



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

الشعبة: العلوم الاقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

قياس جودة الخدمات المصرفية

دراسة ميدانية (مقارنة بين البنك الخارجي الجزائري وبنك
البركة الجزائري)

تحت إشراف الأستاذ:

بشير دريدي

إعداد الطالبات:

أمال رضواني

عبير عطية

مريم رضواني

لجنة المناقشة:

الصفة	المؤسسة الأصلية	الرتبة	الأستاذ
رئيساً	جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي	أستاذ محاضر - أ	د.روضة جديدي
مشرفاً	جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي	أستاذ مساعد - أ	أ.بشير دريدي
مساعد مشرف	جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي	أستاذ محاضر - أ	د.عدنان محجريق
ممتحناً	جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي	أستاذ محاضر - أ	د.علي قبوسة

السنة الجامعية: 2020/2019



أهل البيت

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات الحمد لله كما ينبغي لعظيم وجهك وجلال سلطانك ، اللهم صلي وسلم وبارك على النبي الامي الذي تنحل به العقد وتنفرج به الكرب وتقضي به الحوائج

إختلطت دموع فرحتي بتخرجي وحزني بودائع احبتي هكذا شاء الرحمن

الى بصمة الحب في حياتي لن يمحوها النسيان ابد اللهم بعمق الفقد اغفر لوالدي

فاطمة اختي الراحلة الى جوار ربك تركت شوقا لا تطفئه الايام والسنين رحمك الله بقدر ما اوجعني رحيلك

الى من بين يديها كبرت وفي دفء قلبها احتमित وبين ضلوعها اختبئت ومن عطائها ارتويت والدتي الغالية حفظك الله لنا

الى من بهم اكبر وعليهم اعتمد وينابيع الحب الصافي بوجودهم اكتسب قوة لاحدود لها اخوتي عبد الحليم نعيمة فتحي هدى عبد الحق يوسف وازواجهم واولادهم

الى من عرفت كيف اجدهم وعلموني ان لا اضيعهم مريم عبير زهرة سعاد سهام

الى كل من وسعه قلبي ولم يسعه قلبي

أمال إبراهيم رضواني

اخيرا انتهت الحكاية ورفعت قبعتي مودعا للسنين التي مضت .



شكر أمي

بسم الله والحمد و الشكر لله أما بعد ، مرت قاطرة البحث بكثير من العوائق، ومع ذلك حاولت أن أخطاها بثبات بفضل من الله ومنه

إلى من أفضلها على نفسي ولم لا فلقد ضحت من أجلي، ولم تدخر جهداً في سبيل إسعادي على الدوام (أمي الحبيبة).

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه. صاحب الوجه الطيب والأفعال الحسنة، فلم يخل عليها طيلة حياته (أي العزيز).

إلى صاحب السيرة العطرة والفكر المستنير، عمي الغالي أطل الله في عمره.

إلى عزوتي و سندي في الحياة اخوتي وأخواتي الأعزاء : اسماعيل ، بدر الدين ،عبد الحليم ، أيمن ، رشيدة ،وسيلة ، صفاء ،جهاد ، مروة.

و إلي زوجاتهم و أزواجهم : سارة ، وداد ، عمار ، اسماعيل ، علاء الدين ، عبد الغني ، خالد

إلى بنات و أولاد اخوتي اخص بالذكر الكتاكيت منهم : أسيل ، زمرد ، جيداً ، سجا ، أنفال

إلى أحبتي و أصدقائي كل واحد باسمه وجميع من وقفوا بجواري وساعدوني بكل

ما يملكون وفي أصعدة كثيرة اخص بالذكر زميلتي في هاته المذكرة آمال و مريم .

إلى القريب البعيد الذي لم تفارقني دعواته

إلى كل من علمني حرفاً ، أو قدم لي عوناً .

إلى كل هؤلاء أهدي ثمرة جهدي

شكر أمي



الافتتاحية

الحمد لله رب العالمين الذي جاد علينا بنور العلم فانعم علينا بالتوفيق واكسبنا الصلاة والسلام على صفيه وخليفه

سيدنا محمد افضل خلقه العالمين اهدي ثمره جهدي الى :

لمن بنور روحه ويضيء خطوات دري لمن علمني ان الحياة كفاح وصبر وان ارتقاء السلام لا يكون الا درجة بدرجة

الى الذي سهر من اجل راحتي الى الذي كان اخ واحسن معلم الى اعظم واغلى رجل وتاج راسي : ابي الغالي

الى اليد التي حملتني والحضن الذي رعاني وبرعاني لمن بدعائها ناجت الرحمان لنجاحي الى قدوتي الاولى التي افديها

بحياتي الى الكلمات المكتوبة في قاموس اشواقى الى ملاكي في الحياة دون سواكي : امي الحبيبة

الى اللواتي بوجودهن ارى التفاؤل بأعينهن والسعادة في ضحكتهن الى عزوتي وسندي في الدنيا ومفخرة نفسي بيهن اخواتي : صليحة وكريمة

الى من قاسموني لقمة العيش وشاركوني افراحي واحزائي الى امل المستقبل وعزة اليوم والغد ان شاء الله ا الى قدوتي في الحياة

اخوتي..... رمزي... سيف الدين... يحيى... اياك

الى من وجدت فيها حنان الام وعطفها..... جدتي الغالية

لروح من نحن في اشتياق مستمر لهم الى احباء فقد انهم في غمضة عين اللهم ارحمهم واعف عنهم

وجعل قبرهما روضة من رياض الجنة:جدي العزيز .خالتي العزيزة

الى من تركوني الفاظهم بغير أسمائهم اخواني عبد الحليم ..فتحي.. عبد الحق ..يوسف

الى خالاتي العزيزاتهدىأمال

الى الاعمام والعمة الوحيدة....علي... الطاهر....مسعود.....احمد...فاطمة

الى توأم روحي وزميلة دري و الى من ارى بعينها التفاؤل وبضحكتها السعادة، الزهرة، امال، ثريا

الى من تشاركنا معنا لإتمام هذه المذكرة رفيقات الجامعة.....أمال.....عبير

الى كل من وسعه قلبي ولم يذكره قلبي الى رفقاء في الدروب ..اصدقاء الحياة

مرحباً بكم

بسم الله الرحمن الرحيم

الشكر لله سبحانه وتعالى الذي وفقنا لإكمال هذه الرسالة والصلاة ذ
والسلام على المبعوث رحمة للعالمين وعلى اله وصحبه اجمعين ،
اتقدم بجزيل الشكر وعظيم التقدير لإدارة جامعة الشهيد لخضر الوادي كلية العلوم الاقتصادية
التي منحتني هذه الفرصة وخصص بالشكر استاذي الفاضل دريدي بشير
الذي تفضل مشكوراً بقبول الاشراف على المذكرة وحرصه على اكتمالها وفي سبيل ذلك
زودنا بنصائحه ومنحنا وقته الثمين وعلمه الغزير وكرمه الفياض فأسال الله تبارك وتعالى
ان يبارك في وقته وان يمد لهنفي عمره ويجزل له الثواب ويسهل له الصعاب انه كريم وعطاء وهاب ،
كما اتقدم بجزيل الشكر والتقدير للأستاذ عدنان محريق كما اتقدم ايضاً بالشكر لإدارة المكتبات بجامعة الوادي
وجامعة قاصدي مراح على تعاونهم الصادق من اجل البحث العلمي
والشكر اجزله لكل من ساهم ومد يد العون بشكل
مباشر او غير مباشر لإكمال هذه المذكرة .

الملخص:

هدفت الدراسة إلى قياس جودة الخدمات المصرفية، ومقارنة جودة الخدمة المصرفية بين بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري واستخدمت الدراسة ستة معايير (المظهر العام للبنك والعاملين والأجهزة الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، نوعية وجودة الخدمات) لقياس جودة الخدمات المصرفية تشمل كافة جوانب قياس الخدمات المصرفية بالبنوك توصلت الدراسة إلى أن جودة الخدمات المصرفية في بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري جيدة وفق نتائج جميع فقرات المعايير إلا أن هناك تفاوت بسيط فيما بينها، وبشكل عام إن جودة الخدمات المصرفية في بنك البركة الجزائري أفضل من بنك الخارجي الجزائري.

Summary :

The study aimed at measuring the quality of banking services, and comparing the quality of banking service between Al Baraka Bank of Algeria and The Algerian External Bank and the study used six criteria (the general appearance of the bank, employees and reliability devices, response, safety, sympathy, quality and quality of services) to measure the quality and quality of banking services covering all aspects of the measurement of banking services in banks the study found that the quality of banking services in The Bank of Algeria and The Foreign Bank of Algeria is good according to the results of all paragraphs of the standards, but there is a slight disparity between them, and in general The quality of banking services at The Algerian Bank baraka is better than that of the Algerian Foreign Bank.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
II	الإهداء
III	الشكر والعرفان
IV	الملخص
V	فهرس المحتويات
VI	فهرس الجداول
VII	فهرس الأشكال البيانات
VIII	قائمة الملاحق
IX	قائمة الاختصارات والرموز
أ _ هـ	المقدمة
31_6	الفصل الأول: الأدبيات النظرية لقياس جودة الخدمة المصرفية
10_7	المبحث الأول: ماهية إلى الخدمة المصرفية
7	المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية
8	المطلب الثاني: خصائص الخدمة المصرفية
10_8	المطلب الثالث: أنواع الخدمة المصرفية
18_10	المبحث الثاني: جودة الخدمة المصرفية أبعادها ومستوياتها
13_10	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة المصرفية
15_13	المطلب الثاني: مستويات جودة الخدمة المصرفية وأبعادها
18-16	المطلب الثالث: نماذج جودة الخدمة المصرفية
24_18	المبحث الثالث: وسائل قياس وتقييم العميل للخدمة المصرفية
19_18	المطلب الأول: تقييم العميل لجودة الخدمة المصرفية
23_20	المطلب الثاني: وسائل قياس رضا العميل للخدمة المقدمة له
24_23	المطلب الثالث: مزايا جودة الخدمة المصرفية
30_25	المبحث الرابع: الدراسات حول الموضوع
28_25	المطلب الأول: الدراسات العربية
29	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
30	المطلب الثالث: أهم ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
31	خلاصة الفصل
53_32	الفصل الثاني: الدراسة الميدانية
32	تمهيد الفصل الثاني
34_33	المبحث الأول: تقديم البنكين محل الدراسة
33	المطلب الأول: تقديم عام حول بنك البركة الجزائري وكالة الوادي
34	المطلب الثاني: تقديم عام حول بنك الخارجي الجزائري وكالة الوادي
38_35	المبحث الثاني: طرق والأدوات المستخدمة في الدراسة
35	المطلب الأول: حجم ونوعية الدراسة

38_36	المطلب الثاني :الأدوات المستخدمة في الدراسة
52_39	المبحث الثالث :عرض النتائج واختبار الفرضيات
40_39	المطلب الأول: عرض نتائج عينة الدراسة
48_40	المطلب الثاني: تحليل نتائج آراء العملاء بين بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري
52_49	المطلب الثالث : نتائج التحليل الإحصائي الاستدلالي
53	خلاصة الفصل الثاني
57_55	الخاتمة
59_58	قائمة المراجع
61_60	الاستبيان
68_62	الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1-1	يوضح معايير تقييم جودة الخدمة المصرفية	15
1-2	يوضح الفا كروناخ	38_37
2-2	خصائص العينة	40_39
3-2	تقييم أهمية آراء بعد العملاء	41
4-2	تقييم معيار مظهر عام للبنك والعاملين والأجهزة	42
5-2	تقييم معيار الاعتمادية	43
6-2	تقييم معيار الاستجابة	44
7-2	تقييم معيار الأمان	45
8-2	تقييم معيار التعاطف	46
9-2	تقييم معيار نوعية وجودة الخدمة	47
10-2	اختبار التوزيع الطبيعي Kolmogorov-Smirnov	48
11-2	نتائج تحليل التباين الأحادي one way anova	50_49

فهرس الأشكال البيانية

الرقم	العنوان	الصفحة
1 - 1	مربع الجودة	11
2 - 1	يوضح جودة الخدمة المصرفية	12
3 - 1	أبعاد الجودة	15
4 - 1	نموذج الفجوات	16
5 - 1	تقييم العميل لجودة الخدمة المصرفية	19
1 - 2	هيكل بنك البركة الجزائري وكالة الوادي	33
2 - 2	هيكل بنك خارجي الجزائري وكالة الوادي	34
3 - 2	يوضح درجات الموافقة	37

فهرس الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
1	الأستبيان	61_60
2	مخرجات برنامج SPSS	68_62

قائمة الاختصارات والرموز

الترجمة	الدلالة	الاختصار والرمز
الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية	Statistical package for social scieal sciences	SPSS
بنك الخارجي الجزائري	Banque Exterieur d algerie	BEA
برنامج جداول البيانات	Microsoft Excel	EXSEL

مقدمة عامة

تسعى إدارة المصرف للوصول إلى تحقيق أعلى درجة لرضا العملاء ، بهدف المحافظة على العملاء الحاليين وزيادة فرص إمكانية الحصول على عملاء جدد ومن ثم زيادة حصة المصرف في السوق ، ومن خلال الاهتمام بقياس جودة الخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف ، حتى يستطيع أن يحصل على الإجابة عن الكيفية التي ينظر بها العملاء إليه .

وتعتمد معظم المصارف في العصر الحاضر على وضع متطلبات وحاجات العملاء في قلب إستراتيجيتها ، لما يعكسه هذا المحور من أهمية كبيرة تنعكس على نجاح المصرف في المنافسة وبقائه و إستمرارية نشاطه في سوق المنافسة الذي يتحقق من خلال قدرة المصرف على تقديم خدمات بنوعية متميزة وبأسعار معقولة .

ولقد شهد الربع الأخير من القرن العشرين تطور نوعي كبير في الأنظمة المصرفية ، قد أدى هذه التطور إلى بلوغ معظم الخدمات المصرفية المقدمة مرحلة النضج وإلى تماثل الخدمات التي تقدمها مختلف الأنظمة المصرفية (Gronroos, 1995)، وهذا أدى إلى تقليل المنافسة بين المصارف بشأن أنواع الخدمات المقدمة .

ومن هنا برز مفهوم جودة الخدمات المصرفية كواحد من أهم المجالات التي يمكن ان تتنافس المصارف فيما ما بينها من خلالها ، وهذا أن تواجه عملاء المصارف في طلب الخدمات المصرفية ليس فقط لمجرد المضامين التسويقية التي يحصل عليها من تلك الخدمات وإنما لما تتصف به تلك المضامين من قيم رمزية يبحث عنها العميل وتشكل بالنسبة له جودة أفضل من وجهة نظره .

ولو نظرنا الى جودة الخدمات المصرفية وفق المفهوم أعلاه يلاحظ أنها تركز على إتجاهين للجودة وهي الجودة الداخلية المبنية على أساس تقديم الخدمات وفق مواصفات قياسية صممت على أساسها تلك الخدمات ، أما وجهة النظر الخارجية لمفهوم الجودة فهي تركز على مدى إقتناع العميل بمستوى الخدمات المقدمة إليه وهنا يفاضل بين العلامات التجارية المختلفة التي من خلالها يحصل على خدماته .

__ طرح الإشكالية :

بناء على ذلك تتبلور اشكالية هذه الدراسة في مايلي :

__ ما مدى اختلاف جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية والمصارف الاسلامية وفق منظور العملاء ؟

__ التساؤلات الفرعية التالية :

للإجابة عن هذه الإشكالية يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالية

__ **التساؤل الأول:** هل تختلف جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية عن الجودة الخدمات المصرفية في

المصارف التجارية الجزائرية وفق معيار اظهر العام للبنك والعاملين و الاجهزة ؟

__ **التساؤل الثاني:** هل تختلف جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية عن الجودة الخدمات المصرفية في

المصارف التجارية الجزائرية وفق الاعتمادية ؟

__ **التساؤل الثالث:** هل تختلف جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية عن الجودة الخدمات المصرفية في

المصارف التجارية الجزائرية وفق معيار الاستجابة ؟

__ **التساؤل الرابع:** هل تختلف جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية عن الجودة الخدمات المصرفية في

المصارف التجارية وفق معيار الامان ؟

__ **التساؤل الخامس:** هل تختلف جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية عن الجودة الخدمات في

المصارف التجارية وفق معيار التعاطف ؟

__ **التساؤل السادس:** هل تختلف جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية عن الجودة الخدمات في

المصارف التجارية وفق معيار نوعية وجودة الخدمات ؟

__ **الفرضيات :**

في إطار السعي للإجابة عن الإشكالية المطروحة ،وعن التساؤلات الفرعية يمكن أن ننطلق من الفرضية الرئيسة

التالية :

__ **الفرضية الرئيسية :** لا يوجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية وعن جودة

الخدمات المصرفية للبنوك التجارية الجزائرية

__ **الفرضيات الفرعية :**

__ **الفرضية الأولى:** لا توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن الخدمات

المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية وفق معيار المظهر العام للبنك والعاملين والاجهزة

__ **الفرضية الثانية:** توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار الاعتمادية

__ **الفرضية الثالثة:** لا توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار الاستجابة

__ **الفرضية الرابعة:** توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار الامان

__ **الفرضية الخامسة:** توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار التعاطف

__ **الفرضية السادسة:** لا توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار نوعية وجودة الخدمات

__ مبررات إختيار الموضوع

إن إختيار الموضوع كان وفق سببين مهمين هما:

__ **الأسباب الذاتية:**

__ الرغبة في الإطلاع على الأعمال التي تقدمها البنوك

__ **الأسباب الموضوعية:**

__ قياس الأبعاد الخاصة بجودة الخدمة المصرفية في البنوك محل الدراسة

__ يعتبر موضوع الدراسة من مواضيع الحديثة نسبيا مما جذب العديد من الباحثين

__ **أهداف الدراسة:**

جاءت الدراسة هذه كهدف رئيسي في التعرف على قياس الجودة الخدمة المصرفية بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية من خلال الإلمام بمجموعة من الأهداف وهي كالتالي:

__ قياس جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العملاء

__ لفت إنتباه المسؤولين في البنوك إلى أهمية عنصر الجودة في الخدمات التي يقدمونها

__ معرفة الطرق والوسائل التي يستخدمها البنوك لكسب وجلب العملاء

__ الرغبة في معرفة علاقة العميل مع البنوك

التوصل إلى بعض النتائج والإقتراحات التي ستساعد البنوك على تحسين وتطوير خدماتها المصرفية

__ أهمية الدراسة :

__تكمّن أهمية هذه الدراسة في التعبير عن جودة الجودة الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف الإسلامية و المصارف التجارية لزبائنهم ومدى توافقها مع رغباتهم وحاجياتهم ،وذلك لكسب رضا العميل ومحاولة إظهار العلاقة بين ثلاثة متغيرات فعالة وهي الجودة كإستراتيجية تتخذها البنوك ،رضا العميل كنتيجة والقياس كوسيلة لتقييم درجة الرضا .

__تكمّن أهمية هاته الدراسة في البحث عن الاختلافات الجوهرية لجودة الخدمات المصرفية بين البنوك التجارية و الإسلامية .

__حدود الدراسة :

تمت هذه الدراسة بالتركيز على عينة من عملاء البنك الخارجي الجزائري وبنك البركة الجزائري في ولاية واد سوف في الفترة الممتدة من جويلية 2020 إلى غاية اوت 2020.

