

تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن دراسة حالة البنك الوطني الجزائري بمدينة قسنطينة

ملخص

تواجه البنوك صعوبات كبيرة في محاولة تمييز خدماتها عن المنافسين، بسبب نمطية الخدمات المصرفية والمنافسة الكبيرة وتزايد وعي الزبون البنكي. وتعد جودة الخدمة المصرفية منهج تنافسي يساعد البنوك على تحقيق هدف تميز خدماتها من وجهة نظر الزبائن بإجماع الأكاديميين والمهنيين على حد سواء، حيث أن اتجاهات زبائن البنوك في طلب الخدمات المصرفية لا يرجع فقط للمضامين التسويقية التي يحصل عليها من تلك الخدمات، وإنما لما تتصف به تلك المضامين من قيم رمزية يبحث عنها الزبون وتشكل له جودة أفضل من وجهة نظره. لذا وضمن هذا السياق، تهدف هذه الدراسة لتبيان كيفية تقييم جودة خدمات البنوك من وجهة نظر الزبائن للوقوف على جوانب الضعف والقصور فيها ومعالجتها، والوقوف على جوانب القوة والتميز فيها وتعزيزها، وتحديد علاقتها مع كل من قيمة ورضا وولاء الزبون.

أ. شراف عقون

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير
جامعة قسنطينة 2
الجزائر

Abstract مقدمة

تعتبر جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات ذات أهمية بالغة من أجل البقاء والمنافسة، خاصة في ظل زيادة وتنوع حاجات ورغبات الزبائن، حيث تسعى أغلب المؤسسات إلى الارتقاء بمستوى الأداء الإداري والفني وفق مفاهيم ونظم حديثة، بهدف تقديم خدمات مميزة وذات جودة عالية مقارنة بباقي المنافسين، باعتبارها عنصر جوهري يسبق كل من إرضاء الزبون وتحقيق الأرباح.

Banks face great difficulties in trying to differentiate their services from competitors due the standardization of banking services, big competition and the growing awareness of the customer's of bank. According to all academic researchers and professionals, the quality of banking services is a competitive process that helps banks to achieve the goal of the differentiation of its services from the viewpoint of customers.

إشكالية الدراسة: رغم سعي البنوك لتحسين خدماتها وتمييزها، إلا أنها لا تخلو من بعض جوانب الضعف التي تعيقها عن تحقيق رغبات زبائنها، خاصة في ضوء زيادة وعي الزبون الذي أصبح يقيم الطريقة التي تقدم بها الخدمات، وليس الحصول عليها بأي شكل كان.

لذا فإن تقييم البنك لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر الزبائن، من خلال دراسة علمية، أصبح مطلباً مهماً، وذلك للوقوف على جوانب القصور والضعف في هذه الخدمات والعمل على تطويرها، والوقوف على جوانب القوة ودعمها وتعزيزها ورفع مستواها.

تهدف الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن، مع دراسة

حالة البنك الوطني الجزائري بمدينة قسنطينة، وذلك باستخدام المقياسين: مقياس الفجوات ومقياس الأداء الفعلي. وتستمد هذه الدراسة أهميتها من التحديات التي تواجهها البنوك بالجزائر في الوقت الراهن، الأمر الذي يوجب تبني مفاهيم تسويقية حديثة في مجال الخدمات، تجعلها قادرة على مواكبة التطور الذي تشهده البنوك العالمية، مما يزيد من قوتها التنافسية ويساعدها على تعظيم القيمة، والرضا والولاء لدى الزبائن، وكسب زبائن جدد والمحافظة عليهم، من أجل زيادة حصتها السوقية وتدعيم مركزها التنافسي في السوق.

وعلى ضوء ما سبق، فإن الدراسة تسعى للإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: "ما مستوى جودة الخدمات المصرفية بالبنك الوطني الجزائري (BNA) بمدينة قسنطينة من وجهة نظر الزبائن؟"

- **فرضيات الدراسة:** تسعى الدراسة لإثبات صحة أو نفي الفرضيات التالية:

- إن مستوى توقعات الزبائن حول جودة الخدمات المصرفية ببنك BNA بمدينة قسنطينة منخفض.

- إن مستوى تقييم الزبائن لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم فعليا ببنك BNA بمدينة قسنطينة منخفض.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراكات وتوقعات الزبائن حول جودة الخدمات المقدمة لهم من طرف بنك BNA بمدينة قسنطينة.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة الخدمة المصرفية المدركة من قبل عملاء بنك BNA بمدينة قسنطينة يرجع لمتغيراتهم الديموغرافية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية بينك BNA بمدينة قسنطينة باستخدام النموذجين : SERVQUAL و SERVPERF .
- لا يوجد اختلاف ذو دلالة معنوية في الأهمية التي يوليها الزبائن لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة بينك BNA بمدينة قسنطينة.
- إن مستوى كل من: القيمة والرضا والولاء لدى زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة منخفض.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة على مستوى كل من: القيمة، الرضا، والولاء لدى زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة.
- **الإطار النظري للدراسة:**
 - نبين من خلال مايلي مفاهيم الجودة والخدمات المصرفية وأنواعها، وطرق قياسها وعلاقتها بكل من القيمة، الرضا والولاء لدى الزبائن.
 - **مفهوم الجودة:** اختلفت الآراء حول تعريف الجودة، لكنها لم تخرج عن نطاق المفاهيم التالية: هي "ملائمة المنتج للاستخدام"، "وتلبية احتياجات الزبائن"⁽¹⁾، "وأن يعمل المنتج بصورة صحيحة ومن المرة الأولى لاستخدامه"، "وتقليل التباين"⁽²⁾، وغيرها من المفاهيم الأخرى غير المتناقضة.
 - ولقد ميز Bradley T. Gale بين أربع مستويات للجودة تجعل منها عنصرا استراتيجيا هاما وهي⁽³⁾:
 - جودة المطابقة: أي مطابقة جودة المنتج أو الخدمة للخصائص والمواصفات المحددة في التصميم.
 - إرضاء العملاء: وذلك من خلال الاقتراب منهم، وتفهم احتياجاتهم ومحاولة تلبيتها.
 - القيمة المطلوبة من طرف السوق والخاصة بالمنافسة: وذلك من خلال القيام بدراسات السوق.
 - إدارة القيمة للعميل: من خلال استعمال أدوات القياس ومؤشرات تحليل العلاقة (قيمة / عميل).
 - كما يتفق رواد الجودة: كجوران (Juran)، كروسبي (Crosby)، وديمينغ (Deming)، على أن الجودة تعني الملائمة والمطابقة، أي الملائمة للاستخدام والمطابقة للمواصفات⁽⁴⁾.

- طبيعة الخدمة المصرفية:

- **تعريف الخدمة المصرفية:** عرفت الاتجاهات الإدارية المعاصرة اهتماما متزايدا بقطاع الخدمات، حيث أصبح الاهتمام بتسويق الخدمات من أبرز الأولويات التي تواجه المؤسسات⁽⁵⁾. فالخدمة هي كل نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر، وتكون أساسا غير ملموسة ولا تنتج عنها أي ملكية⁽⁶⁾. أما الخدمة المصرفية، فهي مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة، التي يقدمها البنك، ويدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعية، بحيث تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية، الحالية والمستقبلية، وفي نفس الوقت تشكل مصدرا لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين⁽⁷⁾.

- **أنواع الخدمات المصرفية:** إنه لمن الصعوبة بما كان حصر جميع الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك، سواء للأفراد أو المؤسسات، نظرا لكون الخدمات المصرفية متعددة ومتنوعة خاصة في ظل التطورات التكنولوجية في هذا المجال⁽⁸⁾. ويمكن الإشارة لأنواع الخدمات المصرفية فيما يلي:

- الخدمات المصرفية التقليدية⁽⁹⁾: مثل: خدمات قبول الودائع (وتتمثل في مختلف أنواع الحسابات والودائع، الجارية والإدخارية، الخاصة بالزبائن)، خدمات تقديم التسهيلات الائتمانية (وتتمثل في القروض بمختلف أنواعها)، خدمات مصرفية تقليدية أخرى (مثل: إصدار وصرف وتحصيل الشيكات... الخ).

- الخدمات المصرفية الحديثة⁽¹⁰⁾: مثل: الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية، خدمات الإعتمادات المستندية وخطابات الضمان، الخدمات المصرفية الإلكترونية... الخ.

2-3- جودة الخدمة المصرفية: المفهوم وطرق القياس: ترجع أهمية دراسة جودة الخدمة لعدة اعتبارات، منها ازدياد حدة المنافسة في الأسواق، وزيادة وعي العميل، ونمو نسبة مساهمة قطاع الخدمات في اقتصاديات الدول، إضافة للصعوبات الكبيرة التي تواجهها المؤسسات في تمييز خدماتها عن خدمات منافسيها، فضلا عن النتائج الإيجابية التي تحقّقها المؤسسات الخدمية في حال تبنيها فلسفة جودة الخدمة، حيث مثلا أن جميع البنوك تقدم الخدمة نفسها، ولكن ليس بنفس مستوى الجودة، والعمل هو وحده القادر على تمييز فروقات الجودة⁽¹¹⁾.

- مفهوم جودة الخدمة المصرفية: ينظر لجودة الخدمة المصرفية عادة على أنها ذات قيمة إستراتيجية، وتشير إلى مقابلة احتياجات ومتطلبات الزبائن بالشكل الصحيح من أول مرة وفي كل مرة يتعاملون فيها مع البنك⁽¹²⁾. أي أنها الفرق بين ادراكات الزبائن للأداء الفعلي للخدمة وتوقعاتهم حولها، بمعنى أنها تقييم الزبائن لدرجة التميز والتفوق في أداء وتقديم الخدمات من طرف البنك⁽¹³⁾.

