فنرفضها، وبالتالي خط الانحدار يلائم المعطيات.

ثالثا: دراسة معاملات خط الانحدار

- الفرضية الرابعة: توجد علاقة طردية بين جودة الخدمات البنكية ورضا الزبون لان معامل الارتباط الخطي بين المتغيرين $R=0.774$ ، ومنه تحقق الفرضية، أي كلما زادت جودة الخدمات البنكية كل ما زاد رضا الزبون في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

جدول رقم (2-19): يوضح قيم معاملات خط الانحدار لرضا الزبون

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés Bêta	t	Sig.
	B	Erreur standard			
1					
(Constante)	,470	,313		1,504	,136
الإجراءات لتسهيل دائما البنك يسعى الإدارية	,108	,086	,145	1,254	,213
ومفهومة واضحة البنك مع التعامل شروط	-,028	,093	-,037	-,305	,761
انجاز في السرعة على البنك يحرص المعاملة	,164	,076	,200	2,161	,033
جميع مع بلطف المصرف موظفو يتعامل الزبائن	,085	,081	,109	1,045	,299
بمهامهم جيدا البنك موظفو يعي	,064	,080	,082	,805	,423
تقديم في بالمهارة البنك موظفو يتمتع الخدمة	,059	,100	,071	,590	,557
خدمة أفضل لتوفير البنك موظفو يسعى وقت أي وفي	,218	,084	,257	2,583	,011
الخدمات تقديم على المصرف حرص به أثق يجعلني جيد بشكل	,009	,077	,013	,119	,905
وعبر الهاتف عبر البنك الاتصال سهولة الاللكتروني البريد	,140	,053	,220	2,638	,010

a. Variable dépendante : typed

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول أعلاه يتبين لنا ما يلي: مقطع خط الانحدار يساوي 0.128 الذي يمثل a من معادلة المستقيم $Y=a+Bx$ ، أما ميل خط الانحدار فهو متعدد بالنسبة للمتغير المستقل، كما نلاحظ أن إشارة معامل $B\hat{e}t\alpha$ هي موجبة للدلالة على العلاقة الطردية بين أبعاد جودة الخدمات البنكية ورضا الزبون، وهي تعني أنه كلما زادت الإجراءات المحققة لأبعاد جودة الخدمات البنكية كلما زاد رضا الزبون.

$$Y=0.470X$$

معادلة خط الانحدار هي $Y=0.470X$.

الفرع الثاني : مناقشة نتائج الدراسة

بعد تحليل الاستبيان واختبار فرضيات الدراسة بالأساليب الإحصائية المناسبة، من أجل تحليل بعض المتغيرات تم التوصل إلى النتائج التالية:

فيما يخص واقع متغيرات الدراسة: كما سبق الذكر أن متغيرات الدراسة هي جودة الخدمات البنكية كمتغيرات مستقلة ورضا الزبون كمتغير تابع.

- جودة الخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

المتوسط العام لجودة الخدمات البنكية كان مرتفعا مما يدل على النظرة الإيجابية لأفراد العينة لأبعاد هذا المتغير، حيث كانت نظرتهم،

فيما يخص بعد الملموسية : من خلال الجدول رقم (2-10) الذي جاءت نتائجه كلها بتوجه موافق وبمتوسط عام قدره (4.11)، وهذا يدل على أهمية هذه البعد بالنسبة في جودة الخدمات البنكية، حيث تمكن أفراد العينة بالالتماس جودة الخدمات في البنك محل الدراسة وهذا مدلت عليه العبارات منها العبارة 1 (يمتلك البنك موقع موائم) والذي يسهل على الزبون الوصول الى موقعه كما دلت عليه العبارة رقم 3 (يسهل الوصول الى البنك بسهولة) وهذا يلعب دور مهم في الجانب التجاري والأهم هو مكل موائم لزبون.

فيما يخص بعد الاعتمادية : من خلال الجدول رقم (2-11) الذي جاءت نتائجه كلها بتوجه موافق وبمتوسط عام قدره (3.98)، وهذا يؤكد على أهمية هذا البعد الذي يهتم بوصول الخدمات بالفعالية اللازمة كما دلت عليه العبارتين 2(يهتم البنك بالإجابة على كل استفسارات الزبائن) و 3 (يحرص البنك على تقديم كشوفات دقيقة من أول مرة) مع أهمية الوقت في تقديم الخدمات كما دلت العبارة 1 (يقدم البنك الخدمة في الوقت المناسب).