__ منهجية الدراسة :

قمنا بتقسيم الدراسة إلى فصلين ، الفصل الأول تم فيه الاعتماد على المنهج الوصفي بإستخدام الكتب ورسائل والدراسات السابقة التي تناولت الموضوع بشكل مباشر ،أما الفصل الثاني فهو عبارة عن دراسة ميدانية تم فيها الاعتماد على الإستبيان وبعض الأساليب الإحصائية .

صعوبات الدراسة :

__ الوضع الصحي الراهن جائحة كورونا "كوفيد 19"

— صعوبة الحصول على معلومات من البنوك

— صعوبة توزيع الاستبيان وكذلك جمعها من طرف العملاء بالإجابة على الاستبيان

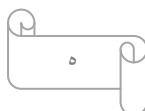
— صعوبة الإتصال مع الأستاذ المشرف

— هيكل الدراسة :

لمعالجة هذا الموضوع تم تقسيم الدراسة إلى فصلين ، حيث شمل الفصل الأول إلى النظري والفصل الثاني الإطار التطبيقي على الشكل التالي:

— **الفصل الأول :** خصص هذا الفصل إلى الأدبيات النظرية والدراسات السابقة ، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى أربع مباحث تم التطرق في المبحث الأول ماهية الخدمة المصرفية والمبحث الثاني جودة الخدمة المصرفية وأبعادها ومستوياتها المبحث الثالث تناول وسائل قياس وتقييم العميل للخدمة المصرفية أما المبحث الرابع تناول الدراسات العربية السابقة لموضوع الدراسة وكذا الدراسات الأجنبية وأهم ما يميز دراستنا عن الدراسة السابقة .

— **الفصل الثاني :** يخص الدراسة الميدانية والتطبيقية دراسة مقارنة في قياس جودة الخدمة المصرفية البنوك التجارية والبنوك الإسلامية في البنك الخارجي الجزائري وكالة الوادي وبنك البركة الجزائري وكالة الوادي تم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاث مباحث تطرقنا في المبحث الأول إلى تقديم البنوك محل الدراسة والمبحث الثاني عرض ميدان وأدوات الدراسة والمبحث الثالث تم عرض فيه النتائج وتحليلها وتفسيرها ، للخروج في الأخير إلى قبول أو رفض فرضيات الدراسة وحل للإشكالية وصولاً إلى الخاتمة.



الفصل الأول :

الأدبيات النظرية لقياس جودة الخدمة المصرفية

تمهيد :

تعمل المصارف باختلاف أنواعها على تطوير الخدمة المصرفية وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة تلبي احتياجاتهم و تقابل توقعاتهم ، وبالتالي تضمن لنفسها البقاء و الاستمرار في تأدية نشاطها في ظل المحيط الذي تنشط فيه لكسب رضا العملاء .

حيث سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى مفاهيم أساسية حول الخدمة المصرفية و جودة الخدمة المصرفية من خلال :

المبحث الأول : ماهية الخدمة المصرفية

المبحث الثاني : جودة الخدمة المصرفية و أبعادها ومستوياتها

المبحث الثالث : وسائل قياس وتقييم العميل للخدمة المصرفية

المبحث الرابع : الدراسات السابقة

المبحث الأول : ماهية الخدمة المصرفية

تتنافس المصارف في السوق المصرفي على تقديم خدمات مصرفية متميزة ومتطورة، وذلك لتلبية رغبات العملاء على اختلاف أشكالهم، وسنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى مفهوم وخصائص الخدمة المصرفية ، وكذلك إلى أنواع .

المطلب الأول : مفهوم الخدمة المصرفية

تتعدد التعاريف التي تناولت مفهوم الخدمة المصرفية ، سنحاول في هذا المطلب التعارف إلى أهمها :
لقد عارفة أنها " مجموعة أنشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو تلك التي ترتبط بسلطة معينة " ويتسم هذا التعريف بعدم تمييزه بين السلطة و الخدمة ولا يعكس الطبيعة الخاصة للخدمة.¹

و أيضا تعرف الخدمة المصرفية بأنها مجموعة : من العمليات ذات المضمون المنفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة و التي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها و قيمتها المنفعية التي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم المالية و الائتمانية الحالية و المستقبلية والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرف و ذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين.²

كما يمكن تعريفها بأن الخدمة المصرفية هي : " مجموعة النشاطات و العمليات المالية للعملاء ، والمتعلقة بالقيمة و المزودين للخدمات المصرفية³

كما عرفت بأن مفهوم الخدمة المصرفية لا يبتعد أو يختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بشكل عام ، إذ " أنها نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد و الآلات في المنظمة التي تقدم خلالها الخدمة ، إن مستوى الإشباع لمستفيد يرتبط بمستوى أداء الأفراد الآلات كذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل و أن هذه الخدمات قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا يرتبط"⁴

نستنتج من التعاريف السابقة أن الخدمة المصرفية هي :عبارة عن خدمات أو عمليات تقدمها المصارف للعملاء هم بحاجة إليها ، وتتسم بأنها غير ملموسة وذات قيمة منفعة ومصدر لإشباع العملاء .

¹ _ وسيم مجّد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية ، ط: 1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، 2012 ، ص220

² _ المرجع السابق، ص ص 220 _ 221

³ _ تيقاوى العربي ، جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية من منظور العملاء ، دراسة ميدانية تحليلية، مجلة الحقيقة ، جامعة احمد دراية أدرار ، 2015 ، ص 363

⁴ _ صفاء مجّد هادي الجزائري وآخرون ، قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية ، بحث استطلاعي في مصرف الوركاء للاستثمار والتمويل . البصرة بدون سنة نشر، ص 169

المطلب الثاني: خصائص الخدمة المصرفية

تنطبق خصائص الخدمات بشكلها العام على الخدمات المصرفية إلا أنها تختلف عنها بالأنشطة والعمليات المتبعة لتقديم الخدمة المصرفية للعملاء وطريقة أداء العاملين في المصرف والمعدات المستعملة في تقديمها، وبالتالي يمكن تلخيص خصائص الخدمات المصرفية كما يلي:¹

- الاعتماد على الودائع: حيث تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق الأرباح للمصرف.
- تعدد وتنوع الخدمات المصرفية .
- أهمية الانتشار الجغرافي: وذلك من خلال انتشار الفروع المصرفية بشكل مناسب لتقديم الخدمات المصرفية إلى أكبر عدد ممكن من العملاء في مناطقهم.
- احتياج الخدمات المصرفية إلى نوعية خاصة من العاملين يتميزون بالدقة في العمل وسرعة الأداء.
- في الوقت الحاضر ومع تطور التكنولوجيا تتطلب الخدمات المصرفية تقنيات حديثة لتنفيذها.
- صعوبة تقييم الخدمات المصرفية لأنها غير ملموسة، وبالتالي لا يستطيع العميل تقييم شرائه للخدمة المصرفية قبل الحصول عليها مما قد يؤثر في برامج الترويج والتوزيع للخدمة المصرفية.
- صعوبة تحديد السوق المصرفية بدقة وخصوصاً في الدول النامية بسبب عدم الاستقرار في الأوضاع الاقتصادية والسياسية من جهة، والقصور الواضح في الجهود والأنشطة التسويقية للمصرف من جهة أخرى.

المطلب الثالث : أنواع الخدمة المصرفية

هناك الكثير من التصنيفات ولكن سيتم التطرق إلى هذا التصنيف باعتباره الأكثر استعمالاً ووضوحاً لذلك فإن الخدمات المصرفية يمكن تصنيفها كما يلي:²

- خدمات ميسرة : هي تلك الخدمات التي في متناول الزبون من أحتاج إليها بحث تكون سهلة المنال كخدمات الحساب والإيداع و التحويل و كذلك الاستخدام الآلي ، والمعدات المتوفرة في المصرف و

¹ . جود ماجد الحلبي ، دراسة أبعاد الخدمة المصرفية وتأثيرها في ولاء العملاء للمصارف السورية، رسالة مقدم لنيل درجة الماجستير في التمويل و المصارف ، جامعة حماة سوريا ، كلية الاقتصاد قسم التمويل و المصارف، 2017، ص 34

² . سلماني فاطمة ، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون . دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR وكالة المسيلة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم تسيير ، جامعة المسيلة ، 2014 ، ص 19

خارجه ، وغالبا ما تكون أجورها قليلة نسبيا أو تقدم مجانا بدون مقابل ، إذ تلجأ المصارف لتقديمها طمعا في إرضاء العملاء . ويلاحظ تكرار باستمرار يوميا أو أسبوعيا أو وقت الحاجة تبعا لشكلها أو نوعيتها .

- خدمات التسوق : غالبا ما يبذل الزبون جهدا في سبيل الحصول على هذه الخدمات والتي قد لا يتكرر استخدامها إلا بفترات زمنية متباعدة نسبيا ، أو قد يكون استخدامها وقت الحاجة أو في مواسم معينة أو حالات معرفة ، فقد يبذل الزبون جهدا للحصول على قرض وفق مواصفات وشروط معينة كالقدرة على الإيفاء والضمان بعد القرض و غيرها من الاعتبارات الأخرى .
- خدمات خاصة : هذه خدمات قد لا تقدم إلا بشكل خاص للمستفيدين منها ، ولها خصوصية معينة ينفرد مصرف عن آخر فبعض المصارف قد لا تقبل الودائع أو فتح حسابات لديها إلا من خلال تحميل العملاء الأجور مقابل هذه الخدمة أو تكون الخدمات المقدمة مقترنة أساسا بتوصية من العملاء إذ يتم تصميم الخدمة وفقا لما يطلبه العملاء و الذي يتوافق مع ما يراه الزبون مناسب لعمله أو نشاطه.

كما يوجد تصنيف آخر للخدمات المصرفية حيث هذا التصنيف يعتمد على عدة مؤشرات هي:¹

- عرض السوق : وتتمثل فيما إذا كانت الخدمة المصرفية تتميز بعرض أولي أو فيما إذا كان للخدمة المصرفية دور إسنادي، أو عندما تكون الخدمات مع مساندة السلعة المادية هنا دور الساند مثل الخدمات المصرفية.
- عرض الخدمات وفقا للحاجات السوقية: حيث تتنوع على أساس إما اعتمادها على الأفراد كما تتنوع الخدمات التي تعتمد على الأفراد حسب أدائها من قبل العمال الماهرين أو غير ماهرين من قبل المحترفين.
- مدى مشاركة المستفيدين في عملية إنتاج الخدمة: حيث تطلب بعض الخدمات حضور العميل كي تؤدي الخدمة بينما لا تتطلب خدمات أخرى وجوده .
- التقسيم وفقا لتقسيم الخدمة: إن هذا التقسيم يثير مسألة تقييم الخدمة المصرفية من جهة نظر العميل حيث أن هذا التقييم يختلف بين الخدمات.
- تصنيفات أخرى : بسبب التداخل والتنوع الذي تم استعراضه فإن مزيدا من الفهم لطبيعة الخدمات يمكن أن يتبع ما يلي :

¹ علي وش عبد المالك ، أهمية الاتصال التسويقي في تحسين الخدمة المصرفية _دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفيةBADR _ وكالة ميله ، مذكرة مقدمة ضمان متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية ، جامعة محمد خيضر _بسكرة ، 2015/، ص ص8 - 9

- من حيث نوع الحاجة : حيث تتباين الخدمات إذا كانت تحقق حاجة شخصية أو حاجات الأعمال أو غيرها
- من حيث أهداف مجهزي الخدمات: حيث يختلف مجهزو الخدمات من أهدافهم (الربحية ولا ربحية) أو من حيث الملكية (خاصة/عامة) .

المبحث الثاني: جودة الخدمة المصرفية وأبعادها و مستوياتها

ازدادت أهمية جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء كأساس لتحقيق التميز في مواجهة المنافسين في المصارف الأخرى ،وأصبحت الخدمة المميزة هي الأساس في المفاضلة بين مصرف وآخر حيث تتشابه عروض جميع المصارف تقريبا في كافة الخدمات المصرفية التي تقدمها للعملاء ،وبالتالي أصبح مستوى جودة أداء الخدمات المصرفية أحد الأسلحة التنافسية القوية في تأمين الاستمرار والنمو للمصارف ولذلك سنذكر في هذا المبحث مفهوم جودة الخدمة المصرفية وأبعادها ومستوياتها .

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة المصرفية

يعد مفهوم الجودة من المفاهيم الحديثة في مجال تقديم الخدمات، بحيث نجد أن المؤسسات الخدمية أصبحت تهدف من خلال أدائها للخدمات إلى تجسيد توقعات العملاء ،سنحاول في هذا المطلب التعرض إلى مجموعة من التعاريف تخص الجودة ، و تعريف تخص جودة الخدمة المصرفية.

الفرع الاول: تعاريف بالمنسبة للجودة : تتعدد التعاريف بالنسبة لجودة الخدمة وذلك لاختلاف حاجات وتوقعات العملاء عن البحث عن جودة الخدمة فالجودة تختلف حسب مستواها وطبيعتها:

ولقد عارفة أنها الملائمة للاستعمال.

كذلك تم تعريفها بأنها تلبية توقعات العملاء أو ما يتفوق عليها.¹

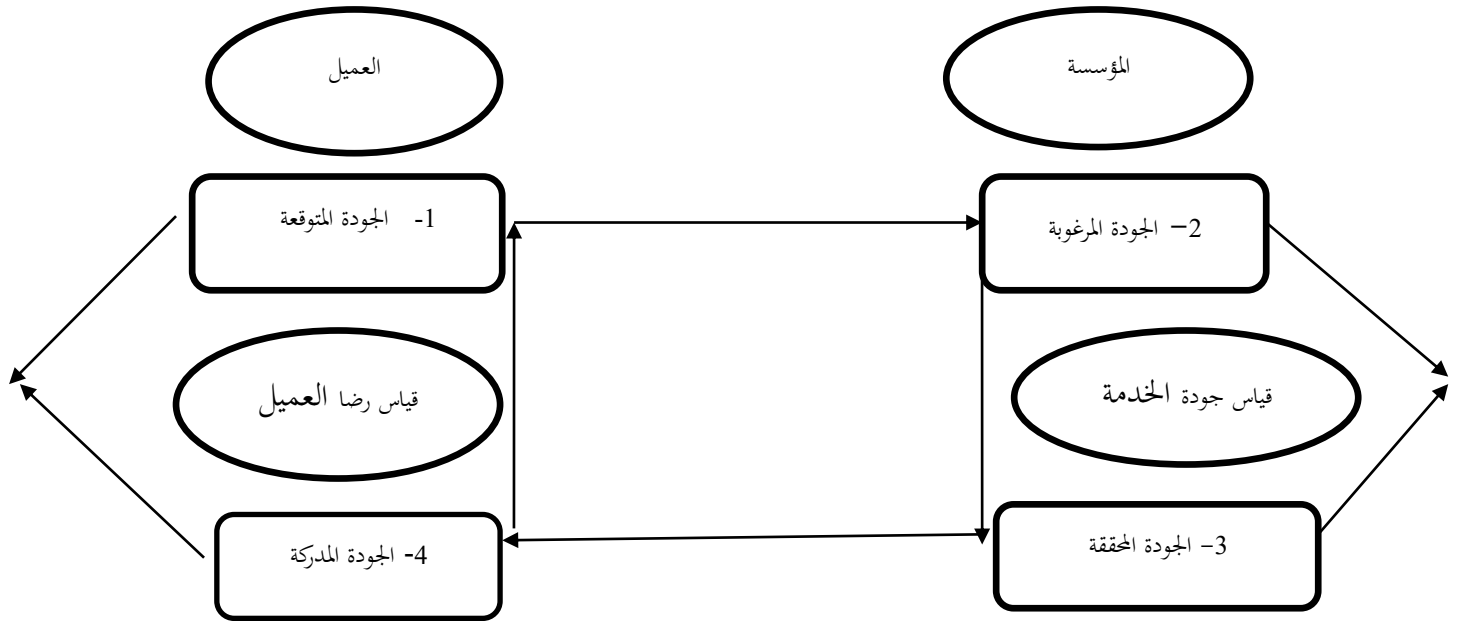
وتعرف أيضا من منظور المؤسسة ، على أنها مدى قدرة المؤسسة على إنتاج وتقديم خدمة تقترب من الكمال وعرفت أيضا الجودة هي مدى قدرة المؤسسة على تلبية احتياجات العميل بما يتناسب مع الأهداف المنشودة

¹ _ سميحة خلو، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية دراسة ميدانية "مقارنة بين"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي، تخصص مالية و بنوك، جامعة قاصدي مرباح "ورقلة"، 2016، ص5

أما من منظور العميل، فقد تم تعريفه بأنه تعتمد على رضا العميل على الخدمة المقدمة وإلى أي حد تلبي هذه الخدمة رغباته واحتياجاته ، كما عرفها معهد الجودة الفدرالي الأمريكي الجودة أنها أداء العمل الصحيح وبشكل صحيح من المرة الأولى مع الاعتماد على تقييم المستفيد في معرفة مدى تحسن الأداء.¹

و الشكل الموالي بين علاقة عناصر الجودة من منظور العميل و المؤسسة

الشكل 1-1: مربع الجودة



laudemthqremtharmel ,Qualitèetengqgements de serviceafmcer,2003, p12la source

وننطلق من الشكل أعلاه يمكن تفسير مربع الجود تبعا للمراحل التالية:

المرحلة الأولى: تسعى المؤسسة من خلال هذه المرحلة إلى معرفة توقعات عملائها وأسباب عدم رضاهم وذلك من خلال إجراء بحوث تسويقية.

المرحلة الثانية: تقوم المؤسسة بدراسات لمنافسيها ،ولمواردها المتاحة حتى تتمكن من تحديد الجودة المرغوبة.²

المرحلة الثالثة: بعد تحديد الجودة المرغوبة تهتم المؤسسة بتحديد المعايير التي تتبعها والتي تساعد على تحقيق جودة الخدمة.

المرحلة الرابعة: تهتم المؤسسة بالجودة المدركة من قبل العميل ،حتى تتمكن من قياس مستوى رضا انطلاق

¹ _ سمحة خلو ، مرجع سابق ذكره ، ص 6

² _ سمحة خلو ، مرجع سابق ذكره، ص 7

من مقارنتها للجودة المتوقعة قبل تقديم الخدمة، وتعتبر هذه الدراسة مصدر لمعرفة توقعات الجديدة للعملاء.

الفرع الثاني: تعريف بالنسبة لجودة الخدمة المصرفية: لا توجد تعاريف كثيرة عن جودة الخدمة المصرفية بشكل محدد لكن مفهومها لا يختلف عن جودة الخدمة بشكل عام، ومن بين تعاريف نذكر:

فلقد عارفة بأنها تلك الصفات المميزة لخدمة ما، والتي يقرن المستفيد منها قيمة هذه الصفات بالجودة.¹

كما تم تعريف جودة الخدمة المصرفية على أنها "مقياس لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة المصرفية المقدمة من توقعات العملاء لهذه الخدمة".

كما يرى بعض الباحثين أن جودة الخدمة المصرفية تتمثل في العناصر الثلاث التالية:

البعد المالي، المرافق والتسهيلات، الأفراد القائمين على تأدية الخدمة المصرفية.

كما تعرف أيضا على "أنها محصلة التفاعل بين العميل وبين عناصر تتعلق بالمصرف نفسه".

كما تم تعريفها على أنها مدى التباعد بين توقعات ورغبات العملاء وبين إدراكهم للخدمة المقدمة.²

وتشمل جودة الخدمة المصرفية في هذا التعريف على جزأين الأول يتمثل في الجودة المادية وتتضمن هذه الأخيرة الجوانب المؤسسية وتعني سمعة المؤسسة وصورتها لدى الجمهور والجزء الثاني يتمثل في الجودة التفاعلية والتي تنتج عن التفاعل بين موظفي المصرف وعملائه.