- أبعاد جودة الخدمة المصرفية:

بالرغم من المحاولات العديدة التي بذلت من أجل تحديد أبعاد جودة الخدمة المصرفية، إلا أنه لا يوجد اتفاق بين الباحثين حول ماهية وعدد تلك الأبعاد.

وتعتبر دراسة Parasuraman, Zeithaml and Berry سنة 1985 من أكثر الدراسات شمولاً وعمقاً في تحديد أبعاد جودة الخدمة المصرفية، حيث تم تحديد في بداية الأمر عشرة أبعاد لجودة الخدمة المصرفية هي: "النواحي المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الاتصال، المصداقية، الأمان، الجدارة، التعاطف، تفهم احتياجات العملاء، وسهولة التعامل"⁽¹⁴⁾. وفي مرحلة لاحقة، تمكنوا في سنة 1988 من دمج الأبعاد العشرة السابقة في خمسة أبعاد فقط هي⁽¹⁵⁾:

- الملموسية Tangibility: مثل المظهر الخارجي للتسهيلات المادية والآلات والمعدات والأفراد... الخ.

- الإعتدائية Reliability: مثل تقديم الخدمة في الوقت المناسب بدقة عالية ومن دون أخطاء، ومدى وفاء البنك بالتزاماته اتجاه الزبون.

- الاستجابة Responsiveness: مثل الاستجابة لطلبات الزبائن ولشكاويهم والعمل على حلها.

- الأمان Assurance: وهو الاطمئنان القبلي بأن الخدمة تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك.

- التعاطف Empathy: مثل سهولة وصول البنك للزبائن وتفهم احتياجاتهم لتلبيتها، وإبداء روح الصداقة والحرص على الزبون وإشعاره بأهميته وأهمية تلبية حاجاته من طرف البنك.

- قياس جودة الخدمة المصرفية:

تعتبر عملية قياس جودة الخدمة المصرفية أمر صعب حتى بالنسبة للزبون، حيث لا يمكن إدراك مستوى معين من الجودة إلا بعد القيام بعملية الشراء، وهذا عكس السلع التي يستطيع الزبون معاينتها قبل عملية الشراء، وبالتالي الحكم المسبق على جودتها. وقد أفرزت أدبيات دراسة قياس جودة الخدمة المصرفية مدخلين هما: مدخل نظرية الفجوة والمدخل الإتجاهي:

- مقياس نظرية الفجوة: The Gap Approach:

يعتبر أحد أهم المرتكزات التي استندت إليها جهود قياس جودة الخدمة، في تفسيرها للعمليات النفسية التي يقوم من خلالها الزبائن بتقييم جودة الخدمة والحكم عليها. ويقوم على أن مستوى جودة الخدمة يتحدد بالفرق بين الخدمة الفعلية أو المدركة (الأداء الفعلي) والخدمة المتوقعة من طرف الزبائن. وقد تم تطوير مقياس وفق فلسفة

هذا المدخل يعرف بمقياس الفجوات SERVQUAL (quality model service) من قبل الباحثين: Parasuraman, Zeithaml, and Berry سنة 1988، والذي كان نقطة تحول كبيرة في أدبيات دراسات جودة الخدمة.

إن مقياس الفجوات servqual scale بني في شكل استبيان، يغطي خمسة أبعاد لجودة الخدمة كما تم الإشارة إلى ذلك، بحيث يتكون من مجموعتين تتضمن كل منها 22 عبارة، فتهدف المجموعة الأولى إلى تحديد إدراكات الزبائن حول جودة الخدمة، أما المجموعة الثانية فتهدف لتحديد توقعاتهم، فإذا كانت إدراكات الزبائن حول جودة الخدمة أكبر من توقعاتهم حولها يكون مستوى الجودة مرتفع والعكس صحيح.

وقد حدد النموذج الفجوات التي تسبب عدم النجاح في تقديم الخدمة المطلوبة بخمس فجوات هي (16):

- الفجوة الأولى: فجوة بين توقعات الزبون حول الجودة وإدراك إدارة المؤسسة أو البنك لها.

- الفجوة الثانية: فجوة بين إدراك المؤسسة أو البنك والمواصفات المحددة لجودة الخدمة.

- الفجوة الثالثة: فجوة بين تحديد مستوى جودة الخدمة والتسليم الفعلي لها.

- الفجوة الرابعة: فجوة بين أداء الخدمة والاتصال بالسوق.

- الفجوة الخامسة: فجوة بين الخدمة المؤداة فعلا والمتوقعة.

وتعتبر الفجوات الأربعة الأولى، هي المسبب الرئيسي لحدوث الفجوة الخامسة، المتمثلة في الفروق بين جودة الخدمة الفعلية المدركة من طرف الزبون، وتوقعاته حول جودة الخدمات.

وقد أشار باحثون في هذا المجال، أن مقياس SERVQUAL يعتبر نقطة البداية المفيدة وليست النهائية لتقييم وقياس جودة الخدمة، وقد بعثت الدراسة التي قام بها Cronin and Taylor سنة 1992 الشك في كفاءة نموذج الفجوات، وخلصوا من دراستهم بأن جودة الخدمة يجب أن تقاس باتجاه فقط.

- مقياس المدخل الاتجاهي: Attitudinal Approach:

يرتكز هذا المدخل على أساس أن جودة الخدمة تمثل مفهوما اتجاهيا، يرتبط بإدراك الزبائن للأداء الفعلي للخدمة المقدمة فقط، أي تم رفض فكرة الفجوة بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم، وتم التركيز فقط على قياس الأداء الفعلي للخدمة كنوع من الاتجاهات. ويعرف المقياس المستخدم وفق هذا المدخل في قياس جودة الخدمة "بمقياس الأداء الفعلي SERVPERF (service performance)"، الذي يعد مقياس معدل عن المقياس السابق، حيث اعتمد أيضا في قياس جودة الخدمة على الأبعاد الخمسة للجودة

التي حددها Parasuraman, Zeithaml, and Berry سنة 1988. وقد خلص الباحثان Cronin and Taylor سنة 1992 إلى أن مقياس SERVPERF من أفضل المقاييس، ويوصيان باستخدامه في العديد من المجالات لتمييزه بالسهولة في التطبيق والبساطة في القياس، إضافة لمصداقيته وواقعيته العالية لأنه يستبعد عمليات الطرح بين توقعات الزبون وادراكاته حول جودة الخدمة⁽¹⁷⁾.

- علاقة جودة الخدمة المصرفية بكل من: القيمة والرضا والولاء:

تشير القيمة إلى "تقدير الزبون للمنافع التي حصل عليها من علاقته مع البنك مقارنة بالجهود والتكاليف التي دفعها في سبيل الحصول على خدماته". أي أن القيمة المدركة من طرف الزبون تحدد من خلال العلاقة بين مقياس التكلفة (السعر) ومقياس المنفعة⁽¹⁸⁾. أما رضا الزبون فيشير إلى "مدى شعوره بالسعادة أو الخيبة الناتجة عن مقارنته الأداء المدرك للخدمة مع توقعاته"⁽¹⁹⁾. أي أن الرضا هو حالة نفسية متقدمة لإدراك الزبون حول مستوى تحقيق حاجاته ورغباته من طرف البنك. في حين أن ولاء الزبون يشير إلى "تفضيله لطلب خدمات بنك معين دون آخر"⁽²⁰⁾، أي استمرار تردد الزبون على هذا البنك وتكراره المستمر لعملية شراء خدماته المقدمة⁽²¹⁾.

وتشير عديد الدراسات إلى أن تقديم البنك لخدمات ذات جودة عالية من خلال جميع أبعادها، يعد هدفا للزبون من وراء تعامله مع البنك، وهذا من شأنه أن يزيد من القيمة المدركة لدى الزبائن، وبالتالي تحقيق مستويات عالية من الرضا لديهم، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة وتوثيق ولائهم للبنك، والعكس صحيح. وبالتالي هناك علاقة ارتباط طردية بين جودة الخدمة المصرفية وكل من قيمة ورضا وولاء الزبون⁽²²⁾، حيث لا يمكن الحديث عن مستوى معين من جودة الخدمة المصرفية المقدمة من طرف البنك، ما لم تثر مواقف واتجاهات وسلوكيات (إيجابية أم سلبية) لدى الزبائن الحاليين أو المرتقبين.

- منهجية الدراسة:

- **المنهج المستخدم:** لمعالجة الإشكالية موضوع الدراسة، سنتبع المنهج الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة البحث. ولقياس مستوى جودة الخدمة المصرفية، نعتد على المقياسين: SERVQUAL و SERVPERF معا ومحاولة المقارنة بين نتائجهما، والذين صمما لقياس خمسة أبعاد تعكس جودة الخدمة المصرفية هي: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف، مع الالتزام بمفهومها وصياغتها وتحريرها لتناسب مع جودة الخدمة المصرفية بالجزائر. ثم الوقوف على علاقاتها مع كل من القيمة والرضا والولاء لدى زبائن البنك محل الدراسة.

- مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من مختلف زبائن فروع البنك الوطني الجزائري BNA بمدينة قسنطينة، خلال الفترة الممتدة من 2 جانفي 2013 إلى 4 أفريل 2013. ونظرا

لكبير حجم مجتمع الدراسة، فقد تم تخصيصها على الزبائن الأفراد دون المؤسسات. كما تم استخدام أسلوب العينة القصدية أو التحكمية في اختيار مفردات العينة، حيث تم توزيع 200 استمارة على زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة، وتم استرجاع 155 منها، وقد تم استبعاد 21 منها لعدم اكتمالها أو لتناقض الإجابات على أسئلتها، وتم اعتماد 134 استمارة للتحليل الإحصائي، بنسبة 67% من إجمالي الاستثمارات الموزعة.

