



جامعة أحمد دراية - أدرار

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

رسالة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

شعبة: علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

العنوان:



قياس جودة الخدمات البنكية وفق نموذج الأداء الفعلي SERVPERF

دراسة حالة مصرف السلام الجزائر وكالة أدرار *

د. الاستاذ المشرف:

بن زيدي عبد اللطيف

إعداد الطالبين

باحيدي سالم

لمين محمد

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
حدادي عبد الغاني	أستاذ محاضرا-أ	رئيساً
بن زيدي عبد اللطيف	أستاذ محاضر_أ	مشرفاً
عبادي أحمد	أستاذ محاضرا- أ	مناقشاً

السنة الجامعية: 2021 - 2022



شهادة الترخيص بالإيداع

انا الأستاذ(ة): بن زيدي عبد اللطيف

المشرف على مذكرة الماستر الموسومة بـ : قياس جودة الخدمات البنكية وفق نموذج الأداء الفعلي - دراسة حالة بنك
السلام أدرار SERVPERF

من إنجاز :

الطالب(ة) باحيدي سالم
الطالب(ة) لمين محمد

كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

القسم : علوم التسيير

التخصص: إدارة الأعمال

تاريخ تقييم / مناقشة: 2022/06/01

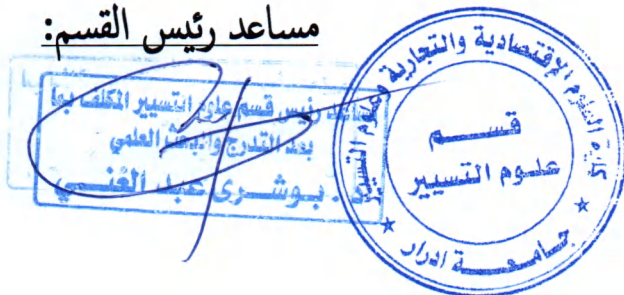
أشهد ان الطلبة قد قاموا بالتعديلات والتصحيحات المطلوبة من طرف لجنة التقييم / المناقشة، وان المطابقة بين
النسخة الورقية والإلكترونية استوفت جميع شروطها. وبإمكانهم إيداع النسخ الورقية (02) والالكترونية (PDF).

امضاء المشرف:

1.2. JUIN 2022

ادرار في :

مساعد رئيس القسم:



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد اشرف المرسلين

إلى الأهل الذين غدوني حياً وحناناً و غرسوا في معاني العزة و الإباء

و ضحوا بالغالي والنفيس من أجلي....

إلى روح والدي الطيبة رمز العطاء....الذي شملني بعطفه وحنانه...و تحمل معي أشد

ساعات العسر و أحلكها سنوات حتى أوصلني شاطئ الأمان اسأل الله له العفو والرحمة

وان يسكنه فسيح جناته.....حمامة الروح والدتي الحبيبة التي ربنتي و أدبتني فأحسنت

تأديبي...إلى من تجسدت السعادة في أحضانها و ارتسمت بسمة الفرحة فيعيونها..

فهي ينبوع الحنان الدافيء ينبع الحنان الذي لا ينضب

إلى من تحملت معي ساعات العسرة ، و العناء و شاركتني الهموم.....زوجتي العزيزة...

إلى من غمروني بعطفهم وحنانهم أخوتي... وأخواتي الأعزاء على قلبي...

إلى سلوى الفؤاد و شرابين القلب....أبنائي الأحباء

إلى من شاركوني درب النجاح الدراسي زملائي وزميلاتي

واخص الزميل لمين محمد ، بوسليم عبد العالي ، بن بلخير ميلود .

إليهم جميعاً أهدي هذا العمل المتواضع

باحيدي سالم

إِهْدَاء

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد اشرف المرسلين، صلوات الله و
سلامه عليه وعلى آله وأصحابه ومن استن بسنته وسار على نهجه إلى يوم الدين، أما بعد:
أهدي ثمرة جهدي وعملي هذا المتواضع، إلى من أوصى بهم المولى عز وجل في قارنه فقال "وقل
ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا " صدق الله العظيم، والدين الكريمين.
إلى ولي نعمتي من كان سببا في وجودي، حرم نفسه المذات لأنعم، منفقا الغالي والنفيس لأتعلم، إلى اعز
الناس على قلبي فلم يفارق محياه وجداني، إلى مدرستي الأولى في الحياة،
لمن شق لي طريق النور في مساري " أبي العزيز "
إلى التي حملتني كرها ووضعنتي كرها، إلى التي وهبتني كل العطاء والحنان فحملت القنديل لتضيء
لي درب النجاح، إلى التي بابتسامتها ينشرح صدري وتتجلي همومي، نبع الحنان وبلسم الحياة أعز الناس
على قلبي، إلى "أمي الغالية" حفظها الله وسدد خطاها وجازها الله عني أحسن الجزاء.
وإلى أفراد أسرتي سندي في الدنيا ولا أحصي لهم فضل، إلى كل أقاربي.. إلى كل الأصدقاء و الأحباب من دون
استثناء.

إلى من شاركونا مشقة طلب العلم فقاسمونا الجهد، فتحلوا بالصبر، متميزين بالوفاء، إلى أصدقائي
" باحيدي سالم بن بلخير ميلود، بوسليم عبد العالي ، ميخاف سليمان "
إلى الذين كانوا لي شموعا أضاعت سواد ليلي الدامس فأوضحوا ما غم لي وتشابهه في حياتي، شيوخا
كانوا أساتذة أو معلمين، إلى من كانوا لنا نعم الأصدقاء معلمين وناصحين أساتذتي المحترمين
في كلية علوم التسيير ومن كان له أثر طيب في مذكرتي.
إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ول م تشملهم مذكرتي، إلى كل من نسيه القلم
وحفظه القلب، يعجز اللسان عن ذكرهم والمقام لعدهم.
لكم جميعا أهدي هذا العمل المتواضع ارجيا من المولى
العلي القدير أن يجعله في موازين حسناتنا وان
ينتفع به العباد والبلاد.

لمين محمد

شكر و تقدير

قبل كل شيء نشكر الله عز وجل نعمه الذي رزقنا من العلم ما لم نكن نعلم ووهبنا من القوة و الصبر ما نحتاجه للوصول إلى هذا المستوى و إتمام عملنا المتواضع هذا، نفعنا الله به و إياكم. وانطلاقا من قوله صلى الله عليه وسلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله"،

فإننا نتقدم بالشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذ المشرف " بن زيدي عبد اللطيف " ،

على إشرافه على هذه المذكرة وعلى الجهد الكبير الذي بذله معنا ، وعلى نصائحه القيمة التي مهدت لنا الطريق لإتمام هذه الدراسة، فله منا فائق التقدير والاحترام ، كما نتوجه في هذا المقام

بالشكر الخاص لأساتذتنا الذين رافقونا طيلة المشوار الدراسي ولم يبخلوا في تقديم يد العون لنا.

ونتقدم بالشكر أيضا إلى كل عمال مصرف السلام الجزائر وكالة أدرار ،الذين ساعدونا

من خلال تقديم جميع التسهيلات ومختلف التوضيحات والمعلومات المقدمة من

طرفهم لإنجاز هذا البحث .

وفي الختام نشكر كل من ساعدنا وساهم في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد

حتى ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة عطرة

وأسأل الله العليّ القدير أن يجعل هذا العمل في ميزان حسناتنا جميعا،

فإن أصبنا فمن الله، وإن أخطأنا فمن أنفسنا و الشيطان.

والله ولي التوفيق

فهرس المحتويات	
الصفحة	العنوان
-	البسمة
-	اهداء - باحيدي سالم -
-	اهداء - لمين محمد -
-	شكر وتقدير
I	قائمة المحتويات
III	قائمة الجداول
V	قائمة الأشكال البيانية
VI	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
4	الفصل الأول: التاصيل النظري و المفاهيمي لجودة الخدمات المصرفية وفق نموذج الاداء الفعلي
5	تمهيد الفصل الأول
5	المبحث الأول: قراءة مفاهيمية لجودة الخدمات المصرفية
5	المطلب الأول مفهوم الخدمة المصرفية
6	المطلب الثاني مميزات الخدمة المصرفية
7	المبحث الثاني: ابعاد جودة الخدمة المصرفية
7	المطلب الأول مفهوم SERVICE QUALITY
9	المطلب الثاني ابعاد جودة الخدمة المصرفية
10	المبحث الثالث: مؤشرات الأداء الفعلي SERVPERF للخدمة المصرفية
10	المطلب الأول الأداء الفعلي SERVPERF للخدمة المصرفية
11	المطلب الثاني الفجوة
12	خلاصة الفصل الأول
13	الفصل الثاني: الدراسات السابقة المتعلقة بموضوعي جودة الخدمة المصرفية و الاداء الفعلي

14	تمهيد الفصل الثاني	
14	المبحث الأول: الدراسات السابقة المتعلقة بقياس جودة الخدمات المصرفية	
14	الدراسات الوطنية	المطلب الأول
15	الدراسات الأجنبية	المطلب الثاني
16	المبحث الثاني: الدراسات السابقة المتعلقة بالأداء الفعلي	
16	الدراسات الوطنية	المطلب الأول
17	الدراسات الأجنبية	المطلب الثاني
18	المبحث الثالث: مناقشة الدراسة السابقة وإسهامات الدراسة	
18	مناقشة الدراسات السابقة	المطلب الأول
19	إسهامات الدراسة	المطلب الثاني
19	خلاصة الفصل الثاني	
20	الفصل الثالث دراسة ميدانية حول جودة الخدمات المصرفية وفق servperf بمصرف السلام الجزائر - وكالة أدرار -	
20	تمهيد الفصل الثالث	
20	المبحث الأول: نبذة عن مصرف السلام الجزائر	
20	تعريف و نشأة مصرف السلام الجزائر	المطلب الأول
23	الهيكل التنظيمي لمصرف السلام الجزائر	المطلب الثاني
24	المبحث الثاني : نبذة عن مصرف السلام الجزائر وكالة ادرار	
24	تعريف و نشأة مصرف السلام الجزائر وكالة ادرار	المطلب الأول
25	المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية	
25	الطريق والأدوات المتبعة في تحليل الدراسة	المطلب الأول
32	عرض وتحليل النتائج	المطلب الثاني
46	خلاصة الفصل الثالث	
47	الخاتمة	
50	المصادر والمراجع	
53	الملاحق	
ملخص البحث		

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01-03	عينة الدراسة	25
02-03	وصف متغيرات الدراسة	25
03-03	درجات مقياس " ليكرت الخماسي "	27
04-03	مستويات الموافقة لمقياس ليكرت	27
05-03	معامل ثبات الاستبيان Cronbach's Coefficient Alpha	28
06-03	الصدق الذاتي لمؤشرات بُعد الملموسية باستخدام معامل الارتباط (Pearson)	29
07-03	الصدق الذاتي لمؤشرات بُعد الاعتمادية معامل الارتباط (Pearson)	29
08-03	الصدق الذاتي لمؤشرات بُعد الاستجابة باستخدام معامل الارتباط (Pearson)	30
09-03	الصدق الذاتي لمؤشرات المتغير التابع الاداء الفعلي باستخدام معامل الارتباط (Pearson)	30
10-03	اختبار اعتدالية التوزيع	31
11-03	توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الشخصية	32
12-03	تحليل أفراد العينة للمتغير المستقل (M)	35
13-03	تحليل أفراد العينة بعد الملموسية	36
14-03	تحليل أفراد العينة لبعد الاعتمادية	37
15-03	تحليل أفراد العينة لبعد الاستجابة	38
16-03	تحليل أفراد العينة لبعد الأمان والموثوقية	39
17-03	تحليل أفراد العينة للمتغير التابع (Y)	40
18-03	تحليل أفراد العينة للأداء الفعلي	40
19-03	نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية	41
20-03	نتائج تحليل الانحدار الخطّي البسيط لأثر جودة الخدمات على الاداء الفعلي	41
21-03	نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية	42
22-03	نتائج تحليل الانحدار الخطّي البسيط لأثر جودة الخدمات على الاداء الفعلي	42
23-03	نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية	43
24-03	نتائج تحليل الانحدار الخطّي البسيط لأثر الاعتمادية على الاداء الفعلي	43

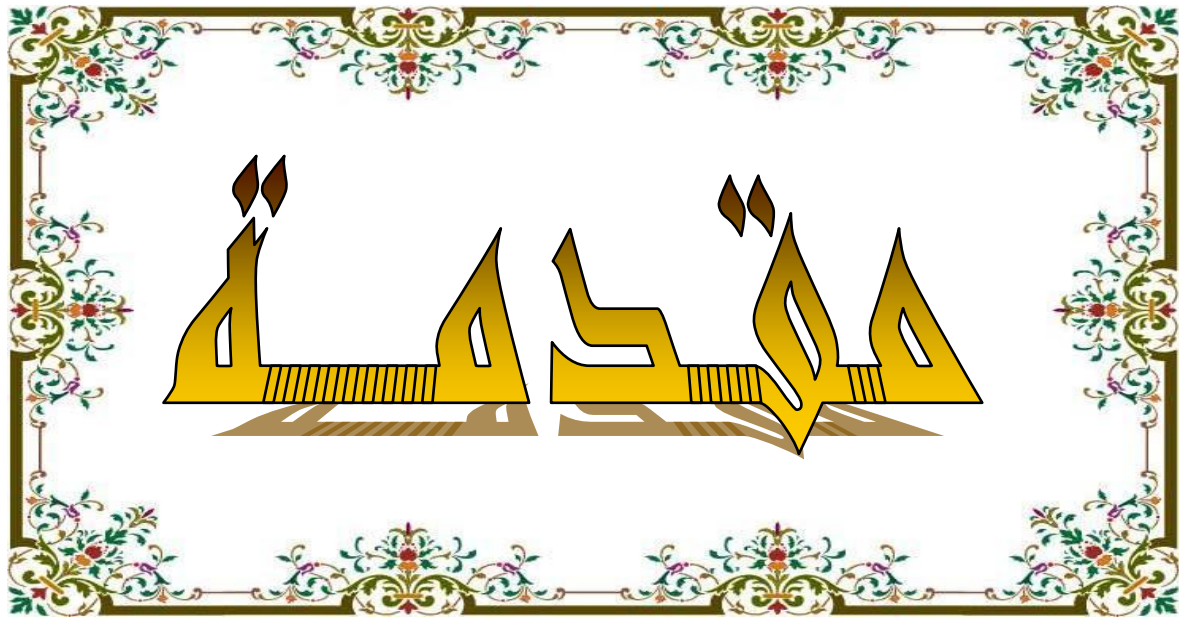
44	نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية	25-03
45	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الاستجابة على الاداء الفعلي	26-03
46	نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية	27-03
47	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الامان و الموثوقية على الاداء الفعلي	28-03

قائمة الأشكال البيانية

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
26	نموذج الدراسة	01-03
33	وصف خصائص العينة "النوع"	02-03
33	وصف خصائص العينة "العمر"	03-03
34	وصف خصائص العينة "المؤهل العلمي"	04-03
34	وصف خصائص العينة "عدد سنوات التعامل"	05-03
35	وصف خصائص العينة "المستوى الوظيفي"	06-03

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
54	استبيان موجه للعملاء مصرف السلام فرع أدرار	الملحق 01
59	قائمة الأساتذة المحكّمين للإستبيان	الملحق 02
60	ثبات صدق أداة الدّراسة	الملحق 03
60	اختبار التوزيع الطبيعي	الملحق 04
61	وصف خصائص العينة (البيانات الشخصية)	الملحق 05
62	التحليل الوصفي لمُتغيرات الدراسة	الملحق 06
64	درجة ارتباط العبارة بالبُعد	الملحق 07
70	اختبار الفرضيات	الملحق 08



مقدمة:

عرفت العديد من القطاعات خاصة القطاع الخدماتي نمو متسارع في العقد الأخير مما أدى لزيادة الاهتمام به من طرف الباحثين وهو ما نتج عنه العديد من البحوث والدراسات من ناحية ومن ناحية أخرى العديد من المؤسسات الخدمية التي برزت في مختلف الاقتصادات وتحقيقها لنتائج باهرة مقارنة بمختلف القطاعات .

وتعتبر المؤسسات المصرفية احدى المؤسسات الخدمية الناشطة في مجال الخدمات (الخدمات المصرفية) والتي تتميز بمحفظه كبيرة من الزبائن حيث تسعى جاهدة لتوفير وتطوير خدمات مواكبة للتطورات الحاصلة خاصة في المجال الرقمي للوصول الى رضى زبائنها وكسب ولائهم .

لقد جذب موضوع جودة الخدمة اهتمام العديد من الباحثين لاعتبارات عديدة ، منها ما تعلق بمفهوم الجودة ومنها ما تعلق الخدمة بحد ذاتها ويعتبر (PARARMAN-ZEITHAML ,AND BERRY 1988) من الأوائل الذين اهتموا بقياس جودة الخدمات وتجلى هذا في بناء نموذجهم المعروف ب (SERVQUAL) لقياس جودة الخدمات ، ثم تلتها اسهامات أخرى ابرزها اسهامات كل من (J.CRONIN-TAYLOR) والتي تولد عنها نموذج (SERVPERF) لقياس أداء الخدمة ، بحيث هذان النموذجان اهم واكثر مقاييس جودة الخدمة .

ومن هذا المنطلق فان هذه الدراسة ستحاول الإجابة على التساؤلات التالية:

إشكالية البحث:

ماهي اهم المحددات المستعلة لقياس جودة الخدمات المصرفية بالاعتماد على نموذج الأداء الفعلي (SERVPERF) لمصرف السلام الجزائر وكالة ادرار ؟

الإشكاليات الفرعية:

- ما المقصود بجودة الخدمة المصرفية ؟
- ماهو تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمة المقدمة من طرف مصرف السلام ؟
- هل هناك تفاوت بين معايير قياس جودة الخدمة المصرفية وفق SERVPERF

وللإجابة على التساؤلات المطروحة نضع الفرضيات التالية



فرضيات البحث:

- جودة الخدمة المصرفية تعتبر وسيلة لتحقيق رضا العميل وكسب ولائه .
- يختلف تقييم الاداء الفعلي للخدمات المقدمة من طرف مصرف السلام ادرار .
- هناك تفاوت بين معايير قياس جودة الخدمات المصرفية وفق SERVPERF .

أهمية واهداف الدراسة:

الأهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في اعتماد النموذج الحديث SERVPERF لقياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية والذي يتميز بسهولة الاستخدام والواقعية والمصداقية، حيث اثبت تفوقه على باقي النماذج المستخدمة لقياس جودة الخدمات.

الأهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية

- قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء وتحديد ابعادها.
- التعرف على الخدمات المصرفية وجودتها
- الاطلاع على طرق قياس جودة الخدمات المصرفية
- معرفة تقييم ونظرة الزبائن لمصرف السلام ومستوى جودة الخدمات المقمة حسب نموذج SERVPERF

دوافع اختيار الموضوع:

لقد وقع اختيارنا على موضوع البحث بناء على مجموعة من الأسباب نورد منها :

أ- المبررات الموضوعية:

- غياب ثقافة الجودة في اغلب المؤسسات الجزائرية عامة وقطاع الخدمات المصرفية خاصة ، في الوقت الذي تشهد فيه المؤسسات الغربية منذ عقود تحقيق ميزة جودة الخدمة .
- قياس جودة الخدمات المصرفية من منظور العملاء وتحديد ابعادها .

ب- المبررات الذاتية:

- محاوله إعطاء دفع قوي لقطاع الخدمات المصرفية كونه حلقة أساسية في دفع عجلة التنمية .

- المساهمة في رفع وعي قادة المؤسسات المصرفية بضرورة الإقلاع على الأساليب الإدارية التقليدية وضرورة العمل بأسلوب إدارة جودة الخدمة المصرفية باعتباره ابرز المناهج المعاصرة المحققة للنجاحة والمساعدة على مواجهة تحديات المنافسة.

حدود البحث:

يتحدد البحث بما يلي:

الحدود الموضوعية:

تناولت الدراسة جودة الخدمة المصرفية وفق نموذج SERVPERF .

الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على عينة من عملاء مصرف السلام الجزائر وكالة ادرار

الحدود الزمانية: تمت الفترة الدراسة من 2022/02/06 الى 2022/05/19

المنهج المتبع:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي باعتباره الملائم لمثل هذا النوع من الدراسات، وهذا من خلال وصف عناصر الدراسة ثم تحليل البيانات ومناقشة نتائج الدراسة التطبيقية، مستنديين في الجانب النظري على الدراسات السابقة والبحوث المتعلقة بالموضوع اما في الجانب التطبيقي فقد ارتكزت الدراسة على الاستبيان لجمع البيانات من زبائن مصرف السلام وكالة ادرار وتحليلها وفق برنامج SPSS.

صعوبات البحث:

- تقتصر الدراسة على زبائن مصرف السلام الجزائر في نطاق ولاية ادرار .
 - بسبب عدم معرفة أساليب العمل في الفروع خارج ولاية ادرار فان تعميم نتائج الدراسة سينحصر على هذه الوكالة داخل ولاية ادرار .
 - هناك صعوبة في ضعف الثقافة المعرفية لدى بعض الزبائن وعدم المامهم بمفاهيم جودة الخدمة المصرفية ، وبين تماطل بعضهم في ملئها واخرين في ارجاعها لنا.
- كل هذه التحديات وتحديات أخرى اثرت بشكل كبير على حجم العينة .

تقسيم البحث:

للإجابة على إشكاليات الدراسة وتحقيق أهدافها مع المحافظة والالتزام بطريقة IMRAD فقد تم تناول الموضوع في ثلاثة فصول :

الفصل الأول: الاطار النظري يحتوي على ثلاثة مباحث ، المبحث الأول يتحدث عن مفهوم ومميزات الخدمة المصرفية .

اما المبحث الثاني عن ابعاد جودة الخدمة المصرفية.

المبحث الثالث عن مؤشرات الأداء الفعلي SERVPERF للخدمات المصرفية

الفصل الثاني: الدراسات السابقة من خلال ثلاث مباحث ،

المبحث الأول تطرقنا فيه إلى مختلف الدراسات السابقة الوطنية والأجنبية المتعلقة بالمتغير المستقل (جودة الخدمات المصرفية) .

إما في المبحث الثاني فتطرقنا فيه مختلف الدراسات السابقة الوطنية والأجنبية المتعلقة بالمتغير التابع (الاداء الفعلي)،

أما في المبحث الثالث فكانت مناقشة الدراسات السابقة واسهامات هذه الدراسة .

الفصل الثالث: ففي هذا الفصل تناولنا الدراسة التطبيقية لقياس جودة الخدمات المصرفية حسب نموذج الاداء الفعلي بمصرف السلام الجزائر ، حيث قسمناه الى ثلاثة مباحث تطرقنا في المبحث الأول نبذة عن مصرف السلام الجزائر وهيكله التنظيمي ،اما المبحث الثاني نبذة عن مصرف السلام الجزائر وكالة ادرار ، و المبحث الثالث اجراء تحليل البيانات وعرض النتائج و تحليلها .

الفصل الأول

التأصيل النظري و المفاهيمي

لجودة الخدمات

تمهيد الفصل الأول :

يعد قطاع الخدمات في اقتصاد الدول المتطورة وحتى الدول غير المتطورة باهتمام كبير نظير ما يقدمه نظير تلبية احتياجات المتطلبات وتحقيق حصة ربحية كبيرة، كما يقلص من حدة البطالة بتوفير مناصب شغل ويساهم في تطوير اقتصاد الدول التي تهتم بهذا القطاع العام، وهو ما أدى به أن يكون محل اهتمام الباحثين أيضاً وعديد الدراسات، والتي نستعرض ابتداء مفهوم الخدمات والخدمة المصرفية وصولاً إلى مفهوم جودة الخدمات المصرفية.

المبحث الأول : قراءة مفاهيمية لجودة الخدمات المصرفية**المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية**

قبل التطرق إلى مفهوم الخدمة المصرفية نذكر بمفهوم الخدمة في حد ذاتها، فقد عرّفها (Lovelock) (wirtz 2004) بأنها أي فعل أو أداء يقدمه طرف لطرف آخر، وقد تكون عملية تقديم الخدمة مرتبطة بمنتج مادي والأداء مؤقت، وفي كثير من الأحيان طبيعتها غير ملموسة وعادة لا تؤدي إلى ملكية نتيجة عوامل إنتاجها ولا تؤدي إلى ملكية أي شيء.¹

عرّفها (Kotler) الخدمة هي "كل تصرف أو أداء يمكن أن يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون هذه الخدمة أساساً غير ملموسة ولا ينتج عن انتقالها أي ملكية خاصة على الإطلاق، حيث إنتاج هذه الخدمة قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي أو لا يكون."²

كما عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة"³ والخدمات تختلف من قطاع لآخر فهناك الخدمات الاجتماعية والثقافية والتعليمية والصحية والسياحية، والخدمة المصرفية جزء لا يتجزأ من تلك الخدمات؛ حيث أنها المنتجات التي تقدمها البنوك والمنظمات المالية الأخرى سواء الخاصة منها أو العامة لحفظ أموال المودعين وتسهيل العمليات لطالبيها.

تتمثل الخدمة المصرفية في:⁴

- نشاط يقدم للمستفيدين من الأفراد والأجهزة.

¹ محمد احمد الطراونة، " الجودة الشاملة والقدرة التنافسية ، دراسة تطبيقية في قطاع الصناعات الدوائية في مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 29، العدد 1، كانون الثاني، 2002، ص، 47_32.

² محمد احمد الطراونة نفس المرجع ص، 47_32

³ هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 17-18.

⁴ فيروز قطار، عبلة بزقراوي، جودة الخدمات المصرفية، دار النشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2019، ص 107.

- تقديمها مرتبط بالمنتج المصرفي مثلاً: عملية استقبال الزبون وأسلوب معاملته مرتبط بالشخص الذي يقدمها، أو سحب زبون للنقود عن طريق الصراف الآلي يرتبط باستخدام هذا الصراف.
- تتصف الخدمة المصرفية بدرجة من النمطية، فخدمة الحساب الجاري على سبيل المثال لا تختلف من حيث طبيعتها الإجرائية من محترف لآخر فهي تتضمن عملية إيداع وسحب سواء كانت هذه العملية نقدية أو بصكوك.

المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمة المصرفية

تسعى المؤسسات المصرفية على الحرص لتقديم خدمات بنكية باحسن جودة وتقديم اكبر عدد ممكن من الخدمات الشاملة بأفضل جودة ممكنة لغرض استمراريتها، فمصطلح جودة الخدمات يشير إلى موقف يتشكل عن التقييم الشامل لأداء المنظمة على المدى الطويل وأيضا الجودة هي الخصائص والصور الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على اشباع حاجات معينة أو ضمنية للزبون.

ومن خلال الدراسات تبين أن هناك عدة تعاريف لجودة الخدمات المصرفية؛ حيث تركز على آراء الكتاب في مجال مفهوم جودة الخدمات المصرفية في أربعة أبعاد رئيسية هي:

- الخدمة المصرفية، أسلوب تقديمها، خدمة العميل والموارد والإمكانيات المادية والالكترونية، وفيما يلي بعض تعريفات الجودة:

1- تعريف جوران (Juran): يرى أن هناك معنيين للجودة¹

- أ- "الجودة تعني صفات أو خصائص المنتجات التي تلبي احتياجات الزبون ومن ثم تحقيق رضاه".
- ب- "الجودة هي الخلو من الأخطاء" أي التحرر من الأخطاء التي تؤدي إلى القيام بالعمل مرة أخرى أو عدة مرات؛ مما يسبب عدم رضى الزبون.

2- تعريف ديمينغ (Deming): أكد ديمينغ على أن "جودة أي منتج أو خدمة يمكن أن تحدد فقط من طرف الزبون"، فالجودة هي مصطلح نسبي يفقد معناه على حسب احتياجات الزبائن.²

مع تحديد مفهوم الجودة بشكل عام؛ فإن جودة الخدمة المصرفية لا يخرج عن النطاق العام حيث أن مفهوم جودة الخدمة المصرفية يكمن في إدراكات العملاء وتتشكل في ضوء توقعاتهم؛ وبهذا فإن جودة

¹ مرقاش سميرة، أهمية المزيج التسويقي الخدمي الموسع في تحسين الخدمات التأمينية، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2006/2007، ص 23

² رعد حسن الصرن، عولمة الخدمة المصرفية، مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 6

الخدمة المصرفية تقاس بمقاييس ترتبط بهذه الإدراكات وتعبّر عنها، كما أنها مقياس لدرجة الرقي إلى مستوى الخدمة التي تقابل توقعات العملاء لجودة الخدمة من خلال الأداء الفعلي الذي يعكس مدى رضاهم.

كما تعرّف جودة الخدمة المصرفية أيضاً من البحث عن احتياجات العملاء ورغباتهم من مصادر المعلومات المتعددة، ثم العمل على تلبيتها ضمن موارد البنك وقدراته ومتابعة تطورها وتوفير التغذية الراجعة في حالة حدوث خلل أو خطأ عند الوفاء بهذه الرغبات والاحتياجات.¹

المبحث الثاني: مفهوم وأبعاد جودة الخدمة المصرفية

إن التغييرات التي عرفتتها منظمات الأعمال ونشاطها وتسارع وتيرة الاتصالات والمعلومات والاعتماد على شبكات الأنترنت، كلها أسباب أدت إلى الاهتمام بالجودة؛ ومنه أصبح التركيز على مفهوم الجودة كمدخل للاستجابة لمتطلبات واحتياجات العملاء.

المطلب الأول: مفهوم الجودة Service quality

هناك عدة مفاهيم لجودة الخدمات Service quality نذكر منها

"على أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن أو الفرق بين توقعات الزبائن وإدراكهم للأداء الفعلي للخدمة"²، ويتضح من التعريف أنه يركز على الجودة من منظور الزبون.

يشير مصطلح (جودة الخدمة) إلى موقف يتشكل عن تقييم لأداء المنظمة على المدى الطويل (R.Srinivason, 2004)؛ حيث عرّفت الجودة على أنها "القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق وتوقعاته ويحقق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة التي تقدم له"؛ أما جودة الخدمة المصرفية فهي "قياس لمدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات العميل، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة وتوقعات العملاء."³

كما تعرّف جودة الخدمة المصرفية بأنها ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العملاء نتيجة حصولهم على الخدمة؛ لذا فالخدمة الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم.⁴

¹ قطاف فيروز، تقديم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضى العميل المصرفي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 21، مارس 2001، جامعة بسكرة- الجزائر، ص 98.

² الحداد، عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للطباعة والنشر، ط1، مصر، 1999، ص 356.

³ التميمي، وفاء، صبحي، صالح، آثار الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية، دراسة ميدانية في المصارف التجارية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية (العلوم الإنسانية)، المجلد 10، العدد 01، 2007، ص 104.

⁴ معلا ناجي، أصول التسويق المصرفي، معهد الدراسات المصرفية، عمان-الأردن، ط 01، 1994، ص 50.

يعرف كل من Lewis and Booms جودة الخدمة بأنها " مفهوم يعكس مدى ملائمة الخدمة المقدمة بالفعل لتوقعات المستفيد منها"¹ ومن هنا يتبين لنا أن الذي يحكم على جودة الخدمة هو المستفيد الفعلي منها، وهذا من خلال مقارنته بين توقعاته وبين الأداء الفعلي للخدمة التي تتجم عليها فجوة بحيث يقيم مدى رضاه عن الخدمة.

كما عرفها Bernard Monteuil بأنها " المدى التي توصل إليه المنتج في إشباع حاجات المبتغاة أو الممثلة للطرف المستهل "

وقد اعتبر المؤلف خضير كاظم حمود، جودة الخدمة بأنها تعتبر من المجالات الرئيسية التي يمكن لمنظمات الخدمات أن تميز نفسها وهي "تقديم نوعية عالية وتشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين"² وتعرف جودة الخدمات "تقييم كلي للخدمات ناتجة عن مقارنة بين توقعات العملاء والأداء المحق فعلا لخدمة ما"³

كما يقصد بجودة الخدمة " جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، أي التي يتوقعها العملاء أو التي يدركونها في الواقع العملي، وهي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك أو عدم رضاه وتعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية للمنظمات التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها"⁴

تعتبر جودة الخدمة المقدمة من أهم العوامل المؤثرة على درجة رضا الزبون، وتعد جودة الخدمة المقدمة مؤشرا تنافسيا مهما تعتمد عليه المنظمات في تدعيم مركزها التنافسي.⁵

وينظر الباحثون إلى جودة الخدمات من وجهة نظر داخلية تعبر عن موقف الإدارة، وأخرى خارجية تعبر عن موقف الزبائن، وتقوم وجهة النظر الداخلية على أساس الالتزام بالموصفات التي تكون الخدمة قد صممت على أساسها جودة المطابقة، أما وجهة النظر⁶ الخارجية فتركز على جودة الخدمة المدركة من قبل الزبون.

¹ ادريس .ثابت عبد الرحمان، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية .مفاهيم أساسية وطرق القياس و التقييم". دار الجامعية للنشر و

التوزيع، الاسكندرية، مصر، 2006 ص 112

² خضير كاظم حمود .ادارة الجودة خدمة العملاء". دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة .الطبعة الاولى.عمان.2002.ص215

³ Benoit meyronin charles Ditandy "du management au marketing des service", edition, dunod, Paris

2007 ,p 120

⁴ عبد القادر بريش . جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك" في مجلة اقتصاديات شمال افريقيا. ديوان المطبوعات الجامعية . العدد الثالث. الجزائر .ديسمبر 2005.ص258.

⁵ صليبية رقاد. تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون".رسالة ماجستير.جامعة الحاج لخضر. باتنة. كلية العلوم

الاقتصادية.2008/2007. ص 32

⁶ مروان جمعة درويش "تحليل جودة الخدمات المصرفية الاسلامية :دراسة تطبيقية على المصارف الاسلامية في فلسطين" ملتقى الدولي الثالث حول الجودة والتميز.جامعة سكيكدة.كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. 8/7 ماي 2007.

و من خلال ما سبق نستنتج أن جودة الخدمة تعني خدمة الزبون بطريقة ترضيه وذلك بإفادته بالمعلومات الدقيقة و احترام وقته والاهتمام الدائم به.

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة المصرفية.

تعد دراسة (Parasuraman Zeithaml and Berry 1985) من أهم الدراسات والأكثر شمولاً في تحديد أبعاد جودة الخدمة المصرفية ، فقد تم تحديد عشرة أبعاد لجودة الخدمة المصرفية تضم 34 بنداً وهي: الاعتمادية، الاستجابة، الجدارة، سهولة الوصول والحصول على الخدمة، التعاطف، الاتصال، المصداقية، الأمان، معرفة وفهم الزبون، الجوانب المادية الملموسة،¹ وفي سنة 1988 قام نفس الباحثين بدمج هذه الأبعاد في خمسة أبعاد فقط ثم 22 بعداً تتمثل في الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف² وهي تتمثل في:

1- الجوانب الملموسة:

يعكس هذا البعد المظهر العام المادي من معدات وأفراد وجودة أدوات الاتصال.

يقاس هذا البعد من خلال تقييم العميل لما يملكه البنك من تقنية حديثة وإمكانيات مادية يوفرها البنك لخدمة العميل مثل الموقع المناسب للبنك والانتشار الجغرافي للفروع والتصميم الداخلي والخارجي للفرع من تقسيمات وديكور وأثاث وغيره، بالإضافة إلى توفير مواقف مناسبة لانتظار السيارات، كما يندرج ضمن هذا البعد أيضاً المطبوعات والكتيبات التي تعرّف العميل بالخدمة المصرفية التي يقدمها من حيث طبيعتها ونوعيتها وإجراءات ومتطلبات الحصول عليها.³

2- الاعتمادية:

تشمل قدرة البنك على الوفاء بتقديم الخدمات المصرفية في المواعيد المحددة للعملاء وفق إجراءات محددة وواضحة وبدرجة عالية من الدقة ومدى اهتمام البنك بحل مشاكل العملاء وحرصه على تحري الدقة في أداء خدماته المصرفية ؛ لذلك تزداد ثقة العميل بالبنك عندما تتخفف أخطاء الموظفين.

كما أن البنك يقدم وعوداً للعملاء من خلال الاتصالات التسويقية (الوعد المتعلقة بعملية التقديم والخدمات الإضافية، حل المشكلات، التسعير وغيرها من الوعود) والعملاء دوماً يبحثون عن المصرف الذي يحافظ على وعده.

1 Berry- Parasuraman Zeithaml A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL) , Journal of Marketing .1985, p 47.