فيما يخص بعد الاستجابة من خلال الجدول رقم (2-12) الذي جاءت نتائجه كلها بتوجه موافق وبمتوسط عام قدره (3.59)، إلا العبارة رقم (2) "يستجيب البنك بسرعة لشكاوي واستفساراتهم" والتي حظيت باتجاه محايد). أما العبارة 1 و3 جاءت باتجاه موافق وهي (يقدم البنك الخدمة بشكل سريع) و(يحرص البنك على الرد السريع على الحالات الطارئة (كضياع دفاتير الشيكات وبطاقات السحب).

فيما يخص بعد الأمان : من خلال الجدول رقم (2-13) الذي جاءت نتائجه كلها بتوجه موافق وبتوسط عام قدره (3.95)، ويدل ذلك على أن بعد الأمان يحظى بأهمية كبيرة لدى الزبائن، وأن هناك نظرة جيدة من قبلهم، كونها تساعد على راحتهم كما هو موضح في عبارتي هذا البعد (اشعر بالأمان في تعامل مع البنك) و(يوفر أعوان الأمن الحماية داخل البنك).

فيما يخص بعد التعاطف: من خلال الجدول رقم (2-14) الذي جاءت نتائجه كلها بتوجه موافق وبتوسط عام قدره (3.48)، حيث يعرف هذا البعد أهمية كبيرة لأنه يأخذ الجانب المعنوي لزبون كما هو مبين في العبارات(يقدر البنك ظروف الزبائن يبدي عناية بهم) و(يوفر البنك ساعات عمل تتناسب مع الزبون).

في ما يخص جودة الخدمات البنكية: إذا فيما يخص جودة الخدمات البنكية، كان مستواها جيد لدى أفراد العينة وهذا راجع إلى طبيعة عمل القطاع البنكي والمنافسة المحاطة بها وجاءت أهمية الأبعاد وفق الترتيب التالي الملموسية، الأمان، الاعتمادية، التعاطف.

الفرع الثالث : مناقشة النتائج الإحصائية

أولاً: العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة:

من خلال الجدول رقم (2-19) لاحظنا أن جميع العلاقات الارتباطية دالة إحصائياً وعند مستويات إيجابية بين المتغيرات المستقلة جودة الخدمات البنكية وهي (الملموسية، الاعتمادية الاستجابة، الأمان، التعاطف ورضا الزبون كمتغير تابع، سواء على المستوى الكلي أو على مستوى كل متغير على حده، وقد بلغت القيمة الإجمالية للعلاقة الارتباطية بين جودة الخدمات البنكية ورضا الزبون نسبة (77.4%) وهي تعد قيمة إيجابية تؤكد على التأثير الكبير لجودة الخدمات البنكية على رضا الزبون ، وهذا ما أكدت عليه الدراسات السابقة.

رضا الزبون : المتوسط العام لرضا الزبون كان مرتفعاً مما يدل على النظرة الإيجابية لأفراد العينة لعبارات هذا المتغير، حيث كانت نظرتهم اتجاه كل عبارة كما يلي :

جاءت العبارة رقم (5) (يعي موظفو البنك بمهمهم) في المرتبة الأولى بمتوسط يقدر بـ (3.91) ثم يليه في المرتبة الثانية عبارة رقم (6) (يتمتع موظفو البنك بالمهارة في تقديم الخدمة) بمتوسط يقدر بـ (3.88) وفي المرتبة الثالثة العبارة رقم (2) (شروط التعامل مع واضحة ومفهومة) بمتوسط يقدر بـ (3.83)، ثم العبارة رقم (7) (يسعى موظفو البنك على توفير الخدمة في الوقت المناسب) في المرتبة الرابعة بمتوسط (3.82)، ثم جاءت العبارة رقم (5) (حرص البنك في إنجاز المعاملة) في المرتبة الخامسة بمتوسط يقدر بـ (3.75)، ثم تليها العبارة رقم (4) (يتعامل موظفو البنك بلطف مع جميع الزبائن) في المرتبة (6) بمتوسط يقدر بـ (3.73)، ثم تليها العبارة رقم (8) (حرص المصرف بتقديم الخدمة بشكل جيد يجعلني أثق به) في المرتبة (7) بمتوسط يقدر بـ (3.59)، ثم تليها العبارة رقم (1) (يسعى البنك دائماً لتسهيل الإجراءات الإدارية) في المرتبة (8) بمتوسط يقدر بـ (3.57)، ثم العبارة رقم (9) (سهولة البنك في الاتصال عبر الهاتف والبريد الإلكتروني) في المرتبة (9) والأخيرة بمتوسط يقدر بـ (3.13) .