- أدوات جمع البيانات:

إن الأداة المناسبة لجمع البيانات وتحقيق أهداف الدراسة هي الاستبيان، الذي تم تصميمه وفقا لدراسات Parasuraman, Zeithaml, and Berry سنة 1988 و Cronin and Taylor سنة 1992، مع مراعاة خصوصية الخدمات البنكية بالجزائر في بنائه. ولقد تم تقسيم الاستبيان إلى سبعة محاور هي:

- محور المعلومات الشخصية (من العبارة 1 إلى 8)، ويتضمن البيانات التعريفية لعينة الدراسة مثل: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة العائلية، المهنة، متوسط الدخل الشهري، ... الخ.

- محور الخدمة المتوقعة ويضم 29 عبارة (من العبارة 9 إلى 37)، موزعة على أبعاد جودة الخدمة المصرفية كما يلي: الملموسية المتوقعة: من العبارة 9 إلى 15، الاعتمادية المتوقعة: من العبارة 16 إلى 20، الاستجابة المتوقعة: من العبارة 21 إلى 25، الأمان المتوقع: من العبارة 26 إلى 32، التعاطف المتوقع: من العبارة 33 إلى 37.

- محور الخدمة الفعلية (المدركة) ويضم أيضا 29 عبارة (من العبارة 38 إلى 66)، موزعة أيضا على أبعاد جودة الخدمة المصرفية كما يلي: الملموسية الفعلية: من العبارة 38 إلى 44، الاعتمادية الفعلية: من العبارة 45 إلى 49، الاستجابة الفعلية: من العبارة 50 إلى 54، الأمان الفعلي: من العبارة 55 إلى 61، التعاطف الفعلي: من العبارة 62 إلى 66.

- محور الجودة الكلية الذي يضم عبارة واحدة هي العبارة رقم 67. محور القيمة، ويضم ثلاثة عبارات من العبارة 68 إلى 70. محور الرضا، ويضم أربع عبارات من العبارة 71 إلى 74. محور الولاء، ويضم خمسة عبارات من العبارة 75 إلى 79.

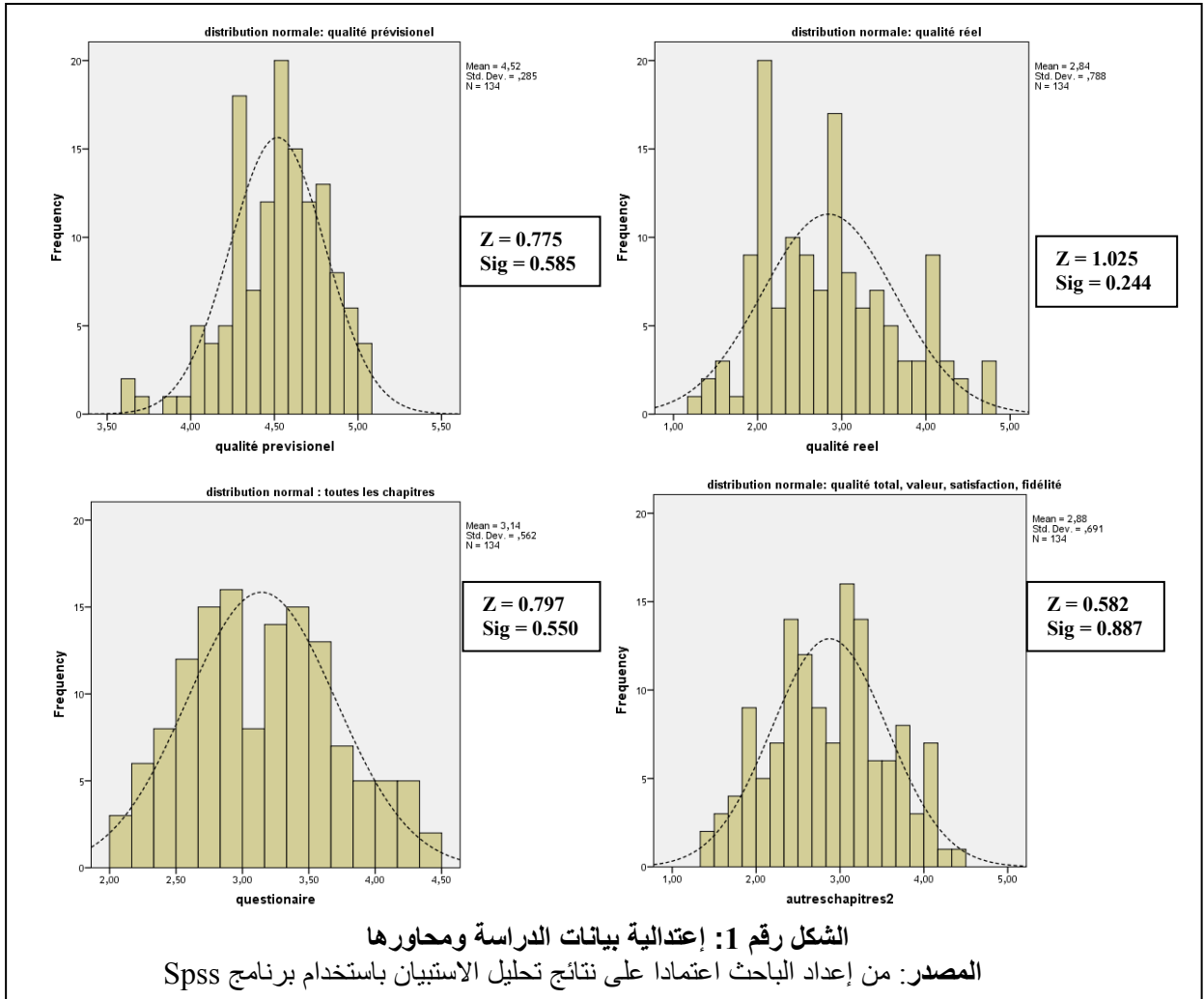
وقد تم قياس اتجاهات الزبائن حول محاور الاستبيان السابقة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، المتدرج من درجة الأهمية والموافقة والرضا المتدنية جدا، إلى درجة الأهمية والموافقة والرضا المرتفعة جدا، بحيث أن طول الفئة يساوي 0.8.

- ثبات وصدق أداة الدراسة:

لا يمكن الاعتماد على نتائج اختبارات Parasuraman, Zeithaml, and Berry سنة 1988 و Cronin and Taylor سنة 1992، المتعلقة بثبات وصدق مقاييس جودة الخدمة

المصرفية وأبعادها التي طبقت في عدة دول، بل يجب التأكد من صدق وثبات هذه المقاييس عند تطبيقها على خدمات البنوك بالجزائر، وذلك كما يلي:

- إعتدالية البيانات: لتحديد مدى ملائمة البيانات إحصائيا من أجل الدراسة والتحليل، سنقوم بالتأكد إن كانت بيانات محاور الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي أم لا. ويتضح من خلال الشكل رقم 1، أن الرسم البياني لإجابات أفراد عينة الدراسة على الاستبيان ككل ومختلف محاوره: (محور الخدمة المتوقعة، محور الخدمة الفعلية، وباقي محاور الدراسة الأخرى: الجودة الكلية، القيمة، الرضا، الولاء) يبين أنها قريبة من التوزيع الطبيعي. ولتدعيم هذه النتيجة قمنا باستخدام اختبار "Kolmogorov-Smirnov" لعينة واحدة (one simple K-S test)، حيث أن مستوى الدلالة المعنوية Sig لهذا الاختبار كان كما يلي: للاستبيان ككل = 0.550، ولمحاوره: الخدمة المتوقعة = 0.585، الخدمة الفعلية = 0.244، باقي محاور الدراسة = 0.887، وكلها أكبر من مستوى الدلالة 0.05 المعتمد في المعالجة الإحصائية، وبالتالي فبيانات الدراسة قريبة من التوزيع الطبيعي⁽²³⁾، الأمر الذي يمكننا من تطبيق اختبارات معلمية في الدراسة.



3-4-2- الصدق العاملي للاستبيان: من أجل التأكد باستخدام بيانات هذه الدراسة، من أن جودة الخدمة المصرفية تتحدد من خلال خمسة أبعاد، كما بينها الباحثون في هذا المجال، سنطبق أسلوب التحليل العاملي بطريقة المكونات الأساسية على عبارات محور الخدمة الفعلية فقط، بسبب أن الإجابات على عبارات محور الخدمة المتوقعة

تركزت على درجة موافق وموافق جداً، وبالتالي فنتائجها لا تصلح لاستخراج أبعاد جودة الخدمة المصرفية. وينبغي أولاً التأكد من أن بيانات الدراسة صالحة للتحليل العاملي، وذلك بتطبيق "مؤشر KMO واختبار Bartlett" كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول رقم (1): نتائج اختبار "KMO و Bartlett" لإدراكات زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة

Indice KMO et test de Bartlett		
Mesure de précision de l'échantillonnage de Kaiser-Meyer-Olkin.		,9220
Test de sphéricité de Bartlett	Khi-deux approximé	3000,756
	ddl	406
	Signification de Bartlett	,0000

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج Spss

من خلال الجدول السابق، فإن قيمة مؤشر KMO، الذي يقيس الارتباط الجزئي بين المتغيرات، تساوي 0.922، وهي أكبر من 0.6 الحد الأدنى المطلوب لهذا المؤشر، مما يؤكد على ملائمة البيانات للتحليل، وأن الارتباطات القوية هي بين جميع

أو معظم المتغيرات الخاصة بالدراسة وليس فقط بين عدد قليل منها. مما يؤكد على كفاية عينة الدراسة ولا توجد حاجة لجمع المزيد من البيانات أو زيادة حجم العينة⁽²⁴⁾.