2 Joseph Taylor, Measuring Service Quality - A Reexamination And Extension. Journal of Marketing 1992, p 55.

3 الطالب صلاح عبد الرحمان مصطفى، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية، دراسة تحليلية ميدانية، مجلة الاقتصاد، جامعة عدن، العدد 02، السنة الثانية، عام 2006، ص 103

3- الاستجابة:

يُعنى هذا البعد باهتمام المصرف بإبلاغ عملائه بوقت تأدية الخدمة المصرفية وبرغبته في مساعدتهم وتقديم خدمة سريعة لهم وإلى درجة السرعة والالتزام في تأدية الخدمة المصرفية ، وهذا من خلال إيجاد الخدمة في الزمان والمكان المناسبين، كما يهتم هذا البعد بدرجة التفاعل التي تتم بين العميل وموظفي المصرف من حيث حسن استقبال العميل ورغبة الموظف في مساعدة العميل والرد على استفساراته، كما يمكن أن تعبر الاستجابة أيضا على المرونة والقدرة على تقديم الخدمة بشكل شخصي.¹

من الجدير بالذكر هنا أن أكثر العناصر أهمية في زيادة كفاءة الخدمات هم موظفو البنك؛ لذلك فمن الضروري تغيير أسلوب إدارة البنك في التفكير بما يتعلق بالخدمة وقدرات رجال الصف الأول في التعامل مع الاحتياجات المتعددة للعملاء.

4- المصداقية والثقة:

حرص موظفو البنك على غرس الثقة في نفوس العملاء وشعورهم بالأمان عند التعامل معهم، كما يعبر هذا البعد عن مدى إلمام موظفي البنك بمهام وظائفهم وحسن استقبالهم للعملاء ومدى قدرتهم على بث روح الثقة والاطمئنان في عملاء المصرف، ويعكس هذا البعد بصفة أساسية إدراك العميل لكفاءة موظفي المصرف ومدى قدرتهم على تزويد العميل بالمعلومات المصرفية الكافية وبالمعاملة الطيبة ومشاعر الود التي يظهرها موظفو البنك للعملاء. وهذا ما يجسد المصداقية في تقديم الخدمة وتحقيق الثقة للعميل المستفيد.²

5- التعاطف:

هو العناية والاهتمام الشخصي الذي يقدمه البنك للعملاء وملائمة ساعات عمل البنك لتناسب عملاءه، وبصورة عامة فإن هذا البعد يعكس رغبة العميل في الحصول على معاملة خاصة من البنك وهذا بإظهار أنه مميز و مهم (من خلال تقديم الخدمات بشكل شخصي) فالعميل يريد أن يشعر بأن حاجاته معروفة وبأنه مهم في نظر المصرف الذي يقدم له الخدمة، فمعرفة العملاء بالإسم وبناء العلاقات معهم يعكس معرفتهم الشخصية بمتطلبات العميل وتفضيلاته.³

¹ الطالب صلاح عبد الرحمان مصطفى، مرجع سابق، ص 103.

² الصميدعي، محمود، ردينة، عثمان، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي وتحليلي، دار المناهج، عمان، 2001، ص 75.

³ المبيريك، وفاء ناصر، دراسة العلوم المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية، المجلة العربية للإدارة، المجلد 24، العدد 01 يونيو 2004، ص 132.

المبحث الثالث : مؤشرات الاداء الفعلي SERVPERF للخدمة المصرفية .

المطلب الاول : الاداء الفعلي SERVPERF

عرف نموذج الاداء الفعلي SERVPERF بأنه نموذج يتركز على الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمات المصرفية ، ويستند هذا المقياس إلى التقييم المباشر للأساليب والعمليات المصاحبة لأداء الخدمة ، اعتماداً على الأبعاد الخمسة للجودة وهي: العناصر الملموسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الامان، التعاطف . ومن ثم يمكن أن يعرف نموذج الأداء الفعلي إجرائياً بأنه نموذج يستخدم لقياس وتقييم جودة الخدمات بالمؤسسات الخدمية المختلفة التي من بينها المصارف ، ويعتمد على قياس الأداء الفعلي للخدمة من وجهة نظر المستفيدين(العملاء) في الخمسة أبعاد المذكورة والاهتمام بالعملاء.

المطلب الثاني : الفجوة (SERVQUAL (THE GAP

قدم (Parasurman 1985) طريقة او نموذج الفجوة معتمدا على محورين :

- جودة الخدمة يمكن الى عدة ابعاد .
- جودة الخدمة يمكن قياسها عن طريق الفرق بين الادراكات والتوقعات .

ومنه فان جودة الخدمة = ادراكات الزبون للخدمة المقدمة - توقعات الزبون نحو الخدمة .

ويقوم هذا النموذج على اساس الفجوات التي من خلالها يمكن معرفة اوجه القصور او الخلل في تقديم الخدمة ذات مستوى عالي من الجودة وتتمثل الفجوات في ما يلي

- الفجوة الاولى (فجوة التوقع) : الفرق بين ادراكات المسيرين لتوقعات الزبان والاهمية النسبية التي يوليها الزبائن لابعاد الجودة .
- الفجوة الثانية (فجوة المواصفات) : الفرق بين ما تعتقده الادارة ان الزبون يرغب فيه ، وماذا يتوقع الزبون من المؤسسة ان تقدم له .
- الفجوة الثالثة (فجوة التسليم) : الفرق بين الخدمة المقدمة من طرف موظفي المؤسسة والمواصفات الموضوعية من طرف الادارة .
- الفجوة الرابعة (فجوة الاتصال) : الوعود المعلنة من طرف المؤسسة للزبون لا تطابق توقعات الزبون من تلك الوعود.
- الفجوة الخامسة (فجوة الادراك): الفرق بين ادراك الخدمة من كرف الزبون وتوقعاته من الخدمة .¹

¹بوزيان حسان -مذكرة ماجستير - اثر جودة الخدمة على رضا الزبون -جامعة سعد دحلب البليدة 2013 ص 48,49

خلاصة الفصل الاول :

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل و بعدما تعرفنا على ماهية جودة الخدمات المصرفية ،و ذلك من خلال محاولتنا لعرض أهم مفاهيم الجودة و جودة الخدمات المصرفية وابعاد جودة الخدمات وكذا مؤشرات الاداء الفعلي SERVPERF التي تعرفنا فيها على أهم خصائصها و تأثيرها على أداء المصارف نستخلص مما سبق أن خصائص الخدمات المصرفية تجعل من رقابة الجودة أمرا صعبا و الأصعب من ذلك هو العميل في حد ذاته لأنه هو الذي يقيم الخدمات المصرفية و فقا لمعايير تجعله يحكم عليها إن كانت ذات جودة أم لا و يقارن بينها و بين توقعاته و هذه الأخيرة هي مخاوف بالنسبة للمصرف ،و ما عليه إلا محاولة التعرف عليها مسبقا ليقوم بتقديم خدمة تتوافق و مدركات العملاء ، وهذا لتحسين صورته أمامهم و الحفاظ عليهم للحفاظ عليه وعلى كيانه هو الآخر.

الفصل الثاني

الدراسات السابقة المتعلقة

بموضوعي جودة الخدمات المصرفية

والأداء الفعلي

تمهيد الفصل الثاني :

في هذا الفصل سيتم الحديث عن الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع والمتمثلة في مفهوم الخدمات المصرفية وأهميتها وجودة الخدمات وابعادها واساليب قياسها من ناحية ومن ناحية اخرى رضى الزبائن عن جودة الخدمات المصرفية واستعراضا في البحث الاول عدد من الدراسات العربية والاجنبية المتعلقة بقياس جودة الخدمات المصرفية المتعلقة بالأداء الفعلي باللغتين العربية والاجنبية و في المبحث الثالث البحث الثاني تناولنا الدراسات السابقة ال هذا المجال وذات الصلة بالدراسة الحالية ، .

المبحث الاول : الدراسات السابقة المتعلقة بقياس جودة الخدمات المصرفية.

المطلب الاول: الدراسات العربية

- دراسة تيقاوي العربي 2015

بعنوان "قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية من منظور العملاء" (دراسة ميدانية تحليلية). مقال بمجلة الحقيقة ، جامعة احمد دراية ادرار - العدد 36 .

أجريت هذه الدراسة للتعرف على جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية وقياسها من منظور العملاء. وقد تمحورت إشكالية الدراسة ماهي اهم المعايير المستخدمة لقياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية؟

تابع الباحث المنهج الوصفي التحليلي لوصف الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية كما اعتمد البحث بتحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياتها ببرنامج SPSS .

توصلت الدراسة إلى وجود فروقات في آراء العملاء حول جودة الخدمة المصرفية وفقا لمقياس الإدراكات الفعلية، وتم التوصل إلى وجود مستويات عالية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة والمدركة من قبل العملاء وفقا لمقياس ServPerf.

كما أنه توجد مستويات عالية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة والمدركة من قبل العملاء في البنوك التجارية الجزائرية وفق نموذج ServPerf.

لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين آراء العملاء حول جودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم فعلا تعزى لمتغيرات العمر، المؤهل العلمي، مدة التعامل مع البنك.

- دراسة وفاء ناصر المبيريك 2002:

عنوان هذه الدراسة "قياس جودة الخدمات النسائية في المملكة العربية السعودية" مقال بالمجلة العربية للإدارة ملتقى التسويق في الوطن العربي: الواقع وآفاق التطوير، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، الإمارات العربية ، العدد 1

وذلك لمعرفة آراء وتوجهات العاملات نحو هذه الخدمة، معالجة اشكالية قياس جودة الخدمات النسائية في مختلف ابعادها ؟

ولقد استخدمت الباحثة لهذا الغرض مقياس أداء الخدمة بأبعدها الخمس المتمثلة في (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف) معتمدة على المنهج الوصفي التحليلي الملائم للدراسة ، ولقد أظهرت نتائج الدراسة وجود انطباع إيجابي عن الجودة الكلية للخدمة المصرفية النسائية في المملكة كما عبرت عنه المشاركات في الدراسة والتي عكست ذلك 97% من العينة، كما بيّنت النتائج عن وجود علاقة ارتباط طردية بين أربعة من أبعاد هذا المقياس الجودة للخدمة، وأخفق المقياس في إظهار علاقة ذات دلالة إحصائية للأمان للجودة الكلية للخدمة المصرفية.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

- دراسة izah mohd tahir and nor mazlina abu bakar 2007

بعنوان " فجوة جودة الخدمة ورضا العملاء من البنوك التجارية في ماليزيا" مقال مجلة الدولية للأعمال والادارة ،ماليزيا : العدد 4

Service quality gap and customers satisfactions of commercial Banks in Malaysia

معالجة اشكالية : التحقق من مستوى جودة الخدمة للبنوك التجارية في ماليزيا من منظور عملاء البنوك وتقييم مدى الرضا تجاه الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية؟

تم استخدام منهج تحليل إحصائي وصفي (متوسط واختبار t مزدوج) لتقييم مستوى جودة الخدمة للبنوك التجارية في ماليزيا من منظور العملاء.

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية في ماليزيا (الساحل الشرقي في ماليزيا) بالإضافة إلى تقييم مستوى رضى العملاء عنها واستخدم الباحثان لهذا الغرض نموذج جودة الخدمة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات المقدمة فعليا من طرف هذه البنوك كان أقل من توقعات العملاء؛ أمّ فيما يخص أهمية أبعاد جودة الخدمة فقد احتل بعد الاستجابة قائمة اهتمام العملاء، بينما احتل التعاطف الترتيب الأخير، كما بينت النتائج أن رضا العملاء عن جودة الخدمات المقدمة إليهم كان ضعيفا.

- دراسة chicui.lewis and park 2003.

بعنوان "قياس جودة الخدمة في قطاع البنوك في كوريا الجنوبية" مقال بالمجلة الدولية للتسويق المصرفي ، كوريا الجنوبية ، المجلد 21 - العدد 04

"service quality measurement in the banking sector in south korea"

تحت اشكالية قياس جودة الخدمة في الاسواق الآسيوية ؟

اعتمدت الدراسة المنهج التحليلي لتحليل المكونات الرئيسية لجودة الخدمة ومعدل العاملين.

استهدفت الدراسة قياس جودة الخدمة في البنوك في كوريا الجنوبية؛ حيث شملت الدراسة 153 فردا من عملاء البنوك، ومن أهداف الدراسة فحص صلاحية كل من مقياس Serv qual , Serv perf حيث تم فحص جودة الخدمة، جودة الخدمة المرجحة، جودة الخدمة المدركة، جودة الخدمة المدركة المرجحة.

المبحث الثاني : الدراسات السابقة المتعلقة الاداء الفعلي .

المطلب الاول:الدراسات العربية

- دراسة مسغوني منى، مخالفي أمنية، تباري رزيقة 2019:

بعنوان "ارتباط رضى الزبائن بمستوى جودة الخدمة وفق نموذج الأداء الفعلي Serv pref دراسة استطلاعية لزبائن وكالات السياحة والأسفار ورقلة". مقال ،مجلة الإبتكار والتسويق، مجلد 6 العدد1.

تحت اشكالية : ماهي العلاقة التفاعلية بين جودة الخدمة التي تقدمها أهم وكالات السياحة والأسفار ورضا زبائنهم في ولاية ورقلة؟

اعتمدت الدراسة المنهج التحليلي لمقياس جودة الخدمة أو نموذج Servperf وهو واحد من أهم النماذج في هذا النوع من الدراسات.

تهدف الدراسة إلى تحليل العلاقة التفاعلية بين جودة الخدمة التي تقدمها وكالات السياحة والأسفار ورضى زبائنهم في ورقلة. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها تقييم الزبائن إلى مستوى جودة الخدمات لوكالات السياحة والأسفار ومستوى رضى الزبائن كان إيجابياً، كما أن هناك اختلاف في الأهمية النسبية للأبعاد التي يوليها الزبائن عند تقييمهم لمستوى جودة الخدمات ومستوى الرضى.

- دراسة بوعنان نور الدين 2006:

بعنوان "جودة الخدمات وأثرها على رضى العملاء (دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة).رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة.

طرح الإشكالية التالية : ما مدى تأثير جودة الخدمة المينائية في تحقيق رضا العميل؟

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم و طبيعة الموضوع، حيث تم استغلال المعلومات

لاختيار الفرضيات و استخلاص النتائج.

تتمثل هذه الدراسة في تقديم المفاهيم المتعلقة بالجودة باعتبارها مدخل إداري حديث مرتكزة على جودة الخدمات بالإضافة إلى نظام الإصغاء للعميل كمصدر لمعرفة حاجات وتوقعات العملاء، وقد تبين من خلال الدراسة أن تقييم العملاء لجودة الخدمات من خلال المؤشرات الخاصة للتقييم تختلف من عامل لآخر، كما أن جودة الخدمة تعمل على تحقيق رضى العميل.

المطلب الثاني الدراسات الاجنبية

دراسة: mosadegh rad 2005

بعنوان "ادارة الجودة الشاملة في ايران: معوقات نجاح تطبيقها في منظمات الرعاية الصحية" دراسة،المجلة الدولية لضمان جودة الرعاية الصحية، ايران، المجلد 26 ، العدد 2

Total Quality Management in Iran: "Obstacles to the success of its application in health care organizations"

تحت اشكالية : ماهي العوائق التي تحول دون التنفيذ الناجح لإدارة الجودة الشاملة في قطاع الرعاية الصحية؟

اعتمدت الدراسة المنهج التحليلي لدراسات حواجز تنفيذ تجربة لإدارة الجودة الشاملة في الرعاية الصحية.

هدفت الدراسة الى تحليل معوقات نجاح جودة الادارة الشاملة في ايران على منظمات الرعاية الصحية، وقد اظهرت النتائج ان النجاح الجودة الشاملة في منظمة الخدمة الصحية كان عاليا، كما بينت نتائج الدراسة ان اكثر المعوقات إعاقة في تطبيق ادارة الجودة الشاملة بناج هي الموارد البشرية ، والمشاكل الهيكلية و الاستراتيجية .

- دراسة 1998 Gharaibeh and Al-khatib

بعنوان "التعرف على جودة الخدمات المصرفية: توقعات وإدراك عملاء البنوك التجارية في الأردن" دراسة ، مجلة العلوم الإدارية ، الاردن، المجلد 25 ، العدد 1.

"Service quality: Bank customers expectations and perceptions in jordan".

تحت اشكالية: ما هو مستوى جودة الخدمات المصرفية وتوقعات وإدراك عملاء البنوك التجارية في الأردن؟

المنهج المتبع في الدراسة الوصفي التحليلي من اجل معاينة وتحليل الرغبات وتوقعات عملاء من طرف البنوك التجارية .

تطرقت هذه الدراسة إلى التعرف على توقعات وإدراك عملاء البنوك جودة الخدمات المصرفية في الأردن، وقد أظهرت النتائج موقع البنك ووجود مواقف للسيارات التي تجذب العملاء بينما أظهر العملاء عدم اهتمامهم بمظهر مبنى البنك الداخلي والخارجي كما أبدى عملاء البنوك لنوعية بعض الخدمات المقدمة مثل عدد موظفي البنك القائمين على خدمتهم ونوعية الخدمات الجيدة مثل الصراف الآلي وبطاقات الدوام، وأبدى العملاء عدم ارتياحهم لبعض الخدمات الأخرى مثل عدم وجود عناية شخصية بهم وبطء الخدمات المقدمة وارتفاع الرسوم التي تحصلها البنوك مقابل خدماتها والصفوف الطويلة في أوقات الذروة وتعطل أجهزة الحاسوب وعدم المحافظة على أسرار العملاء.

المبحث الثالث: مناقشة الدراسات السابقة وإسهامات الدراسة

المطلب الأول مناقشة الدراسات السابقة :

ركزت الدراسات السابقة :

سواء العربية او الأجنبية على أن هناك علاقة تفاعلية بين جودة الخدمات المقدمة ورضى العملاء، وهذا مما أدى إلى ظهور سعي واضح من المصارف من أجل إرضاء عملائهم بتقديم خدمات راقية من أجل إشباع حاجاتهم مما أدى إلى رفع مستوى الرضى عند المتعاملين عن أداء المصارف وجلب متعاملين جدد لتلك المصارف ،

كما تميّزت الدراسات باستخدام نموذج الأداء الفعلي (Serv perf) على حساب (Serv qual) وذلك لدقة نتائجه وسهولة استخدامه في مختلف القطاعات وخاصة القطاع البنكي الذي يعتبر من أهم القطاعات الخدمائية.

كما بينت الدراسات ان الزبائن يعتمدون على خبراتهم عند تقويم جودة الخدمة، وأن إدراك العميل لجودة الخدمة يعتمد إلى طبيعة التناقض بين الخدمة المتوقعة ، و الأداء الفعلي وأنه عندما تكون الخدمة المتوقعة أكبر من الأداء الفعلي فإن ذلك يؤدي إلى عدم الرضا عن الجودة المقدمة، بينما إذا تساوت الخدمة المتوقعة و الأداء الفعلي فإن الخدمة المدركة ستكون مرضية، بينما إذا كانت التوقعات أقل من الأداء الفعلي للخدمة، فإن ذلك يؤدي إلى حالة الرضا و ستقود إلى الجودة المثالية.