الشكل 1-2: بوضج جودة الخدمة المصرفية



المصدر: سامي أحمد مراد "دور اتفاقية تحرير تجارة الخدمات الدولية "بجانب فيرفع كفاءة أداء الخدمات المصرفية"، ط1، المكتب العربي للمعارف، 2005، ص168.

$$\text{جودة الخدمة} = \text{إدراك العميل} - \text{توقعات العميل}$$

¹ _ حسناء خشبية وآخرين، قياس جودة الخدمات المصرفية "دراسة حالة البنك الوطني الجزائري - وكالة الوادي"، مذكرة لنيل شهادة الليسانس، تخصص تسويق، المركز الجامعي

الوادي، 2010\2011، ص51.

² - Sany,M and ahmed,A:<< The relationship between service quality and satisfaction on customer loyalty>>,school of doctoral studies, (

² _European Union) , 2011,p:3 3

ومن التعريف نستنتج أن:

ومن خلال المعادلة السابقة يمكن ترتيب جودة المنتج الخدمي إلى ثلاث مراتب هي:

جودة الخدمة المصرفية المتوقعة :وتعرف أنها تمثل توقعات العميل لمستوى جودة الخدمة المقدمة له من طرف البنك

جودة الخدمة المصرفية الفعلية: وتمثل في المستوى الفعلي لأداء الخدمة، فهي الجودة التي يشعر بها العميل أثناء تجربة حصوله الفعلي على الخدمة.

جودة الخدمة المصرفية المدركة :وهي التي يدركها العميل عند قيامه بالمقارنة بين الجودة المتوقعة والجودة المجربة. ويمكن أن نستخلص من هذه التعاريف على أن جودة الخدمة المصرفية هي : تعتبر الجودة مقياس بين توقعات العميل للخدمة وإدراكاته للإنتاج.¹

المطلب الثاني: مستويات جودة الخدمة المصرفية وأبعادها

ازدادت أهمية جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء كأساس لتحقيق التميز في أداء خدماتها وقد ساعدها في ذلك مستويات الخدمة أبعادها التي سنتناولها في المطلب التالي .

الفرع الأول: مستويات جودة الخدمة المصرفية : لجودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء مستويات متباينة إلا انه يمكن تمييز خمسة مستويات من هي :

الجودة التي يتوقعها العملاء: وتتمثل في الجودة التي يرى الزبائن وجوب توفيرها.

الجودة المدركة: وهي التي ترى إدارة البنك أنها تناسب احتياجات وتوقعات عملائه وعليه يتم تقديم الخدمة المصرفية بالمواصفات التي أدركها لتكون في المستوى الذي يرضي العميل.

الجودة الفعلية: ويقصد بها أداء العاملين بالبنك لجودة الخدمة وتقديمها طبقا لمواصفات التي حددها وهي تتوقف على مدى مهارة العاملين وحسن تكوينهم.

الجودة القياسية: وهي تلك الجودة التي تحدد بالمواصفات النوعية للخدمة.

الجودة المروجة للعملاء: وهي الجودة التي وعد البنك بتقديمها للزبائن من خلال الحملات الترويجية.

¹ _ سميحة خلو، مرجع سابق ذكره، ص8.

كما أن جودة الخدمة تتعلق بقدرة المصرف على ملاقة توقعات الزبون أو التفوق عليها ويمكن ملاحظة جودة الخدمة من خلال قياس الأداء.¹

الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمة المصرفية : الجودة هي الثمن الدخول إلى السوق في حين التمييز في الخدمة هو ثمن النجاح ،لذا تتمثل الجودة في تقديم الخدمات وفقا لأبعاد ومواصفات قد حددها عدد من الباحثين سنة 1985 إلى عشر أبعاد أساسية للجودة وهي التي تحدد جودة الخدمة وفقا لأدراك العملاء والتي تم تحديدها على النحو التالي:

الاعتمادية: والتي تعني درجة الاتساق في أداء الخدمة وتقديمها بشكل صحيح من أول مرة.
درجة الاستجابة: والتي تشير إلى سرعة استجابة مقدم الخدمة لمطالب واحتياجات العملاء.
كفاءة وقدرة مقدم الخدمة: والتي تعني امتلاك الأفراد مقدمي الخدمة للقدرات التي تمكنهم من تقديم الخدمة المتميزة للعملاء.

إمكانية الوصول: والتي تشير إلى سهولة الوصول إلى مقدم الخدمة والاتصال بهم عند اللزوم.
المجاملة: وتشير إلى حسن معاملة العملاء وتقدير ظروفهم الخاصة.
الاتصال: والتي تعني تبادل المعلومات المتعلقة بالخدمة بين مقدمي الخدمة والعملاء بشكل سهل ومبسط.
المصادقية: وتعني توافر درجة عالية من الثقة في مقدمي الخدمة من خلال مراعاة مصالح واحتياجات العملاء.
الأمان: وهي إلمام العاملين بمهام وظائفهم بشكل يمكنهم من تقديم خدمة خالية من أي نوع من المخاطر.
الاهتمام والرعاية والعناية: عن طريق بذل كل الجهود وإشعار العميل بذلك.

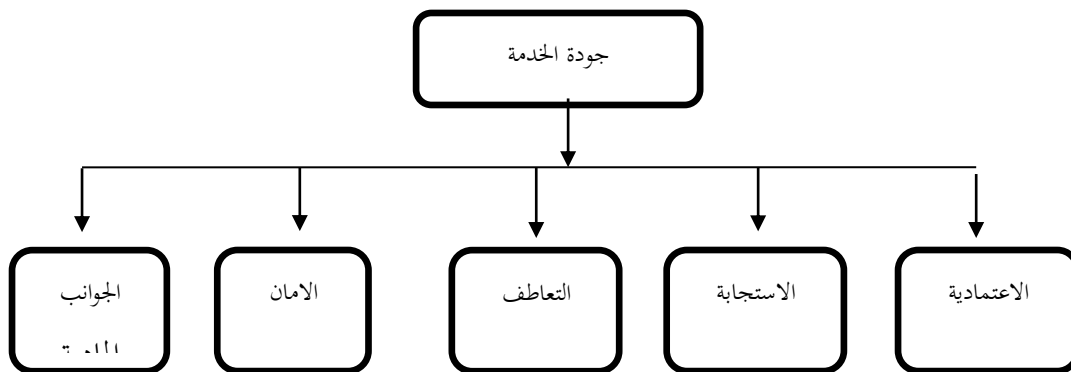
الجوانب المادية والبشرية الملموسة: يشمل المظهر الخارجي للمعدات والأفراد ومواد ووسائل الاتصال.
وفي عام 1988 قام هؤلاء الباحثين بتخفيض الأبعاد السابقة إلى خمسة أبعاد فقط للحكم على الجودة وهي الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة ومساعدة العملاء ، الثقة، التعاطف مع العميل.²

الشكل الموالي يوضح أبعاد الجودة.

¹ _ حسناء خشبية و آخرون ،مرجع سبق ذكره،ص55

² _ حسناء خشبية و آخرون ، مرجع سبق ذكره،ص56

الشكل رقم (1-3): أبعاد الجودة



المصدر: قاسم نايف علوان المياوي، "إدارة الجودة في الخدمات" دار النشر الشروق لنشر وتوزيع، الأردن، طبعة أولى، سنة 2006، ص 95.

الجدول رقم 1_1: يوضح معايير تقييم جودة الخدمة المصرفية

الشرح	البعد
حادثة وجاذبية مظهر البنك ظهور العنصر المادي مظهر العاملين التسهيلات المادية	المللموسية
أداء صادق وصحيح القدرة على الوفاء بالوعد في الأجل المحدد معلومات دقيقة وصحيحة مصادقية الأداء وإمكانية الاعتماد على المؤهلات	الاعتمادية
سرعة تنفيذ المعاملات السرعة والمساعدة إعلام العملاء بأجال الوفاء بالخدمة سرعة الرد على شكاوى العملاء	الاستجابة أو الخدمة للعميل
ثقة العملاء في المصرف أداء ضمان الحصول على الخدمة حسب الوعد انعدام الخطر و الشك في تعاملات	الأمان
الاهتمام بالعمل فهم ومعرفة حاجات العملاء الوعي بأهمية العميل ملائمة ساعات مع التزامات العميل	التعاطف

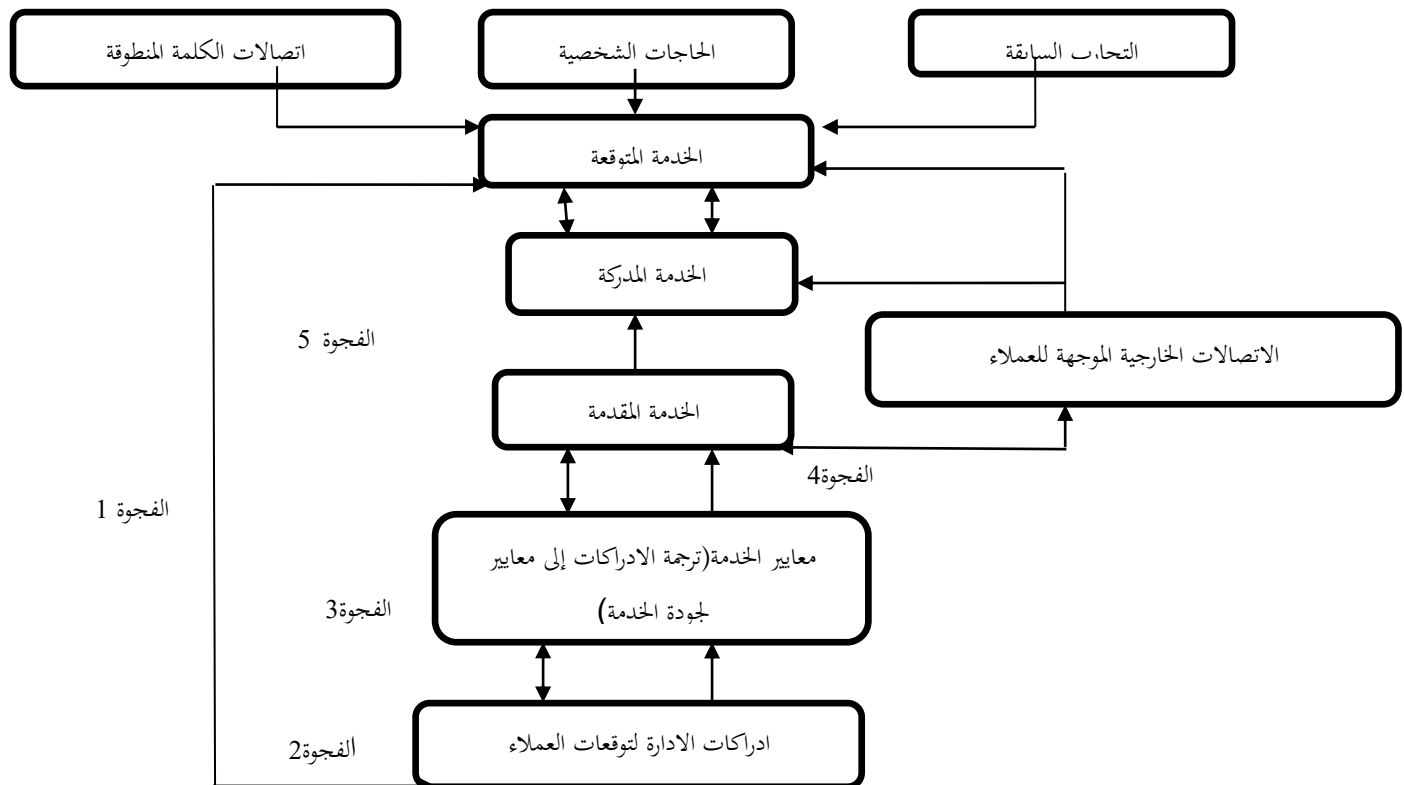
Source :www.ecogeam.ac-aix-marseille.fr , service quality,p7 la source

المطلب الثالث: نماذج جودة الخدمة المصرفية

هناك نموذجين لقياس جودة الخدمة المقدمة ويستند هذان النموذجين على مقدار الفجوة بين الخدمة المتوقعة والفجوة المدركة أي يستندان على إدراكات الزبون وتوقعاته اللذان يقودان إلى الرضا أولاً.

الفرع الاول: نموذج الفجوات التقليدي : إن هذا النموذج قدم من قبل كل من (parasurman ,zeithmaland berry, والذي أطلق عليه نموذج الفجوات ويستند هذا النموذج لمقدار الفجوة ما بين ما يتوقعه الزبون لجودة الخدمة والجودة الفعلية المدركة من قبل لقد وضع هذا النموذج وفقاً للمفهوم التقليدي لجودة الخدمة ويتضمن خمسة فجوات كما هو موضح بالشكل التالي¹:

الشكل رقم (1-4): نموذج الفجوات



المصدر: محمود جاسم الصميدى وردينة عثمان يوسف ،تسويق الخدمات ، ادارة الميسرة للنشر والتوزيع ،الاردن ، سنة 2010،ص101

¹ _ سلماني فاطمة ، مرجع سبق ذكره ،ص24

الفجوة بين توقعات العميل وتصور الإدارة: فالإدارة قد لا تمتلك التصور الصحيح عما يريده العملاء فقد تفكر إدارة بأن المرضى يريدون طعاما أفضل إلا أنهم لم يهتموا أكثر بمدى استجابة الممرضين.

__ الفجوة بين تصور الإدارة وميزان جودة الخدمة: فقد يكون لدى الإدارة تصور صحيح لرغبات العملاء إلا أنها لا تضع قياسا لأداء معين فقط، فقد تطلب الإدارة من الموظفين تقديم خدمات سريعة دون تحديد نوع هذه الخدمات أو عددها من الناحية الكمية مما يخلق فجوة في مجال تقديمها.

__ الفجوة بين خصائص جودة الخدمة وتقديمها: حيث يمكن للعاملين أن يتلقوا تدريباً محدداً أو أن يقوموا بأعمال تفوق طاقات أو أن يكون غير قادرين أو غير راغبين في تحقيق ما مطلوب منهم، أو قد يعترضون على قياسات معينة كالاستماع للعملاء بشكل مطول مما يضعف من تقديم الخدمة بالشكل المطلوب النوعية المطلوبة.

__ الفجوة بين القيام بالخدمة والاتصالات الخارجية: حيث تتأثر توقعات العملاء بالتصريحات التي يدل على ممثلو الشركات و إعلاما فإذا ظهر للعميل ما يخالف توقعه يكتشف أن الإعلان كان مبالغاً فيه بذلك الاتصال الخارجي قد شوه ما كان الزبون يتوقعه.

__ الفجوة بين الخدمة المتصورة والخدمة المتوقعة: حيث تظهر الفجوة عندما يقيس العميل الأداء بطريقة مختلفة ولا تكون نوعية الخدمة كما كان يتصور.

الفرع الثاني: نموذج الفجوات المطور: أن أساس هذا النموذج لا يختلف جوهرياً عن سابقه وقد وضع هذا النموذج من قبل Lovelock ويعتبر أكثر تفصيلاً من النموذج السابق لاحتواء على مؤشرات لم تكن موجودة سابقاً.

__ فجوة المعرفة: تمثل الاختلاف بين ما يعتقد مجهزو الخدمات حول ما يتوقع أن يحصل عليه المستفيد من الخدمات وحاجاته وتوقعاته الفعلية.

__ فجوة المعايير القياسية: تمثل الاختلاف بين إدراك الإدارة لتوقعات العميل ومعايير الجودة المعتمدة لتسليم الخدمة.

__ فجوة التسليم: تمثل الاختلاف بين المعايير المحددة لتسليم الخدمة والأداء الفعلي ومجهزو الخدمة ضمن هذه المعايير.

__ فجوة الاتصالات الداخلية: تمثل الاختلاف بين ما تعلن منظمة الخدمة عن جدارة خدماتها وتميزها وبين ما يعتقد المجهزون حول جدارة الخدمة ومستوى الجودة وماذا تأن استلموا(لأن العملاء غير قادرين على تقييم نوعية الخدمة بدقة).

__فجوة التفسير :الاختلاف بين جهود الاتصال من قبل مجهزي الخدمة (قبل تسليم الخدمة) والوعود التي تقطع ،وما يعتقد العملاء الذين وعدو بأن يحصلوا عليه.

__فجوة الخدمة: الاختلاف بين ما يتوقعون العملاء بأن يحصلوا عليه وإدراكهم للخدمة المستلمة.¹

المبحث الثالث : وسائل قياس وتقييم العميل للخدمة المصرفية

قصد التغلب على منافسيها وتحقيق توقعات العملاء المستهدفين ،استوجب على المؤسسة الخدماتية أن تقوم بتقديم خدماتها وفق الشكل الذي يرغب به هؤلاء العملاء، فبدا الواقع يفرض نفسه بضرورة اهتمام المنظمات بتطوير أدائها باستخدام أجود التقنيات لمواردها لكسب اكبر شريحة من العملاء ،فسنحاول من خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى تقييم العميل لجودة الخدمة ونقطة أخرى متمثلة في وسائل قياس رضا العملاء وأخيرة في مزايا جودة الخدمة المصرفية .

المطلب الأول :تقييم العميل لجودة الخدمة المصرفية المقدمة

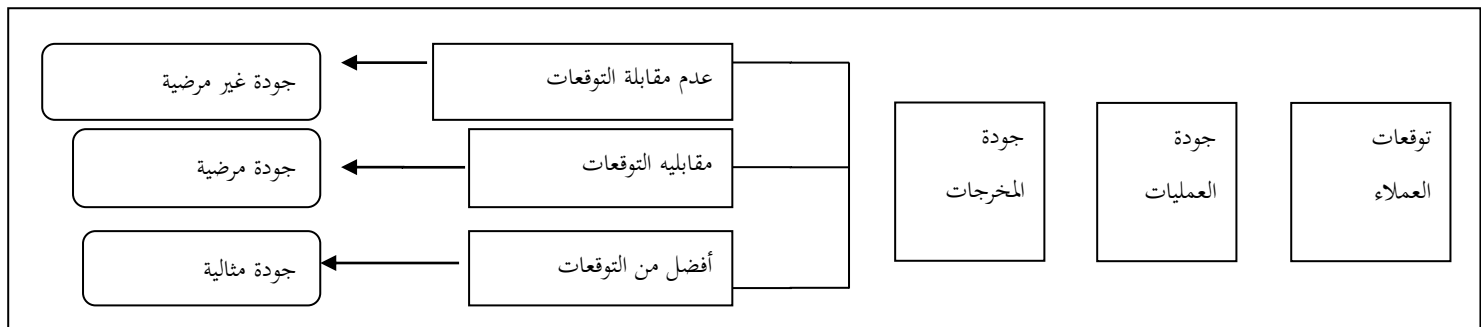
يمكن تقسيم جودة الخدمة المقدمة إلى قسمين "جودة العمليات "و "جودة مخرجات "بحيث يحكم العميل على الأولى أثناء تأدية الخدمة ،وعلى الخدمة المخرجات بعد أداء الخدمة عكس السلع المادية التي يقوم العميل بتقييم جودتها عند الشراء بالاعتماد أساسا على الجوانب الملموسة منها ،فان إدراك العميل لجودة الخدمة يعتمد على مقارنة توقعاته عن خدمة بالأداء والجودة والفعالية المتحصل عليها عند الاستهلاك

تتضمن العمليات أداء مقدم الخدمة ،والعوامل والمؤثرات المحيطة بعملية تقديم الخدمة "من البهو ،الآلات المستخدمة ،والشهادات العلقة " وبالتالي فجوة العمليات تكمن في كفاءة وقدرة مقدم الخدمة على التحكم في عملية تقديم الخدمة ،في تتضمن المخرجات النتائج التي تعود على العميل من خلال حصوله على خدمة ،ومن ثم فجوة المخرجات تكمن في تمكن الخدمة من إرضاء العميل من خلال أدائها بالصفة المطلوبة من طرف مقدمها والشكل التالية يبين كيفية تقييم العميل لجودة الخدمات المقدمة .²

¹ _سلماني فاطمة ،مرجع سبق ذكره، ص 25,26,27

² - محمد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية للنشر والتوزيع الاسكندرية 1993، ص 360.