أما فيما يتعلق باختبار Bartlett، فقد كانت قيمته دالة إحصائياً لأن دلالتها أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية لهذا الاختبار، أي أن هناك ارتباطات قوية بين متغيرات الدراسة، وأن مصفوفة هذه الارتباطات لا تمثل مصفوفة الوحدة⁽²⁵⁾، بمعنى أنها ليست من نوع المصفوفات التي تكون فيها قيم العناصر القطرية مساوية للواحد الصحيح وبقيّة العناصر مساوية للصفر. وعليه وعلى ضوء النتائج السابقتين، فإن بيانات الدراسة صالحة للتحليل العاملي.

وللتأكد من الصدق العاملي لأداة الدراسة، سنطبق أسلوب التحليل العاملي باستخدام طريقة المكونات الأساسية على محور الخدمة الفعلية، وبهدف تحسين وضع العوامل المستخرجة، طبقنا عملية التدوير باستخدام تقنية "Varimax" وفقاً لتعديل كايزر "kaiser normalisation"، الذي يأخذ فقط بالعوامل التي يزيد جدرها الكامن عن 1. ونوضح نتائج تحليل الصدق العاملي لأداة الدراسة فيما يلي:

الجدول رقم (2): نتائج التحليل العاملي لإدراكات زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة

المعيار	الجذر الكامن	نسبة التباين %	نسبة التباين التراكمية %
الاستجابة	5,281	18,211	211,18
الملموسية	4,449	15,340	33,551
الأمان	4,054	980,13	531,47
الاعتمادية	3,498	12,061	59,592
التعاطف	2,501	8,625	68,217

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج Spss

من خلال الجدول السابق، فإن التحليل العاملي لأداة الدراسة بين وجود خمسة عوامل فقط (الاستجابة، الملموسية، الأمان، الاعتمادية، التعاطف) جدرها الكامن أكبر من 1، وتفسر مجتمعة حوالي 68.217% من التباين الكلي لبيانات أداة الدراسة، وهي نسبة عالية. وبالتالي نستنتج أن الاستبيان صادق عاملياً، حيث بين التحليل العاملي وجود خمسة أبعاد لجودة الخدمة المصرفية، وهي نفسها الأبعاد التي بينتها دراسات Parasuraman, Zeithaml, and Berry سنة 1988 و Cronin and Taylor سنة 1992، والتي افترضتها الدراسة عند بناء الاستبيان.

3-4-3- صدق أداة الدراسة: ويشير إلى التأكد من أنها سوف تقيس ما أعدت لقياسه، أي شمولها على كافة العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من جهة، ووضوح عباراتها من جهة أخرى، بحيث تكون مفهومة من قبل كل من يستخدمها. وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال ما يلي:

- الصدق الظاهري لأداة الدراسة:

وذلك من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين، أكاديميين ومهنيين، من الجزائر والأردن، حيث بلغ عددهم سبعة محكمين، وفي ضوء آرائهم تم إثراء أداة الدراسة وبنائها في صورتها النهائية.

- الصدق الداخلي لأداة الدراسة:

وذلك بقياس معامل الارتباط بين مقياسي جودة الخدمة المصرفية، ومحور الجودة الكلية، القيمة، الرضا، والولاء. ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم (3) : مصفوفة معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

المتغيرات	نموذج الفجوات	نموذج الأداء الفعلي	جودة الخدمة الكلية	القيمة	الرضا	الولاء
نموذج الفجوات	1,000					
نموذج الأداء الفعلي	0,945**	1,000				
جودة الخدمة الكلية	0,671**	0,657**	1,000			
القيمة	0,579**	0,611**	0,655**	1,000		
الرضا	0,720**	0,748**	0,708**	0,709**	1,000	
الولاء	0,697**	0,724**	0,672**	0,689**	0,790**	1,000

** دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.01.

المصدر : من إعداد الباحث اعتماداً على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج Spss

من خلال الجدول السابق فإن معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة موجبة، تتراوح قيمها بين 57.9% و94.5%، وهي دالة عند مستوى الدلالة 0.01 فأقل. مما يدل على صدق الاتساق الداخلي لأداة الدراسة.

- ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات أداة الدراسة وصدقها البنائي، تم استخدام معامل ألفا كرونباخ Cronbach's alpha. حيث يعد المقياس ضعيفاً إذا كانت قيمة هذا المعامل أقل من

60%، ومقبولا إذا كانت قيمته تقع بين (60% و70%)، وجيدا إذا كانت قيمته تقع بين (70% و80%)، وممتاز إذا كانت قيمة ألفا كرونباخ أكبر من 80%⁽²⁶⁾. وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول الموالي:

الجدول رقم (4) : "معامل ألفا كرونباخ" لمتغيرات الدراسة

المحور	عدد العبارات	عدد المفردات	معامل ألفا كرونباخ	مستوى المقياس
الخدمة المتوقعة	29	134	0.865	ممتاز
الملموسية	07	134	0.660	مقبول
الاعتمادية	05	134	0.642	مقبول
الاستجابة	05	134	0.625	مقبول
الأمان	07	134	0.706	جيد
التعاطف	05	134	0.729	جيد
الخدمة الفعلية	29	134	670.9	ممتاز
الملموسية	7	134	0.860	ممتاز
الاعتمادية	5	134	0.891	ممتاز
الاستجابة	5	134	0.872	ممتاز
الأمان	7	134	9200.	ممتاز
التعاطف	5	134	0.838	ممتاز
الخدمة المتوقعة + الخدمة الفعلية	58	134	0.922	ممتاز
القيمة	3	134	0.625	مقبول
الرضا	4	134	0.879	ممتاز
الولاء	5	134	0.908	ممتاز
أداة الدراسة	71	134	0.946	ممتاز

				ككل
--	--	--	--	-----

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج

Spss

من خلال الجدول السابق، فإن قيمة المعامل ألفا كرونباخ لجميع متغيرات أداة الدراسة أكبر من 0.6 المعدل المقبول إحصائيا، مما يعني أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، ويمكن الاعتماد عليها في التطبيق الميداني للدراسة في قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية.

- الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة: يمكن أن نبين ذلك من خلال الجدول الموالي:
الجدول رقم (5) : الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	76	56,7
	أنثى	58	43,3
	المجموع	134	100
العمر	20 سنة وأقل	00	00
	من 21-30 سنة	48	35,8
	من 31-40 سنة	46	34,3
	من 41-50 سنة	34	25,4
	من 51-60 سنة	5	3,7
	أكثر من 60 سنة	1	,70
	المجموع	134	100
	المستوى التعليمي	بدون مستوى	1
ابتدائي		2	1,5
متوسط		9	6,7
ثانوي		52	38,8
جامعي		70	52,2
المجموع		134	100
الحالة العائلية	متزوج	78	58,2
	أعزب	52	38,8
	أخرى	4	3
	المجموع	134	100
المهنة	موظف بالقطاع العام	105	78,4
	موظف بالقطاع الخاص	10	7,5
	صاحب مؤسسة	3	2,2
	تاجر	8	6
	مهنة حرة	8	6
	متقاعد	00	00
	مهنة أخرى	00	00
	المجموع	134	100

9	12	أقل من 18 دج	متوسط الدخل الشهري (الوحدة 1000 دينار)
11,9	16	من 18 إلى أقل من 26 دج	
30,6	41	من 26 إلى أقل من 34 دج	
20,9	28	من 34 إلى أقل من 42 دج	
18,7	25	من 42 إلى أقل من 50 دج	
9	12	50 دج فأكثر	
100	134	المجموع	
10,4	14	أقل من سنة	مدة التعامل مع البنك
45,5	61	من 1-5 سنوات	
22,4	30	من 6-10 سنوات	
9,7	13	من 11-15 سنة	
12	16	16 سنة وأكثر	
100	134	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج Spss

من خلال الجدول السابق، فإن 56.7% من مجموع أفراد عينة الدراسة من جنس ذكر، والباقي إناث. وأن ما مجموعه 95.5% من أفراد عينة الدراسة تتراوح أعمارهم بين 21 و 50 سنة. كما أن 52.2% من أفراد العينة يحوزون مستوى جامعي، و38.8% مستوى ثانوي. وأن 58.2% متزوجين و38.8% عزاب. و85.9% من أفراد العينة موظفون (إما بالقطاع العام أو الخاص)، و12% هم تجار وأصحاب مهنة حرة. كما أن 20.9% من أفراد العينة دخلهم أقل من 26 ألف دينار، و70.2% منهم يتراوح دخلهم بين 26 ألف دينار و50 ألف دينار، و9% بمستوى دخل أكبر من 50 ألف دينار. في حين أن 55.9% من أفراد العينة تقل مدة تعاملهم مع البنك عن خمس سنوات، و44.1% مدة تعاملهم مع البنك أكبر من خمس سنوات.

- عرض النتائج واختبار الفرضيات:

- اختبار الفرضية 1: "إن مستوى توقعات الزبائن حول جودة الخدمات المصرفية ببنك BNA بمدينة قسنطينة منخفض".

من خلال الجدول رقم 6، فإن المتوسطات الحسابية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المتوقعة، تراوحت قيمها بين: 4.2657 و4.6970 بمتوسط يساوي 4.5194، وانحراف معياري يتراوح بين 0.31163 و0.52646 بمتوسط يساوي 0.284710، مما يدل على مستوى توقع عال جدا، لأن قيم المتوسطات الحسابية لجميع أبعاد جودة الخدمة المصرفية المتوقعة تقع في المجال (4.2-5) على سلم ليكرت.