كما بينت الدراسات توجد فروق بين مستوى جودة خدمات المصرفية المدركة (الفعلية) وبين مستوى جودة الخدمة المتوقعة من قبل عملاء المصارف، أي أنه يوجد فجوة بين إدراك العملاء وتوقعاتهم. كما انه تبين انه لا يختلف تقييم عملاء المصارف لمستوى جودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم فعلياً طبقاً لعامل الجنس، كما انه يوجد اختلاف في عملية تقييم عملاء المصارف لمستوى جودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم فعلياً طبقاً للحالة الاجتماعية و الفئة العمرية و يوجد اختلاف في عملية تقييم عملاء المصارف لمستوى جودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم فعلياً طبقاً (لعدد سنوات التعامل. للمؤهل العلمي، للدخل)، كما ان أكثر الأبعاد تأثيراً على رضا العملاء هو بعد الاستجابة والأمان من بين أبعاد الجودة المدركة للخدمة المصرفية.

المطلب الثاني: إسهامات الدراسة

ساهمت دراستنا هذه في تسليط الضوء على قياس وتقسيم الأداء الفعلي لجودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون وذلك بالاعتماد على نموذج الأداء الفعلي (Serv perf) آخذين نموذج "مصرف السلام لولاية أدرار من أجل الكشف عن درجة موافقة الخدمات لخدمة مستوى رضى العملاء وتزويد إدارة المصرف بمقترحات لتطوير وتحسين جودة الخدمات من أجل التمييز في تقديم خدمات ترضي الزبون وحصول البنك على مستويات أعلى في جودة الخدمات المقدمة ومستوى أعلى في الأداء الكلي وذلك بالاعتماد على متغيرات الخمس لقياس جودة الخدمات والمتمثلة في (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف مع مقدمي الخدمات، الثقة والمصادقية، الملموسية).

كما هذه الدراسة تستهدف قياس جودة الخدمة والأبعاد المكونة لها، وتحديد معاييرها التي تساهم في تحسين أداء البنوك .

و تقييم جودة الخدمة ومحاولة تحديد العوامل المؤدية للتغيرات الدورية الحاصلة في مستوى جودة الخدمة المصرفية كأولوية في عملية تحسينها بما يتناسب ورضا العملاء. ونظام المصرف، باعتبار الزبون المحور الرئيس في كل استراتيجيات المصرف. إضافة الى ان الاهتمام بالمعلومات التي تساعد البنوك في تحديد الخدمات التي يوليها العملاء أهمية في تقييم جودة الخدمة، واستلهاهم حاجات الزبائن وتوقعاتهم كأساس لتصميم الخدمات وكافة وظائف ونظام المصرف، باعتبار الزبون المحور الرئيسي في كل استراتيجيات المصرف.

خلاصة الفصل الثاني :

من خلال الدراسات السابقة سواء العربية او الاجنبية منها تم التوصل إلى أن أبعاد جودة الخدمة المصرفية و المتمثلة في(الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، العاطفة) تؤثر على رضا الزبائن باعتبار الرضا عنصر مهم لبلوغ الأهداف المرجوة لذا على المؤسسة المصرفية أن تكون مستعدة لإدخال تحسينات في خدماتها واستخدام أدوات ووسائل الحديثة لدفع بمستوى رضا الزبون نحو الافضل، نستخلص مما سبق أن خصائص الخدمات المصرفية تجعل من

رقابة الجودة أمرا صعبا والأصعب من ذلك هو الزبون لأنه هو الذي يقيم الخدمات المصرفية وفقا لمعايير تجعله يحكم عليها إن كانت ذات جودة أم لا، ويقارن بينهما وبين توقعاته، وهذه الأخيرة هي مخاوف بالنسبة للمصرف، وما عليه إلا محاولة التعرف عليها مسبقا ليقوم بتقديم خدمة تتوافق ومدركات الزبائن وتعتبر عملية القياس أحد المحاور الأساسية لتطوير جودة الخدمات، أين لاحظنا كيف يتم قياس جودة الخدمات المصرفية وهذا حسب توقعات الزبائن وتطلعاتهم المكتسبة مما يؤدي لشعورهم بالرضا أو عدم الرضا، حيث يمثل قياس الجودة خاصة في المنظمات الخدمائية المصرفية أمرا ضروريا وأكثر صعوبة لأن وجود مقياس يتسم بالدراسة والدقة ليس بالأمر السهل، ورغم ذلك فإن عملية قياس جودة الخدمات المصرفية لها مزايا متعددة من أجل معرفة احتياجات الزبائن وتحسين الخدمات وأداء العاملين وهذا بالاعتماد على معايير وطرق مختلفة التي من أكثرها استعمالا مقياس الفجوة .

تمهيد الفصل الثالث :

بعد التطرق في الفصلين السابقين الى دراسة نظرية حول " قياس جودة الخدمات المصرفية حسب نموذج الاداء الفعلي ، سنتناول في هذا الفصل دراسة تطبيقية لمجموعة من عملاء بنك السلام فرع ادرار"، ومحاولة رصد واستطلاع آراء الأطراف الفاعلة حول اداء المصرف، قصد معرفة مدى رضا العملاء على جودة الأداء في الخدمات المقدمة.

ويختص هذا الفصل بإعطاء نبذة عن مصرف السلام الجزائر ككل وكذا وكالة ادرار بتحديد مجتمع الدراسة للعينة وعرض الأساليب الإحصائية المستخدمة وتحليلها ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية.

المبحث الأول: نبذة عن مصرف السلام الجزائر

المطلب الأول: نشأة مصرف السلام وخدماته

سنتحدث في هذا المطلب عن نشأة مصرف السلام وتعريفه والخدمات التي يقدمها لعملائه.

- نشأة مصرف السلام

تم تأسيس مصرف السلام في: 2006/06/08 حيث تم اعتماده من قبل السلطات النقدية الجزائرية نهاية شهر سبتمبر 2008؛ بينما باشر أعماله بشكل رسمي في أكتوبر من العام 2008 برأس مال قدره 100 مليون دولار، تم رفعه إلى 140 مليون دولار نهاية سنة 2009 استجابة لمتطلبات السلطات النقدية الجزائرية التي ألزمت كل البنوك بضرورة رفع رؤوس أموالها إلى 140 مليون كحد أدنى، وتم رفع رأس ماله 200 مليون دينار جزائري سنة 2021 ، وعموما يتولى محمد بن عمير يوسف المهيري من دولة الامارات العربية المتحدة رئاسة مجلس غدارة المصرف؛ حيث يشهد تمعددا كبيرا في المنطقة العربية، كما يتولى السيد ناصر حيدر رئيس مدير عام بالجزائر.

يقدم المصرف خدمات إسلامية مبتكرة مواكبة لمسيرة تطور الجزائر ومواجهة التحديات المستقبلية في الأسواق المحلية والعالمية معتمدا في ذلك على رفع معايير الجودة في الأداء.

- تعريف مصرف السلام

هو مؤسسة مالية تتبع وتطبق المنهج الإسلامي في كافة تعاملاتها ووفقا للقوانين المعمول بها في الجزائر، يعمل المصرف وفق استراتيجية واضحة تواكب متطلبات التنمية الاقتصادية في جميع المرافق الحيوية بالجزائر من خلال تقديم خدمات مصرفية عصرية تتبع المبادئ والقيم الأصلية الراسخة لدى الشعب الجزائري بغية تلبية حاجيات السوق والمتعاملين والمستثمرين وتضبط معاملاته هيئة شرعية تتكون من كبار علماء في الشريعة والاقتصاد.

تتشكل الهيئة الشرعية لمصرف السلام - الجزائر من كبار علماء الشريعة الإسلامية والاقتصاد ممن لهم المام بالعلوم الدينية والنظم الاقتصادية والقانونية والمصرفية والمعاملات الإسلامية يتم تعيينهم باقتراح من مجلس الإدارة وبموافقة الجمعية العامة العادية للمصرف.

تتمثل قيم مصرف السلام في:

- التميّز: يبني التميز كثافة جماعية وفردية في مصرف السلام والسعي لتحقيقها بأعلى المعايير في كل ما يقوم به من أعمال فذلك يعدّ دافعا لتحقيق الأهداف.
- الالتزام: ذلك الشعور بالمسئولية والعمل على الاستجابة لكافة الحاجيات المطلوبة والمنظرة من قبل المتعاملين.
- التواصل: لقد جعل المصرف من التواصل الداخلي والخارجي أهم أولوياته لإدراكه أنه الوسيلة المثلى لتقديم أفضل خدمات لعملائه.
- خدمات مصرف السلام

1- حساب السلام: هو فتح حساب للأفراد للانضمام إلى مصرف السلام - الجزائر وإدارة عملياتهم المصرفية بكل سهولة وأمان، تتمثل مزاياه في:

- قبول الايداعات النقدية والشيكات في جميع فروع المصرف.
- الحصول على كشف الحساب الدوري.
- إمكانية متابعة وإدارة الحساب من خلال قنوات السلام الالكترونية: السلام مباشر، السلام سمارت بنكنغ.

2- السلام مباشر: هي خدمة مصرفية عن بعد بالنسبة للأفراد الذين لا يملكون الوقت الكافي للانتقال إلى المصرف وفي نفس الوقت لهم الرغبة سواء عبر الموقع الالكتروني أو عبر الهاتف النقل من التطلع على حساباتهم، تحميل كشوفات الحساب، طبع كشوفات الحساب، طبع بيانات الحساب البنكي، دمج الحسابات، متابعة العمليات الالكترونية، طلب دفتر الشيكات، متابعة التسهيلات، الاطلاع على الودائع لجل، التحويل بين الحسابات، التحويل للمستفيدين، طلب البطاقة.

من مزايا هذه الخدمة: الراحة والتحكم، السهولة والأمان، الاتصال المباشر في كل وقت.

3- خدمة مايلسويفت: إذا قام أحد المتعاملين بالإجراءات اللازمة لفتح اعتماده المستندي أو قام بطلب تنفيذ تسليم مستندي لتسديد قيمة مشترياته في عملياته التجارية الخارجية وله الرغبة بالاستعلام على:

- فتح اعتماده المستندي / تسليمه المستندي.
- التعديلات المنفذة على الاعتماد المستندي.
- دفع قيمة عمليات تجارتك الخارجية.

تتمثل مزاياه في: الراحة والتحكم، السهولة والأمان ، السرعة والمرونة.
 4- خدمة الدفع عبر الأنترنت E-Amina: تمنح هذه الخدمة بطاقة الدفع "أمنة" فرصة التسوق وتسديد الفواتير عبر شبكة الأنترنت، إضافة إلى مجانية البطاقة وكذا مجانية عملية الدفع عبر الأنترنت.

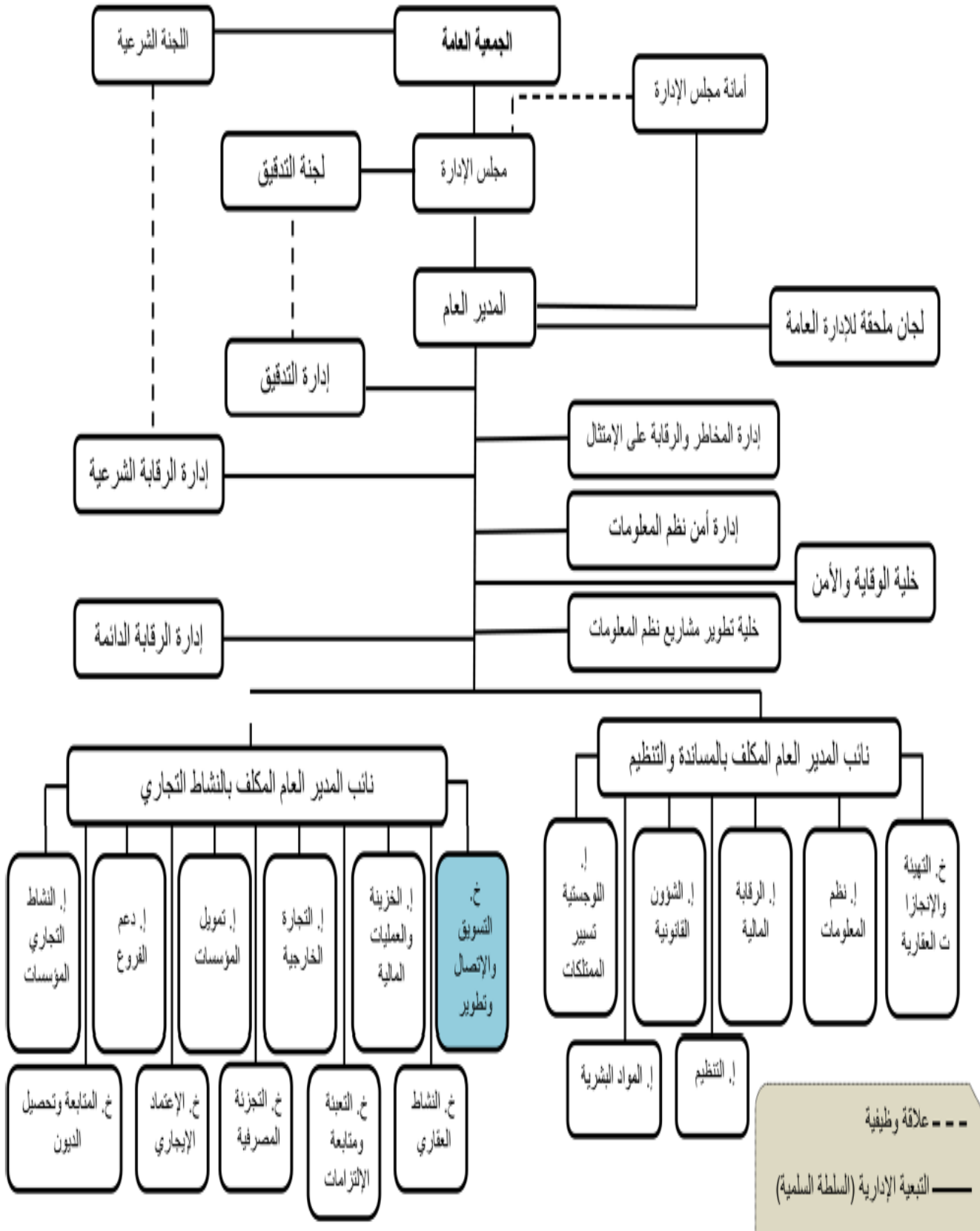
تمنح هذه الخدمة ما يلي: الأمان عند الشراء عبر الأنترنت، السهولة مع إمكانية التسوق 07 أيام/ 07 وعلى مدار الساعة ، توفير الوقت.

5- الخزانات الحديدية أمان: يوفر المصرف خدمة استئجار خزانات الأمانات الحديدية ويمكن الزبائن من الاحتفاظ بالأغراض الثمينة والوثائق المهمة في مكان آمن.

تتمثل مزايا هذه الخدمة في:

- خزانات أمان متوفرة بثلاثة أحجام: صغيرة، متوسطة وكبيرة كي تتناسب والمقتنيات الثمينة.
- يمكن استئجارها بصفة شخصية ولمدة سنة.
- خزانات الأمان الحديدية لا يمكن فتحها إلا بحضور المعني.
- خزانات آمنة.
- خزانات سرية.
- خزانات خصوصية.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمصرف السلام الجزائر



--- علاقة وظيفية
 ————— التبعية الإدارية (السلطة السلمية)

المبحث الثاني : نبذة عن مصرف السلام الجزائر وكالة أدرار

المطلب الاول : التعريف مصرف السلام الجزائر وكالة أدرار :

- التعريف: هو مصرف مختلط بين الزبائن التجاريين والافراد يعمل طبقا للقوانين الجزائرية وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية في كافة تعاملاته كثمرة للتعاون الجزائري الخليجي، تمّ اعتماد المصرف من قبل بنك الجزائر في نوفمبر 2018 ليبدأ مزاوله نشاطه مستهدفا تقديم خدمات مصرفية مبتكرة.

عن مصرف السلام أدرار يعمل وفق استراتيجية واضحة تتماشى ومتطلبات التنمية الاقتصادية في جميع المرافق الحيوية بالمنطقة من خلال تقديم خدمات مصرفية تتبع المبادئ والقيم الأصيلة الراسخة لدى الشعب الجزائري، بغية تلبية حاجيات السوق والمتعاملين والمستثمرين المحليين وتضبط معاملاته هيئة شرعية تتكون من كبار العلماء في الشريعة والاقتصاد تابعة للإدارة المركزية .

يختلف مصرف السلام عن البنوك التجارية كونه لا يتعامل بالفائدة مطلقا كونها تعتبر ربا محرمة شرعا.

- مهام بنك السلام بأدرار :

لبنك السلام عدة مهام وخدمات يقدمها للزبائن والمودعين الخاصين به، وذلك بمثابة محفزات لجذب

المستثمرين للتعامل معه يمكننا إدراجها في النقاط التالية:

- الحساب الجارية والتجارية
- حساب السلام التوفير استثمار.
- خدمة السلام مباشر.
- تمويلات مصرف السلام بالنسبة للأفراد والمؤسسات .
- خدمة مايل سويفت.
- كفالة متنوعة للمشاريع.
- بالإضافة إلى أدوات استثمار وادخار مقترحة من مصرف السلام تتمثل في:1
- اكتتاب سندات الاستثمار.
- دفتر التوفير أمني.
- بطاقة التوفير أمني.
- حسابات الاستثمار.....الخ
- أمّا بالنسبة للخدمات تتمثل في:
- خدمة تحويل الأموال عن طريق الدفع الآلي.

¹ مصرف السلام الجزائري، وكالة ادرار .

- الخدمات المصرفية عن بعد (السلام مباشر).
- خدمة الدفع عبر الأنترنت (E-AMINA).
- بطاقة "آمنة" للدفع الإلكتروني.
- بطاقات السلام فيزا الدولية.
- الصراف الآلي.
- صرف منحة السفر.

المبحث الثالث : تحليل نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الاول : الطرق والأدوات المتبعة في تحليل الدراسة .