الشكل رقم (1-5) :تقييم العميل لجودة الخدمات المقدمة



المصدر: مُجد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية والتوزيع الاسكندرية، 1993، ص 360

من خلال هذا الشكل ، نجد أن الزبون يأخذ بعين الاعتبار عند تقييمه لجودة الخدمات المصرفية المقدمة كلا من توقعاته حول هذه الأخيرة ، وجود العمليات وكذلك وجود المخرجات ليخرج في الأخيرة بنتيجة تمثل تقيما لجودة الخدمات المقدمة ،ويمكن أن نأخذ هذه التقييم احد الأشكال التالية :

فإذا طابقت كل جودة العمليات وجودة المخرجات ما هو متوقع ، كانت نتيجة تحقيق رضا العميل عن هذه الخدمة

أما إذا فاقت كل جودة العمليات وجودة المخرجات توقعات العميل ،فهنا تكون الجودة مثالية ويكون العميل جدا راض عن هذه الخدمة

وفي حالة ما إذا لم تكن جودة العمليات وجودة المخرجات في مستوى التوقعات العميل ،فان النتيجة تكون عدم رضا هذه الأخيرة عن هذه الخدمة

مما يزيد صعوبة تقييم جودة الخدمة بصفة عامة اختلاف الأداء من مرة لأخرى ومن عميل لآخر مما يعني صعوبة التأكد من أن الخدمة المطلوبة سيتم أداؤها بنفس الجودة التي يتوقعها العميل في كل مرة¹

¹ _مُجد فريد الصحن ، مرجع سبق ذكره ،ص361

المطلب الثاني: وسائل قياس رضا العميل للخدمة المقدمة له

على المنظمة أن تقوم بدراسة ومتابعة الرضا لدى العملاء ، وذلك من خلال استخدامها لأحدى وسائل قياس الرضا، المتمثلة في صناديق الاقتراحات ، والشكاوى والاستبيانات الدورية ، والمقابلات الشخصية ، والجماعية ، والمكالمات الهاتفية ، والتي سنحاول التطرق إليها فيما يلي

الفرع الاول :أنظمة الشكاوى والمقترحات

في ظل هذا النظام ،تشجع المنظمة الزبائن على التقدم بمقترحاتهم عن أي مجال لتطوير ، وتحسن عناصر المزيج التسويقي بما يحقق رضائهم ،أو أي شكاوى متعلقة بالمنتج وكيفية بيعه ،وهناك العديد من المتاجر التي تستخدم صناديق الشكاوى والمقترحات داخل المتجر وتقوم بإجراء الإجراءات التصحيحية اللازمة في هذا الأسلوب ،مما يزيد من درجة ولاء العميل وإحساسه انه موضع اهتمام من جانب المنظمة

وقصد حصولها على آراء العملاء وتعبيرهم عن استيائهم تتبع بعض المنظمات مجموعة من الطرق يتمثل في

منح العميل عند نقاط البيع ،أو مع مشترياتهم بطاقات تحمل الطابع والتاريخ لتدوين ملاحظتهم عليها

توفير خطوط هاتفية مجانية لفترات طويلة في النهار

تخصيص مراكز لخدمة العميل عند نقاط البيع

التقرب من العميل بعد انتهاء عملية البيع للتحقق من رضاه

تقديم عروض بإعادة المال المدفوع للعميل أو القبول بتبديل المنتج في حال عدم رضاه عن المنتج الذي اشتراه¹

بعد تجميع المعلومات من العميل ،تأتي عملية معالجة الشكاوى وذلك من خلال تقسيم هذه العملية إلى الفرعين مختلفين هما :

أولا :طريقة معالجة الشكاوى

وهي الخطوة الأولى والفورية والمطلوبة لتهذئة العميل ،وحل أو على الأقل التخفيف من وقع المشكلة أو نقطة الخلاف ،وهناك ستة قواعد أساسية للقيام بذلك العمل على وجه الصحيح هي :

. الإصغاء إلى المشتكي دون مقاطعة وتسجيل ملاحظات ، وإظهار التعاطف معه

¹ محمد فريد الصحن ،مرجع سبق ذكره ،ص72

. التحقق من المشكلة من خلال طرح الأسئلة ،لتجنب سوء التفاهم ،ولفهم الشكوى بكل حذافيرها
 . تقديم الحل المقبول من الطرفين ،قد يكون مؤقتا حتى تتم معالجة المسألة نهائيا ويجب أن يكون واضحا جدا
 بحيث يترك مجالا للعميل للشك في ما يتوقعه أو ينتظره
 . الالتزام بالحل المتفق عليه ،بحيث يجب الحصول على تعهد حازم من الشخص ،أو الدائرة ذات علاقة بإنجاز
 العمل بان معالجة الشكوى ستنفذ ،ويجب التحقق انه تم ذلك وفق للمقاييس والأوقات المتفق عليها
 . المتابعة والاتصال بالعميل ثانية للحصول منه على تأكيد بزوال أسباب الخلاف ،إذا أن العميل صاحب
 الشكوى التي تمت معالجتها بسرعة وبطريقة لائقة وملائمة يصبح مكسبا مهما ،والعميل مخلصا للمؤسسة
 . تنفيذ إجراءات تصعيدية في حال لضرورة ،ذلك انه يجب معالجة بعض الشكاوى من قبل الإدارة العليا ، ومن
 ناحية أخرى تفويض الموظفين المتعاملين مع شكاوى العملاء بمحاولة التوصل إلى تفاهم مقبول فور حدوث
 سوء التفاهم .

ثانيا :استقصاء أسباب الشكاوى : يتم الاستقصاء عن الشكاوى بدراسة أسبابها الضمنية والأساسية للتأكد
 من عدم تكرارها والطريقة المتبعة في هذا المجال تركز على عمل الجماعي ،بحيث يقوم ممثلون من مختلف
 الدوائر المعنية بسبب الشكوى بتكوين فريق عمل ،لدراسة السبب الأساسي وراء الشكاوى الفردية والاتفاق
 على الحلول و أوقات تنفيذها

الفرع الثاني : الاستبانة : تسمى أحيانا الاستبيان ،وقائمة الاستقصاء ،أو الاستمارة الإحصائية والى ذلك من
 المسميات ،وتعرف على أنها "وثيقة يتم بواسطتها جمع بيانات ومعلومات حول الظاهرة أو المشكلة البحثية
 وتكون على شكل صفحة أو أكثر وتتألف من عدة أجزاء "وهي تتكون من مجموعة من الأسئلة التي تتمحور
 حول مشكلة البحث ،ويمكن بناؤها وفقا خطوات التالية

. الاطلاع على أدبيات الموضوع ،والدراسات السابقة في مجال المشكلة أو الظاهرة المدروسة

. الاستكشاف أو الاطلاع الأولي ،من خلال الملاحظة المباشرة للظاهرة المدروسة في مكان وجودها الطبيعي

. تحديد الموضوعات والأبعاد الرئيسة للمشكلة ،وبالتالي صياغة فقرات الاستبانة الملائمة حولها

. التأكد من ثبات الاستبانة ،أي مدى الانسجام والاتساق الداخلي لأسئلتها و بياناتها

. التأكد من صدق الاستبانة وصلاحياتها لقياس الظاهرة

- الاهتمام بالنواحي الشكلية في تصميم وصياغة الاستبانة ، من حيث اللغة والتسلسل والمنطقي والجاذبية والاقتصاد في اللغة ،وما ذلك من متغيرات هامة تساعد في وضع استبانة ملائمة وفعالة

- الإدارة الجيدة للاستبانة من حيث التوزيع ، وإعادة جمعها ومتابعة سيرها والحصول على استجابة فعلية وسليمة .
قد تكون الاستبانة "مقفلة أو مفتوحة ،أو مقفلة - مفتوحة "حسب طبيعة الأسئلة التي تحتويها ،ونوع الأخير هو الأفضل لأنه يسمح بالاستفادة من مزايا ،وتجنب عيوب النوعين الآخرين ،وهي تحوي معلومات شخصية ،وأخرى تتضمن آراء واتجاهات ورغبات الأفراد حول ظاهرة ومشكلة محددة ،إلى جانب أسئلة تتعلق بالدوافع والأسباب المتعلقة بعمل معين¹

الفرع الثالث : المقابلة الشخصية : تعرف المقابلة الشخصية على أنها "تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقع مواجهة حيث يحاول احدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستشير بعض المعلومات أو المتغيرات لدى المبحوث والتي تدور حول آرائه ومعتقداته "

وكذلك تعرف بأنها "احد أساليب البحث الكيفي حيث تعقد مقابلة شخصية طويلة ومتعمقة مع كل مستهلك في العينة المختارة على حده بهدف الكشف عن دوافعه الشرائية واتجاهاته وشعوره وهي تتميز بما يلي

. التبادل اللفظي بين أشخاصها والمواجهة المباشر بينهم

. التفاعل والتأثر والمتبادل والتغذية الراجعة بين أشخاصها

. تصلح المقابلة بين فئات المبحوثين الأميين

. مرونة عملية المقابلة من حيث الأسئلة وسير المقابلة نفسها

. إمكانية طرح أسئلة فورية تظهر خلال المقابلة

أما المقابلة الجماعية فتعرف على أنها "أنها احد أساليب البحث الكيفي حيث يشترك من حوالي 8 الى 10 افراد في متوسط في جلسة نقاش جماعية ويرتكز على احد منتجات أو الموضوعات التسويقية وكذلك يدير هذه الجلسة وسيط مدرب "

¹ _ عفاف عبد اللاوي آخرون ،جودة الخدمات كعامل لتدعيم الموقع التنافسي للخدمة ،مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الليسانس في العلوم التجارية ،تخصص تجارية دولية المعهد

الوطني للتجارة ملحق الوادي ،جوان 2002،ص48

الفرع الرابع : المكالمات الهاتفية : هناك الكثير من العفوية والصدق في هذا النوع من الاتصالات ، إذ يتم الاتصال فورا وقد جعلت التحسينات في الهواتف السلكية والخلوية ، من الهاتف جزءا هاما وأساسيا من اتصالات الأشخاص داخل وخارج المنظمة أما مساوئ الاتصالات الهاتفية فهي غياب الاتصال البصري ، وإمكانية أن يكون مستلم المكالمة الهاتفية منهمكا بأعمال أخرى في المكتب بالإضافة إلى ذلك فلا يوجد سجل مكتوب

عن تبادل المعلومات ، بالرغم من أن بعض المنظمات مثل "المصارف وشركات التأمين" تسجل المكالمات الهاتفية بصورة تلقائية ، أضيف إلى ذلك إن إمكانية وصل الحاسوب بالهاتف من خلال تقنية الانترنت قد أزلت هذه السلبية من الاتصالات الهاتفية¹

المطلب الثالث : مزايا جودة الخدمة المصرفية

تجني المصارف العديد من المزايا والفوائد وذلك من لتركيز جهودها على تحسين جودة خدماتها واهم هاته الفوائد ما يلي:

- التكاليف : يعتمد مدخل الجودة على تخفيض التكاليف من خلال التدقيق بين الأوقات المتاحة لدى العاملين داخل المصرف والاحتياجات المتوقعة للعملاء ثم تبسيط العمل وتقليل الأخطاء.

- التمايز في السوق : يؤكد مفهوم الجودة على الحاجة لان تكون المنظمة المصرفية أفضل من المنظمات المصرفية الأخرى المنافسة في مجالات الدقة والراحة والتوقيت الدقيق واللياقة في تمايز يؤكد على تمايز المنظمة المصرفية من خلال جعل العميل يشعر بأنه يتعامل بخصوصية مع منظمة المصرفية .

- تدريب العاملين لرفع مستوى الخدمة : تحدد الجودة معايير يقاس بها تقديم الخدمة فعلا إذا يتعلم العاملون ضرورة أداء واجباتهم واستخدام الأساليب المناسبة والمحددة لضمان الوصول إلى المعايير الأعلى للخدمة وبدون حصول الأخطاء.

- الاهتمام بملاحظات العملاء من حيث إدخال تحسينات : نتيجة لتنوع الخدمات واشتداد المنافسة وتطور أذواق المستفيدين من الخدمات فان إدارة المصرف تسعى جاهدة إلى التعرف على دور أفعالهم تجاه الخدمات المقدمة وذلك من خلال القيام بإجراء البحوث والدراسات والتعرف على وذلك من خلال القيام بإجراء

¹ _ عفاف عبد اللاوي ، مرجع سبق ذكره ، ص ، 49 - 50

البحوث والدراسات والتعرف على آرائهم و الأخذ بالملاحظات التي يبدونها بهدف تحسين الخدمات المقدمة وتلبية حاجات ورغبات المستفيدين لتحقيق التميز المطلوب .

إضافة إلى المزايا والفوائد السابقة نذكر :

. إن الخدمة المتميزة تتيح الفرصة أمام البنوك لتقاضي أسعار وعمولات أكبر .

. إن الخدمة المتميزة تزيد قدرة المصرف على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد .

. إن الخدمة المتميزة تتيح الفرصة لبيع خدمات مصرفية إضافية وكذلك تجعل منهم بمثابة مندوبي بيع صرف وتوجيه وإقناع العملاء.¹

¹ _ عوض بدير الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، ط 1 ، البيان للطباعة و النشر ، القاهرة ، 1999، ص 338.

المبحث الرابع: الدراسات السابقة

سنتطرق في هذا المبحث للدراسات السابقة التي تناولت نفس الموضوع وقسمناها الى دراسات عربية ودراسات اجنبية وكان تقسيمها على حسب سنوات الدراسة.

المطلب الاول: الدراسات العربية

- دراسة معلا "قياس جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية الاردنية"، 1998:

ورمت هذه الدراسة لقياس جودة الخدمات المصرفية ومستوى جودة الخدمة المقدمة للعملاء وقد توصلت الدراسة الى ان مستوى الخدمات المصرفية فعليا من المصارف التجارية الاردنية كان منخفضا بالموازنة بمستوى الجودة التي كان يتوقعها عملاء هذه المصارف.

وكذلك اوضحت نتائج الدراسة انه لا توجد اختلافات بين نتائج قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الاداء الفعلي (الجودة المدركة من العملاء) ومقياس الفجوة المتمثل في بين الجودة المتوقعة والجودة المدركة كما بينت الدراسة انه لكل متغيري عدد سنوات التعامل مع المصرف ومدى تكرار التعامل معه اثر مباشر على تقويم العملاء لجودة الخدمات المصرفية، في حين لم يكن لعدد المصارف التي يتعامل واياها العميل أي اثار تذكر على هذا التقويم.

- دراسة علوان، "قياس جودة الخدمات المصرفية في الاردن باستخدام مقياس (servqual) ذي الابعاد الخمسة"، 2002:

وقد اجريت على مصرف الأسكان الأردني هدف "قياس جودة الخدمات المصرفية في الاردن باستخدام مقياس (servqual) ذي الابعاد الخمسة، وقد اظهرت النتائج ان هناك تأثيرا لهذه الابعاد في مستوى الخدمات المصرفية وقد تفاوتت من بعد لأخر، وقد مثلت هذه الابعاد الاطار الرئيسي لمستوى الخدمات المصرفية المقدمة.

كما اظهرت الدراسة ايضا ان هناك تباينا بين افراد العينة حول بعض المتغيرات التي مثلت كل مجموعة منها، ولم تتناول الدراسة العوامل المؤثرة في سلوك الافراد في اختيار مصرف معين دون غيره من المصارف.

- دراسة صلاح عبد الرحمن مصطفى الطالب بعنوان: "قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية في المملكة الاردنية الهاشمية" سنة 2003-2004:

هدفت هذه الدراسة لقياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية، وذلك باستخدام أداة الدراسة الممثلة في استمارة من النوع المركب المكشوف الهدف منه طبيعة الاسئلة التي تمكن من تقسيمها الى الجزء الاول خاص بالأسئلة المتعلقة بالعوامل الشخصية، (العمر، الجنس،) بينما الجزء الثاني الاسئلة الخاصة بجودة الخدمات المصرفية الاسلامية من وجهة نظر العملاء، تم تحليلها ضمن مقياس (ليكرت) الخماسي، ووزعت (400) استمارة على عملاء المصارف الاسلامية الاردنية العاملة في مدينة عمان، وقد تم قياس مستوى الثبات والتناسق الداخلي للعوامل المكونة للأبعاد الخمسة (الجوانب الملموسة من الخدمة المصرفية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف) لقياس الجودة، وتوصل في الاخير لنتائج ان الانطباع الايجابي عن جودة الخدمة المصرفية الاسلامية في مجال الجوانب المادية الملموسة والاستجابة والتعاطف، اما في مجال الاعتمادية والامان فلم تكن بالدرجة التي ترضى العملاء، عينة البحث مما دال على ان البنوك الاسلامية يقع على عاتقها العمل لتحسين هاتين الناحيتين في مجال تقديم الخدمة.

- دراسة فارس محمود ابو معمر بعنوان: "قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك العاملة بقطاع غزة" المجلة الجامعية الاسلامية (سلسلة الدراسات الانسانية) المجلد الثالث عشر، العدد الاول، ص 77- 105 يونيو 2005، سنة 2004-2005:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة طريقة او المقياس المعتمد لقياس جودة الخدمة المصرفية، ولقد تم استخدام الاستبيان حيث تم توزيع (200) استبيانا، شملت عملاء البنوك في قطاع غزة، حيث توصل لنتائج تكمل في ان توقعات العميل لها ارتباط خدمة مصرفية، وأن ادراكه لهذه الخدمة هو المدخل الاساسي لتطوير وتحسين جودة الخدمات المصرفية، وهناك ايضا علاقة ارتباط قوية ذات دالة احصائية بين رضا العملاء وهذه الخدمة.

- دراسة حنون رشاد واخرون ، بعنوان: "العلاقة بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء في المصارف التجارية "سنة 2009:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف الى العلاقة بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء في المصارف التجارية، كما هدفت الى التعرف على متغيرات الدراسة (الاعتمادية ،الجوانب الملموسة، الاستجابة التعاطف ، الامان) ومن اجل اهداف الدراسة تم توزيع استبيان تتكون من 103 من عملاء البنوك التجارية وتوصلت الدراسة الى النتائج التالية:

تبين انه توجد علاقة ما بين متغيرات الدراسة وهي (الاعتمادية ، الجوانب الملموسة ، الاستجابة ، التعاطف ، الامان) ورضا العملاء في المصارف التجارية في مدينة طولكرم ، وبناء على نتائج الدراسة تم وضع التوصيات التالية :

- ضرورة العمل على اجراء وتنفيذ دراسات اخرى مماثلة لموضوع العلاقة بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء في المصارف التجارية بحيث تتناول بشكل موسع مجتمع دراسي اعلى.

- ضرورة نشر نتائج الدراسات في المجالات والدوريات العلمية ومن اجل مساعدة صانعي القرار على اتخاذ القرارات التسويقية الهادفة لتحقيق نتائج افضل في سياق تحقيق رضا العملاء عند مستويات تنافسية.