ثانيا : دراسة معاملات خط الانحدار

1 خط الانحدار بالمربعات الصغرى

- مجموع مربعات الانحدار يساوي 42.752 ومجموع مربعات البواقي هو 28.687 ومجموع المربعات الكلي يساوي 71,440؛
- درجة حرية الانحدار هي 9 ودرجة حرية البواقي 86؛
- معدل مربعات الانحدار هو 4,750 ومعدل مربعات البواقي 0.334؛
- قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار هو 14,240؛
- مستوى دلالة الاختبار 0,00 أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0,05 فنرفضها، وبالتالي خط الانحدار يلائم المعطيات.

الفرع الرابع: اختبار T وتحليل التباين الأحادي لدراسة فروق المتوسطات بين أبعاد جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون.

- الفرضية الخامسة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات البنكية تعزى بالمتغيرات الديموغرافية لان مستوى المعنوية لاختبار T بلغ 13.139 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه تحقق الفرضية أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمتغيرات الشخصية.

أولا : اختبار T

جدول رقم (2-20): يوضح تحليل اختبار T لدراسة فروق المتوسطات بين أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس بخصوص

جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون

Independent Samples Test					
		ماتم بموقع البنك بتمتع		زبون لكل الفردي الاهتمام البنك بولي	
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed	Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F	13.139		10.513	
	Sig.	.000		.002	
t-test for Equality of Means	t	.539	.417	2.936	2.313
	df	94	24.508	94	24.864
	Sig. (2-tailed)	.591	.680	.004	.029
	Mean Difference	.110	.110	.771	.771
	Std. Error Difference	.205	.265	.263	.333
	95% Confidence Interval of the Difference	Lower	-.296-	-.436-	.250
	Upper	.517	.657	1.293	1.458

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه لاختبار **T** أن مستوى المعنوية لاختبار ليفن لتجانس العينتين (الذكور- إناث) قد بلغ (0.002) مما يدل على وجود تجانس بين العينتين، أما مستوى المعنوية لاختبار **T** بلغ 13.139 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05، وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعا لمتغير الجنس بخصوص مساهمة أبعاد جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون.

ثانيا: تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) للاختبار تأثيرات المتغيرات الشخصية (الديمغرافية) على المتغير التابع

جدول رقم (2-21): يوضح تحليل التباين الأحادي لدراسة فروق المتوسطات تبعا للمتغيرات الشخصية بخصوص مساهمة أبعاد جودة الخدمات البنكية

ANOVA

ملامح بموقع البنك يتمتع

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.001	1	3.001	4.553	.035
Within Groups	61.957	94	.659		
Total	64.958	95			

المصدر : من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يظهر من خلال الجدول السابق التحليل التباين الأحادي أن القيمة الإحصائية للمتغيرات الشخصية كانت قيم (Sig=0.035) أقل من مستوى المعنوية (0.05) وبالتالي عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستجوبين تبعا للمتغيرات الشخصية للأفراد العينة بخصوص مساهمة أبعاد جودة الخدمة البنكية.

خلاصة الفصل :

تطرقنا في هذا الفصل إلى المنهج المتبع في دراستنا الذي نسعى بانتهاجه الوصول إلى غايتنا من هذا البحث في دراسة أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون لدى عينة من العاملين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت وذلك من خلال بناء أداة الدراسة التي تتوافق مع المؤسسات محل الدراسة، وتأخذ بعين الاعتبار الظروف المتعلقة بالعمل ليتم بعد ذلك اختبار ثباتها وصدقها من خلال عرضها على أساتذة محكمين بالإضافة إلى قياسها بمعاملات القياس اللازمة، بالإضافة إلى التطرق إلى خصائص العينة من خلال معالجة المتغيرات الشخصية، وكل فقرة من فقرات الاستبيان بالأساليب الإحصائية المعروفة من متوسط حسابي وانحراف معياري، ليتم بعد ذلك الإجابة على الفرضيات والتطرق إلى النتائج المتوصل إليها بشأن الدراسة.