الجدول رقم: (01): عينة الدراسة

الاستبيانات	الموزعة	المسترجعة	غير صالحة للتحليل	العدد النهائي
العدد	40	38	06	32
النسبة المئوية	%100	%73.07	%11.53	%61.53

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مرجع

متغيرات الدراسة (نموذج الدراسة)

بناءً على إشكالية الدراسة محاولة لتحقيق أهدافها تم وضع نموذج يُلخّص العلاقة الافتراضية بين متغيرات الدراسة، بحيث تم اختيار قياس جودة الخدمات المصرفية كمتغير مستقل وتم ترميزه بـ (M) في حين تم اعتبار الاداء الفعلي كمتغير تابع ورُمز بـ (N)، والجدول التالي يوضح لنا وصف متغيرات هذه الدراسة.

الجدول رقم (02): وصف متغيرات الدراسة

ولإيضاح أكثر تم وضع نموذج للدراسة على الشكل الآتي:

المحاور	المتغيرات	الترميز
جودة الخدمات البنكية	مُستقل	M
الأداء الفعلي المقدم	تابع	N

المصدر: من إعداد الطالبين

الشكل رقم (01): نموذج الدراسة



الأدوات المستخدمة في الدراسة:

مُحاولة لسعيننا للوصول لأهداف الدراسة تم استخدام مجموعة من الأدوات التي سيتم توضيحها فيما يلي:
- أداة الدراسة

تم استخدام الاستبانة (الملحق رقم 01) كأداة أساسية لجمع البيانات، بحيثُ استعملناها كوسيلة لمعرفة دور جودة الخدمات المصرفية بالأداء الفعلي المقدم . دراسة عينة من العملاء ومدى تقييمهم لجودة الخدمات المقدمة لهم "، في حين أعدنا الاستبيان وفق مقياس " ليكارت الخماسي " (غير موافق تماما، غير موافق، محايد، موافق، موافق تماما)، بالإضافة لتقسيمه إلى جزئين رئيسيين:

أولاً: الجزء الأول

يتضمن المعلومات الشخصية المتمثلة في (النوع، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات التعامل مع البنك، المستوى الوظيفي).

ثانياً: الجزء الثاني

يحتوي على محاور الدراسة وبدوره ينقسم إلى :

الأول: يتضمن المتغير المستقل والمتمثل في " جودة الخدمات المصرفية " المتمثل في أبعاده الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامن والموثوقية، التعاطف).

الثاني: والمتمثل في المتغير التابع " الأداء الفعلي

- مقياس الأداة

كما أوضحنا سابقاً تم اختيار مقياس " ليكرت الخماسي " للإجابة على محاور الدراسة باستثناء المحور المتعلق بالبيانات الشخصية كما يلي:

الجدول رقم (03): درجات مقياس " ليكرت الخماسي "

غير مُوافق بشدة	غير مُوافق	مُحايد	مُوافق	مُوافق بشدة
1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالب

ولتحديد درجة الموافقة، تمّ تحديد 5 مستويات المتمثلة في (غير مُوافق بشدة، غير مُوافق، مُحايد، مُوافق، مُوافق بشدة) وذلك بناءً على المعادلة التالية:

$$\text{طول الفترة} = (\text{الحد الأعلى} - \text{الحد الأدنى}) / \text{عدد المستويات}$$

$$\text{بحيث أن: طول الفترة} = 5 / (1-5)$$

$$\text{طول الفترة} = 0.8$$

وبناءً على ذلك قمنا بتحديد المستويات المتمثلة في الجدول الآتي:

الجدول رقم (04): مستويات الموافقة لمقياس ليكرت

الدرجة	المستوى
غير مُوافق بشدة	[1-1.8]
غير مُوافق	[1.8-2.6]
مُوافق نوعاً ما	[2.6-3.4]
مُوافق	[3.4-4.2]
مُوافق بشدة	[4.2-5]

المصدر: من إعداد الطالبين

صدق وثبات أداة الدراسة

أولاً: صدق أداة الدراسة

مُحاولة للتأكد من صحّة وسلامة وصدق الأداة تمّ عرضها على مجموعة من العملاء المتعاملين مع مصرف بنك السلام - فرع أدرار - بهدف تحكيمها، بحيث بلغ عددهم خمس (5) أساتذة حيث رد التحكيم استاذ واحد ، وذلك للتأكد من صدقها الظاهري (المُلحق رقم 02) تحكيمها من حيث:

- مدى سلامة الصياغة اللغوية للاستبيان.
- تسلسل الفقرات وانتماءها ومُناسبتها مع موضوع الدراسة.

وبناءً على استشارته وتوجيهاته تم صياغة الاستبيان بصورة نهائية، تتضمن (25) فقرة موزعة على محاور الدراسة.

ثانياً: ثبات أداة الاستبيان

يُقصَد بها مدى الحصول على نفس النتائج أو نتائج مُتقاربة لو كرّرت الدراسة في ظروف مُتشابهة باستخدام الأداة نفسها، ولإجراء اختبار مصداقية الاستبيان تمّ استخدام معامل الثبات (Cronbach's Coefficient Alpha)، الذي يُحدّد مستوى قبول أداة القياس بمستوى (0.60) فأكثر والذي يأخذ القيمة ما بين [0 - 1] بحيث كانت نتائج المعامل كما يلي:

الجدول رقم (05): معامل ثبات الاستبيان Cronbach's Coefficient Alpha

المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
الاستبيان ككل	25	0.621

المصدر: من إعداد الطالبين وفقاً لمُخرجات برنامج Spss.V25

يُشير الجدول أعلاه إلى مُعامل قيمة الثبات لمحاور الأداة باستخدام قيمة الثبات الداخلي " ألفا " حيث أنّصَح أنّ معامل الثبات للاستبانة ككل (0.621) وهي أيضاً جيّدة على العموم لكونها تفوق قيمة (0.6)، وهو ما يدلّ على أن الاستبانة ثابتة، أي أنّها تعطي نفس النتائج إذا تمّ استخدامها أو إعادتها مرّة أخرى تحت ظروف مُماثلة.

ثالثاً: صدق الاتساق الداخلي:

فُمنّا باستخدام معامل الارتباط (Pearson) بين كل فقرة من فقرات الاستبيان والبُعد الذي ينتمي إليه، والجدول الموالية تُبيّن لنا مُعاملات الارتباط عند مُستوى دلالة (0.01) فأقل، حيث يرى الإحصائيين أنّه إذا كان للارتباط دلالة إحصائية فالفقرة تُحقّق الصّدق الذاتي، بينما يرى آخرون أن تحقق الدلالة لا يكفي بل يجب أن يفوق معامل الارتباط نسبة (50%) وأي شرط تحقق بالنسبة لفقرات الاستبيان في هذه الدراسة فسيتم قبوله وهو ما يُمكن توضيحه في الجداول التّالية:

1- الصّدق الذاتي لعبارات المتغير المُستقل " جودة الخدمات المصرفية ":

الجدول رقم: (06) الصّدق الذاتي لمؤشّرات بُعد الملموسية باستخدام مُعامل الارتباط (Pearson):

رقم الفقرة	مُعامل Pearson	مُستوى الدّالة
01	0.399**	0.024*
02	0.755**	0.057*
03	0.934**	0.015*
04	0.748**	0.762*
05	0.843**	0.036*

المصدر: من إعداد الطالبين وفقاً لمُخرجات برنامج Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.01

**مُستوى المعنوية 0.05

الجدول رقم: (07) الصّدق الذاتي لمؤشّرات بُعد الاعتمادية مُعامل الارتباط (Pearson):

رقم الفقرة	مُعامل Pearson	مُستوى الدّالة
06	0.525**	0.002*
07	0.686**	0.000*
80	0.437**	0.012*
09	0.486**	0.005*
10	0.534**	0.002*

المصدر: من إعداد الطالبين وفقاً لمُخرجات برنامج Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.01

**مُستوى المعنوية 0.05

الجدول رقم: (08) الصدق الذاتي لمؤشرات بُعد الاستجابة باستخدام مُعامل الارتباط (Pearson):

رقم الفقرة	مُعامل Pearson	مُستوى الدلالة
11	0.707**	0.000*
12	0.580**	0.000*
13	0.351**	0.053*
14	0.547**	0.001*
15	0.748**	0.000*
16	0.842**	0.000*
17	0.738**	0.000*

المصدر: من إعداد الطالبين وفقاً لمُخرجات برنامج Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.01

**مُستوى المعنوية 0.05

2. الصدق الذاتي لعبارات المتغير التابع " الأداء الفعلي المقدم "

الجدول رقم: (09) الصدق الذاتي لمؤشرات المتغير التابع الاداء الفعلي باستخدام مُعامل الارتباط (Pearson):

رقم الفقرة	مُعامل Pearson	مُستوى الدلالة
17	0.562**	0.001*
18	0.627**	0.000*
19	0.619**	0.000*
20	0.462**	0.008*
21	0.601**	0.000*
22	0.832**	0.000*
23	0.804**	0.070*
24	0.540**	0.001*
25	0.768**	0.000*

المصدر: من إعداد الطالب وفقاً لمُخرجات برنامج Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.01

**مُستوى المعنوية 0.05

انطلاقاً من الجداول أعلاه نجد أن معاملات ارتباط Pearson للعبارات مع أبعادها تتراوح ما بين (0.540) و (0.934) مما يؤكد لنا تحقيق الصدق الذاتي لجل الفقرات مع أبعادها المختلفة.

إختبار إعتدالية التوزيع Tests of Normality

لإثبات أنّ البيانات تتبع التوزيع الطبيعي حاولنا الاعتماد على اختبار الإعتدالية ل- Kolmogorov-Smirnov وفيما يلي عرض النتائج المُتحصّل عليها:

الجدول رقم (10): اختبار اعتدالية التوزيع

المتغيرات	الإحصائية	الدلالة
المحور الأول: جودة الخدمات البنكية	0.131	0.108
المحور الثاني: أداء الفعلي المقدم	0.141	0.176

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Spss.V25

من الجدول أعلاه نلاحظ أن القيمة الاحتمالية للمحاور الثلاثة أكبر من مستوى الدلالة (0.05) بحيث أنّ المحور الأول والثاني قيمتهما أكبر من (0.131 < 0.05)، مما يعني لنا أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

الأدوات الإحصائية المستخدمة

للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار صحة فرضياته، تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss.V25)، والمُتمثلة في:

- مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistic Measures) لوصف عينة الدراسة وإظهار خصائصها، بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات، والإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات الدراسة حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- اختبار ألفا كرونباخ Cronbach's Coefficient Alpha لقياس ثبات أداة البحث.
- معامل الارتباط (Pearson) لقياس الصدق الذاتي لأداة الدراسة.
- اختبار Kolmogorov-Smirnov كلومغوروف سيمينوف ل إعتدالية التوزيع Tests of Normality.
- الإنحدار الخطي البسيط Linear Regression

المطلب الثاني: عرض و تحليل النتائج ومناقشتها

يتضمن هذا المبحث عرض مُختلف ما توصلنا إليه من نتائج المُتعلّقة بتحليل آراء عيّنة الدراسة، بالإضافة لعرض أيضاً النتائج المُتعلّقة بالفرضيات ومناقشتها.

- عرض النتائج

حاولنا في هذا المطلب عرض النتائج المُتوصّل إليها في الدراسة الميدانية وتحليلها باستخدام الأساليب والبرامج الإحصائية.

- وصف عيّنة الدّراسة

وفيما يلي سنتطرّق لوصف مُختلف خصائص عيّنة الدّراسة حسب المُتغيّرات الشّخصية
الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب المُتغيّرات الشّخصية

المتغيرات	الفئات	التكرارات	النسبة المئوية
النوع	ذكر	22	68.75 %
	أنثى	10	31.25 %
	المجموع	32	100 %
العمر	أقل من 30 سنة	2	6.25 %
	من 30 إلى 40 سنة	9	28.125 %
	أكثر من 40 سنة	21	65.625 %
	المجموع	32	100 %
المؤهل العلمي	دون الثانوي	2	6.25 %
	جامعي	27	84.375 %
	ما بعد التدرج	3	9.375 %
	المجموع	32	100 %
عدد سنوات التعامل مع البنك	أقل من 1 سنة	5	15.625 %
	من 1 إلى 2 سنة	13	40.625 %
	أكثر من 3 سنوات	14	43.75 %
	المجموع	32	100 %
المستوى الوظيفي	بدون وظيفة	0	0 %
	موظف	31	96.875 %
	أعمال حرة	1	3.125 %
	المجموع	32	100 %

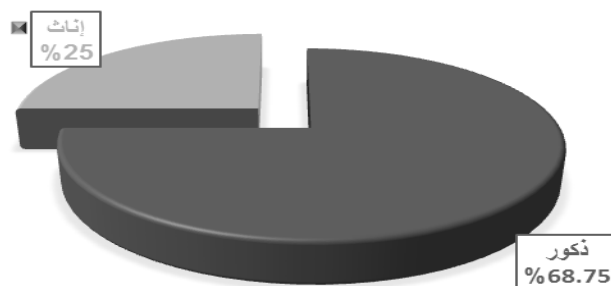
المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Sps.V25

1- النوع:

الشكل رقم (02): وصف خصائص العينة

"النوع"

النوع



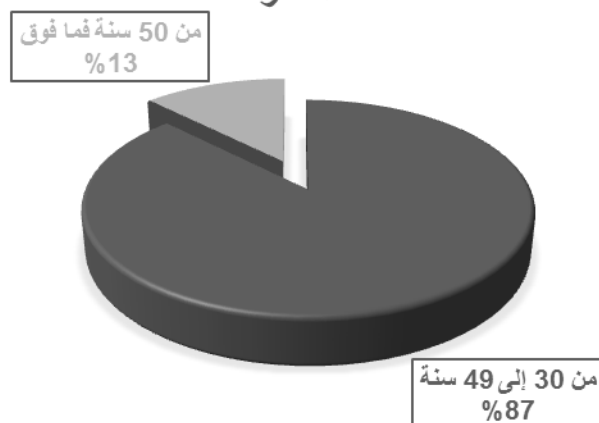
المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Spss.V25

من خلال الشكل والجدول يتّضح لنا أن غالبية المبحوثين كانوا ذكور بنسبة (75.68%) مقارنة بنسبة الإناث التي كانت ضئيلة بقيمة (31.25%).

2 - العمر:

الشكل رقم (03): وصف خصائص العينة "العمر"

العمر



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Spss.V25

من خلال الشكل والجدول يتّضح لنا أن أضعف عينة الدراسة كانت في فئة ذوي العمر التي تقع في السن (اقل من 30 سنة) بنسبة (6.25%) وتليها فئة (من 30 إلى 40 سنة) بنسبة (28.125%) أما بالنسبة الأكبر فهي للفئات الأخرى بنسبة (65.625%).

3 - المؤهل العلمي:

الشكل رقم (04) وصف خصائص العينة " المؤهل العلمي "

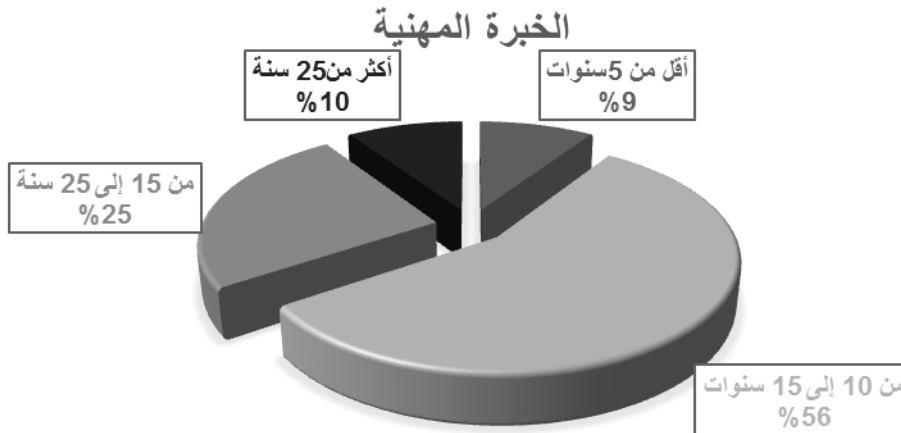


المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Spss.V25

من خلال الجدول والشكل أيضاً يتضح لنا أنّ أغلبية توزيع عينة الدراسة تمحورت على حاملي شهادات الجامعية بنسبة أكبر من (83.375%) ويليه بنسبة مُقاربة ما بعد التدرج " بنسبة أكبر من (9.375%) ثمّ الأقل مستوى بنسبة (6.25%).

4 - عدد سنوات التعامل:

الشكل رقم (05): وصف خصائص العينة " عدد سنوات التعامل "

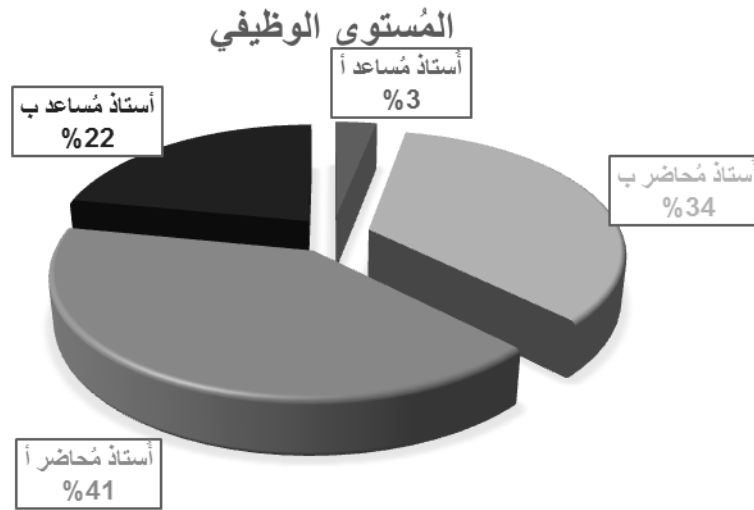


المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مُخرجات Spss.V25

من خلال الشكل يتضح لنا الفئة كثر تعامل الفئة عينة الدراسة بحيث جاءت نسبتها أكبر من (%43.è) لفئة المتعاملين الاكثر من ثلاث سنوات وتليها فئة المتعاملين لما بين (من 1 إلى 2 سنة) بنسبة (%40.625) ثم لتأتي الفئة ذات (الأقل من 1سنة) أخيراً لتوزيع عينة الدراسة بنسبة (%15.625).

5 - المستوى الوظيفي:

الشكل رقم (06): وصف خصائص العينة " المستوى الوظيفي "



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Sps.V25

من خلال الشكل يتضح لنا مدى تركيز توزيع عينة الدراسة على الموظفين بنسبة وصلت ل (%96.875) وتليها فئة اصحاب الاعمال الحرة بنسبة (%3.125) ثم "كأخر تصنيف العاطلون عن العمل في توزيع العينة الصّدفية للدراسة بنسبة معدومة تماما .

- التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

1- تحليل آراء أفراد العينة حول جودة الخدمات المصرفية

في هذا الجزء سنحاول عرض التحليل الوصفي لآراء عينة الدراسة لمعرفة واقع جودة الخدمات المصرفية

بمؤسسة بنك السلام بادرار

الجدول رقم (12): تحليل أفراد العينة للمتغير المستقل (M):

ترميز المحور	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مُعامل الاختلاف %	درجة التقييم
X	جودة الخدمات المصرفية	3.323	0.421	12.66	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Sps.V25

بعد امعان النظر في الجدول أعلاه يتضح لنا أن عينة الدراسة ككل مُوافقين نوعاً ما عن وجود جودة في الخدمات المصرفية المقدمة ، وهذا ما يُؤكِّدُه المتوسط الحسابي البالغ قيمته (3.323) وانحراف معياري قدره (0.421)، إضافة الى مُعامل الاختلاف البالغ (12.66%)، أي حوالي أكثر من (87%) يُقرُّون على أنهم غير مُتأكِّدين تماما عن وجود جودة في الخدمات المصرفية المقدمة ب، وبتحليل رأي عينة الدراسة على مُستوى كل فقرة تبين ما يلي:

الجدول رقم (13): تحليل أفراد العينة بعد الملموسية:

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مُعامل الاختلاف %	الأهمية النسبية	درجة التقييم
01	يمتلك المصرف موقع استراتيجي يزيد من اقبال الزبائن	3.125	0.870	27.84	3	متوسط
02	التصميم الداخلي للمصرف منظم ومريح ويخدم الزبون	3.125	0.941	30.11	4	متوسط
03	يتميز موظفو المصرف بالمظهر الأنيق	3.281	0.888	27.59	2	متوسط
04	يتوفر المصرف على تجهيزات تقنية حديثة	4.250	0.518	12.18	1	مرتفع
05	يوفر المصرف للعملاء الخدمات عن بعد	3.062	1.045	34.12	5	متوسط
06	يوفر المصرف خدمات جهاز الدفع الالكتروني /DAB /TPE	3.062	0.518	12.18	1	متوسط
	المجموع	3.368	1.274	37.82	2	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Spss.V25

من خلال الجدول يتضح لنا أنّ عينة الدراسة (المتعاملين) موافقين على بُعد الملموسية بالمصرف ، بحيثُ جاء هذا البُعد في الترتيب الثاني في الأهمية النسبية للمتغير حسب المتوسط البالغ (3.368) وانحراف معياري قدره (1.274) وهذا ما يؤكدُه لنا مُعامل الاختلاف البالغ (37.82%)، ممّا يعني أنّ حوالي أكثر من (62%) كانوا موافقين على الملموسية، وبالنظر لفقرات البُعد جاءت العبارة (4 X) الأولى في الأهمية النسبية ممّا يعني توفر المصرف على تجهيزات تقنية حديثة

الجدول رقم (14): تحليل أفراد العينة لبعد الاعتمادية:

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مُعامل الاختلاف %	الأهمية النسبية	درجة التقييم
07	يلتزم المصرف بتقديم خدماته في مواعيدها	3.125	1.099	6.92	4	متوسط
80	يتمتع موظفو المصرف بالمهارة في تقديم الخدمات	3.125	1.099	35.16	4	متوسط
09	يمتلك المصرف سجلات دقيقة عن العملاء	3.593	0.979	27.24	1	متوسط
10	يقدم المصرف خدمات دقيقة وخالية من الأخطاء	3.187	1.306	40.97	3	متوسط
11	يحرص المصرف على حل المشاكل التي تواجه العملاء	3.406	0.979	28.74	2	متوسط
	المجموع	3.287	0.583	17.73	3	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبيين بالإعتماد على مُخرجات Sps.V25

بالاطلاع على الجدول نلاحظ أن عينة الدراسة موافقين على أن هناك اعتمادية، بحيثُ جاء هذا البُعد في الترتيب الثالث للأهمية النسبية للمتغير حسب المتوسط البالغ (3.287) وانحراف معياري قدره (0.583)، وهذا ما يؤكدُه لنا مُعامل الاختلاف المُقدّر بـ (17.73%) ممّا يؤكدُ لنا أن أكثر من (82%) موافقين نوعاً ما على توفر لبنا فرق عمل، وبالنظر لفقرات البُعد جاءت العبارة (8) الأولى في الأهمية النسبية ممّا يعني أن المصرف يمتلك سجلات دقيقة عن العملاء.

الجدول رقم (15): تحليل أفراد العينة لبعء الاستجابة:

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مُعامل الاختلاف %	الأهمية النسبية	درجة التقييم
12	يقدم المصرف خدمات سريعة وفورية للعملاء	3.500	1.016	29.02	2	متوسط
13	يستجيب موظفون لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم	3.312	1.090	32.91	4	متوسط
14	يعمل المسؤولون على التقليل من وقت انتظار الخدمات	3.451	1.120	32.45	3	متوسط
15	يتوافر لدى المصرف العدد الكافي من الموظفين لأداء الخدمات	3.093	1.173	37.92	5	متوسط
16	يتوافر لدى المصرف لوحات اشهارية الكترونية لتسريع الخدمة	3.656	0.901	24.64	1	مرتفع
	المجموع	3.404	0.611	17.94	1	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مخرجات Spss.V25

من خلال الجدول يتضح لنا أن عينة الدراسة موافقين على أن هناك استجابة بين عينة الدراسة " العملاء " بحيثُ جاء هذا البُعد في الترتيب الأول للأهمية النسبية للمتغير حسب المتوسط البالغ (3.404) وانحراف معياري قدره (0.611)، وهذا ما يؤكد لنا مُعامل الاختلاف المُقدّر بـ (17.94%) مما يؤكد لنا أن أكثر من (81%) موافقين على وجود استجابة، وبالنظر لفقرات البُعد جاءت العبارة (16) الأولى في الأهمية النسبية مما يعني أنه يتوافر لدى المصرف لوحات اشهارية الكترونية لتسريع الخدمة

الجدول رقم (16): تحليل أفراد العينة لبعده الأمان والموثوقية:

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مُعامل الاختلاف %	الأهمية النسبية	درجة التقييم
17	يشعر العميل بالثقة والأمان عند التعامل مع المصرف	3.125	1.070	34.24	4	متوسط
18	المصرف يؤمن بشكل جيد على الخدمات الالكترونية	3.062	0.877	28.64	5	متوسط
19	يمتلك موظفو المصرف المعرفة والمهارة لتقديم أفضل الخدمات	3.562	0.981	27.54	1	متوسط
20	يحافظ المصرف على بيانات ومعلومات العملاء بسرية	3.281	1.113	33.92	2	متوسط
21	يتابع الموظفون الاجراءات الخاصة بالعملاء الى حصولهم على الخدمة	3.156	1.019	32.28	3	متوسط
	المجموع	3.237	0.458	14.14	4	متوسط

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مخرجات Spss.V25

من خلال الجدول يتضح لنا أن عينة الدراسة موافقين نوعاً ما على أن هناك تحويل وتطبيق للمعرفة بحيث جاء هذا البعد في الترتيب الرابع للأهمية النسبية للمتغير حسب المتوسط البالغ (3.237) وانحراف معياري قدره (0.458)، وهذا ما يؤكد لنا معامل الاختلاف المقدّر بـ (14.14%) مما يؤكد لنا أن أكثر من (85%) موافقين نوعاً ما على وجود وجود وجود لتحويل وتطبيق المعرفة، وبالنظر لفقرات البعد جاءت العبارة (19) الأولى في الأهمية النسبية مما يعني أن يمتلك موظفو المصرف المعرفة والمهارة لتقديم أفضل الخدمات.

2- تحليل آراء أفراد العينة أداء الفعلي:

في هذا الجزء سنحاول عرض التحليل الوصفي لآراء عينة الدراسة لمعرفة واقع الأداء الفعلي بمصرف السلام فرع أدرار.

الجدول رقم (17): تحليل أفراد العينة للمتغير التابع (Y):

ترميز المحور	المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	درجة التقييم
Y	الاداء الفعلي	3.754	0.570	15.18	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مخرجات Sps. V25

بعد استقراء النتائج للجدول أعلاه يتضح لنا أن عينة الدراسة ككل مستقرين على أن هناك أداء جيد وفعلي لموظفي المصرف، من خلال المعطيات الإحصائية التي تشير لنا أن مستوى مردودية الأداء، وهذا ما يؤكدّه المتوسط الحسابي البالغ قيمته (3.754) وانحراف معياري قدره (0.570)، إضافة الى معامل الاختلاف البالغ (15.18%)، أي حوالي أكثر من (84%) يُقرّون على أنهم موافقين عن حسن جودة الاداء في الخدمات المقدمة من قبل موظفي مصرف السلام فرع ادرار.

الجدول رقم (18): تحليل أفراد العينة للأداء الفعلي

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	الأهمية النسبية	درجة التقييم
21	تهتم إدارة المصرف برأي العملاء في الخدمات المقدمة	3.875	0.906	23.38	4	
22	يحرص الموظفون بالمصرف على تقديم النصائح للعملاء	3.875	0.975	25.16	3	
23	يظهر الموظف المعرفة الشخصية للعميل ويحرص على الترحيب به	3.875	0.793	20.46	2	
24	يولي المصرف مصلحة الزبون أولى الاهتمامات	3.906	0.734	18.79	1	
	المجموع	3.754	0.750	15.18	1	

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مخرجات Sps. V25

من خلال الجدول يتضح لنا أنّ عينة الدراسة موافقين على تطوّر الاداء الفعلي بالمصرف، بحيث كان المتوسط بالغ (3.754) وانحراف معياري قدره (0.750) وهذا ما يؤكدّه لنا معامل الاختلاف المُقدّر بـ (15.18%)، ممّا يعني أنّ حوالي أكثر من (84%) من عينة الدراسة مُتأكّدين من تطوّر أداء موظفي مصرف السلام، وبالتنظر لفقرات البُعد جاءت العبارة (24) الأولى في الأهمية النسبية ممّا يعني ان يولي المصرف مصلحة الزبون أولى الاهتمامات.

- اختبار الفروض

يُحاول هذا الجزء الإجابة على أسئلة البحث وتحقيق أهداف الدراسة، والتحقق من صحة الفرضيات:
1- اختبار الفرضية الرئيسية:

يُنصُّ الفرض الأول على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الخدمات المقدمة وأداء الفعلي لموظفي المصرف عند مستوى الدلالة 0.05 " ولاختبار هذا الفرض يُمكن الاعتماد على تحليل الجداول التالية:
جدول رقم (19): نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية:

مصدر التباين	مجموع المربعات	قيمة F	مُستوى الدلالة Sig
الانحدار	0.230	0.701	*0.409
الخطأ	9.854		
المجموع	10.084		

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.05

من خلال النتائج الواردة في الجدول السابق يتبين لنا عدم ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (0.701) وقيمة احتمالية (0.409) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وعند إجراء اختبار الانحدار الخطي نتحصّل على النتائج التالية الفرضية الأولى حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

جدول رقم (20): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر جودة الخدمات على الاداء الفعلي:

المُتغير	(B)	(T)	مُستوى الدلالة	(F)	معامل الارتباط (R)	R ² معامل التحديد
ثقافة تشارك المعرفة	0.205	3.754	*0.409	0.701	15.1	0.023

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.05

من خلال الجدول يتضح لنا وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) لجودة الخدمات المصرفية على الاداء الفعلي وبالتالي وجود أثر لجودة الخدمات المقدمة على الاداء الفعلي ، هذا ما دعمته قيمة (F) المحسوبة (0.701)، وكذلك قيمة (T) البالغة (3.754) بمستوى دلالة (0.409) وهو أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وبالتالي فإن كل من قيمة (T) و (F) غير دالتان عند مستوى الدلالة (0.05)، إضافة إلى قوة ضعيفة جدًا بين المُتغيرين بنسبة (15.1) حيث أن مُتغير الاداء الفعلي يُفسّر ما نسبته (2.3%)، من التباين الحاصل في جودة الخدمات، كذلك قيمة معامل الانحدار (B) الذي بلغت قيمته (0.205) وبالتالي من

خلال ما سبق نرفض الفرضية التي تنص "على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمات والاداء الفعلي بمصرف السلام فرع ادرار عند مُستوى الدلالة 0.05".

2- اختبار الفرضية الأولى:

ينصّ الفرض الثاني على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الملموسية والاداء الفعلي عند مُستوى الدلالة 0.05 " و لاختبار هذا الفرض يُمكن الاعتماد على تحليل الجداول التالية:

جدول رقم (21): نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية:

مصدر التباين	مجموع المُربعات	قيمة F	مُستوى الدلالة Sig
الانحدار	0.311	0.954	0.337*
الخطأ	9.773		
المجموع	10.084		

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.05

من خلال النتائج الواردة في الجدول السابق يتبين لنا عدم ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (0.954) وقيمة احتمالية (0.337) وهي أكبر من مُستوى الدلالة (0.05) وعند إجراء اختبار الانحدار الخطي نتحصّل على النتائج التالية الفرضية الأولى حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

جدول رقم (22): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر جودة الخدمات على الاداء الفعلي:

المُتغير	(B)	(T)	مُستوى الدلالة	(F)	معامل الارتباط (R)	R ² مُعامل التحديد
جودة الخدمات	0.079	12.066	0.337*	0.954	17.6	0.031

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.05

من خلال الجدول يتّضح لنا عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مُستوى الدلالة (0.05) لجودة الخدمات على الاداء الفعلي وبالتالي عدم وجود جودة للخدمات على الاداء الفعلي، هذا ما دَعَمته قيمة (F) المحسوبة (0.954)، وكذلك قيمة (T) البالغة (12.066) بمستوى دلالة (0.337) وهو أكبر من مُستوى الدلالة (0.05)، وبالتالي فإن كل من قيمة (T) و (F) غير دالتان عند مُستوى الدلالة (0.05)، إضافة إلى قوة ضعيفة جدًا بين المُتغيرين بنسبة (17.6) حيث أنّ مُتغير أداء أعضاء هيئة التدريس يُفسّر ما نسبته (03.1%)، من التباين الحاصل في جودة الخدمات، كذلك قيمة معامل الانحدار (B) الذي بلغت قيمته

(0.079) وبالتالي من خلال ما سبق نرفض الفرضية التي تنص "على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمات والاداء الفعلي لموظفي مصرف السلام أدرار عند مستوى الدلالة 0.05".

3- اختبار الفرضية الثانية :

ينصّ الفرض الثاني على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الاعتمادية والأداء الفعلي عند مستوى الدلالة 0.05 " ولاختبار هذا الفرض يُمكن الاعتماد على تحليل الجداول التالية:

جدول رقم (23): نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية:

مصدر التباين	مجموع المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	0.574	1.811	0.188*
الخطأ	9.510		
المجموع	10.084		

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مخرجات Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.05

من خلال النتائج الواردة في الجدول السابق يتبين لنا عدم ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (1.811) وقيمة احتمالية (0.188) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وعند إجراء اختبار الانحدار الخطي نتحصّل على النتائج التالية الفرضية الأولى حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

جدول رقم (24): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الاعتمادية على الاداء الفعلي:

المُتغير	(B)	(T)	مستوى الدلالة	(F) المحسوبة	معامل الارتباط (R)	R ² مُعامل التحديد
الاعتمادية	0.233	5.165	0.188*	1.811	23.9	0.057

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مخرجات Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.05

من خلال الجدول يتّضح لنا عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) الاعتمادية على الاداء الفعلي أدرار وبالتالي عدم أثر الاعتمادية على الاداء الفعلي ، هذا ما دعمته قيمة (F) المحسوبة (1.811)، وكذلك قيمة (T) البالغة (5.165) بمستوى دلالة (0.188) وهو أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وبالتالي فإن كل من قيمة (T) و (F) غير دالتان عند مستوى الدلالة (0.05)، إضافة إلى قوة ضعيفة جدًا بين المتغيرين بنسبة (23.9) حيث أنّ مُتغير الاداء الفعلي يُفسّر ما نسبته (05.7%)، من التباين الحاصل في الاعتمادية، كذلك قيمة معامل الانحدار (B) الذي بلغت قيمته (0.233) وبالتالي من خلال ما سبق نرفض الفرضية التي تنص "على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الاعتمادية و الاداء الفعلي بمصرف السلام أدرار عند مستوى الدلالة 0.05".

3- اختبار الفرضية الثالثة:

ينصّ الفرض الثالث على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الاستجابة و الاداء الفعلي عند مُستوى الدلالة 0.05 " ولاختبار هذا الفرض يُمكن الاعتماد على تحليل الجداول التالية:

جدول رقم (25): نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية:

مصدر التباين	مجموع المُربعات	قيمة F	مُستوى الدلالة Sig
الانحدار	0.085	0.255	0.617*
الخطأ	9.999		
المجموع	10.084		

المصدر: من إعداد الطالب بالإعتماد على مُخرجات Sps.V25

*مستوى الدلالة 0.05

من خلال النتائج الواردة في الجدول السابق يتبين لنا عدم ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (0.255) وقيمة احتمالية (0.617) وهي أكبر من مُستوى الدلالة (0.05) وعند إجراء اختبار الانحدار الخطي نتحصّل على النتائج التالية الفرضية الأولى حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

جدول رقم (26): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الاستجابة على الاداء الفعلي:

المُتغير	(B)	(T)	مُستوى الدلالة	(F)	معامل الارتباط (R)	R ² مُعامل التحديد
الاستجابة	0.086	6.903	0.617*	0.255	0.092	0.008

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مُخرجات Sps.V25

*مستوى الدلالة 0.05

من خلال الجدول يتضح لنا عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مُستوى الدلالة (0.05) للاستجابة على الاداء الفعلي بمصرف السلام أدرار وبالتالي عدم وجود أثر للاستجابة على الاداء الفعلي ، هذا ما دعمته قيمة (F) المحسوبة (0.255)، وكذلك قيمة (T) البالغة (6.903) بمستوى دلالة (0.617) وهو أكبر من مُستوى الدلالة (0.05)، وبالتالي فإن كل من قيمة (T) و (F) غير دالتان عند مُستوى الدلالة (0.05)، إضافة إلى قوة ضعيفة جدًا بين المُتغيرين بنسبة (0.2) حيث أنّ مُتغير الاداء الفعلي يُفسّر ما نسبته (0.8%)، من التباين الحاصل في الاستجابة ، كذلك قيمة معامل الانحدار (B) الذي بلغت قيمته (0.086) وبالتالي من خلال ما سبق نرفض الفرضية التي تنص "على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الاستجابة و الاداء الفعلي بمصرف السلام أدرار عند مُستوى الدلالة 0.05 " .