- دراسة الأثوري ، والمعمري ، " قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك اليمنية والتعرف على تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمات التي يحصلون عليها "، سنة 2009:

وترمي هذه الدراسة الى قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك اليمنية والتعرف على تقويم العملاء لمستوى الخدمات التي يحصلون عليها من المصارف التي يتعاملون وياها.

وقد توصلت الدراسة الى ان هناك تقويما مرتفعاً من العملاء لمستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها لهم المصارف اليمنية ، كما اظهرت الدراسة عدم وجود تباين كبير بين عملاء المصارف اليمنية حول الخدمات المصرفية المقدمة لهم فعلا ، كذلك اظهرت الدراسة وجود استجابة عالية وتعاطف واضح من موظفي المصارف اليمنية، وان هناك شعوراً بالود والتقدير من القائمين على المصارف اليمنية، وان هناك شعوراً قوياً بالثقة لدى العملاء تجاه المصارف التي يتعاملون وياها وتجاه العاملين فيها.

- دراسة سمية بن خدومة بعنوان: "قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء"، سنة 2012-2013 :

هدفت هذه الدراسة الى قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء ومعرفة درجة رضا العملاء عن هذه الخدمات ، وذلك بطرح الاشكالية التالية: كيف يتم قياس الخدمة المصرفية كما يدركها وتوقعها عملاء بنوك بمنطقة تفرت؟ من اجل تحقيق ذلك تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي واسلوب الدراسة الميدانية التي هدفها التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لعملاء البنوك محل الدراسة وما اذا كانت تفوق توقعاتهم، واستخدام اداة لقياس تمثلت في استمارة استبيان موزعة على عملاء خمسة بنوك (BNA. BDL. BEB. CBA. CENB) بورقلة.

ونتائج الدراسة المتواصل اليها انه لا توجد فروقات احصائية بين محددات جودة الخدمة المصرفية (الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف ، الامان) عند مستوى الدلالة 0.05% ودرجة رضا العملاء تأثر على المتغيرات الديمغرافية (الجنس ، العمر ، المستوى الدراسي، عدد سنوات التعامل مع البنك واسم البنك) .

-دراسة بعنوان : " قياس جودة الخدمة المصرفية "دراسة حالة بنك البركة الجزائري":

تهدف هذه الدراسة الى الاهداف التالية: قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء وتحديد ابعادها ، معرفة توجهات العملاء نحو جودة الخدمات المصرفية توفير قاعدة من المعلومات التي تساعد ادارات المصارف في قياس جودة ما تقدمه من خدمات مصرفية وتحديد اهم العوامل التي يوليها العملاء اهمية نسبية عالية خاصة عند تقييمهم لجودة تلك الخدمات ،وذلك لمعرفة اولويات التطوير عند الحاجة اليه اختبار العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية ورضا العميل، التعرف على النماذج السائدة لقياس جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العملاء.

المطلب الثاني : الدراسات الاجنبية :

9. -Les clients de la qualité de l'impact du service sur les intentions de

comportement bancaire international journal pour l'informât de le
connonefiranciere ,vol 2,n4 november2010

هدفت هذه الدراسة لتوفير الافضل لأبعاد الجودة الخدمة من خلال توقعات وتصورات العملاء و الاشكال المطروح: ما يؤثر على ابعاد الجودة المحددة لها على العملاء النوايا السلوكية ،ولقد استخدام المقالات المتعمقة مع 20 عملاء وكذلك استعمل عدة دراسات لبعض العلماء، شملت عملاء بنوك التجزئة العامة في هونغ كونغ وتوصل الى ان جودة الخدمة لديها تأثير مباشر على ارباح المنظمات ومساهمة افضل مجموعة من المتغيرات جودة الخدمة نحو ولاء العملاء في المواقف المتغيرات المستقبلية بمعاملات unstandardized.

10. " Mesure de le qualite du service dans le secteur bancaire"

Management research contemporaine 00h00 063 -283 vol,9n3,september2010

هدفت هذه الدراسة الى تحديد العلاقات المتبادلة بين جودة الخدمة، ورضا العملاء، وولاء العملاء في قطاع الخدمات المصرفية، واستخدام تحليل احادي المتغير لتحليل المتغيرات الديمغرافية والعقلانية، ولقد استعمل استبيان، حيث تم سحب عينة من 119 من عملاء البنوك هونغ كونغ وسفهاي المصرفية حيث توصل الى نتائج ان ابعاد جودة الخدمة (الجوانب الملموسة ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الامان ، التعاطف) لها تأثير ايجابي على العملاء .

المطلب الثالث: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تهدف الدراسة الحالية لقياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك محل الدراسة، وسنقوم بتوزيع 100 استبيان على العملاء بمستوى 50% لكل بنك أي 50 استبياناً لبنك الخارجي الجزائري، و50 استبياناً لبنك البركة الجزائري بحيث تكمن أهمية وميزة هذه الدراسة، في انها دراسة مقارنة بين بنك تجاري وآخر اسلامي يعملان في نفس المنطقة حيث من خلال الدراسة نجد ان قياس جودة الخدمة المصرفية من خلال الاستثمارات الموزعة على العملاء في البنكين تشير الى اختلاف النتيجة من حيث مكان دراسة الموضوع والنتائج المتواصل اليها، اما في الدراسات السابقة فنجد توافق من حيث النتائج المتواصل اليها.

خلاصة :

من خلال هذا الفصل يظهر التطور الذي عرفته الخدمة المصرفية و الجودة الخدمة وأهميتها بالنسبة للمصارف ، وتركيزها على رضا العميل ، و نستنتج بان مفهوم الجودة في الخدمات متعلق بمدى قدرة المصرف على كسب رضا العميل ، الناتج عن تلبية حاجات و رغبات العملاء حسب توقعاتهم كما يمكن تقييم جودة الخدمة المصرفية ومستوى رضا العميل من خلال الأبعاد الخمس لجودة الخدمة المصرفية ، والتي يعتبر العميل فيها المحدد الأساسي لجودته من عدمها ، و بناءا على توقعاته المستقبلية واحتياجاته الشخصية ومواقفه وتجاربه السابقة وإدراكه للأداء الفعلي للخدمة المصرفية ، مما يفرض على المصارف عدة تحديات بالتركيز و الاهتمام أكثر بأبعاد جودة الخدمة المصرفية ، وذلك من اجل تحقيق أفضل جودة في أداء الخدمة المصرفية والتطلع لمستوى عالي من رضا العملاء .

الفصل الثاني :

الدراسة الميدانية

تمهيد :

بعد تطرقنا لاهم النقاط في الجانب النظري الشاملة لموضوع قياس جودة الخدمات المصرفية و اهم الدراسات السابقة التي تناولت نفس الموضوع ، سنحاول من خلال الدراسة الميدانية التعرف على مدى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك محل الدراسة ، وذلك بالاعتماد على عينة من عملاء هذه البنوك لذا قسمنا الفصل الي ثلاث مباحث :

المبحث الاول : تقديم للبنكين محل الدراسة .

المبحث الثاني : الطريقة و الادوات المستخدمة في الدراسة

المبحث الثالث : نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

المبحث الاول : تقديم البنوك محل الدراسة

سوف نتطرق في هذا المبحث لنبذة عن البنكين محل الدراسة

المطلب الاول: تقديم عام حول بنك البركة الجزائري وكالة الوادي

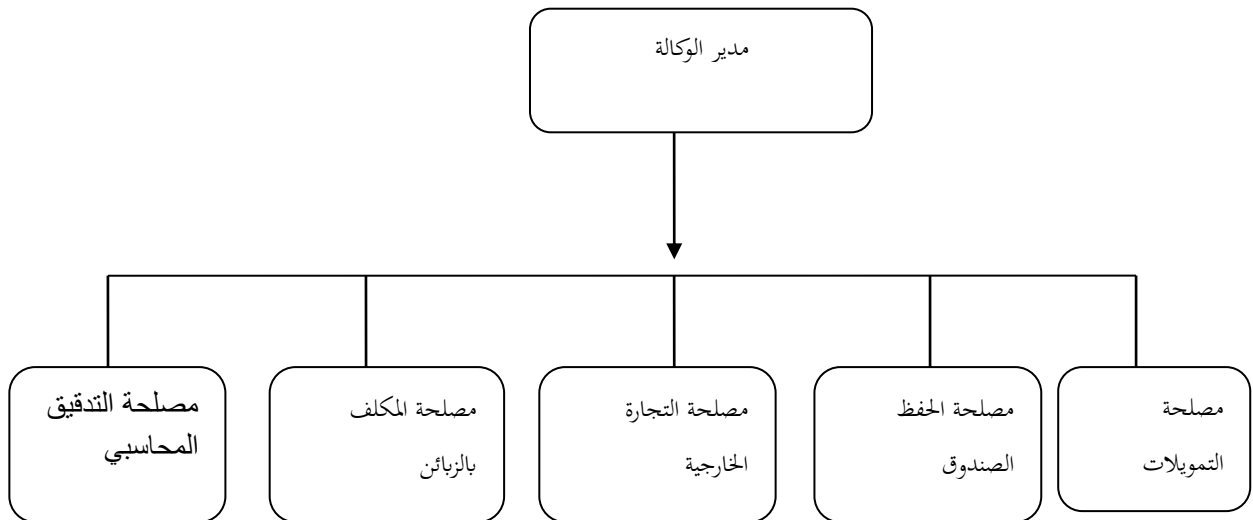
يعد بنك البركة الجزائري احدى الوحدات المصرفية التابعة لمجموعة البركة المصرفية حسب ما سيتم عرضه
كتالي:¹

الفرع الاول: لمحة تاريخية عن بنك البركة الجزائري - وكالة الوادي

حيث يقع بنك البركة الجزائري - وكالة الوادي في عاصمة الولاية حي 400 سكن والتي فتح ابوابه 15
ماي 2011م ، يضم طاقم اعمال يتشكل من 10 عمال وتمثل الوكالة مركز الخدمات القاعدية للبنك
وهي الخلية الفعالة لاحتوائها على هياكل الاستقبال والمعالجة.

الفرع الثاني : الهيكل التنظيمي لبنك البركة الجزائري لوكالة الوادي

الشكل رقم 02: هيكل بنك البركة الجزائري وكالة الوادي



¹ _مقابلة شخصية مع المكلف بالدراسات القروض بنك البركة الجزائري 23_ 07_ 2020

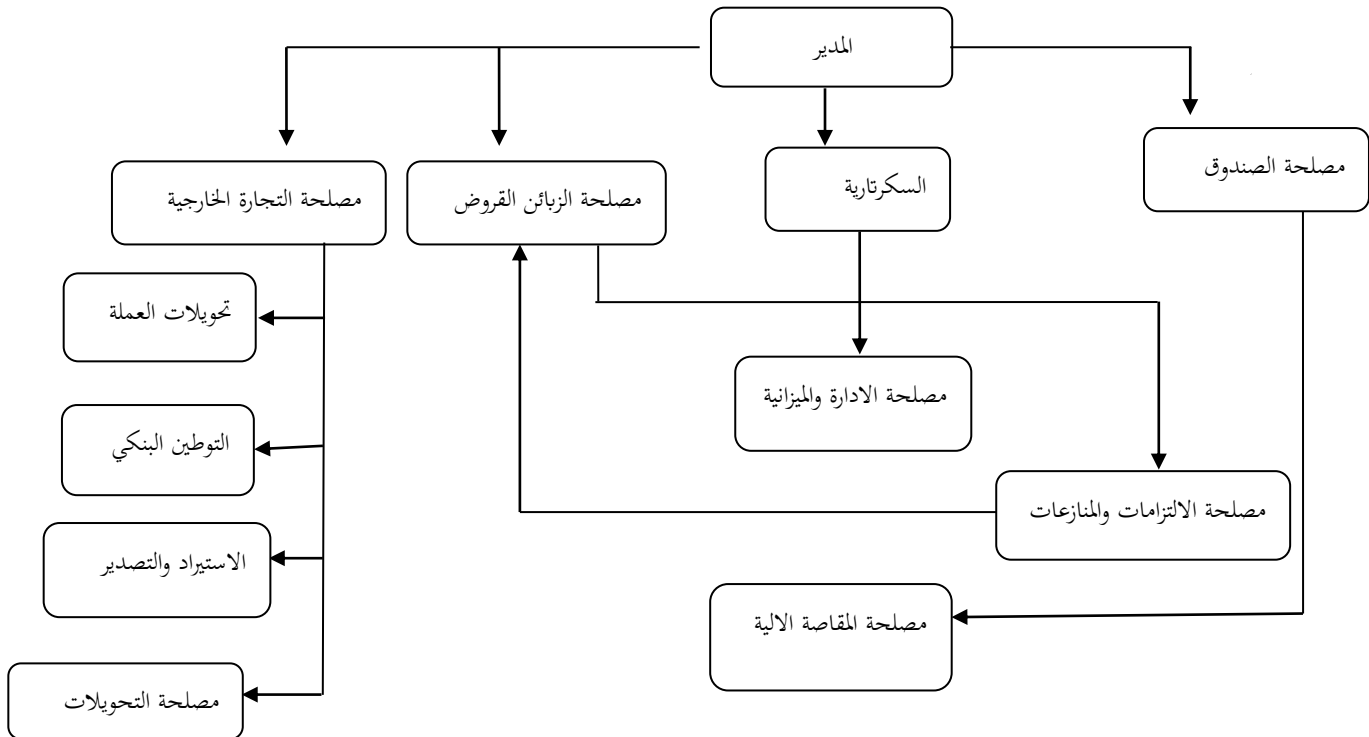
المطلب الاول: تقديم عام حول بنك الجزائر الخارجي BEA وكالة الوادي

سوف نقوم في هذا المطلب بتعريف بنك الجزائر الخارجي²

الفرع الأول: لمحة تاريخية عن بنك الجزائر الخارجي – وكالة الوادي :أنشئت BEA بالوادي في 29 سبتمبر 1987 تقع وكالة BEA بالوادي في حي 400 سكن بعاصمة الولاية يشتغل به 21 عاملا وتسيير حوالي 5000 حساب بنكي وتمول العديد من المشاريع الاستثمارية من شأنها النهوض بالتنمية المحلية في الوادي

الفرع الثاني : الهيكل التنظيمي لوكالة BEA بالوادي :تشمل وكالة BEA بالوادي إضافة إلى المديرية العامة، المصالح و الأقسام حيث كل مديرية تنقسم إلى عدة مصالح، و كل مصلحة تنقسم إلى عدة أقسام وفق الهيكل التنظيمي التالي:

الشكل رقم 01:هيكل بنك الجزائر الخارجي - وكالة الوادي



² _ مقابلة شخصية مع نائب رئيس مكلف بالدراسات بنك الجزائر الخارجي ، الوادي 21_07_2020

المبحث الثاني : الطرق و الادوات المستخدمة في الدراسة:

تطرقنا في هذه الدراسة باستعمال مجموعة من الادوات والطرق ، وذلك باتباع المنهج الوصفي المتعلقة بالجانب النظري ، من ثم قمنا بالدراسة الميدانية في محاولة قياس ابعاد جودة الخدمة المصرفية على شكل دراسة استطلاعية باتباع منهج المقارنة ، وتحليل نتائج الدراسة لقياس ابعاد جودة الخدمات المصرفية .

المطلب الاول : حجم وعينة الدراسة

سيندرج تحت هذا المطلب عدة فروع كما يلي :

الفرع الاول : مجتمع وعينة الدراسة

سوف نوضح كيفية اختيار مجتمع وحجم عينة الدراسة كما يلي :

اولا: يمثل مجتمع الدراسة العملاء الذين يتعاملون مع بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري بولاية الوادي .

ثانيا : قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان على عملاء البنكين ، وقد قدر عدد الاستبيانات الموزعة 100 استمارة موزعة بالتساوي 50 لكل بنك ، في حين تم استرجاع 71 استمارة كانت منها 39 لبنك الخارجي الجزائري و32 لبنك البركة الجزائري صالحة للتحليل ، وبالتالي تقدر النسبة ب 71 بالمئة من الاستمارات المقبولة لإجراء الدراسة والتحليل ، اما الدراسة فقد الغيت لأنها غير مقبولة واخرى غير مسترجعة .

الفرع الثاني : متغيرات الدراسة وطرق معالجتها :

يتمثل المتغير الاساسي لهذه الدراسة في الجودة اضافة الى الابعاد الخمسة والتي تم قياسها باستعمال الاستبيان وتلخيص البيانات والمعطيات المجمعة تم الاعتماد على مقياس ليكرات الخماسي من خلال حساب التكرارات النسبية والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية ، والانحرافات المعيارية .

المطلب الثاني :الادوات المستخدمة في الدراسة

الفرع الاول :اداة الدراسة تمثلت اداة الدراسة في الاستبيان الذي تم اعداده كما يلي :

اولا : تحضير الاستبيان : لتحضير اداة الدراسة كونها تهدف لقياس ابعاد جودة الخدمات المصرفية لقد اعتمدنا في اعدادها على ما تم التطرق اليه في الجانب النظري فيما يخص ابعاد الجودة ،اضافة الى الجوانب الديمغرافية للعملاء ،كما تم الاستناد في تحضير هذا الاستبيان على :

. الاخذ بآراء العملاء وتوجهاتهم

ثانيا : التصميم الفعلي لعبارات الاستبيان :يحتوي هذا الاخير على 27 سؤال متعلقة بأبعاد جودة الخدمات المصرفية

- من العبارة 01 الى عبارة 04 تتعلق بالجدول الاول يخص بعد المظهر العام للبنك والعاملين والاجهزة .
- من العبارة 05 الى العبارة 09 تتعلق بالجدول الثاني يخص بعد الاعتمادية
- من العبارة 10 الى العبارة 14 تتعلق بالجدول الثالث يخص بعد الاستجابة
- من العبارة 15 الى العبارة 18 تتعلق بالجدول الرابع يخص بعد الامان
- من العبارة 19 الى العبارة 22 تتعلق بالجدول الخامس يخص بعد التعاطف
- من العبارة 23 الى العبارة 27 تتعلق بالجدول السادس يخص بعد نوعية وجودة الخدمات

ثالثا : هيكل الاستبيان : يتكون الاستبيان من جزئين هما

الجزء الاول : الخاص بالأسئلة المتعلقة بالجوانب الديمغرافية للعميل

الجزء الثاني : الخاص بالعبارات المتعلقة بأبعاد جودة الخدمات المصرفية

رابعا : توزيع الاستبيان على الافراد:

. كان توزيع الاستبيان بطريقة شخصية

. هناك من ساعدني على توزيع الاستبيان واقناع العملاء على الاجابة .

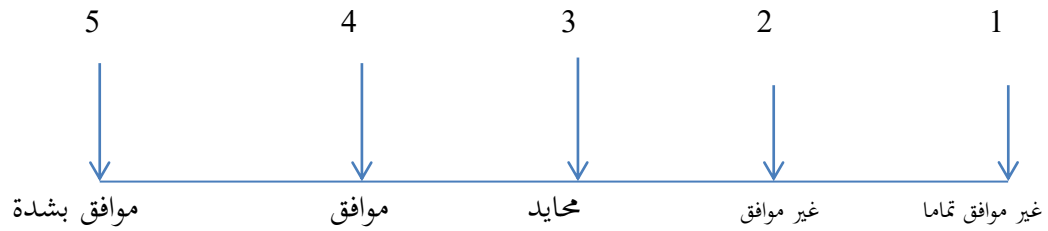
الفرع الثاني :الاساليب المستخدمة في معالجة الاستبيان واساليب التحليل الاحصائي :

يتم استخدام في تحليل الاستبيان ومعالجته ماييلي :

برنامج EXSEL ونظام SPSS25 والاعتماد على مقاييس احصائية تكمن في :

النسب المئوية ، التكرار، المتوسط الحسابي ، الانحراف المعياري ، اضافة الى الاعتماد على مقياس ليكرات الخماسي الذي يعبر عن الخيارات (غير موافق تماما ،غير موافق ،محايد ،موافق ،موافق بشدة) وهو مقياس ترتيبي ، والشكل الموالي يوضح ترتيب درجات الموافقة .