الخاتمة

الخاتمة

لقد حاولنا من خلال هذا الموضوع التعرف على أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون في البنك الفلاحة وتنمية الريفية وذلك عبر الإجابة عن التساؤلات التي تمثل إشكالية البحث، وللإجابة عليها قمنا بتقسيم بحثنا هذا إلى فصلين، حيث تناولنا في الفصل الأول جانب الأدبيات النظرية رضا الزبون وجودة الخدمات البنكية، وبعض الدراسات السابقة التي تندرج تحت سياق هذا الموضوع وفيما يخص الفصل الثاني تطرقنا للدراسة التطبيقية وقمنا بدراسة حالة على عينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية توقرت.

ويمكن القول أن جودة الخدمات البنكية لها دور كبير في تحسين وتعزيز رضا الزبون بنسبة للقطاع البنكي محل الدراسة فهي تهتم بجميع ما يخص الزبائن المتوفرين ومحاولة جذب زبائن جدد وهذا ما يبرز في ولاء العملاء ومدة التعامل مع البنك ومحاولة استقطاب زبائن جدد لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

أولاً: نتائج الدراسة

- وجود انطباع إيجابي ورضا لأفراد عينة الدراسة عن الخدمات البنكية التي تقدمها الوكالات البنكية بتوقرت محل الدراسة بصفة عامة؛
- معظم زبائن الوكالات البنكية محل الدراسة ينتمون إلى الفئة العمرية ما بين 30 إلى 40 سنة؛
- أغلب زبائن الوكالات البنكية محل الدراسة لهم ولاء وهو ما تؤكد مدة التعامل مع البنوك؛
- كانت درجة الجودة جيدة بالوكالات البنكية محل الدراسة فيما يخص المرافق وقاعات الانتظار ملائمة، اهتمام العمال بالرد على شكاوي الزبائن وأخيراً فترة الانتظار قصيرة لتقديم الخدمة؛
- درجة رضا الزبون في الوكالات البنكية محل الدراسة كانت جيدة.

ثانياً: توصيات

- من خلال النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم الاقتراحات التالية :
- الاهتمام بالجانب العاطفي لزبائن؛
 - على المؤسسات أن تتميز بأدائها في تقديم الخدمات وفي 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 قياساً بالبنوك الأخرى المنافسة؛
 - إعداد برامج علمية لتطوير خبرات ومهارات الموظفين من أجل تقديم أفضل الخدمات الممكنة للزبائن؛
 - الاستفادة من نتائج هذه الدراسة ولا سيما فيما يتعلق بالتقييم الإيجابي لمستوى جودة الخدمات البنكية الفعلية المقدمة إلى الزبائن؛
 - تحديد الخدمات التي تتناسب ورقمته.

الخاتمة

رابعاً: آفاق البحث

وفي ختام هذه الدراسة وبعد الوصول إلى النتائج السابقة للبحث، فتحت دراستنا أفاقاً جديدة للدراسة والتي يمكن

معالجتها مستقبلاً لمواصلة البحث على سبيل المثال في المجالات التالية:

✓ دور الخدمات الرقمية في تحسين جودة الخدمات البنكية؛

✓ قياس رضا الزبون بجودة الخدمات البنكية؛

✓ أثر السلوك الموظفين على رضا الزبون.

قائمة المراجع

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب

- 1) تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2005.
- 2) إياد عبد الفتاح النصور، تسويق المنتجات المصرفية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 3) الخفاجي الحاكم الجبوري، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون، جامعة الكوفة، العراق.
- 4) رشاد نعمان شامع العامري، الخدمات المصرفية الائتمانية في البنوك الإسلامية، ط1، دار الفكر الجامعي الإسكندرية، 2013.
- 5) رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمات المصرفية، ط1، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 6) رفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة والقياس المقارن، دار الفكر العربي، دار الكتاب الحديث، دب، دت.
- 7) علاء فرحان طالب وآخرون، المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 8) علوطي سهام، دور التسويق الأخضر دراسة حالة NCA روية، تخصص إدارة تسويق، جامعة أحمد بوقرة، 2016.