4- اختبار الفرضية الرابعة:

ينصّ الفرض الرابع على أنه " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الامان و الموثوقية والاداء الفعلي عند مستوى الدلالة 0.05 " ولاختبار هذا الفرض يُمكن الاعتماد على تحليل الجداول التالية:

جدول رقم (27): نتائج تحليل الانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية:

مصدر التباين	مجموع المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
الانحدار	0.137	0.413	0.525*
الخطأ	3.347		
المجموع	10.084		

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مخرجات Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.05

من خلال النتائج الواردة في الجدول السابق يتبين لنا عدم ثبات صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (0.413) وقيمة احتمالية (0.525) وهي أكبر من مستوى الدلالة (0.05) وعند إجراء اختبار الانحدار الخطي نتحصّل على النتائج التالية الفرضية الأولى حيث يمكن توضيح النتائج في الجدول الموالي:

جدول رقم (28): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الامان و الموثوقية على الاداء الفعلي:

المُتغير	(B)	(T)	مستوى الدلالة	(F) المحسوبة	معامل الارتباط (R)	R ² معامل التحديد
الامان و الموثوقية	0.145	5.728	0.525*	0.413	0.117	0.014

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مخرجات Spss.V25

*مستوى الدلالة 0.05

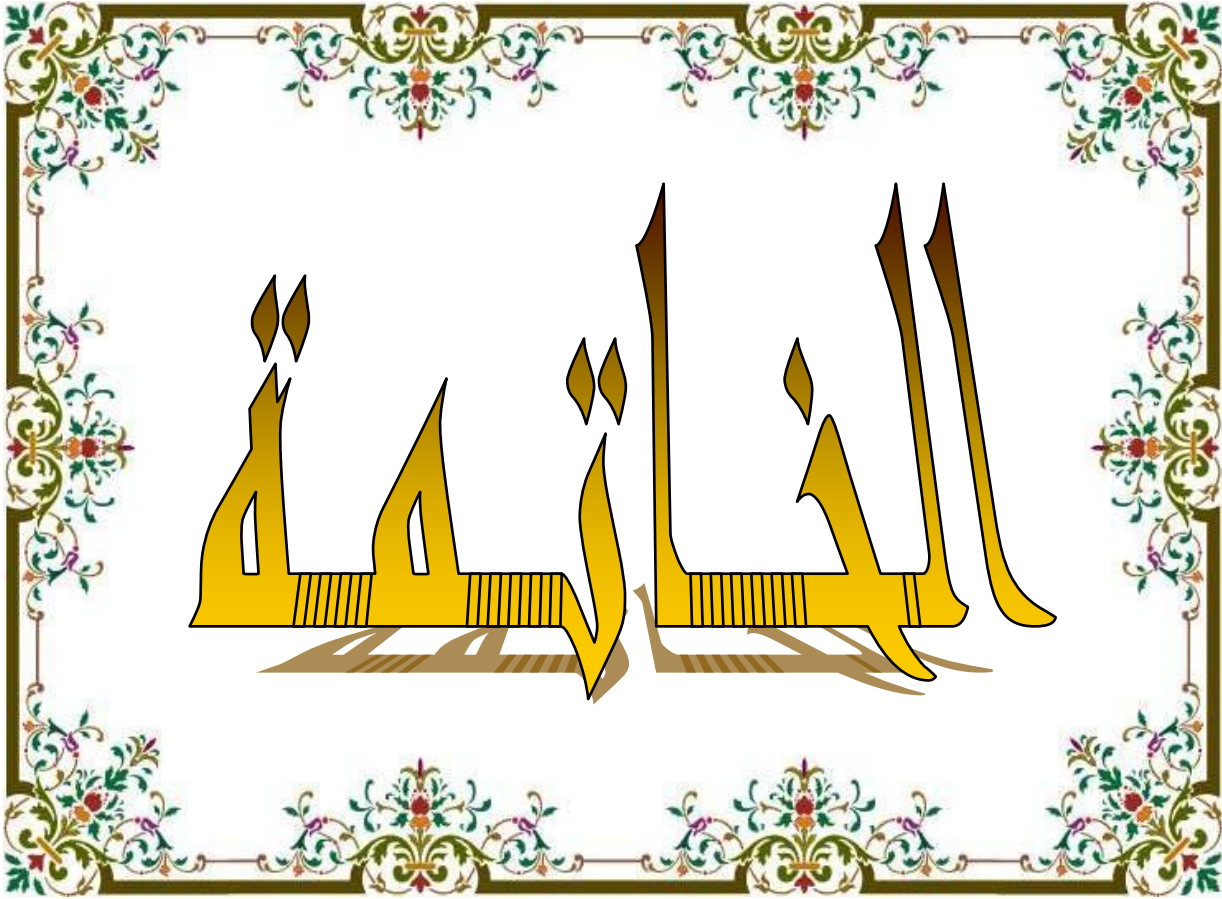
من خلال الجدول يتضح لنا عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) للأمان والموثوقية على الاداء الفعلي أدرار وبالتالي عدم وجود أثر للأمان و الموثوقية الاداء الفعلي ، هذا ما دعمته قيمة (F) المحسوبة (0.413)، وكذلك قيمة (T) البالغة (5.728) بمستوى دلالة (0.525) وهو أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، وبالتالي فإن كل من قيمة (T) و (F) غير دالتان عند مستوى الدلالة (0.05)، إضافة إلى قوة ضعيفة جدًا بين المتغيرين بنسبة (11.7) حيث أنّ مُتغير الاداء الفعلي يُفسّر ما نسبته (0.014%)، من التباين الحاصل في الامان و الموثوقية، كذلك قيمة معامل الانحدار (B) الذي بلغت قيمته (0.145) وبالتالي من خلال ما سبق نرفض الفرضية التي تنصّ "على وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين الامان والموثوقية و الاداء الفعلي بمصرف السلام أدرار عند مستوى الدلالة 0.05".

خلاصة الفصل الثالث :

بناء على ما سبق في الجانب النظري تم إجراء دراسة ميدانية بمصرف السلام فرع ادرار حيث قمنا بتقديم بسيط للمؤسسة محل الدراسة، فيما اعتمدنا على الاستبيان كأداة للدراسة والتي جرى توزيعها على العملاء المتعاملون مع البنك.

حيث تضمن الاستبيان قسمين: القسم الأول للبيانات الشخصية والوظيفية المتعلقة بأفراد عينة البحث، أما القسم الثاني خاص بمحاور الدراسة، فالمحور الأول خاص بالمتغير المستقل المتمثل في جودة الخدمات المصرفية، أما المحور الثاني فيتمثل في المتغير التابع الخاص بقياس الاداء الفعلي، وبعد توزيع الاستبانة واسترجاعها بغرض جمع البيانات اللازمة للتحقق من بيانات الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، قمنا بتفريغها وتحليل بياناتها باستخدام أساليب إحصائية عديدة، كمعامل ألفا كرونباخ لثبات الدراسة، ومعامل الارتباط للصدق الذاتي لفقرات الاستبانة، بالإضافة لاختبار التوزيع الطبيعي والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، قمنا بعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية، واختبار الفرضيات، وتم التوصل إلى اثبات صحة أو نفي الفرضيات التي وضعناها وذلك بقبولها أو رفضها، حيث استخلصنا ما يلي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية و الاداء الفعلي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الملموسية و الاداء الفعلي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الاعتمادية و الاداء الفعلي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الاستجابة و الاداء الفعلي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين الامان والموثوقية و الاداء الفعلي في المؤسسة محل الدراسة عند مستوى الدلالة 0.05



الخاتمة:

تُعتبر جودة الخدمات المصرفية من أهم العوامل المؤثرة بالمؤسسات في وقتنا الحالي لاسيما في مجال البحث العلمي والتطوير لأبديّ من توفّر العوامل المساعدة لجميع الأطراف (الموظفين، العملاء،...إلخ) لإمكانية ممارسة مهامهم ووظائفهم والرّقي بمستوى الخدمة المقدمة ليظهر جليا على مستوى الاداء الفعلي داخل اماكن عملهم.

وعليه في ضوء ما جاء في هذه الدّراسة من مفاهيم حول جودة الخدمات المصرفية على الاداء الفعلي لموظفي بنك السلام فرع ادرار من أجل معرفة العلاقة حول جودة الخدمات المصرفية و الاداء الفعلي ، استخلصنا جملة من النتائج أبرزها:

النتائج النظرية:

- صعوبة تطبيق جودة كل على الخدمات المقدمة داخل المصرف.
- أهمية جودة الخدمات في حالة وجودها داخل البنك باعتبارها ركيزة أساسية للرّقي بأي مؤسسة.
- أنّ المصدر الأساسي ولتطوير أداء المنظمة هو الفرد (رأس المال البشري، العملاء، الموظفين) باعتباره يُشير إلى العلاقة بين الفرد والمنظمة.

النتائج التطبيقية:

أظهرت نتائج الدّراسة على أنّ:

- هناك وجود جودة خدمات مصرفية بالمؤسسات محل الدّراسة لكن بشكل " ضئيل " وهذا راجع إلى ضعف الهياكل والمنشآت التقنية والتكنولوجية للاستجابة بما فيها توفير الجو المناسب للعملاء.
- هناك وجود أداء فعلي أيضاً لكن بشكل " مقبول " بالمؤسسات محل الدّراسة وهذا راجع للجهد الفردي المكثّف للموظفين وافتقار المنظمة للجو الملائم والطبيعة الملائمة للفرد لتطوير معارفه وقدراته.

فيما أظهرت نتائج اختبار الفرضيات على:

- وجود أثر لجودة الخدمات المصرفية على الاداء الفعلي حيث أنّ مُتغير الاداء الفعلي يُفسّر ما نسبته (2.3%)، من التّبائين الحاصل في جودة الخدمات المصرفية.
- عدم وجود أثر للملموس على الاداء حيث أنّ مُتغير الاداء الفعلي يُفسّر ما نسبته (3.1%)، من التّبائين الحاصل في الملموسية.
- وجود أثر الاعتمادية على الاداء الفعلي حيث أنّ مُتغير الاداء الفعلي يُفسّر ما نسبته (5.7%)، من التّبائين الحاصل في الاعتمادية.

- وجود أثر للاستجابة على الاداء الفعلي حيثُ أنّ مُتغير الاداء الفعلي يُفسّر ما نسبته (0.8%)، من التباين الحاصل في الاستجابة.
- وجود أثر للأمان و الموثوقية على الاداء الفعلي حيثُ أنّ مُتغير الاداء الفعلي يُفسّر ما نسبته (1.4%)، من التباين الحاصل في الامان والموثوقية.

الاقتراحات:

- على ضوء النتائج المتوصل إليها أنفاً نضع جملة من الاقتراحات تتمثل فيما يلي:
- بما أنّ النتائج أظهرت إلى وجود ثقافة تشارك المعرفة بصورة ضعيفة وبشكل عشوائي فنوصي بالمؤسسات محل الدراسة بالاهتمام بهذا الجانب من خلال الاهتمام بالجانب المنشئاتي للمؤسسة وتطوير التكنولوجيا وخلق المعرفة وتسهيل تداولها بين الأفراد.
- الاستغلال الأمثل للمورد البشري المتمثل في أعضاء هيئة التدريس الذي تمتلكه المؤسسة الذي يحتوي على مهارات وقدرات ومعارف مُميّزة.

آفاق الدراسة:

- على ضوء أهداف هذه الدراسة والنتائج التي أسفرت عنها واستكمالاً لها، يُمكن اقتراح الدراسات المستقبلية التالية:
- تبادل المعرفة ودورها في رفع كفاءة المنظمة.
- أثر رأس المال البشري على مقاومة التغيير التنظيمي.



أولاً: الكتب

باللغة العربية

- 1- معلا ناجي، أصول التسويق المصرفي، معهد الدراسات المصرفية، عمان-الأردن، ط 01، 1994.
- 2- الحداد، عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للطباعة والنشر، ط1، مصر، 1999.
- 3- الصميدعي، محمود، ردينة، عثمان، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي كمي وتحليلي، دار المناهج، عمان، 2001.
- 4- خضير كاظم حمود .ادارة الجودة خدمة العملاء". دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة .الطبعة الاولى.عمان.2002.
- 5- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002
- 6- رعد حسن الصرن، عولمة الخدمة المصرفية، مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 7- تسيير العجاردة التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن 2013.
- 8- فيروز قطار، عيلة بزقراوي، جودة الخدمات المصرفية، دار النشر والتوزيع، الأردن، عمان 2019.

باللغة الأجنبي :

- 9- Berry- Parasuraman Zeithaml A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL) , Journal of Marketing .1985,
- 10- Joseph Taylor, Measuring Service Quality - A Reexamination And Extension. Journal of Marketing 1992
- 11- , Gharaibeh and Al-khatib "Service quality: Bank customers expectations and perceptions in jordan". International Business Research 1998
- 12- Juran Joseph M, And Godfrey ,A Blanton ,Juran's Quality Hand Book, the ED ,M c Graw -Hill, New York 1999.
- 13- Détrie Philippe ,Conduire Une Démarche "Qualité , Edition D'organisation ,Paris2001
- 14- chicui.leuis and park service quality measurcment in the banking sector in south korea Journal International Journal of Bank Marketing 2003.

- 15- mosadegh rad 'Total Quality Management in Iran: "Obstacles to the success of its application in health care organizations" International Journal of Health Care Quality Assurance 2005
- 16- Benoit meyronin charles Ditandy "du management au marketing des service" ,edition, dunod,Paris 2007.
- 17- izah mohd tahir and nor mazlina abu bakar *Service quality gap and customers satisfactions of commercial Banks in Malaysia .2007

ثانيا: مذكرات وأطروحات

- 18- مرقاش سميرة، أهمية المزيج التسويقي الخدمي الموسع في تحسين الخدمات التأمينية، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة حسبية بن بو علي، الشلف، 2006/2007 .
- 19- بو عنان نور الدين بعنوان "جودة الخدمات وأثرها على رضى العملاء (دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيدة).رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة. 2006.
- 20- صليبية رقاد. " تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون" رسالة ماجستير. جامعة الحاج لخضر. باتنة. كلية العلوم الاقتصادية. 2008/2007.
- 21- بوزيان حسان -مذكرو ماجستير - اثر جودة الخدمة على رضا الزبون -جامعة سعد دحلب البلدية . 2013 .

ثالثا: المجلات

- 22- محمد احمد الطراونة، " الجودة الشاملة والقدرة التنافسية ، دراسة تطبيقية في قطاع الصناعات الدوائية في مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 29، العدد 1، كانون الثاني، 2002.
- 23- قطاف فيروز، تقديم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضى العميل المصرفي، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 21، مارس 2001، جامعة بسكرة- الجزائر.
- 24- التميمي، وفاء، صبحي، صالح، آثار الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية، دراسة ميدانية في المصارف التجارية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية (العلوم الإنسانية)، المجلد 10، العدد 01، 2007.

- 25- مروان جمعة درويش "تحليل جودة الخدمات المصرفية الاسلامية: دراسة تطبيقية على المصارف الاسلامية في فلسطين" ملتقى الدولي الثالث حول الجودة والتميز. جامعة سكيكدة. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. 8/7 ماي 2007
- 26- الطالب صلاح عبد الرحمان مصطفى، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية، دراسة تحليلية ميدانية، مجلة الاقتصاد، جامعة عدن، العدد 02، السنة الثانية، عام 2006.
- 27- ادريس .ثابت عبد الرحمان، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية .مفاهيم أساسية وطرق القياس و التقييم" دار الجامعية للنشر و التوزيع،الاسكندرية،مصر،2006.
- 28- عبد القادر بريش. جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك" في مجلة اقتصاديات شمال افريقيا. ديوان المطبوعات الجامعية . العدد الثالث. الجزائر .ديسمبر 2005.
- 29- المبيريك، وفاء ناصر، دراسة العلوم المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية، المجلة العربية للإدارة، المجلد 24، العدد 01 يونيو 2004.
- 30- دراسة تيقاوي العربي بعنوان "قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية من منظور العملاء" (دراسة ميدانية تحليلية). مقال بمجلة الحقيقة ، جامعة احمد دراية ادرار. 2015.
- 31- مسغوني منى، مخالفي أمنية، تباي رزيقة بعنوان "ارتباط رضى الزبائن بمستوى جودة الخدمة وفق نموذج الأداء الفعلي Serv pref دراسة استطلاعية لزبائن وكالات السياحة والأسفار ورقلة". مقال ،مجلة الابتكار والتسويق،2019





استبيان موجه لعملاء مصرف السلام فرع أدرار

سيدي الفاضل، سيدي الفاضلة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

استكمالاً لنيل متطلبات شهادة الماستر أكاديمي تخصص: إدارة الأعمال، بجامعة أحمد دراية -أدرار-،

وبصدد التحضير لمذكرة التخرج بعنوان: **قياس جودة الخدمات المصرفية- دراسة عينة من عملاء بنك**

السلام فرع أدرار"، بإشراف الأستاذ:

نحاول في هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية الرئيسة الآتية:

ما مدى قياس جودة الخدمات المصرفية- دراسة عينة من عملاء بنك السلام فرع أدرار"؟

نضع بين أيديكم هذه الاستبانة باعتباركم طرفاً فاعلاً في إنجاح هذه الدراسة وكلنا أملٌ في تعاونكم، لذا فإننا

نرغب منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة مع مراعاة ما يأتي:

الحرية في الإجابة وتوخي الصراحة والأمانة.

الرجاء تحديد الإجابة (ردة فعلك) التي تشعر بها..