الشكل رقم (2. 1) :يوضح درجات الموافقة على الشكل التالي:



اولا: صدق وثبات الفا :كرونيباخ:

جدول رقم 1 - 2 : لقياس الفا كرونيباخ

كلالوكالتين		ابعاد جودة الخدمة المصرفية
الصدق	الثبات	
0.700	0.704	بعد المللموسية
0.763	0.700	بعد الاعتمادية
0.777	0.710	بعد الاستجابة
0.895	0.878	بعد الامان

0.789	0.760	بعد التعاطف
0.856	0.840	نوعية وجودة الخدمة
0.796	0.756	المجموع

المصدر :بناء على تحليل نتائج SPSS25

ثانيا : التحقق من صدق الفا كرونباخ:

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه الخاص بقياس صدق وثبات اداة الدراسة للعملاء في البنكين ،

حيث تحصلنا على النتائج التالية قيمة الثبات لكلا البنكين هو 0.756 و قيمة الصدق لكلا

البنكين 0.796 يعبر هذا على ان النتائج مقبولة في كلا البنكين وهو يعكس ايضا ثبات اداة القياس

وان فقراتها مرتبطة لبعضها البعض فهي قابلة لأعراض التحليل الدراسي .

المبحث الثالث : عرض النتائج واختبار الفرضيات :

يحتوي هذا المبحث على عرض لنتائج الدراسة التي تهدف لتعرف على كيفية قياس جودة الخدمات المصرفية ، بإضافة لمعرفة الرضا من هذه الخدمة المقدمة ، لذا سيتم في هذا المبحث عرض النتائج عن طريق تحليلها .

المطلب الاول : عرض نتائج عينة الدراسة

سنحاول عرض جميع النتائج المستخلصة من الدراسة .

__ عرض نتائج الخصائص الديمغرافية : جمع العينة في جدول واحد يشمل العينتين معا خاصة بالعملاء بنك البركة الجزائري ، وبنك الخارجي الجزائري كما يلي :

الجدول رقم 2_2 : خصائص العينة

الرقم	المتغير	الفئة	بنك البركة الجزائري		بنك الخارجي الجزائري	
			التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
01	السن	اقل من 25 سنة	1	3.225	1	2.564
		من 25 - 40 سنة	16	51.612	21	53.846
		أكثر من 40 سنة	14	45.161	17	43.589
02	الجنس	ذكر	22	68.75	27	69.230
		أنثى	9	28.125	12	30.769
03	مدة التعامل	اقل من 5 سنوات	12	38.709	15	38.461
		أكثر من 5 سنوات	12	38.709	13	33.333
		أكثر من 10 سنوات	7	22.580	11	28.205
04	المستوى التعليمي	ابتدائي	3	9.677	2	5.128
		متوسط	4	12.903	2	5.128

35.897	14	35.483	11	ثانوي		
53.846	21	41.935	13	جامعي		

المصدر : من اعداد الطلبات بناءً على مخرجات spss25

يتبن لنا من خلال الجدول 2_2 اعلاه الخاص بالمتغيرات الديمغرافية للعملاء البنكين محل الدراسة ، حيث متغير السن بالنسبة لبنك البركة الجزائري كان فرد من عينة الدراسة من الفئة الاولى ، و 16 فرد من الفئة الثانية ، 14 فرد من الفئة الثالثة ، اما فيما يخص بنك الخارجي الجزائري كان فرد من عينة الدراسة من الفئة الاولى ، 21 فرد من الفئة الثانية ، و 7 افراد من الفئة الثالثة ، اما من حيث متغير الجنس فكانت كالنحو التالي بالنسبة لبنك البركة الجزائري 22 ذكر و 9 من الانثى فيما يقابله من البنك الخارجي الجزائري 27 ذكر و 12 من الاناث ، اما في متغير مدة التعامل بالنسبة لبنك البركة الجزائري الفئة الأولى منها 12 فرد وتكرار نسبة 12 بالنسبة للفئة الثانية ، والفئة الثالثة 7 افراد ، اما البنك الخارجي الجزائري فكانت 15 فرد من الفئة الاولى و 13 فرد من الفئة الثانية 11 فرد من الفئة الثالثة ، اما متغير المستوى التعليمي بالنسبة لبنك البركة الجزائري 3 افراد من العينة لمستوى الابتدائي ، 4 افراد لمستوى متوسط و 11 فرد لمستوى ثانوي ، 13 فرد لمستوى جامعي ، اما فيما يخص بنك الخارجي الجزائري 2 فرد من العينة مستوى ابتدائي و 2 فرد مستوى متوسط ، 14 فرد مستوى ثانوي 21 فرد من العينة مستوى جامعي .

المطلب الثاني : تحليل نتائج اراء العملاء بين بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري

يحتوي الجزء الثاني من الاستبيان على ستة معايير لتقييم جودة الخدمات المصرفية ، تم سؤال العملاء عن اهمية هذه المعايير بالنسبة لهم قبل البدء بعملية التقييم ، وذلك وفق مقياس ليكرت الخماسي ، وتم احتساب قيمة كل معيار من خلال اعطاء القيم موافق بشدة (5) ، موافق (4) ، محايد (3) ، غير موافق (2) ، غير موافق تماما (1) ، ثم تم احتساب الانحراف المعياري لقيم كل معيار ، و الاهمية النسبية من خلال تقسيم المتوسط على عدد الدرجات لمقياس ليكرت الخماسي ، وفق ذلك تم ترتيب هذه المعايير وفق النتائج لتقييم العملاء وتظهر النتائج كما في الجدول رقم

اولا :تقييم اهمية معايير تقييم اراء العملاء

جدول رقم 2_3 : تقييم اهمية معايير تقييم اراء العملاء

ت	المعيار	بنك البركة الجزائري			بنك الخارجي الجزائري		
		المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
1	المظهر العام للبنك و العاملين والأجهزة	3.343	0.745	5	2.987	0.628	4
2	الاعتمادية	3.462	0.672	2	3.215	0.623	2
3	الاستجابة	3.381	0.647	3	2.917	0.613	6
4	الأمان	3.656	0.703	1	3.269	0.839	1
5	التعاطف	3.351	0.700	4	2.980	0.649	5
6	نوعية وجودة الخدمات	3.462	0.776	2	2.994	0.790	3

المصدر : من اعداد الطلبات بناءً على مخرجات spss25

تشير النتائج بالجدول رقم وفقا لآراء العملاء بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري بالوادي عينة الدراسة الي ما يلي :

ان جودة خدمات المصرفية في بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري عينة الدراسة كل بعد من ابعادها هو بشكل ترتيب متتاليا من المرتبة الاول وهي الافضل وذلك بوسط حسابي بلغ قدره (3.66) والذي توجد في بنك البركة الجزائري لمعيار الامان ، بالمقارنة مع بنك الخارجي الجزائري بوسط حسابي بلغ (3.26) ، وهذا يعني ان جودة خدمات المصرفية في بنك البركة الجزائري اعلى من جودة خدمات المصرفية في بنك الخارجي الجزائري ، اما في المرتبة الاخيرة فكان من نصيب بعد المظهر العام والعاملين و الاجهزة بمتوسط الحسابي بلغ (3.343) لبنك البركة الجزائري ، اما بنك الخارجي الجزائري كانت لبعده الاستجابة بمتوسط حسابي (2.987) .

ان الانخفاض النسبي للانحرافات المعيارية عن الاوساط الحسابية يؤشر الي اتساق اجابات او اراء العملاء المشمولين في عينة الدراسة حول فقرات المختلفة و ذلك على مستوى الابعاد الستة . وللتعرف

على طبيعة المتغيرات لكل من ابعاد الجودة الخدمات المصرفية المشار اليها اعلاه ،وسيجري عرض تفاصيل متغيرات هذه الابعاد ، كما يلي :

ثانيا : تقييم المعيار المظهر العام للبنك والعاملين و الأجهزة

جدول رقم 2_4 : تقييم المعيار المظهر العام للبنك والعاملين و الأجهزة

ت	العبارة	بنك البركة الجزائري			بنك الخارجي الجزائري		
		المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
1	التصميم والتنظيم الداخلي للبنك يشعرك بالراحة النفسية	3.34	1.153	3	2.92	1.085	2
2	يقدم البنك إرشادات عملية لاستخدام التقنيات الحديثة	3.31	1.148	2	3.18	0.942	1
3	موقع البنك مناسب لك	3.19	1.230	4	2.74	1.117	4
4	يملك البنك أجهزة ومعدات حديثة	3.53	1.047	1	3.10	1.095	3
	إجمالي فقرت المعيار	3.343	0.745		2.99	0.63	

المصدر : من اعداد الطلبات بناءآ على مخرجات spss25

يوضح النتائج بالجدول رقم 2-4 الذي يبين نتائج تقييم معيار المظهر العام للبنك والعاملين والاجهزة بينك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري ، نجد ان اجابات العينة في هذه البنوك على سواء يوافقون على ان البنوك تمتلك مظهر عاما جذابا ،وان الاجهزة والمعدات حديثة وان العاملين في البنوك الاسلامية والبنوك التجارية يتمتعون بمظهر انيق وحسن وان المواد المتعلقة بالخدمات في هذه البنوك جيدة ،الا ان هذه الاجابات تتفاوت بصورة معينة بين عملاء بنك البركة الجزائري وعملاء بنك الخارجي الجزائري

وبالنظر لنتائج المعيار كاملا وعلى الرغم من ان التقييم اداء بنك البركة الجزائري و بنك الخارجي الجزائري جيدة وفق نتائج جميع الفقرات هذا المعيار ،الا ان هنالك اختلافات بين اداء بنك البركة الجزائري و اداء بنك الخارجي الجزائري وان اداء بنك البركة الجزائري هو الافضل وفق هذا المعيار .

ثالثا : تقييم معيار الاعتمادية

الجدول رقم 2_5 : تقييم معيار الاعتمادية

ت	العبارة	بنك البركة الجزائري			بنك الخارجي الجزائري		
		متوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	متوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
5	موظفي الإدارة بالبنك متحكمون في أداء الخدمة من أول مرة	3.53	0.915	2	2.87	1.105	4
6	يحافظ البنك على سرية المعلومات الخاصة بالعملاء	3.78	0.906	1	3.59	0.850	2
7	يحدد البنك وقت انجاز الخدمة بدقة	3.09	1.118	3	3.00	1.000	3
8	يتم التعامل بشكل جدي من قبل البنك عندما يواجه العميل مشكلة ما	3.53	1.135	5	3.23	1.063	5
9	يمكن القول بأننا نتق ونعتمد على البنك	3.38	1.129	4	3.38	0.847	1
	إجمالي فقرات المعيار	3.46	0.67		3.22	0.62	

المصدر : من اعداد الطلبات بناءً على مخرجات spss25

وقد تم سؤال العملاء عن رضائهم عن معيار الاعتمادية وكانت النتائج كما بالجدول رقم 2_5

تبين النتائج تقييم معيار الاعتمادية للبنوك الاسلامية والبنوك التجارية الجزائرية ،نجد بصورة عامة ان عملاء البنوك الاسلامية وعملاء البنوك التجارية الجزائرية يوافقون على ان ادارات هذه البنوك حين تعد بالقيام بعمل ما في وقت محدد فانها تلتزم بذلك وانهم يثقون في هذه البنوك ،وان موظفي هذه البنوك يقومون بتادية الخدمات بالشكل الصحيح ومن المرة الاولى ،وان هناك حرصا من قبل ادارات هذه البنوك

على خلو سجلات العملاء من الاخطاء وان هذه تتعامل بكل جدي فيما اذا تعرض عملاؤها لاية مشاكل ،الا ان هناك اختلافات بين النتائج البنوك الاسلامية عن عملاء البنوك التجارية

وبالنظر الى المعيار كاملا وعلى الرغم من ان اداء البنوك الاسلامية والبنوك التجارية جيدة وفق نتائج وفقرات هذا المعيار ،الا ان هناك اختلافات بين اداء البنوك الاسلامية واداء البنوك التجارية ، ان اداء البنوك الإسلامية المتمثل في بنك البركة الجزائري ايضا افضل وفق هذا المعيار من بنك البركة الجزائري.

رابعا : تقييم معيار الاستجابة

الجدول رقم 2_6: تقييم معيار الاستجابة

ت	العبارات	بنك البركة الجزائري			بنك الخارجي الجزائري		
		المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
10	تحصل على الخدمة في الوقت الذي تطلبها وفي اقصر وقت ممكن	3.19	0.998	2	2.67	1.084	5
11	يوفر البنك الخدمة و الاستفسار عن العمليات من خلال الانترنت	3.28	1.023	3	2.69	0.977	2
12	الخدمات التي يقدمها البنك تشبع رغباتك وحاجياتك	3.44	1.045	4	3.13	0.951	1
13	لا يمنع انشغال موظفي البنك بإعمالهم الداخلية عن الاستجابة الفورية لطلبات العملاء	3.31	1.061	5	2.87	0.978	3
14	تسم إجراءات تقديم الخدمات المصرفية في البنك بالسلاسة و المرونة	3.69	0.821	1	3.23	1.012	4
إجمالي فقرات المعيار		3.38	0.65		2.92	0.61	

المصدر : من اعداد الطلبات بناءً على مخرجات spss25

توضح النتائج بالجدول رقم (2_6) تقييم معيار سرعة الاستجابة في تقديم الخدمات للبنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري ، وتبين هذه النتائج بصورة عامة ان عملاء بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري يوافقون على ان موظفي هذه البنوك يقومون بإبلاغ العملاء بشكل محدد عن وقت انجاز الخدمة .وكما انهم متحفزين ومستعدين لتقديم الخدمة بصورة فورية ،وكما لا يمنع انشغالهم بأعمالهم الداخلية عن الاستجابة السريعة لطلبات العملاء، وان هناك رغبة لديهم في تقديم المساعدة للعملاء، وان إجراءات تقديم الخدمة تتسم بالسلاسة والمرونة ،وان البنك يقوم بالاستجابة السريعة للطلبات العاجلة للعملاء الا ان متوسط هذه الاجابات تتباين بين عملاء هذه البنوك، ونظرا لنتائج المعيار كاملا وعلى الرغم من ان تقييم اداء بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري جيدة وفق نتائج جميع فقرات هذا المعيار ، وان اداء بنك البركة الجزائري افضل من بنك الخارجي الجزائري وفق هذه النتائج.

خامسا : تقييم معيار الأمان

جدول رقم 2_7 : تقييم معيار الأمان

ت	العبارات	بنك البركة الجزائري			بنك الخارجي الجزائري		
		المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
15	حسن الاستقبال في البنك يشعر بالاطمئنان	3.72	0.991	4	3.08	1.326	4
16	لديك ثقة كبيرة في موظفي البنك	3.72	0.958	2	3.28	1.099	3
17	تشعر بالأمان في التعامل مع هذا البنك	3.72	0.888	1	3.26	1.019	2
18	خلو المعاملات التي يقوم بها البنك من الشك و المخاطر	3.47	0.983	3	3.46	0.996	1
	إجمالي فقرات المعيار	3.656	0.700		3.269	0.839	

المصدر : من اعداد الطلبات بناءً على مخرجات spss25

تبين نتائج الجدول رقم (2_7) تقييم معيار ضمان الشعور بالأمان لبنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري، اذا انه وفق هذه النتائج نجد ان عملاء بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري يوافقون

على ان سلوك موظفي هذه البنوك يعطي انطبعا بالثقة ،وانهم يشعرون بالأمان في تعاملهم مع هذه البنوك وان موظفي هذه البنوك يتمتعون بالاستقبال الجيد عند تعاملهم مع العملاء وخلو معاملاتهم من الشك والمخاطر وبالنظر لنتائج المعيار كاملا وعلى الرغم من ان تقييم اداء بنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري جيدة وفق نتائج جميع فقرات هذا المعيار ،الا ان اداء بنك البركة الجزائري افضل من بنك الخارجي الجزائري .

سادسا : تقييم معيار التعاطف

جدول رقم 2_8 : تقييم معيار التعاطف

ت	العبارات	بنك البركة الجزائري			بنك الخارجي الجزائري		
		المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
19	يتفهم الموظفون احتياجات العملاء ويسارعون إلى تحقيقها	3.38	0.751	1	2.82	0.970	2
20	توجد إخبار العملاء داخلية خلال فترة انتظارك ريثما تحصل على الخدمة	3.38	0.942	3	2.74	0.850	1
21	يتم إخبار العملاء بالضبط عن مواعيد تقديم الخدمة و الانتهاء منها	3.72	0.888	2	3.26	1.019	4
22	تساعد إدارة البنك العميل على حل المشاكل لمختلف الوسائل و التسهيلات	3.47	0.983	4	3.46	0.996	3
إجمالي فقرات المعيار		3.66	0.70		3.27	0.84	

المصدر : من اعداد الطلبات بناءً على مخرجات spss25

يوضح الجدول رقم(2_8)تقييم معيار التعاطف عند مواجهة المشاكل في بنك البركة الجزائري والبنك الخارجي الجزائري اذا ان عملاءها يوافقون على ان موظفي البنوك يبدون اهتماما صادقا عندما يواجه العملاء مشاكل معينة وان ادارات هذه البنوك تساعد العملاء على حل مشاكلهم بمختلف الوسائل

والتسهيلات كما انها تحرص على اخبار العملاء بمواعيد تقديم الخدمة اضافة الى تفهم الادارة وموظفيها احتياجات العملاء الا ان هناك اختلافات في درجة الموافقة بين هذه البنوك وبالنظر لنتائج المعيار كاملا على الرغم من تقييم الاداء جيد وفق نتائج جميع فقرات هذا المعيار الا هناك اختلافات في الاداء وان اداء بنك البركة الجزائري افضل من بنك الخارجي الجزائري.

سابعا : تقييم معيار نوعية وجودة الخدمات

جدول رقم 2_9 : تقييم معيار نوعية وجودة الخدمات

ت	العبارات	بنك البركة الجزائري			بنك الخارجي الجزائري		
		المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب	المتوسط	الانحراف المعياري	الترتيب
23	يقدم البنك الخدمات المصرفية بمستوى جودة و مواصفات مقبولة كتلبية احتياجات العملاء	3.38	0.942	2	2.85	1.268	5
24	ما قد يحدث من قصور في بعض عمليات تقديم الخدمات من قبل البنك يقع في الحدود المقبولة	3.19	1.120	4	3.18	0.942	1
25	يسهل البنك عملية تقديم الخدمات للعملاء من خلال فتح فروع وتوفير خدماته في الأماكن المختلفة	3.38	1.185	5	3.05	1.099	2
26	يقدم البنك خدمات متميزة	3.56	0.982	3	2.85	1.159	4
27	يوجد نوع من الرضا عن الخدمات المصرفية المقدمة من البنك	3.81	0.896	1	3.05	1.123	3
	إجمالي فقرات المعيار	3.46	0.776		2.99	0.790	

المصدر : من اعداد الطلبات بناءً على مخرجات spss25

تبين النتائج من خلال الجدول 2_9 تقييم نوعية وجودة الخدمات لبنك البركة الجزائري وبنك الخارجي الجزائري ،إذا نجد إن إجابات جميع عملاء المصارف الإسلامية وعملاء البنوك التجارية يوافقون على أن

هذه المصارف تقدم الخدمات المصرفية بمستوى جودة ومواصفات مقبولة ، وأن ما قد يحدث من قصور في بعض العمليات تقديم الخدمات هو في حدود المقبول ، وأن هذه المصارف تسهل عمليات تقديم الخدمات من خلال فتح فروع جديدة وتوفير الخدمات في أماكن مختلفة ، وأن هذه البنوك تقدم خدمات متميزة ، وهنالك نوع من الرضا عن هذه الخدمات ، إلا أن هنالك اختلافات بين تقييم هذا المعيار بين عملاء المصارف الإسلامية والمصارف التجارية .