ثانياً: المذكرات

- 9) بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على أثر المستهلك، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007.
- 10) حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، أطروحة دكتوراه، تخصص بنوك، جامعة تلمسان، 2017.
- 11) سعدي عبد الرحمان أبو حمرة، واقع الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء وأثرها على الأرباح من وجهة نظر الإدارة العليا، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، 2011.

ثالثاً: المجالات

- 12) خير الدين محمدمد علي، دور أبعاد جودة المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 7 العدد 23، 2011.

المراجع باللغة الأجنبية:

- 13) Daniel Ray, **Mesurer et développer la satisfaction des clients**, 2^{eme} tirage édition d'organisation, paris, 2001.
- 14) Monique Zollinger et Eric Lamarque, **Marketing et stratégie de la banque**, 3^{eme} édition, Dunod, Paris, 1999.

الملاحق



جامعة قاصدي مرباح – ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التجارية



استبيان

السيدات والسادة المحترمون: يشرفنا أن نتقدم إلى سيادتكم المحترمة بهذه الاستمارة التي تدخل ضمن متطلبات إنجاز مذكرة ماستر تخصص تسويق الخدمات، ونعلمكم أن الإجابات المقدمة من لأهمية البالغة لدينا، وبالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي. نشكركم جزيلًا على مساهمتكم الجادة بالإجابة على العبارات المرفقة وبصراحة تامة.

معمري عدنان وحجوج بدر الدين

الرجاء وضع علامة X في الخانة التي ترى أنها مناسبة.

شكرا جزيلًا لكم على حسن تعاونكم

المحور الأول: معلومات شخصية

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- العمر:

أقل من 30 سنة من 30 إلى أقل من 40 سنة
من 40 إلى أقل من 50 سنة من 50 سنة أو أكثر

3- المستوى التعليمي:

إداري عامل عادي

4- مدة التعامل مع البنك:

من 1 إلى 03 سنوات من 03 إلى 05 سنوات
من 05 إلى 10 سنوات

المحور الثاني: العبارات المتعلقة بجودة الخدمات البنكية :

تقييم العبارات					العبارات	الرقم
موافق بشدة	موافق	أحيانا	غير موافق	غير موافق تماما		
					بعد الملموسية	
					01 يتمتع البنك بموقع ملائم ويسهل الوصول إليه بسهولة	
					02 التصميم الداخلي للبنك يتوافق على تقديم الخدمة	
					03 يمتلك البنك قاعات انتظار كافية	
					04 يتمتع موظفو البنك بالمظهر اللائق	
					بعد الاعتمادية	
					05 يقدم البنك الخدمة في مواعيد ها المناسبة	
					06 يهتم البنك بالرد على جميع استفسارات الزبائن	
					07 يحرص البنك على تقديم كشوفات دقيقة من أول مرة	
					08 يسعى البنك على اطلاع زبائنه بكل الخدمات الجديدة التي يوفرها	
					بعد الاستجابة	
					09 يقدم البنك الخدمة بشكل سريع	
					10 يستجيب البنك بسرعة للشكاوى واستفساراتهم	
					11 يحرص البنك على الرد الفوري على الحالات الطارئة (كضياح دفتر الشيكات وبطاقات السحب.....)	
					بعد الأمان	
					12 أشعر بالأمان في التعامل مع البنك	
					13 يتجاوب البنك بشكل سريع عند فقدان البطاقة المصرفية	
					14 يوفر أعوان الأمن الحماية داخل البنك وخرجه	
					بعد التعاطف	
					15 يولي البنك الاهتمام الفردي لكل زبون	
					16 يقدر البنك ظروف الزبائن وييدي عناية بهم	

					يوفر البنك ساعات عمل تناسب الزبون	17
					يقوم موظفو البنك بملء البيانات المطلوبة المعاملات المصرفية عوضا عن الزبون	18

المحور الثالث : العبارات المتعلقة بالرضا الزبون :