وبالتالي نرفض صحة الفرضية الأولى، أي أن مستوى توقعات الزبائن حول جودة الخدمات المصرفية ببنك BNA غير منخفض، بل هو عال أو مرتفع جدا.

- **اختبار الفرضية 2:** "إن مستوى تقييم الزبائن لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم فعليا ببنك BNA بمدينة قسنطينة منخفض".

من خلال الجدول رقم 6، فإن المتوسطات الحسابية لإدراكات الزبائن حول جودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم فعلا تراوحت قيمها بين: 2.6552 و 3.0746 بمتوسط يساوي 2.8411، وانحراف معياري يتراوح بين 0.79715 و 1.01375 بمتوسط يساوي 0.787830، وهذا يدل على مستوى إدراك متوسط، لأن قيم المتوسطات الحسابية لجميع أبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة تقع في المجال (2.6-3.4) على سلم ليكرت، وهذه النتيجة تمثل قياس جودة الخدمة المصرفية باستخدام مقياس الأداء الفعلي SERVPERF. وبالتالي فإننا نرفض صحة الفرضية الثانية، أي أن مستوى تقييم الزبائن لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم فعليا ببنك BNA بمدينة قسنطينة غير منخفض، بل هو متوسط.

- **اختبار الفرضية 3:** "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إدراكات وتوقعات الزبائن حول جودة الخدمات المقدمة لهم من طرف بنك BNA بمدينة قسنطينة".

سيتم اختبار هذه الفرضية باستخدام اختبار "Paired-Samples T Test"، لاستخراج الفروق بين كل زوجين من المتوسطات الحسابية لإدراكات وتوقعات الزبائن حول أبعاد جودة الخدمات المصرفية، من خلال المعادلة التالية: "جودة الخدمة = الخدمة الفعلية - الخدمة المتوقعة". وهذا يمثل قياس جودة الخدمة المصرفية باستخدام مقياس الفجوات SERVQUAL.

من خلال الجدول رقم 6، فإن الفروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم حول جودة الخدمات المصرفية بالبنك محل الدراسة كان سالبا، حيث بلغ متوسط الفروق (-) 1.67829، وهذه النتيجة تمثل قياس جودة الخدمة المصرفية باستخدام مقياس الفجوات SERVQUAL، أي أن مستوى جودة الخدمات المصرفية الذي يرغب الزبائن أكبر من مستوى الخدمات المصرفية التي يقدمها لهم بنك BNA. أكبر من وقد سجل أكبر فرق على مستوى بعد الاعتمادية بفارق يساوي (-1.8029)، أما أصغر فرق فسجل على مستوى بعد التعاطف بفارق يساوي (-1.49552)، وبالتالي فإن إدراكات الزبائن أقل من توقعاتهم حول جودة الخدمات المقدمة وجميع أبعادها بالبنوك العمومية محل الدراسة.

وبالرجوع إلى نتائج اختبار t، وبالنسبة لكل أبعاد الجودة، فإن مستوى دلالة جميع الفروق يساوي 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 المعتمد في المعالجة الإحصائية للدراسة، أي أن هذه الفروق معنوية.

وبالتالي نرفض صحة الفرضية الثالثة، حيث أنه توجد فروق (سالبة) ذات دلالة إحصائية بين إدراكات وتوقعات الزبائن حول جودة الخدمات المقدمة لهم من طرف بنك BNA.
الجدول رقم (6): الفروق بين توقعات وإدراكات زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة حول جودة الخدمة المصرفية

الرقم	البيان	متوسط الإدراكات	الانحراف المعياري	متوسط التوقعات	الانحراف المعياري	الإدراكات - التوقعات	قيمة t	المعنوية
1	الملموسية	2,8113	,797150	4,5341	,341910	-1,7228	-22,05	0.000
2	الاعتمادية	2,8940	,895000	4,6970	,326050	-1,8029	-21,47	0.000
3	الاستجابة	2,6552	,883390	4,4209	,411320	-1,7656	20,033	0.000
4	الأمان	3,0746	1,01375	4,6791	,311630	-1,6044	17,855	0.000
5	التعاطف	2,7701	,816190	4,2657	,526460	-	18,137	0.000
6	جودة الخدمة المصرفية	2,8411	0,787830	4,5194	00,28471	-	22,556	0.000

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج Spss

- اختبار الفرضية 4: "لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة الخدمة المصرفية المدركة من قبل عملاء بنك BNA بمدينة قسنطينة يرجع لمتغيراتهم الديموغرافية".

نسعى من خلال اختبار هذه الفرضية للوقوف على تأثير المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة على نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية المدركة (الفعلية) وأبعادها بالبنك محل الدراسة.

أولاً: الجنس: سنقوم باستخدام اختبار t المستقل "Independent Simple T test" ضمن الحزمة الإحصائية SPSS، لأن متغير الجنس مقاس على مستويين فقط: ذكور وإناث. ونوضح النتائج فيما يلي:

الجدول رقم (7): اختبار independent simple T test لجودة الخدمة المصرفية ببنك BNA حسب الجنس

المحور	الجنس	العدد	المتوسط	الانحراف المعياري	قيمة t	الدلالة الإحصائية	اختبار Levene	
							الدلالة الإحصائية	قيمة F

الجنس	ذكر	76	2,7629	,763290	-	0,189	,2260	0,635
	أنثى	58	2,9435	,814130	1,319			

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج Spss

من خلال الجدول السابق، وحسب اختبار Levene الذي يستخدم لفحص فرض تجانس التباين بين المجتمعين (ذكور وإناث)، فقد بلغت القيمة الإجمالية لهذا الاختبار $F = 0.226$ ، بمستوى دلالة يساوي 0.635، وهي غير دالة إحصائياً لأنها أكبر من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية لهذا الاختبار ونرفض الفرضية البديلة، أي أن التباين في المجتمعين (ذكور وإناث) متساو أو متجانس. كما بلغت قيمة اختبار $t (-1.319)$ ، بمستوى دلالة يساوي 0.189، وهي أكبر من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، أي أنها غير دالة إحصائياً. وبالتالي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة الخدمة المصرفية المدركة من قبل عملاء بنك BNA يرجع لمتغير الجنس.

ثانياً: باقي المتغيرات الديمغرافية: سنقوم باستخدام اختبار تحليل التباين الأحادي One Way ANOVA ضمن الحزمة الإحصائية SPSS، لأن باقي المتغيرات الديمغرافية المعنية مقاسة على أكثر من مستويين.

الجدول رقم (8): نتائج اختبار One way ANOVA لجودة الخدمة المصرفية ببنك BNA حسب باقي المتغيرات الديمغرافية

المتغير	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية	إحصائية Levene	
							الدلالة الإحصائية	القيمة
العمر	بين المجموعات	2,024	4	,5060	,8100	,5210	0.66	0.978

				6,240	129	80,526	داخل المجموعات	
				-	133	82,550	المجموع	
0.383	1.026	,9080	,2520	1,600	4	,6410	بين المجموعات	المستوى التعليمي
				,6350	129	81,909	داخل المجموعات	
				-	133	82,550	المجموع	
0.136	2.027	,8730	,1360	,0850	2	,1710	بين المجموعات	الحالة العائلية
				,6290	131	82,379	داخل المجموعات	
				-	133	82,550	المجموع	
0.007	3.689	,2750	1,297	,7980	4	3,191	بين المجموعات	المهنة
				,6150	129	79,359	داخل المجموعات	
				-	133	82,550	المجموع	
0.697	0.604	,2390	1,372	,8400	5	4,200	بين المجموعات	الدخل الشهري
				,6120	128	78,350	داخل المجموعات	
				-	133	82,550	المجموع	
0.502	0.841	,3380	1,146	,7080	4	2,833	بين المجموعات	مدة التعامل مع البنك
				,6180	129	79,717	داخل المجموعات	
				-	133	82,550	المجموع	

المصدر : من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج Spss

من خلال الجدول السابق، وحسب اختبار Levene، فقد بلغت قيمة هذا الاختبار بالنسبة للمتغيرات الديمغرافية: العمر، المستوى التعليمي، الحالة العائلية، الدخل الشهري، ومدة التعامل مع البنك، على التوالي: 0.66، 1.026، 2.027، 0.604، 0.841، وهذا بمستوى دلالة على الترتيب: 0.978، 0.383، 0.136، 0.697، 0.502، وهي قيم غير دالة إحصائيا لأن دلالاتها أكبر من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، وبالتالي فإن التباين في جودة الخدمة المصرفية بالنسبة للمتغيرات الديمغرافية السابقة متساو أو متجانس. في حين بلغت قيمة اختبار Levene لمتغير "المهنة" ما قيمته 3.689 بمستوى دلالة يساوي 0.007، وهي دالة إحصائيا لأن دلالتها أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة، وبالتالي فإن التباين في جودة الخدمة المصرفية المدركة حسب متغير "المهنة" غير متساو أو غير متجانس.

كما نلاحظ أيضا أن قيمة F بالنسبة للمتغيرات: العمر، المستوى التعليمي، المهنة، ومدة التعامل مع البنك، أقل من قيمتها الجدولية المحصورة بين 2.42 و 2.46، عند درجات حرية (4، 129) ومستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05، وهي غير دالة إحصائيا أيضا بالنسبة لهذه المتغيرات حيث أن دلالتها أكبر من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد.

كما أن قيمة F بالنسبة لمتغير الحالة العائلية أقل من القيمة الجدولية المحصورة بين 3.04 و 3.09 عند درجات حرية (2، 131) ومستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05، وهي غير دالة إحصائياً أيضاً حيث أن دلالتها أكبر من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد.