وبالنظر إلى نتائج المعيار كاملا وعلى الرغم من أن تقييم جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإسلامية والمصارف التجارية جيدة وفق نتائج جميع فقرات المعيار ، إلا أن هناك اختلافات بينها في المصارف الإسلامية عن المصارف التجارية ، أي أن مصرف البركة الجزائري أفضل أداء وفق هذا المعيار .

سنقوم باختبار ما اذا كانت بيانات كل محور من المحاور الستة تتبع التوزيع الطبيعي وذلك من خلال معامل كولموكروف سميروف كما يبينه الجدول التالي :

ثامنا : اختبار التوزيع الطبيعي للمحاور الستة بمعامل Kolmogorov – smirnov

الجدول رقم 2_10 : اختبار الطبيعي للمحاور الستة بمعامل Kolmogorov – smirnov

الاختبار ومعنويته	المظهر العام للبنك والعاملين و الاجهزة	الاعتمادية	الاستجابة	الامان	التعاطف	نوعية و جودة الخدمات
Z كولموكروف سميروف	0.115	0.146	0.153	0.170	0.134	0.103
المعنوية sig	0.22	0.001	0.000	0.000	0.003	0.058

المصدر : من اعداد الطلبات بناءً على مخرجات spss25

من خلال الجدول اعلاه يبين لنا ان بيانات المحاور الستة (المظهر العام للبنك والعاملين والاجهزة ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الامان ، التعاطف ، نوعية وجودة الخدمات) لا تتبع التوزيع الطبيعي حسب معامل الطبيعة كولموكروف سميروف الذي يتحدد على اساس $sig < 0.05$ اي كلما كان مستوى المعنوية اكبر من 0.05 كلما كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي

المطلب الثالث : نتائج التحليل الاحصائي الاستدلالي

سنتطرق في هذا المطلب الى نتائج التحليل التباين الاحادي one way anova و اختبار الفرضيات هذه الدراسة

اولا : نتائج التحليل التباين الاحادي

لوحظ من خلال استعراض نتائج تقييم معايير جودة الخدمات المصرفية ان هناك اختلافات بين متوسطات نتائج تقييم هذه المعايير الخاصة ببنك البركة الجزائري ومتوسطات بنك الخارجي الجزائري ولكن هذا السؤال يطرح نفسه في هذا المقام :

ما مدى اختلاف جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية والمصارف الاسلامية وفق منظور العملاء؟

وعلى ضوء ما تقدم فقد تم اللجوء الى اختبار تحليل التباين الاحادي one way anova لتحليل اختلافات بين متوسطات تقييم معايير جودة الخدمات المصرفية لبنك البركة الجزائري ومتوسطات تقييم هذه المعايير لبنك الخارجي الجزائري، وكذلك المعايير المجتمعة لبنك البركة الجزائري والمعايير المجتمعة لبنك الخارجي الجزائري .

بالنظر لنتائج معلمة F والدلالة الاحصائية بالعمود 6 و 7 على التوالي لاختلافات معايير جودة الخدمات المصرفية نجد ان جميع هذه الاختلافات ذات دلالة احصائية لجميع المعايير باستثناء معيار المظهر العام للبنك والعاملين والأجهزة وان معلمة F والدلالة الاحصائية لجميع هذه المعايير الموضحة في نفس العمود فنجد ان هذه الاختلافات ذات دلالة احصائية.

جدول رقم 2_11: نتائج تحليل التباين الأحادي (one way anova)

عنوان المعيار	مصادر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة "F"	مستوى الدلالة
المظهر العام للبنك و العاملين و الأجهزة	بين المجموعات	32.968	63	0.523	2.476	0.104
	داخل المجموعات	1.479	7	0.211		

			70	34.447	المجموع	
0.001	13.339	0.470	63	29.612	بين المجموعات	الاعتمادية
		0.035	7	0.247	داخل المجموعات	
			70	29.859	المجموع	
0.002	9.475	0.487	63	30.699	بين المجموعات	الاستجابة
		0.051	7	0.360	داخل المجموعات	
			70	31.059	المجموع	
0.006	6.811	0.699	63	44.056	بين المجموعات	الامان
		0.103	7	0.719	داخل المجموعات	
			70	44.775	المجموع	
0.002	9.603	0.529	63	33.312	بين المجموعات	التعاطف
		0.055	7	0.385	داخل المجموعات	
			70	33.697	المجموع	
0.007	6.420	0.721	63	45.451	بين المجموعات	نوعية وجودة الخدمات
		0.112	7	0.787	داخل المجموعات	
			70	46.238	المجموع	
0.006	8.026	0.5715	63	36.016	بين المجموعات	للبعد الشكل كلي
		0.0945	7	0.6628	داخل المجموعات	
			70	36.679	المجموع	

المصدر : من اعداد الطلاب مخرجات spss25

وتحدد الفرضية الرئيسية بتوجد او لا توجد من حيث البعد الشكلي في مستوى الدلالة

H_0 : اذا كان اكبر من 0.05 توجد فروقات جوهرية في جودة الخدمات المصرفية

H_1 : اذا كان اقل من 0.05 لا توجد فروقات جوهرية في جودة الخدمات المصرفية

ثانيا : اختبار الفرضيات

خصص هذا الجزء لاختبار فرضيات الدراسة بناء على التحليل الاحصائي الذي سبق الحديث عنه في الجدول اعلاه من الدراسة .

الفرضية الرئيسية : لا يوجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية وعن جودة الخدمات المصرفية للبنوك التجارية الجزائرية.

وقبل اختبار هذه الفرضية نقوم اولاً باختبار الفرضيات الفرعية منها، والتي بحثت في وجود اختلافات جوهرية ذات دلالة احصائية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية والبنوك و جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية المحدد في الدراسة ، وكانت النتائج كما يلي :

__الفرضيات الفرعية :

__ الفرضية الأولى :لا توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية وفق معيار المظهر العام للبنك والعاملين والاجهزة ، من خلال البعد الشكلي في مستوى المعنوية، تمثل قيمة والدلالة الاحصائية وهذا يعني رفض الفرضية الفرعية الاولى و بناء مستوى المعنوية H_0 اكبر من 0.05 فانه توجد فروقات جوهرية

__ الفرضية الثانية :توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار الاعتمادية من خلال البعد الشكلي في مستوى المعنوية، تمثل قيمة والدلالة الاحصائية وهذا يعني رفض الفرضية الفرعية الثانية و بناء مستوى المعنوية H_1 اقل من 0.05 فانه لا توجد فروقات جوهرية

__ الفرضية الثالثة : لا توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار الاستجابة من خلال البعد الشكلي في مستوى المعنوية،

تمثل قيمة والدلالة الاحصائية وهذا يعني قبول الفرضية الفرعية الثالثة و بناء مستوى المعنوية H_0 اكبر من 0.05 فانه توجد فروقات جوهرية

__ الفرضية الرابعة :توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار الامان من خلال البعد الشكلي في مستوى المعنوية، تمثل قيمة والدلالة الاحصائية وهذا يعني قبول الفرضية الرابعة بناء مستوى المعنوية H_0 اكبر من 0.05 فانه توجد فروقات جوهرية.

__ الفرضية الخامسة: توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار التعاطف من خلال البعد الشكلي في مستوى المعنوية، تمثل قيمة والدلالة الاحصائية وهذا يعني رفض الفرضية الخامسة و بناء مستوى المعنوية H_0 اكبر من 0.05 فانه توجد فروقات جوهرية .

__ الفرضية السادسة :لا توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار نوعية وجودة الخدمات من خلال البعد الشكلي في مستوى المعنوية، تمثل قيمة والدلالة الاحصائية وهذا يعني رفض الفرضية السادسة و بناء مستوى المعنوية H_0 اكبر من 0.05 فانه توجد فروقات جوهرية .

الفرضية الرئيسية : وبهدف اختبار الفرضية الرئيسية تم اجراء اختبار من خلال البعد الشكلي في مستوى المعنوية، تمثل قيمة والدلالة الاحصائية وهذا يعني رفض الفرضية الرئيسية ، و بناء مستوى المعنوية H_0 اكبر من 0.05 فانه يمكن القول انه توجد اختلافات جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنكين، و بالتالي فان اداء بنك البركة الجزائري افضل اداء من بنك الخارجي الجزائري وفق اجابات العملاء.

خلاصة :

لقد خصص هذا الفصل للجانب التطبيقي للدراسة ، وكان الهدف منه تطبيق ما توصلنا له في الجانب النظري واختبار مدى تطابق مع الواقع العلمي

تم الاعتماد في هذا الفصل على استبيان يضم عبارات متعلقة بالأبعاد الستة التي تستخدم لقياس الجودة وقد تم توزيع هذا الاستبيان على عينة من عملاء بنك البركة الجزائري وكالة الوادي وعملاء بنك الخارجي الجزائري وكالة الوادي ، باستعمال أساليب وأدوات التحليل إحصائي قمنا بتحليل الاستبيان حيث توصلنا إلى وجود تفاوت في مستوى الجودة الخدمة في كلا الوكالتين

خاتمة عامة

خاتمة:

تسعى المصارف الى تطوير الخدمات المصرفية من خلال تقديم تقنيات حديثة تضمن لها جودة عالية ، ودقة وسرعة في الاداء ، حيث تعتبر الجودة في الخدمات مرتكزا اساسيا تسعى لبلوغه في ظل اقتصاد السوق ، وتصل الي هذا المسعى من خلال التعرف على تقييم العملاء لمستوى الجودة ، والهدف من ذلك تحقيق استقرار المصرف و المحافظة على مكائته المصرفية ، وللإجابة على اشكالية هذا الدراسة والمتمثلة في " ما مدى اختلاف جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية و الاسلامية " حيث تمت معالجة هذه الاشكالية من خلال تطرق هذه الدراسة الى العديد من الجوانب التي تدخل ضمن اطار جودة الخدمة المصرفية في البنوك ، حيث تناولت الدراسة التعريف بالخدمة المصرفية و خصائصها و انواعها بالإضافة للتعرف على جودة الخدمة المصرفية والابعاد الستة التي تقاس بها (المظهر العام للبنك و العاملين والاجهزة ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الامان ، التعاطف ، نوعية وجودة الخدمات) ، وكان الغرض من هذه الدراسة معرفة الطريقة التي تقاس بها جودة الخدمة المصرفية في البنوك ، اما الجانب التطبيقي فهو عبارة عن دراسة حالة لبنك البركة الجزائري ، والبنك الخارجي الجزائري وكالتي الوادي ، من خلال تحليل الابعاد الستة للجودة بالنسبة لكل بنك باستعمال اداة الاستبيان .

وبعد الدراسة التطبيقية بنكين البركة الجزائري و الخارجي الجزائري ، توصلنا الي تحديد مدى صحة الفرضيات التي انطلقنا منها .

__ الفرضية الرئيسية: رفض صحة الفرضية القائلة لا يوجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية وعن جودة الخدمات المصرفية للبنوك التجارية الجزائرية ، لأنه توجد فروق جوهرية في جودة الخدمات المصرفية لدى البنكين

__الفرضية الفرعية الأولى: رفض صحة الفرضية القائلة لا توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية وفق معيار المظهر العام للبنك والعاملين والاجهزة ، لأنه توجد فروق جوهرية في جودة الخدمات المصرفية لدى البنكين .

__ الفرضية الفرعية الثانية : ثبات صحة الفرضية القائلة توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار الاعتمادية .

__ الفرضية الفرعية الثالثة : رفض صحة الفرضية القائلة لا توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار الاستجابة، لأنه توجد فروق جوهرية في جودة الخدمات المصرفية لدى البنكين .

__ الفرضية الفرعية الرابعة : ثبات صحة الفرضية القائلة توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار الامان.

__ الفرضية الفرعية الخامسة : ثبات صحة الفرضية القائلة توجد فروق جوهرية بين جودة : الفرضية الخامسة: الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار التعاطف .

__ الفرضية الفرعية السادسة : : رفض صحة الفرضية القائلة لا توجد فروق جوهرية بين جودة الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية عن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وفق معيار نوعية وجودة الخدمات، لأنه توجد فروق جوهرية في جودة الخدمات المصرفية لدى البنكين .

__ نتائج الدراسة :

ومن خلال هذه الدراسة لقد توصلنا الى النتائج التالية :

__ يمكن قياس جودة الخدمات المصرفية من خلال تحليل الأبعاد للجودة المستعملة في قياس جودة الخدمات بشكل عام.

__ هناك اختلاف في مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة لدى البنكين محل الدراسة.

__ يقدم بنك البركة الجزائري خدمات أكثر جودة من البنك الخارجي الجزائري.

__ ضرورة التحسين المستمر وتطوير جودة الخدمة المصرفية في البنكين.

__ تدريب العاملين بالبنوك الجزائرية وخاصة العاملين في الاستقبال على كيفية التعامل مع العملاء وكسب ثقتهم وبناء علاقات جيدة معهم.

__ ضرورة اهتمام البنوك الجزائرية بجانب الامان لدى عملاء وكسب ثقتهم و ارتياحهم لما له من اثر كبير في نظر العملاء عند تقييمه لجودة الخدمات المصرفية المقدمة.

__ توصيات الدراسة:

من خلال دراستنا لهذا الموضوع يمكن إن نوجه هذه التوصيات لكلا البنكين كالتالي

__ الاهتمام بالرضا لعميل ،وذلك بتحسين جودة الخدمات المصرفية

__ تزويد المصارف بوسائل ترشد وتوجه العميل ومن خلالها يتعرف على هذا البنك

__ توفير وسائل الراحة للعميل ،لحسن تعامل العميل

__ تكثيف الدورات والندوات للإرساء خدمة الرقابة الشرعية في البنوك الإسلامية

__ البحث على ابتكار وتنويع الصيغ التمويلية

__ مراعاة خصوصية المصارف الإسلامية

__ آفاق المستقبلية:

نتناول فيها بعض النقاط التي نراها جديرة لتكوين آفاق ومواضيع مستقبلية لدراستها نذكر منها

__ اثر أبعاد الجودة في تحقيق رضا الزبائن بالمؤسسات المصرفية

__ دور جودة الخدمة المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية

__ تقييم جودة الخدمة المصرفية في البنوك الجزائرية من المنظور الشامل

__ مدى إمكانية تحويل المصارف التقليدية للمصارف إسلامية

__ دراسة مقارنة بين مؤشرات بنكين إسلاميين في دولتين مختلفتين

__ البحث على إستراتيجية فعالة مشتركة للوقوف إمام تحديات تعيق عمل المصارف الإسلامية

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

أولا : المراجع باللغة العربية

الكتب :

- 1- سامي أحمد مراد "دور اتفاقية تحرير تجارة الخدمات الدولية" تجانس فيرفع كفاءة أداء الخدمات المصرفية "، ط1، المكتب العربي للمعارف، 2005
- 2- عوض بدير الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، ط 1 ، البيان للطباعة و النشر ، القاهرة ، 1999 ،
- 3- قاسم نايف علوان المحياوي، "إدارة الجودة في الخدمات " دار النشر الشروق لنشر وتوزيع، الأردن، طبعة أولى، سنة 2006
- 4- محمد فريد الصحن ،قراءات في إدارة التسويق ،الدار الجامعية والتوزيع الاسكندرية ،1993
- 5- محمود جاسم الصميدعي وريدة عثمان يوسف ، تسويق الخدمات ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، الأردن، سنة 2010
- 6- وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية ، ط: 1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، عمان ، 2012

الرسائل و الأطروحات

- 10 - سميحة خلو، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية دراسة ميدانية "مقارنة بين"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي، تخصص مالية و بنوك، جامعة قاصدي مرباح "ورقلة"، 2016،
- 7-جود ماجد الحلبي ، دراسة أبعاد الخدمة المصرفية وتأثيرها في ولاء العملاء للمصارف السورية، رسالة مقدم لنيل درجة الماجستير في التمويل و المصارف ، جامعة حماة سوريا ، كلية الاقتصاد قسم التمويل و المصارف، 2017
- 8-حسنا خشيبة وآخرين، قياس جودة الخدمات المصرفية "دراسة حالة البنك الوطني الجزائري -وكالة الوادي"، مذكرة لنيل شهادة الليسانس، تخصص تسويق، المركز الجامعي الوادي، 2010\2011
- 9- سلماني فاطمة ، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون . دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR وكالة المسيلة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم تسيير ، جامعة المسيلة ، 2014
- 11-دراسة الأثوري ، والمعمري ، " قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك اليمنية والتعرف على تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمات التي يحصلون عليها "، سنة 2009
- 12-دراسة حنون رشاد واخرون ، بعنوان: "العلاقة بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء في المصارف التجارية " سنة 2009
- 13-دراسة سمية بن خدومة بعنوان: " قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء"، سنة 2012-2013
- 14-دراسة صلاح عبد الرحمن مصطفى الطالب بعنوان : "قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية في المملكة الاردنية الهاشمية" سنة 2003 -2004
- 15-دراسة علوان ، "قياس جودة الخدمات المصرفية في الاردن باستخدام مقياس (servqual) ذي الابعاد الخمسة "، 2002:
- 16-دراسة معلا "قياس جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية الاردنية"، 1998
- 17- صفاء محمد هادي الجزائري وآخرون ، قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية ، بحث استطلاعي في مصرف الوركاء للاستثمار والتمويل . البصرة بدون سنة نشر

قائمة المصادر والمراجع

- 18- عفاف عبد اللاوي آخرون ، جودة الخدمات كعامل لتدعيم الموقع التنافسي للخدمة ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات اليسانس في العلوم التجارية ، تخصص تجارية دولية المعهد الوطني للتجارة ملحق الوادي ، جوان 2002
- 19- علي وش عبد المالك ، أهمية الاتصال التسويقي في تحسين الخدمة المصرفية _ دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR _ وكالة ميلة ، مذكرة مقدمة ضمان متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية ، جامعة محمد خيضر _ بسكرة ، /2015

المجلات :

- 20- تيقاوى العربي ، جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية من منظور العملاء ، دراسة ميدانية تحليلية ، مجلة الحقيقة ، جامعة احمد دراية أدرار ، 2015
- 21- دراسة فارس محمود ابو معمر بعنوان : " قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك العاملة بقطاع غزة" المجلة الجامعية الاسلامية (سلسلة الدراسات الانسانية) المجلد الثالث عشر ، العدد الاول ، ص 77- 105 يونيو 2005 ، سنة 2004-2005

المقابلات :

- 22- مقابلة شخصية مع المكلف بالدراسات القروض بنك البركة الجزائري 23_07_2020
- 23- مقابلة شخصية مع نائب رئيس مكلف بالدراسات بنك الخارجي الجزائري ، الوادي 21_07_2020

ثانيا : المراجع باللغة الأجنبية :