الرقم	العبارات	غير موافق تماما	غير موافق	أحيانا	موافق	موافق بشدة
01	يسعى البنك دائما لتسهيل الإجراءات الإدارية					
02	شروط التعامل مع البنك واضحة ومفهومة					
03	يحرص البنك على السرعة في إنجاز المعاملة					
04	يتعامل موظفو المصرف بلطف مع جميع الزبائن					
05	يعي موظفو البنك جيدا بمهامهم					
06	يتمتع موظفو البنك بالمهارة في تقديم الخدمة					
07	يسعى موظفو البنك لتوفير أفضل خدمة وفي أي وقت					
08	حرص المصرف على تقديم الخدمات بشكل جيد يجعلني أثق به					
09	سهولة الاتصال البنك عبر الهاتف وعبر البريد الإلكتروني					

الملحقة (02)

قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان:

الرقم	اسم الأستاذ (ة)	جهة العمل
01	أ.د. بن جرورة عبد الحكيم	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
02	د. بن تفات عبد الحق	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
03	د. قريشي حليلة سعدية	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
04	أ.د. رجم خالد	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة فرحات عباس - سطيف
05	د. دلهوم خليدة	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

الملحقة (03)

نتائج التحليل الإحصائي

تباين خط الانحدار لرضاء الزبون

		ANOVA ^a				
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	42,752	9	4,750	14,240	,000 ^b
	de Student	28,687	86	,334		
	Total	71,440	95			

a. Variable dépendante : typeB

b. Prédicteurs : (Constante),

قيم معاملات خط الانحدار لرضاء الزبون

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés		Sig.
		B	Erreur standard	Bêta	t	
1	(Constante)	,470	,313		1,504	,136
	الإدارية الإجراءات لتسهيل دائما البنك يسعى	,108	,086	,145	1,254	,213
	ومفهومة واضحة البنك مع التعامل شروط	-,028	,093	-,037	-,305	,761
	المعاملة انجاز في السرعة على البنك يحرص	,164	,076	,200	2,161	,033
	جميع مع بلطف المصرف موظفو يتعامل الزبائن	,085	,081	,109	1,045	,299
	بمهامهم جيدا البنك موظفو يعي	,064	,080	,082	,805	,423
	الخدمة تقديم في بالمهارة البنك موظفو يتمتع	,059	,100	,071	,590	,557
	أي وفي خدمة أفضل لتوفير البنك موظفو يسعى وقت	,218	,084	,257	2,583	,011
	جيد بشكل الخدمات تقديم على المصرف حرص به أثق يجعلني	,009	,077	,013	,119	,905
	البريد وعبر الهاتف عبر البنك الاتصال سهولة الإلكتروني	,140	,053	,220	2,638	,010

a. Variable dépendante : typed

اختبار T لدراسة فروق المتوسطات بين أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس بخصوص جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون

Independent Samples Test					
		ماذم موقع البنك بتمتع		زبون لكل الفردي الاهتمام البنك بولي	
		Equal variances assumed	Equal variances not assumed	Equal variances assumed	Equal variances not assumed
Levene's Test for Equality of Variances	F	13.139		10.513	
	Sig.	.000		.002	
t-test for Equality of Means	t	.539	.417	2.936	2.313
	df	94	24.508	94	24.864
	Sig. (2-tailed)	.591	.680	.004	.029
	Mean Difference	.110	.110	.771	.771
	Std. Error Difference	.205	.265	.263	.333
	95% Confidence Interval of the Difference				
	Lower	-.296-	-.436-	.250	.084
	Upper	.517	.657	1.293	1.458