وقيمة F أيضاً بالنسبة لمتغير الدخل الشهري أقل من القيمة الجدولية المحصورة بين 2.26 و 2.31 عند درجات حرية (5، 128) ومستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05، وهي غير دالة إحصائياً حيث أن دلالتها أكبر من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد.

وعليه وعلى ضوء ما سبق، نثبت صحة الفرضية 4، حيث أن قيمة F بالنسبة لجميع المتغيرات الديموغرافية أقل من قيمها الجدولية، وهي غير دالة إحصائياً أيضاً، وبالتالي فعلا لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة الخدمة المصرفية المدركة من قبل عملاء بنك BNA يرجع لمتغيراتهم الديموغرافية. أي أن حكم الزبائن على جودة الخدمة المصرفية لا يتأثر بمتغيراتهم الديموغرافية.

- اختبار الفرضية 5: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نتائج تقييم جودة الخدمات المصرفية بينك BNA بمدينة قسنطينة باستخدام النموذجين: SERVPERF و SERVQUAL.

سيتم اختبار هذه الفرضية باستخدام نموذج الانحدار المتعدد للعلاقة بين المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإجمالية المقاسة بالعبارة رقم 67 من الاستبيان (ما هو تقييمك بشكل عام لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك الذي تتعامل معه)، وبين المتغيرات المستقلة والتي هي أبعاد الجودة الخمسة في كلا النموذجين: مقياس الفجوات SERVQUAL ومقياس الأداء الفعلي SERVPERF. كما سيتم اعتماد طريقة الـ (Stepwise) في اختيار أفضل المتغيرات المستقلة تفسيرا للظاهرة أو المتغير التابع، وهذا بالنسبة لكل نموذج قياس على حدة، وذلك كما يلي:

- باستخدام نموذج SERVQUAL:

- العلاقة بين متغيرات نموذج الانحدار المتعدد:

الجدول رقم (9): الانحدار المتعدد لعلاقة جودة الخدمة المصرفية الإجمالية بأبعاد الجودة حسب مقياس الفجوات SERVQUAL

النموذج	المتغيرات المستقلة للنموذج	R	R2	R2 المعدلة	تباين R2
1	الأمان	0.640	0.410	0.405	0.410

0.028	0.429	0.437	0.661	الأمان + الاستجابة	2
-------	-------	-------	-------	--------------------	---

المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإجمالية .
المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، فإن تحليل الانحدار يبين وجود نموذجين، يبينان أن جودة الخدمة المصرفية الإجمالية ترتبط أكثر بكل من: الأمان، والاستجابة فقط. باعتبار هذين البعدين دخلا لنموذج الانحدار تدريجيا وفقا لهذا الترتيب بالاعتماد على طريقة الـ (Stepwise)، في حين لم تظهر باقي الأبعاد في أي نموذج بسبب عدم وجود أهمية لتأثيرها في المتغير التابع. وقد بلغ معامل الارتباط بين جودة الخدمة المصرفية الإجمالية والأمان في النموذج الأول 64%، ويفسر هذا البعد لوحده 41% من التغير في جودة الخدمة المصرفية الإجمالية لدى الزبائن، والباقي راجع لعوامل أخرى. وبدخول متغير الاستجابة في النموذج الثاني، ارتفع معامل الارتباط إلى 66.1%، وأصبح البعدين معا يفسران 43.7% من التغير في جودة الخدمة المصرفية الإجمالية لدى الزبائن، والباقي راجع لعوامل أخرى. وبالتالي فالنموذج الثاني أحسن من النموذج الأول بسبب أن بعدي الأمان والاستجابة معا يفسران نسبة أكبر من التغير في جودة الخدمة المصرفية الإجمالية.

- اختبار قبول نموذج الانحدار المتعدد:

يوضح الجدول الموالي نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار المتعدد المطبق، وفحص مدى قبوله من الناحية الإحصائية:

الجدول رقم (10): نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية الانحدار المتعدد لعلاقة جودة الخدمة المصرفية الإجمالية بأبعاد الجودة حسب مقياس الفجوات .SERVQUAL

النموذج	المتغيرات المستقلة للنموذج	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
1	الأمان	الانحدار	38,206	1	38,206	91,566	,0000
		الباقي	55,077	132	,4170		
		المجموع	93,284	133	-		
2	الأمان + الاستجابة	الانحدار	40,803	2	20,402	50,926	,0000
		الباقي	52,480	131	,4010		
		المجموع	93,284	133	-		

المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإجمالية.

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، فقد بلغت قيمة F: 91.566، و50.926، للنموذجين الأول والثاني على التوالي، عند درجات حرية (1، 132) و(2، 131) على الترتيب، وهما قيمتان دالتان إحصائياً بالنسبة للنموذجين، لأن دالتهما تساوي 0.000 أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة. وعليه توجد علاقة انحدارية معنوية بين المتغير التابع، وبُعدي جودة الخدمة: الأمان، والاستجابة فقط، وفق نموذج القياس SERVQUAL. وبالتالي نقبل هذين النموذجين في تحليل العلاقة الانحدارية.

- نتائج تحليل الانحدار المتعدد:

الجدول رقم (11): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لعلاقة جودة الخدمة المصرفية الإجمالية بأبعاد الجودة حسب مقياس الفجوات SERVQUAL

النموذج	المتغيرات	معاملات التأثير B	الخطأ المعياري	قيم β : Beta	قيمة t	مستوى الدلالة
1	الثابت	3,603	0,103	-	35,031	0,000
	الأمان	0,515	0,054	0,640	9,569	0,000
2	الثابت	3,725	0,112	-	33,369	0,000
	الأمان	0,367	0,079	0,456	4,670	0,000
	الاستجابة	0,204	0,080	0,249	2,546	0,012

المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإجمالية.

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، فإن لكل من البعدين: الأمان والاستجابة حسب نموذج القياس SERVQUAL تأثيراً معنوياً على المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإجمالية، حيث جاءت قيم معاملات التأثير موجبة، كما جاءت نتائج اختبار t ذات دلالة معنوية لأن مستوى دلالة متغيرات النموذجين أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة.

وتشير قيم β (Beta) إلى القيم المعيارية المرادفة للقيم العادية، وهي تعبر عن الأهمية النسبية لكل متغير في التأثير على المتغير التابع، وحسب الجدول السابق، فإن بعد الأمان هو الأكثر تأثيراً في جودة الخدمة المصرفية الإجمالية، لأنه يحوز على أكبر قيمة لـ β تساوي 0.456، مقارنة ببعد الاستجابة الذي بلغت قيمة β لديه 0.249.

- باستخدام نموذج SERVPERF:

- العلاقة بين متغيرات نموذج الانحدار المتعدد:

الجدول رقم (12): الانحدار المتعدد لعلاقة جودة الخدمة المصرفية الإجمالية بأبعاد الجودة حسب مقياس الأداء الفعلي SERVPERF

النموذج	المتغيرات المستقلة للنموذج	R	R2	R2 المعدلة	تباين R2
1	الأمان	0.621	0.385	0.381	0.385
2	الأمان + الملموسية	0.645	0.416	0.407	0.030

المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإجمالية.

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، فإن تحليل الانحدار بين وجود نموذجين فقط، يبين أن جودة الخدمة المصرفية الإجمالية ترتبط أكثر بكل من: الأمان، والملموسية فقط. باعتبار هذين البعدين دخلا لنموذج الانحدار تدريجيا وفقا لهذا الترتيب بالاعتماد على طريقة الـ (Stepwise)، في حين لم تظهر باقي الأبعاد في أي نموذج بسبب عدم وجود أهمية لتأثيرها في المتغير التابع. وقد بلغ معامل الارتباط بين جودة الخدمة المصرفية الإجمالية وبعد الأمان في النموذج الأول 62.1%، ويفسر هذا البعد لوحده 38.5% من التغير في جودة الخدمة المصرفية الإجمالية لدى الزبائن، والباقي راجع لعوامل أخرى. وبدخول متغير الملموسية في النموذج الثاني، ارتفع معامل الارتباط إلى 64.5%، وأصبح البعدين معا يفسران 41.6% من التغير في جودة الخدمة المصرفية الإجمالية لدى الزبائن، والباقي راجع لعوامل أخرى. وبالتالي فالنموذج الثاني أحسن من النموذج الأول بسبب أن بعدي الأمان والملموسية معا يفسران نسبة أكبر من التغير في جودة الخدمة المصرفية الإجمالية.

- اختبار قبول نموذج الانحدار المتعدد:

من خلال الجدول رقم 13، الذي يوضح نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار المتعدد المطبق، وفحص مدى قبوله من الناحية الإحصائية. فقد بلغت قيمة F: 82.760، و46.569، للنموذجين الأول والثاني على التوالي، عند درجات حرية (1، 132) و(2، 131) على الترتيب، وهما قيمتان دالتان إحصائيا بالنسبة للنموذجين، لأن دلالتهما تساوي 0.000 أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة. وعليه توجد علاقة انحدارية معنوية بين المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإجمالية، وبعدي جودة الخدمة: الأمان، والملموسية فقط، وفق نموذج القياس SERVPERF. وبالتالي نقبل هذين النموذجين في تحليل العلاقة الانحدارية.

الجدول رقم (13): نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية الانحدار المتعدد لعلاقة جودة الخدمة المصرفية الإجمالية بأبعاد الجودة حسب مقياس الأداء الفعلي SERVPERF.

النموذج	المتغيرات المستقلة للنموذج	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
---------	----------------------------	--------	----------------	--------------	----------------	--------	---------------

,0000	82,760	35,948	1	35,948	الانحدار	الأمان	1
		,4340	132	57,336	الباقي		
		-	133	93,284	المجموع		
,0000	46,569	19,381	2	38,763	الانحدار	الأمان + الملموسية	2
		,4160	131	54,521	الباقي		
		-	133	93,284	المجموع		

المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإجمالية.