- 24- lauemthqremtharmel ,Qualitéetenggements de enviceafmcer,2003
- 25- Les clients de la qualité de l'impact du service sur les intentions de comportement bancaire international journal pour l'informât de le connonefiranciere ,vol 2,n4 november2010
- 26- Mesure de le qualite du service dans le secteur bancaire
- 27- Sany,M and ahmed , A:<< The relationship between service quality and satisfaction on customer loyalty>>,school of doctoral studies, (European Union) , 2011,p:3 3
- 28- Source:www.ecogeasam.ac-aix-marseille.fr , service quality Management research contemporaine 00h00 063 -283 vol,9n3,september2010

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

استمارة موجهة إلى عملاء البنوك التجارية الجزائرية قيد الدراسة لقياس جودة الخدمات المصرفية

أخي الفاضل، أختي الفاضلة تحية طيبة و أما بعد :

سنقوم بإجراء دراسة ميدانية مقارنة تحت عنوان " قياس جودة الخدمات المصرفية " لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي _ بجامعة الشهيد حمه لخضر _ الوادي _ ، وفي إطار القيام بدراسة إحصائية حول قياس جودة الخدمات المصرفية يسرني أن أطلب منكم التكرم بالإجابة على قائمة الاستبيان التي نضعها بين أيديكم بهدف التعرف على رأيكم حول جودة الخدمة المقدمة إليكم ، من خلال إبداء رأيكم حول جودة الخدمة المصرفية المتوقعة منكم و الفعلية ، كما أرجو تعاونكم في تعبئتها بكل دقة وموضوعية ، وأحيطكم علما أن كل المعلومات التي ستبدونها سوف تعامل بشكل سري ، والاستخدام إلا لأغراض البحث العلمي فقط

الجزء الأول : البيانات الشخصية

ضع العلامة (X) في الخانة التي تراها المناسبة

السن : الجنس : ☐ أنثى ☐ ذكر ☐مدة التعامل : أقل من 5 سنوات ☐ أكثر من 5 سنوات ☐ أكثر من 10 سنوات ☐المستوى التعليمي : ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐تتعامل مع : بنك الجزائر الخارجي ☐ بنك البركة الجزائري ☐

الجزء الثاني : معايير تقييم جودة الخدمات المصرفية

1_ معيار المظهر العام للبنك و العاملين و الأجهزة

الرقم	المتغيرات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	التصميم والتنظيم الداخلي للبنك يشعرك بالراحة النفسية					
02	يقدم البنك إرشادات عملية لاستخدام التقنيات الحديثة					
03	موقع البنك مناسب لك					
04	يملك البنك أجهزة و معدات حديثة					

2_ معيار الاعتمادية

الرقم	المتغيرات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	موظفي الإدارة بالبنك متحكمون في أداء الخدمة من أول مرة					
02	يحافظ البنك على سرية المعلومات الخاصة بالعملاء					
03	يحدد البنك وقت إنجاز الخدمة بدقة					
04	يتم التعامل بشكل جدي من قبل البنك عندما يواجه العميل مشكلة ما					

05	يمكن القول بأننا نثق ونعتمد على البنك				
----	---------------------------------------	--	--	--	--

3_ معيار الاستجابة

الرقم	المتغيرات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	تحصل على الخدمة في الوقت الذي تطلبها و في أقصر وقت ممكن					
02	يوفر البنك الخدمة و الاستفسار عن العمليات من خلال الإنترنت					
03	الخدمات التي يقدمها البنك تشبع رغباتك وحاجياتك					
04	لا يمنع انشغال موظفي البنك بأعمالهم الداخلية عن الاستجابة الفورية لطلبات العملاء					
05	تتسم إجراءات تقديم الخدمات المصرفية في البنك بالسلاسة والمرونة					

4 _ معيار الأمان

الرقم	المتغيرات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	حسن الاستقبال في البنك يشعرك بالاطمئنان					
02	لديك ثقة كبيرة في موظفي البنك					
03	تشعر بالأمان في التعامل مع هذا البنك					
04	خلو المعاملات التي يقوم بها البنك من الشك و المخاطر					

5_ معيار التعاطف

الرقم	المتغيرات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	يتفهم الموظفون احتياجات العملاء ويسارعون إلى تحقيقها					
02	توجد تسهيلات داخلية خلال فترة انتظارك ريثما تحصل على الخدمة					
03	يتم إخبار العملاء بالضبط عن مواعيد تقديم الخدمة و الانتهاء منها					
04	تساعد إدارة البنك العميل على حل المشاكل لمختلف الوسائل و التسهيلات					

6 _ معيار نوعية وجودة الخدمات

الرقم	المتغيرات	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	يقدم البنك الخدمات المصرفية بمستوى جودة و مواصفات مقبولة كتلبية احتياجات العملاء					
02	ما قد يحدث من قصور في بعض عمليات تقديم الخدمات من قبل البنك يقع في الحدود المقبولة					
03	يسهل البنك عملية تقديم الخدمات للعملاء من خلال فتح فروع و توفير خدماته في الأماكن المختلفة					
04	يقدم البنك خدمات متميزة					
05	يوجد نوع من الرضا عن الخدمات المصرفية المقدمة من البنك					

```
RELIABILITY
/VARIABLES=A1 A2 A3 A4 A
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.700	5

```
RELIABILITY
/VARIABLES=B1 B2 B3 B4 B5 B
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.763	6

```
RELIABILITY
/VARIABLES=C1 C2 C3 C4 C5 C
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	6

```
RELIABILITY
/VARIABLES=D1 D2 D3 D4 D
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.845	5

```

RELIABILITY
/VARIABLES=E1 E2 E3 E4 E
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	5

```

RELIABILITY
/VARIABLES=F1 F2 F3 F4 F5 F
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	6

نتاعهم كل

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.915	28

```
GET
  FILE='D:\Untitled1.sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
T-TEST GROUPS=التعامل مع (1 2)
  /MISSING=ANALYSIS
  /VARIABLES=السن الجنس مدة التعامل مستوى التعليمي A1 A2 A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5
C1 C2 C3 C4 C5 D1 D2
  D3 D4 E1 E2 E3 E4 F1 F2 F3 F4 F5 A B C D E F
  /CRITERIA=CI (.95).
```

T-Test

Notes

Output Created	22-SEP-2020 18:44:38
Comments	
Input	Data D:\Untitled1.sav Active Dataset DataSet1 Filter <none> Weight <none> Split File <none> N of Rows in Working Data 71 File
Missing Value Handling	Definition of Missing User defined missing values are treated as missing. Cases Used Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax	T-TEST GROUPS=2 1) (التعامل مع) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=السن الجنس مدة التعامل مستوى التعليمي A1 A2 A3 A4 B1 B2 B3 B4 B5 C1 C2 C3 C4 C5 D1 D2 D3 D4 E1 E2 E3 E4 F1 F2 F3 F4 F5 A B C D E F /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time 00:00:00.08 Elapsed Time 00:00:00.08

[DataSet1]

Group Statistics

التعامل مع	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
السن				
بنك البركة	32	2.47	.718	.127
بنك الجزائر الخارجي	39	2.41	.549	.088
الجنس				
بنك البركة	32	1.31	.780	.138
بنك الجزائر الخارجي	39	1.36	.486	.078
مدةالتعامل				
بنك البركة	32	1.94	.948	.168
بنك الجزائر الخارجي	39	1.95	.826	.132
مستويالتعليمي				
بنك البركة	32	3.22	.975	.172
بنك الجزائر الخارجي	39	3.33	.898	.144
A1				
بنك البركة	32	3.34	1.153	.204
بنك الجزائر الخارجي	39	2.92	1.085	.174
A2				
بنك البركة	32	3.31	1.148	.203
بنك الجزائر الخارجي	39	3.18	.942	.151
A3				
بنك البركة	32	3.19	1.230	.217
بنك الجزائر الخارجي	39	2.74	1.117	.179
A4				
بنك البركة	32	3.53	1.047	.185
بنك الجزائر الخارجي	39	3.10	1.095	.175
B1				
بنك البركة	32	3.53	.915	.162
بنك الجزائر الخارجي	39	2.87	1.105	.177
B2				
بنك البركة	32	3.78	.906	.160
بنك الجزائر الخارجي	39	3.59	.850	.136
B3				
بنك البركة	32	3.09	1.118	.198
بنك الجزائر الخارجي	39	3.00	1.000	.160
B4				
بنك البركة	32	3.53	1.135	.201
بنك الجزائر الخارجي	39	3.23	1.063	.170
B5				
بنك البركة	32	3.38	1.129	.200
بنك الجزائر الخارجي	39	3.38	.847	.136
C1				
بنك البركة	32	3.19	.998	.176
بنك الجزائر الخارجي	39	2.67	1.084	.174
C2				
بنك البركة	32	3.28	1.023	.181
بنك الجزائر الخارجي	39	2.69	.977	.157
C3				
بنك البركة	32	3.44	1.045	.185
بنك الجزائر الخارجي	39	3.13	.951	.152
C4				
بنك البركة	32	3.31	1.061	.188

	بنك الجزائر الخارجي	39	2.87	.978	.157
C5	بنك البركة	32	3.69	.821	.145
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.23	1.012	.162
D1	بنك البركة	32	3.72	.991	.175
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.08	1.326	.212
D2	بنك البركة	32	3.72	.958	.169
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.28	1.099	.176
D3	بنك البركة	32	3.72	.888	.157
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.26	1.019	.163
D4	بنك البركة	32	3.47	.983	.174
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.46	.996	.159
E1	بنك البركة	32	3.38	.751	.133
	بنك الجزائر الخارجي	39	2.82	.970	.155
E2	بنك البركة	32	3.38	.942	.166
	بنك الجزائر الخارجي	39	2.74	.850	.136
E3	بنك البركة	32	3.34	1.066	.188
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.10	.995	.159
E4	بنك البركة	32	3.31	1.091	.193
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.26	1.093	.175
F1	بنك البركة	32	3.38	.942	.166
	بنك الجزائر الخارجي	39	2.85	1.268	.203
F2	بنك البركة	32	3.19	1.120	.198
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.18	.942	.151
F3	بنك البركة	32	3.38	1.185	.209
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.05	1.099	.176
F4	بنك البركة	32	3.56	.982	.174
	بنك الجزائر الخارجي	39	2.85	1.159	.186
F5	بنك البركة	32	3.81	.896	.158
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.05	1.123	.180
A	بنك البركة	32	3.3438	.74528	.13175
	بنك الجزائر الخارجي	39	2.9872	.62815	.10058
B	بنك البركة	32	3.4625	.67286	.11895
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.2154	.62304	.09977
C	بنك البركة	32	3.3812	.64730	.11443
	بنك الجزائر الخارجي	39	2.9179	.61339	.09822
D	بنك البركة	32	3.6563	.70353	.12437
	بنك الجزائر الخارجي	39	3.2692	.83977	.13447
E	بنك البركة	32	3.3516	.70098	.12392
	بنك الجزائر الخارجي	39	2.9808	.64986	.10406
F	بنك البركة	32	3.4625	.77616	.13721

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
السن	Equal variances assumed	1.166	.284	.389	69	.698	.058	.150	-.241-	.358
	Equal variances not assumed			.379	57.134	.706	.058	.154	-.251-	.367
الجنس	Equal variances assumed	.080	.778	-.307	69	.760	-.046-	.152	-.349-	.256
	Equal variances not assumed			-.293	49.760	.770	-.046-	.158	-.365-	.272
مدقاتها مل	Equal variances assumed	.030	.864	-.053	69	.958	-.011-	.211	-.431-	.409
	Equal variances not assumed			-.053	61.988	.958	-.011-	.213	-.438-	.416
مستوى التعليمي	Equal variances assumed	.237	.628	-.515	69	.608	-.115-	.223	-.559-	.330
	Equal variances not assumed			-.510	63.925	.612	-.115-	.224	-.563-	.334
A1	Equal variances assumed	.149	.700	1.580	69	.119	.421	.266	-.111-	.952
	Equal variances not assumed			1.570	64.604	.121	.421	.268	-.114-	.956

A2	Equal variances assumed	2.594	.112	.536	69	.594	.133	.248	-.362-	.628
	Equal variances not assumed			.526	59.8 24	.601	.133	.253	-.373-	.639
A3	Equal variances assumed	.299	.586	1.59 2	69	.116	.444	.279	-.112-	1.000
	Equal variances not assumed			1.57 7	63.4 65	.120	.444	.282	-.119-	1.006
A4	Equal variances assumed	.136	.714	1.67 4	69	.099	.429	.256	-.082-	.940
	Equal variances not assumed			1.68 1	67.3 65	.097	.429	.255	-.080-	.938
B1	Equal variances assumed	4.961	.029	2.70 0	69	.009	.659	.244	.172	1.147
	Equal variances not assumed			2.75 1	68.9 89	.008	.659	.240	.181	1.138
B2	Equal variances assumed	.213	.646	.917	69	.362	.192	.209	-.225-	.608
	Equal variances not assumed			.911	64.4 76	.366	.192	.210	-.228-	.611
B3	Equal variances assumed	.559	.457	.373	69	.710	.094	.252	-.408-	.595
	Equal variances not assumed			.369	62.9 47	.714	.094	.254	-.414-	.602
B4	Equal variances assumed	.003	.958	1.14 9	69	.254	.300	.261	-.221-	.822
	Equal variances not assumed			1.14 2	64.4 28	.258	.300	.263	-.225-	.826

B5	Equal variances assumed	3.168	.079	-0.041 -	69	.967	-.010-	.235	-.478-	.458
	Equal variances not assumed			-.040 -	56.4 12	.968	-.010-	.241	-.493-	.474
C1	Equal variances assumed	.671	.415	2.08 7	69	.041	.521	.250	.023	1.019
	Equal variances not assumed			2.10 4	68.0 50	.039	.521	.248	.027	1.015
C2	Equal variances assumed	.431	.514	2.47 3	69	.016	.589	.238	.114	1.064
	Equal variances not assumed			2.46 2	65.0 46	.016	.589	.239	.111	1.067
C3	Equal variances assumed	.800	.374	1.30 4	69	.197	.309	.237	-.164-	.782
	Equal variances not assumed			1.29 2	63.5 03	.201	.309	.239	-.169-	.788
C4	Equal variances assumed	.106	.746	1.81 8	69	.073	.441	.242	-.043-	.924
	Equal variances not assumed			1.80 4	63.9 55	.076	.441	.244	-.047-	.929
C5	Equal variances assumed	3.007	.087	2.05 7	69	.043	.457	.222	.014	.900
	Equal variances not assumed			2.10 0	68.9 94	.039	.457	.218	.023	.891
D1	Equal variances assumed	5.295	.024	2.26 7	69	.027	.642	.283	.077	1.207
	Equal variances not assumed			2.33 2	68.4 67	.023	.642	.275	.093	1.191

D2	Equal variances assumed	1.846	.179	1.76 4	69	.082	.437	.248	-.057-	.931
	Equal variances not assumed			1.78 8	68.7 21	.078	.437	.244	-.051-	.924
D3	Equal variances assumed	1.568	.215	2.01 4	69	.048	.462	.230	.004	.920
	Equal variances not assumed			2.04 2	68.7 20	.045	.462	.226	.011	.914
D4	Equal variances assumed	.002	.965	.031	69	.976	.007	.236	-.464-	.478
	Equal variances not assumed			.031	66.6 38	.976	.007	.236	-.464-	.478
E1	Equal variances assumed	1.436	.235	2.64 6	69	.010	.554	.210	.137	.972
	Equal variances not assumed			2.71 3	68.8 00	.008	.554	.204	.147	.962
E2	Equal variances assumed	.232	.631	2.96 7	69	.004	.631	.213	.207	1.056
	Equal variances not assumed			2.93 6	63.2 26	.005	.631	.215	.202	1.061
E3	Equal variances assumed	.563	.456	.984	69	.328	.241	.245	-.248-	.730
	Equal variances not assumed			.978	64.3 31	.332	.241	.247	-.252-	.734
E4	Equal variances assumed	.052	.820	.215	69	.830	.056	.261	-.464-	.576
	Equal variances not assumed			.215	66.3 84	.830	.056	.260	-.464-	.576

F1	Equal variances assumed	4.526	.037	1.95 7	69	.054	.529	.270	-.010-	1.068
	Equal variances not assumed			2.01 4	68.3 86	.048	.529	.263	.005	1.053
F2	Equal variances assumed	.943	.335	.033	69	.974	.008	.245	-.480-	.496
	Equal variances not assumed			.032	60.7 56	.974	.008	.249	-.490-	.506
F3	Equal variances assumed	.687	.410	1.19 2	69	.237	.324	.271	-.218-	.865
	Equal variances not assumed			1.18 3	64.1 48	.241	.324	.274	-.223-	.870
F4	Equal variances assumed	2.135	.148	2.77 3	69	.007	.716	.258	.201	1.232
	Equal variances not assumed			2.81 9	68.9 19	.006	.716	.254	.209	1.223
F5	Equal variances assumed	3.585	.062	3.10 8	69	.003	.761	.245	.273	1.250
	Equal variances not assumed			3.17 7	68.9 57	.002	.761	.240	.283	1.239
A	Equal variances assumed	.613	.436	2.18 8	69	.032	.35657	.16297	.03145	.68169
	Equal variances not assumed			2.15 1	60.8 15	.035	.35657	.16576	.02510	.68804
B	Equal variances assumed	.024	.879	1.60 4	69	.113	.24712	.15406	-.06022-	.55445
	Equal variances not assumed			1.59 2	64.0 85	.116	.24712	.15525	-.06302-	.55725

C	Equal variances assumed	.837	.363	3.08 9	69	.003	.46330	.14999	.16407	.76253
	Equal variances not assumed			3.07 2	64.8 09	.003	.46330	.15080	.16211	.76449
D	Equal variances assumed	3.024	.087	2.07 6	69	.042	.38702	.18640	.01515	.75888
	Equal variances not assumed			2.11 3	68.9 61	.038	.38702	.18317	.02161	.75243
E	Equal variances assumed	1.003	.320	2.30 9	69	.024	.37079	.16060	.05041	.69117
	Equal variances not assumed			2.29 1	64.1 24	.025	.37079	.16181	.04754	.69404
F	Equal variances assumed	.234	.630	2.50 1	69	.015	.46763	.18696	.09465	.84060
	Equal variances not assumed			2.50 6	66.7 55	.015	.46763	.18663	.09509	.84017

ملحق رقم 04 : اختبار التوزيع الطبيعي

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
A	.115	71	.022	.972	71	.119
B	.146	71	.001	.952	71	.009
C	.153	71	.000	.966	71	.050
D	.170	71	.000	.947	71	.005
E	.134	71	.003	.962	71	.032
F	.103	71	.058	.971	71	.101

ONEWAY A B C D E F BY T
/MISSING ANALYSIS.

Oneway

ANOVA

		Sum of Squares مجموع المربعات	Df درجة الحرية	Mean Square متوسط المربعات	F	Sig. مستوى الدلالة
A	Between Groups بين المجموعات	32.968	63	.523	2.476	.104
	Within Groups داخل المجموعات	1.479	7	.211		
	Total	34.447	70			
B	Between Groups	29.612	63	.470	13.339	.001
	Within Groups	.247	7	.035		
	Total	29.859	70			
C	Between Groups	30.699	63	.487	9.475	.002
	Within Groups	.360	7	.051		
	Total	31.059	70			
D	Between Groups	44.056	63	.699	6.811	.006
	Within Groups	.719	7	.103		
	Total	44.775	70			
E	Between Groups	33.312	63	.529	9.603	.002
	Within Groups	.385	7	.055		
	Total	33.697	70			
F	Between Groups	45.451	63	.721	6.420	.007
	Within Groups	.787	7	.112		
	Total	46.238	70			