تنشيط
انتقل إلى الإذاعة

العلاقات الارتباطية

Corrélations											
	type	يسمى البنك دائما لتسهيل	شروط التعامل مع البنك	يحرص البنك على السرعة	يتعامل موظفو المصرف	يحيى موظفو البنك جيدا	يتمتع موظفو البنك بالمهارة	يسمى موظفو البنك لتوفير	حرص المصرف	سهولة الاتصال بالبنك	
type	Corrélation de Sig. (bilatérale)	1	,591**	,516**	,390**	,487**	,515**	,550**	,523**	,553**	,210*
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
يسمى البنك دائما لتسهيل	Corrélation de Sig. (bilatérale)	,591**	1	,659**	,517**	,442**	,426**	,567**	,492**	,636**	,279**
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
شروط التعامل مع البنك	Corrélation de Sig. (bilatérale)	,516**	,659**	1	,474**	,383**	,523**	,650**	,600**	,559**	,229*
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
يحرص البنك على السرعة	Corrélation de Sig. (bilatérale)	,390**	,517**	,474**	1	,345**	,349**	,517**	,392**	,305**	0,176
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
يتعامل موظفو المصرف	Corrélation de Sig. (bilatérale)	,487**	,442**	,383**	,345**	1	,579**	,580**	,345**	,378**	,231*
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
يحيى موظفو البنك جيدا	Corrélation de Sig. (bilatérale)	,515**	,426**	,523**	,349**	,579**	1	,423**	,488**	,417**	,214*
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
يتمتع موظفو البنك بالمهارة	Corrélation de Sig. (bilatérale)	,550**	,567**	,650**	,517**	,580**	,423**	1	,522**	,581**	,276**
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
يسمى موظفو البنك لتوفير	Corrélation de Sig. (bilatérale)	,523**	,492**	,600**	,392**	,345**	,488**	,522**	1	,482**	,338**
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
حرص المصرف	Corrélation de Sig. (bilatérale)	,553**	,636**	,559**	,305**	,378**	,417**	,581**	,482**	1	,446**
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
سهولة الاتصال بالبنك	Corrélation de Sig. (bilatérale)	,210*	,279**	,229*	0,176	,231*	,214*	,276**	,338**	,446**	1
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
**.	La corrélacion										
*	La corrélacion										

ANOVA

ملائم بموقع البنك يتمتع

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.001	1	3.001	4.553	.035
Within Groups	61.957	94	.659		
Total	64.958	95			

معاملات الارتباط

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,774 ^a	,598	,556	,57756

a. Prédictors : (Constante),

الفهرس

الصفحة	العنوان
II-I	إهداء
III	شكر
IV	ملخص
V	قائمة المحتويات
VI	قائمة الجداول
VII	قائمة الأشكال
VII	قائمة الملاحق
أ-د	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون	
6	تمهيد
7	المبحث الأول: الإطار النظري لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون
7	المطلب الأول : الخدمات البنكية
7	الفرع الأول : ماهية الخدمات البنكية
9	الفرع الثاني: جودة الخدمة البنكية
11	المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول رضا الزبون
11	الفرع الأول : مفهوم رضا الزبون
12	الفرع الثاني: أهمية رضا العاملين
13	الفرع الثالث : أبعاد رضا الزبون
16	المبحث الثاني: الدراسة التطبيقية لجودة الخدمات البنكية ورضا الزبون
16	المطلب الأول: الدراسات السابقة
16	الفرع الأول: الدراسات باللغة العربية
19	الفرع الثاني : دراسات باللغة الأجنبية
21	المطلب الثاني: مقارنة بين الدراسة الحالية والسابقة
21	الفرع الأول: جدول مقارن بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

22	الفرع الثاني: مجال الاستفادة من الدراسات السابقة
23	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة توقرت	
25	تمهيد
26	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
26	المطلب الأول : الطريقة المستخدمة في الدراسة
26	الفرع الأول: منهج الدراسة
26	الفرع الثاني: متغيرات الدراسة
28	الفرع الثالث : مجتمع وعينة الدراسة
28	المطلب الثاني : الأدوات المستخدمة في الدراسة
28	الفرع الأول: أدوات جمع البيانات
29	الفرع الثاني : الأدوات الإحصائية
31	المبحث الثاني: نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها
31	المطلب الأول : عرض النتائج الدراسة وتحليلها
31	الفرع الأول: الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة
34	الفرع الثاني : عرض وتحليل نتائج محاور الاستبيان
40	المطلب الثاني : تحليل مناقشة النتائج الدراسة
40	الفرع الأول: ربط النتائج بالفرضيات وتفسيرها
43	الفرع الثاني : مناقشة نتائج الدراسة
44	الفرع الثالث : مناقشة النتائج الإحصائية
47	خلاصة الفصل
49	خاتمة
52	قائمة المراجع
55	الملاحق
/	الفهرس