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

- نتائج تحليل الانحدار المتعدد:

الجدول رقم (14): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لعلاقة جودة الخدمة المصرفية الإجمالية بأبعاد الجودة حسب مقياس الأداء الفعلي SERVPERF

النموذج	المتغيرات	معاملات التأثير B	الخطأ المعياري	قيم β	قيمة t	مستوى الدلالة
1	الثابت	1,199	0,182	-	6,574	0,000
	الأمان	0,513	0,056	0,621	9,097	0,000
2	الثابت	0,912	0,210	-	4,342	0,000
	الأمان	0,375	0,077	0,454	4,892	0,000
	الملموسية	0,253	0,097	0,241	2,601	0,010

المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإجمالية.

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، فإن لكل من البعدين: الأمان والملموسية، حسب نموذج القياس SERVPERF، تأثيراً معنوياً على المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية الإجمالية، حيث جاءت قيم معاملات التأثير موجبة، كما جاءت نتائج اختبار t ذات دلالة معنوية، لأن مستوى دلالة متغيرات النموذجين أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة.

وتعبر قيم β (Beta) عن الأهمية النسبية لكل متغير في التأثير على المتغير التابع، وحسب الجدول السابق، فإن بعد الأمان هو الأكثر تأثيراً في جودة الخدمة المصرفية الإجمالية، لأنه يحوز على أكبر قيمة لـ β تساوي 0.454، مقارنة ببعد الملموسية الذي بلغت قيمة β لديه 0.241.

وعليه فإننا نخلص إلى أنه وفي كلا النموذجين، يوجد بعدين فقط من الخمسة أبعاد ذو دلالة معنوية في التأثير على المتغير التابع، حيث في نموذج SERVQUAL يوجد بعد الأمان والاستجابة، أما في نموذج SERVPERF يوجد بعد الأمان والملموسية. وبالنسبة لكلا النموذجين، يعتبر بعد الأمان من أكثر أبعاد جودة الخدمة قدرة على تفسير التباين في جودة الخدمة المصرفية الإجمالية. ومن جهة أخرى نلاحظ أن لنموذج SERVQUAL قدرة على تفسير $R^2=43.7\%$ من التباين في جودة الخدمة المصرفية

الإجمالية، وباقي التباين راجع لعوامل أخرى، أكبر من نموذج SERVPERF الذي يفسر $R^2=41.6\%$ من التباين في جودة الخدمة المصرفية الإجمالية، وباقي التباين راجع لعوامل أخرى. كما أن قيمة F في نموذج SERVQUAL تعادل 50.926 أكبر من قيمتها في نموذج SERVPERF التي تعادل 46.569. وعليه فإن استخدام النموذجين في قياس جودة الخدمة المصرفية لن يؤدي بالضرورة للوصول إلى نفس النتائج. وبالتالي نرفض صحة الفرضية 5، حيث توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين نتائج تقييم جودة الخدمات المصرفية ببنك BNA بمدينة قسنطينة باستخدام النموذجين: SERVPERF وSERVQUAL.

- **اختبار الفرضية 6:** لا يوجد اختلاف ذو دلالة معنوية في الأهمية التي يوليها الزبائن لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة ببنك BNA بمدينة قسنطينة.

سنقوم باختبار هذه الفرضية بواسطة نموذج الانحدار المتعدد باستخدام برنامج ال-SPSS، وسيتم اعتماد طريقة ال- (Enter) في اختيار المتغيرات المستقلة، حيث تعد الطريقة الأساسية في الانحدار المتعدد، أين يتم إدخال جميع المتغيرات المستقلة، وذلك كما يلي:

الجدول رقم (15): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لعلاقة جودة الخدمة المصرفية المدركة بأبعادها

الأسلوب	مستوى الدلالة	قيمة t	قيم β	الخطأ المعياري	معاملات التأثير B	متغيرات النموذج
Enter	1,000	,0000	-	,0000	7,035E-016	الثابت
	,0000	63568924,630	,2020	,0000	,2000	الملموسية
	,0000	56074433,211	,2270	,0000	,2000	الاعتمادية
	,0000	57900107,420	,2240	,0000	,2000	الاستجابة
	,0000	72135156,513	,2570	,0000	,2000	الأمان
	,0000	58265544,452	,2070	,0000	,2000	التعاطف

المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية المدركة.
المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، فإن أبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة الخمسة مجتمعة تمارس تأثيرها على المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية، حيث جاءت قيم معاملات التأثير B موجبة، مما يبين وجود علاقة طردية بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة كل على حدة. وحسب نتائج اختبار t، فإن كل الأبعاد لها تأثير

معنوي على جودة الخدمة المصرفية المدركة، لأن دلالاتها تساوي 0.000 أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة.

وتعبر قيم β (Beta) عن الأهمية النسبية لكل متغير مستقل في التأثير على المتغير التابع، وبالتالي فإنه وحسب نموذج الانحدار، يعتبر بعد الأمان أكثر العوامل تأثيراً في جودة الخدمة المصرفية، حيث بلغت قيمة β لهذا البعد ما يعادل 0.257، وهي أكبر قيمة لها مقارنة بقيمها لدى باقي العوامل الأخرى، ثم يليه على الترتيب: الاعتمادية 0.227، الاستجابة 0.224، التعاطف 0.207، الملموسية 0.202. ويرجع ذلك لزيادة وعي الزبون البنكي، الذي أصبح يركز في المقام الأول على أمن أمواله وسرية معلوماته، ومختلف الإجراءات الأمنية الاحتياطية التي يتخذها البنك للحفاظ على الزبائن وأموالهم. ثم يركز في المقام الثاني في حكمه على الجودة، على مدى التزام البنك بتقديم خدمات وكشوفات من دون أخطاء وفي المواعيد المتفق عليها، وسعيه للاهتمام بمشاكل وطلبات الزبائن والعمل على معالجتها باعتمادية. ويأتي في المقام الثالث مدى سرعة استجابة الموظفين لطلبات الزبائن وشكاويهم واهتماماتهم. ثم يأتي في المقام الرابع بعد التعاطف من خلال مدى اهتمام البنك فردياً باحتياجات الزبائن، وأن تكون مصلحتهم فوق كل اعتبار. ثم يركز في المقام الأخير في حكمه على الجودة على مدى توفر البنك على أجهزة ومعدات حديثة ومتطورة، تمكن من استخدام أحدث التقنيات التكنولوجية في الاتصال وعرض وتقديم الخدمات، إضافة للتنظيم الداخلي للبنك ومظهره الخارجي الجذاب والقريب، ومدى توفره على موظفين بمظهر وهندام لائق، إضافة لمدى توفر البنك على أماكن خاصة لتوقف سيارات الزبائن.

وعليه وعلى ضوء ما سبق، فإننا نرفض صحة الفرضية 6، حيث يوجد اختلاف ذو دلالة معنوية في الأهمية التي يوليها الزبائن لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة بينك BNA بمدينة قسنطينة.

- اختبار الفرضية 7: إن مستوى كل من: القيمة والرضا والولاء لدى زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة منخفض.

وذلك بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمتغيرات، وذلك كما يلي:

الجدول رقم (16): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل من القيمة والرضا والولاء لدى زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة

الرقم	البيان	المتوسط	الانحراف المعياري	مستوى التقييم
1	القيمة	3,0448	,697040	متوسط
2	الرضا	2,8769	,775410	متوسط
3	الولاء	2,8030	,839620	متوسط

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق، فإن تقييم الزبائن للقيمة المدركة من وراء تعاملهم مع بنك BNA، ورضاهم ومدى ولائهم له، يقع في المجال (2.6-3.4) على سلم ليكرت، مما يدل على درجة موافقة متوسطة، وبالتالي نرفض صحة الفرضية 7، حيث أن مستوى كل من: القيمة والرضا والولاء لدى زبائن بنك BNA ليس منخفض، بل متوسط.

- **اختبار الفرضية 8:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة على مستوى كل من: القيمة، الرضا، والولاء لدى زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة.

سيتم اختبار هذه الفرضية باستخدام نموذج الانحدار المتعدد، لاستخراج العلاقة بين المتغيرات التابعة كل على حدة: القيمة، الرضا، والولاء، والمتغيرات المستقلة والتي هي أبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة الخمسة. وسيتم اعتماد طريقة الـ (Stepwise) في اختيار أفضل المتغيرات المستقلة تفسيرا للظاهرة أو المتغير التابع، على أن يتم فقط تقديم أحسن نموذج بالنسبة لكل نموذج انحدار، وهو النموذج الذي يحتوي على أكبر عدد من المتغيرات المستقلة المعنوية. ويمكن تلخيص نتائج تحليل الانحدار المتعدد فيما يلي:

الجدول رقم (17): نتائج تحليل الانحدار المتعدد لعلاقة أبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة بكل من القيمة والرضا والولاء لدى زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة

المتغيرات	قيمة B	معامل β	قيمة t	الدلالة	R	R2	F	الدلالة
القيمة	الثابت	1,679	-	9,758	,0000	-	-	-
	الاعتمادية	,2800	,3590	3,235	,0020	0.344	34.338	000.
	الأمان	,1810	,2630	2,365	,0190	5860.		
الرضا	الثابت	,9260	-	5,558	,0000	-	-	-
	الأمان	,2220	,2900	2,884	,0050	0.543	51.404	000.
	الاستجابة	,2350	,2680	2,614	,0100	7370.		
الولاء	التعاطف	,2320	,2440	2,391	,0180	7460.		
	الثابت	,4640	-	2,414	,0170	-	-	-
	الملموسية	,3390	,3220	3,764	,0000	0.556	54.222	000.
الأمان	,1760	,2130	2,194	,0300				

المتغير التابع: القيمة، الرضا، الولاء.