شكراً مسبقاً

الطالبان :

باحيدي سالم

لمين محمد

المحور الأول: البيانات الشخصية والوظيفية

<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>	ذكر	الجنس:		
<input type="checkbox"/>	أكثر من 40	<input type="checkbox"/>	من 30 إلى 40 سنة	<input type="checkbox"/>	أقل من 30 سنة	العمر:
<input type="checkbox"/>	بعد التدرج	<input type="checkbox"/>	جامعي	<input type="checkbox"/>	دون ثانوي	المؤهل العلمي
<input type="checkbox"/>	اعمال حرة	<input type="checkbox"/>	موظف	<input type="checkbox"/>	بدون وظيفة	المستوى الوظيفي
<input type="checkbox"/>	أكثر من 3 سنوات	<input type="checkbox"/>	من 1 إلى 2 سنة	<input type="checkbox"/>	أقل من سنة	عدد سنوات التعامل

المحور الثاني: جودة الخدمات البنكية

مفهوم التشارك المعرفي : تعرف مشاركة المعرفة بانها تلك العملية التي تمثل العلاقة بين طرفين احدهما يملك المعرفة وفادر على نقلها سواء بقصد أو غير قصد والآخر يكتسبها ويلزمه ان يكون قادرا على استيعابها وفهمها

البعد الأول: الملموسية

الرقم	فقرات البعد	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	يملك المصرف موقع استراتيجي يزيد من اقبال الزبائن					
02	التصميم الداخلي للمصرف منظم ومريح ويخدم الزبون					
03	يتميز موظفو المصرف بالمظهر الأنيق					
04	يتوفر المصرف على تجهيزات تقنية حديثة					
05	يوفر المصرف للعملاء الخدمات عن بعد					
06	يوفر المصرف خدمات جهاز الدفع الالكتروني DAB/ TPE					

البعد الثاني: الاعتمادية

الرقم	فقرات البعد	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
07	يلتزم المصرف بتقديم خدماته في مواعيدها					
08	يتمتع موظفو المصرف بالمهارة في تقديم الخدمات					
09	يملك المصرف سجلات دقيقة عن العملاء					
10	يقدم المصرف خدمات دقيقة وخالية من الأخطاء					
11	يحرص المصرف على حل المشاكل التي تواجه العملاء					

البعد الثالث: الاستجابة

الرقم	فقرات البعد	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
12	يقدم المصرف خدمات سريعة وفورية للعملاء					
13	يستجيب موظفون لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم					
14	يعمل المسؤولون على التقليل من وقت انتظار الخدمات					
15	يتوافر لدى المصرف العدد الكافي من الموظفين لأداء الخدمات					
16	يتوافر لدى المصرف لوحات إلكترونية لتسريع الخدمة					

البعد الرابع: الأمان والموثوقية

الرقم	فقرات البعد	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
17	يشعر العميل بالثقة والأمان عند التعامل مع المصرف					
18	المصرف يؤمن بشكل جيد على الخدمات الإلكترونية					
19	يمتلك موظفو المصرف المعرفة والمهارة لتقديم أفضل الخدمات					
20	يحافظ المصرف على بيانات ومعلومات العملاء بسرية					
21	يتابع الموظفون الإجراءات الخاصة بالعملاء إلى حصولهم على الخدمة					

المحور الثالث: الاداء الفعلي

البعد الأول:

الرقم	فقرات البعد	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
21	تهتم إدارة المصرف برأي العملاء في الخدمات المقدمة					
22	يحرص الموظفون بالمصرف على تقديم النصائح للعملاء					
23	يظهر الموظف المعرفة الشخصية للعميل ويحرص على الترحيب به					



كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص ماستر إدارة أعمال

قائمة الأساتذة المحكّمين للإستبيان

الرقم	اسم ولقب الأستاذ	الدرجة العلمية	الإمضاء
01	بروكي عبد الرحمن	أستاذ التعليم العالي	

الملحق رقم 03:

ثبات صدق أداة الدراسة:
مُعامل الثبات ألفا كرونباخ للإستبيان:

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.621	35

الملحق رقم 04:

اختبار التوزيع الطبيعي:

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
الاداء الفعلي	.141	32	.108	.913	32	.013
جودة الخدمات المصرفية	.131	32	.176	.956	32	.214

a. Lilliefors Significance Correction

وصف خصائص العينة (البيانات الشخصية):

		النوع			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	ذكر	22	75.0	75.0	75.0
	أنثى	10	25.0	25.0	100.0
Total		32	100.0	100.0	

		العمر			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	من 30 لى 49	22	87.5	87.5	87.5
	من 50 فما فوق	10	12.5	12.5	100.0
Total		32	100.0	100.0	

		المستوى التعليمي			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	ثانوي	2	3.1	3.1	3.1
	جامعي	27	15.6	15.6	18.8
	ما بعد التدرج	3	81.3	81.3	100.0
Total		32	100.0	100.0	

		المستوى الوظيفي			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	بدون وظيفة	0	3.1	3.1	3.1
	موظف	31	34.4	34.4	37.5
	اعمال حرة	1	40.6	40.6	78.1
	5.00	7	21.9	21.9	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

الخبرة المهنية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من 30 سنة	2	9.4	9.4	9.4
	من 30 إلى 40 سنة	9	40.6	40.6	50.0
	أكثر من 40 سنة	21	25.0	25.0	75.0
	5.00	5	15.6	15.6	100.0
	Total	32	100.0	100.0	

الملحق رقم 06:

التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

Statistics

		X1	X2	X3	X4	X5
N	Valid	32	32	32	32	32
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.1250	3.1250	3.2813	4.2500	3.0625
Std. Deviation		.87067	.94186	.88843	5.51830	1.04534

Statistics

		X6	X7	X8	X9	X10
N	Valid	32	32	32	32	32
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		3.1250	3.1250	3.5938	3.1875	3.4063
Std. Deviation		1.09985	1.09985	.97912	1.30600	.97912

Statistics

	X11	X12	X13	X14	X15
N Valid	32	32	31	32	32
Missing	0	0	1	0	0
Mean	3.5000	3.3125	3.4516	3.0938	3.6563
Std. Deviation	1.01600	1.09065	1.12068	1.17389	.90195

Statistics

	X16	X17	X18	X19	X20
N Valid	32	32	32	32	32
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.1563	3.1250	3.0625	3.5625	3.2813
Std. Deviation	1.01947	1.07012	.87759	.98169	1.11397

	X21	X22	X23	X24	X25
N Valid	32	32	32	32	32
Missing	0	0	0	0	0
Mean	3.8750	3.8750	3.8750	3.9063	3.8438
Std. Deviation	.90696	.97551	.79312	.73438	1.05063

درجة ارتباط العبارة بالبُعد:

		Correlations					الملموسية
		X1	X2	X3	X4	X5	
X1	Pearson Correlation	1	.688**	.704**	.074	-.009	.399*
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.688	.962	.024
	N	32	32	32	32	32	32
X2	Pearson Correlation	.688**	1	.882**	.106	.057	.466**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.565	.755	.007
	N	32	32	32	32	32	32
X3	Pearson Correlation	.704**	.882**	1	.058	.015	.418*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.754	.934	.017
	N	32	32	32	32	32	32
X4	Pearson Correlation	.074	.106	.058	1	.036	.906**
	Sig. (2-tailed)	.688	.565	.754		.843	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X5	Pearson Correlation	-.009	.057	.015	.036	1	.205
	Sig. (2-tailed)	.962	.755	.934	.843		.260
	N	32	32	32	32	32	32
الثقافة المعرفية	Pearson Correlation	.399*	.466**	.418*	.906**	.205	1
	Sig. (2-tailed)	.024	.007	.017	.000	.260	
	N	32	32	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	الاعتمادية
X11	Pearson Correlation	1	.058	-.040	.365*	.757**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.752	.833	.040	.000	.000
	N	32	32	31	32	32	32
X12	Pearson Correlation	.058	1	.331	.027	.277	.580**
	Sig. (2-tailed)	.752		.069	.884	.125	.000
	N	32	32	31	32	32	32
X13	Pearson Correlation	-.040	.331	1	-.208	-.121	.351
	Sig. (2-tailed)	.833	.069		.261	.518	.053
	N	31	31	31	31	31	31
X14	Pearson Correlation	.365*	.027	-.208	1	.367*	.547**
	Sig. (2-tailed)	.040	.884	.261		.039	.001
	N	32	32	31	32	32	32
X15	Pearson Correlation	.757**	.277	-.121	.367*	1	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.125	.518	.039		.000
	N	32	32	31	32	32	32
تبادل المعرفة	Pearson Correlation	.707**	.580**	.351	.547**	.748**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.053	.001	.000	
	N	32	32	31	32	32	32

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X6	X7	X8	X9	X10	الاستجابة
X6	Pearson Correlation	1	.253	.019	.051	.071	.525**
	Sig. (2-tailed)		.162	.919	.784	.699	.002
	N	32	32	32	32	32	32
X7	Pearson Correlation	.253	1	.198	.163	.221	.686**
	Sig. (2-tailed)	.162		.276	.373	.224	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X8	Pearson Correlation	.019	.198	1	-.140	.245	.437*
	Sig. (2-tailed)	.919	.276		.444	.177	.012
	N	32	32	32	32	32	32
X9	Pearson Correlation	.051	.163	-.140	1	.014	.486**
	Sig. (2-tailed)	.784	.373	.444		.939	.005
	N	32	32	32	32	32	32
X10	Pearson Correlation	.071	.221	.245	.014	1	.534**
	Sig. (2-tailed)	.699	.224	.177	.939		.002
	N	32	32	32	32	32	32
بناء فرق العمل	Pearson Correlation	.525**	.686**	.437*	.486**	.534**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.012	.005	.002	
	N	32	32	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X16	X17	X18	X19	X20	تطبيق وتحويل المعرفة
X16	Pearson Correlation	1	-.107	.205	-.091	-.296	.291
	Sig. (2-tailed)		.559	.260	.622	.100	.106
	N	32	32	32	32	32	32
X17	Pearson Correlation	-.107	1	.301	.453**	.051	.753**
	Sig. (2-tailed)	.559		.095	.009	.783	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X18	Pearson Correlation	.205	.301	1	.108	-.415*	.459**
	Sig. (2-tailed)	.260	.095		.558	.018	.008
	N	32	32	32	32	32	32
X19	Pearson Correlation	-.091	.453**	.108	1	-.090	.597**
	Sig. (2-tailed)	.622	.009	.558		.623	.000
	N	32	32	32	32	32	32
X20	Pearson Correlation	-.296	.051	-.415*	-.090	1	.181
	Sig. (2-tailed)	.100	.783	.018	.623		.322
	N	32	32	32	32	32	32
تطبيق وتحويل المعرفة	Pearson Correlation	.291	.753**	.459**	.597**	.181	1
	Sig. (2-tailed)	.106	.000	.008	.000	.322	
	N	32	32	32	32	32	32

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		X22	X23	X24	الامان والموثوقية
X22	Pearson Correlation	1	.363*	.256	.764**
	Sig. (2-tailed)		.045	.164	.000
	N	31	31	31	31
X23	Pearson Correlation	.363*	1	.416*	.770**
	Sig. (2-tailed)	.045		.020	.000
	N	31	31	31	31
X24	Pearson Correlation	.256	.416*	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.164	.020		.000
	N	31	31	31	31
الفاعلية التنظيمية	Pearson Correlation	.764**	.770**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	31	31	31	31

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

X33	Pearson Correlation	.379*	.392*	.532**	.035	.336	.468**	.539**	.380*	.400*	.431*	.391*	.581**	1	.053	.047
	Sig. (2-tailed)	.032	.026	.002	.851	.060	.007	.001	.032	.023	.014	.027	.000		.774	.798
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X34	Pearson Correlation	-.100	.006	-.084	-.134	-.333	.044	-.108	-.114	-.169	-.050	-.114	-.151	.053	1	.589**
	Sig. (2-tailed)	.585	.973	.647	.464	.062	.810	.558	.534	.354	.788	.533	.409	.774		.000
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32
X35	Pearson Correlation	-.263	-.087	-.052	-.296	-.227	-.038	-.141	-.324	-.084	.086	-.067	-.375*	.047	.589**	1
	Sig. (2-tailed)	.146	.635	.778	.100	.213	.836	.441	.071	.650	.639	.715	.034	.798	.000	
	N	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32	32

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

الملحق رقم 08:

اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.151 ^a	.023	-.010	.57311

a. Predictors: (Constant), جودة الخدمات المصرفية

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.230	1	.230	.701	.409 ^b
	Residual	9.854	30	.328		
	Total	10.084	31			

a. Dependent Variable: الاداء الفعلي

b. Predictors: (Constant), جودة الخدمات المصرفية

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.074	.819		3.754	.001
	جودة الخدمات المصرفية	.205	.244	.151	.838	.409

a. Dependent Variable: الاداء الفعلي

الفرضية الثانية:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.176 ^a	.031	-.001	.57077

a. Predictors: (Constant), الملموسية

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.311	1	.311	.954	.337 ^b
Residual	9.773	30	.326		
Total	10.084	31			

a. Dependent Variable: الاداء الفعلي

b. Predictors: (Constant), جودة الخدمات المصرفية

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.489	.289		12.066	.000
جودة الخدمات البنكية	.079	.080	.176	.977	.337

a. Dependent Variable: الاداء الفعلي

الفرضية الثالثة:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.239 ^a	.057	.025	.56302

a. Predictors: (Constant), الاعتمادية

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.574	1	.574	1.811	.188 ^b
Residual	9.510	30	.317		
Total	10.084	31			

a. Dependent Variable: الاداء الفعلي

b. Predictors: (Constant), الاعتمادية

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.987	.578		5.165	.000
الاعتمادية	.233	.173	.239	1.346	.188

a. Dependent Variable: الاعتمادية

الفرضية الرابعة:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.092 ^a	.008	-.025	.57732

a. Predictors: (Constant), الاستجابة

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.085	1	.085	.255	.617 ^b
Residual	9.999	30	.333		
Total	10.084	31			

a. Dependent Variable: الاداء الفعلي

b. Predictors: (Constant), الاستجابة

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.046	.586		6.903	.000
الاستجابة	-.086	.169	-.092	-.505	.617

a. Dependent Variable: الاداء الفعلي

الفرضية الخامسة:

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.117 ^a	.014	-.019	.57581

a. Predictors: (Constant), الامان و الموثوقية

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.137	1	.137	.413	.525 ^b
Residual	9.947	30	.332		
Total	10.084	31			

a. Dependent Variable: الاداء الفعلي

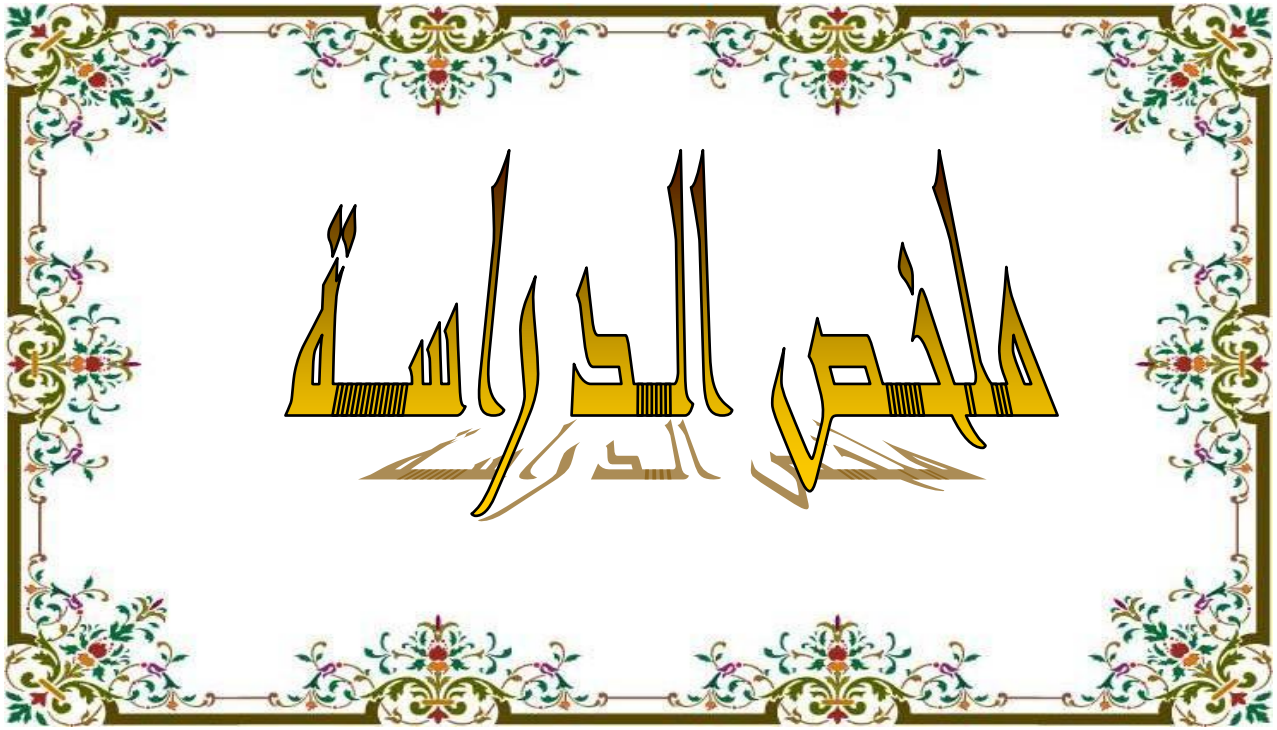
b. Predictors: (Constant), الامان و الموثوقية

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1 (Constant)	4.224	.737		5.728	.000
الامان و الموثوقية	-.145	.226	-.117	-.643	.525

a. Dependent Variable: الاداء الفعلي

حاضر الدراسات



ملخص الدراسة:

تطرقنا في هاته الدراسة إلى موضوع مهم وهو قياس جودة الخدمات المصرفية وفق نموذج الاداء الفعلي servperf في مصرف السلام الجزائر وكالة ادرار وقد قمنا من خلال هذه الدراسة بتقديم إطار نظري يحدد ويعرف مختلف المفاهيم المتعلقة بالجودة وقد ركزنا بصورة أساسية على جودة الخدمات المصرفية وفق نموذج الاداء الفعلي servperf باعتبارها مدخل إداري حديث، وكذا التطرق إلى المفاهيم المتعلقة بقياس جودة الخدمة المصرفية وتوقعات العملاء. وقد حاولنا الوقوف على تقييم العملاء وتحليل آرائهم لأداء المصارف ومن خلال النتائج المتوصل إليها يرتبط مفهوم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل بمدى قدرة المنظمة على تقديم خدمات تتطابق مع توقعاته .

الكلمات المفتاحية:

الجودة، جودة الخدمات، الاداء الفعلي، servperf، الفجوة

Résumé:

In this study, we touched on an important topic, which is measuring the quality of banking services according to the actual performance model servperf at Al Salam Bank Algeria, Adrar Agency Through this study, we have provided a theoretical framework that defines and defines various concepts related to quality

We focused mainly on the quality of banking services according to the actual performance model servperf as a modern administrative approach, and we also touched on the concepts related to measuring the quality of banking service and customer expectations. We have tried to stand on the evaluation of customers and analyze their opinions on the performance of banks, and through the results reached, the concept of

The quality of banking service from the customer's point of view is the extent to which the organization is able to provide services that match his expectations.

Les mots Clet:

Quality, service quality, actual performance, servperf, gap