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على نتائج تحليل الاستبيان باستخدام برنامج Spss

من خلال الجدول السابق، فإن تحليل الانحدار لعلاقة القيمة بأبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة، يبين أن القيمة المدركة من طرف الزبائن ترتبط أكثر بكل من: الاعتمادية، والأمان فقط، بحيث أن لهذين البعدين القدرة على تفسير 34.4% من التغير في القيمة لدى الزبائن، في حين لم تظهر باقي الأبعاد بسبب عدم وجود أهمية لتأثيرها في المتغير التابع. كما تبين نتائج تحليل التباين ANOVA أن قيمة F تساوي 34.338 عند درجات حرية (2، 131)، وهي دالة إحصائياً لأن دالتهما تساوي 0.000 أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة. وعليه توجد علاقة انحدارية معنوية بين المتغير التابع: القيمة لدى الزبون، وبعدي جودة الخدمة المصرفية المدركة: الاعتمادية والأمان فقط، وبالتالي نقبل هذا النموذج في تحليل العلاقة الانحدارية. كما تؤكد نتائج اختبار t، أن لكل من الاعتمادية والأمان فقط تأثيراً معنوياً على القيمة المدركة من طرف الزبائن، بحيث يعتبر بعد الاعتمادية الأكثر تأثيراً، حيث بلغت قيمة β (Beta) لهذا البعد 0.359، وهي أكبر قيمة من 0.263 الخاصة ببعد الأمان. وعليه فإن القيمة المدركة من طرف زبائن بنك BNA تتأثر في المقام الأول بمدى التزام البنك بتقديم خدمات صحيحة من دون أخطاء وفي المواعيد المتفق عليها، ومدى اهتمامه بمشاكل الزبائن والعمل على حلها بكفاءة. وتتأثر في المقام الثاني بمدى القدرة على الحفاظ على أموال الزبائن وسرية معلوماتهم وما إلى ذلك.

كما أن تحليل الانحدار لعلاقة رضا الزبائن بأبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة، يبين أن رضا الزبائن يرتبط أكثر بكل من: الأمان، الاستجابة، والتعاطف فقط، بحيث أن لهذه الأبعاد الثلاثة القدرة على تفسير 54.3% من التغير في رضا الزبائن، في حين لم تظهر باقي الأبعاد بسبب عدم وجود أهمية لتأثيرها في المتغير التابع. كما تبين نتائج تحليل التباين ANOVA أن قيمة F تساوي 51.404 عند درجات حرية (3، 130)، وهي دالة إحصائياً لأن دالتهما تساوي 0.000 أقل من 0.05 مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة. وعليه توجد علاقة انحدارية معنوية بين المتغير التابع: رضا الزبائن، وأبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة: الأمان، الاستجابة، والتعاطف فقط، وبالتالي نقبل هذا النموذج في تحليل العلاقة الانحدارية. كما تؤكد نتائج اختبار t، أن للأبعاد الثلاثة السابقة فقط تأثيراً معنوياً على رضا الزبائن، بحيث يعتبر بعد الأمان الأكثر تأثيراً، حيث بلغت قيمة β (Beta) لهذا البعد 0.290، وهي أكبر قيمة من 0.268 و 0.244 الخاصة بالبعدين: الاستجابة والتعاطف، على التوالي. وعليه فإن رضا زبائن بنك BNA يتأثر في المقام الأول بالأمان، فالاستجابة، فالتعاطف.

كما أن تحليل الانحدار لعلاقة ولاء الزبائن بأبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة، يبين أن ولاء الزبائن يرتبط أكثر بكل من: التعاطف، الملموسية، والأمان فقط، بحيث أن لهذه الأبعاد الثلاثة القدرة على تفسير 55.6% من التغير في ولاء الزبائن، في حين لم تظهر باقي الأبعاد بسبب عدم وجود أهمية لتأثيرها في المتغير التابع. كما تبين نتائج تحليل التباين ANOVA أن قيمة F تساوي 54.222 عند درجات حرية (3، 130)، وهي دالة إحصائياً لأن دالتهما تساوي 0.000 أقل من 0.05 مستوى الدلالة

المعتمد في الدراسة. وعليه توجد علاقة انحدارية معنوية بين المتغير التابع: ولاء الزبائن، وأبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة: التعاطف، الملموسية، والأمان فقط، وبالتالي نقبل هذا النموذج في تحليل العلاقة الانحدارية. كما تؤكد نتائج اختبار t ، أن للأبعاد الثلاثة السابقة فقط تأثيراً معنوياً على ولاء الزبائن، بحيث يعتبر بعد الملموسية الأكثر تأثيراً، حيث بلغت قيمة β (Beta) لهذا البعد 0.322، وهي أكبر قيمة من 0.296 و 0.213 الخاصة بالبعدين: التعاطف والأمان على التوالي. وعليه فإن ولاء زبائن بنك BNA يتأثر في المقام الأول بالملموسية، فالتعاطف، فالأمان .

وعلى ضوء ما سبق، فإننا نرفض صحة الفرضية الثامنة، بحيث بينت نتائج التحليل وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعض أبعاد جودة الخدمة المصرفية المدركة فقط على مستوى كل من: القيمة، الرضا، والولاء لدى زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة.

- الخاتمة: النتائج والمقترحات:

هدفت الدراسة إلى تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية، المقدمة بالبنك الوطني الجزائري BNA بمدينة قسنطينة، من وجهة نظر الزبائن، ومحاولة معرفة علاقة ذلك بمستوى كل من القيمة والرضا والولاء لديهم، وخلصت الدراسة إلى ما يلي:

- النتائج: يمكن إدراج أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- إن مستوى توقعات الزبائن حول جودة خدمات بنك BNA بمدينة قسنطينة مرتفع جداً، في حين أن مستوى إدراكاتهم حولها متوسط، مما يؤكد وجود فجوة سالبة ذات دلالة إحصائية بين إدراكات وتوقعات الزبائن، تعادل قيمتها المتوسطة (-) 1.67829.

- إن المتغيرات الديمغرافية لزبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة، لا تؤثر على اتجاهاتهم حول جودة الخدمة المصرفية المدركة.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية، بين نتائج تقييم جودة الخدمات المصرفية بينك BNA بمدينة قسنطينة باستخدام النموذجين: SERVQUAL و SERVPERF.

- إن هناك اختلاف ذو دلالة معنوية في الأهمية التي يوليها زبائن بنك BNA لأبعاد جودة الخدمة المصرفية، حيث يعتبر بعد الأمان أكثر العوامل تأثيراً في جودة الخدمة المصرفية، ثم يأتي على الترتيب كل من: الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الملموسية .

- إن مستوى كل من القيمة المدركة من طرف زبائن بنك BNA، ورضاهم وولائهم لخدمات هذا البنك، متوسط.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المصرفية، من وجهة نظر زبائن بنك BNA بمدينة قسنطينة، وكل من القيمة المدركة ورضاهم وولائهم. حيث أن القيمة المدركة تتأثر في المقام الأول بالاعتمادية، في حين أنه بالنسبة للرضا يعتبر بعد الأمان الأكثر تأثيراً، أما بعد الملموسية فيعتبر الأكثر تأثيراً في الولاء.

- المقترحات:** على ضوء نتائج الدراسة، يمكن تقديم بعض المقترحات والتي تعتبر ضرورية للنهوض بمستوى جودة الخدمات المصرفية، وذلك كما يلي:
- يجب تعزيز اتجاهات الزبائن حول الأبعاد الخمسة للجودة في تقديم الخدمات المصرفية، باعتبارهم المؤثر الرئيسي على جودة الخدمات المصرفية وتحقيق رضا وولاء الزبائن.
 - يجب الاستعانة بأكثر من نموذج لقياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية بصفة دورية ومستمرة، وذلك في ظل ظروف أعم وأشمل.
 - يجب على البنك تدعيم اتجاهات الزبائن حول بعد الأمان في تقديم الخدمات المصرفية، باعتباره مؤثر مشترك في كل من جودة الخدمة المصرفية، والقيمة والرضا والولاء لدى الزبائن.
 - تدعيم اهتمام البنك بالجوانب الملموسة كالمظهر وتنظيمه الداخلي، حيث برغم أنه لم يلاق اهتماما كبيرا من طرف الزبائن، بسبب النقائص الموجودة في الأبعاد الأخرى خاصة بعدي الأمان والاعتمادية، إلا أنه يعتبر مكونا رئيسيا لصورة البنك في ذهن العميل بإجماع الباحثين.
 - ضرورة الاعتماد على الأساليب والتوجهات التسويقية الحديثة في التعامل مع الزبائن والإصغاء إليهم، وذلك بالارتكاز على الزبون في تطوير الخدمات المصرفية.
 - استحداث هيكل إداري بالبنك يعنى بمتابعة جودة الخدمات المقدمة للزبائن والاهتمام بهم ومتابعة شكاويهم، في ظل التغيرات البيئية المحيطة، واقتراح حلول للوصول لتحقيق رضا وولاء الزبائن.
 - ضرورة تسطير برامج تكوينية للعاملين بالبنك خاصة بالمكاتب الأمامية، تتمحور خاصة حول فن الإصغاء والتعامل مع الزبون.

قائمة المراجع المعتمدة:

- 1 - مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 16.
- 2 - عواطف إبراهيم الحداد، إدارة الجودة الشاملة، ط 1، دار الفكر العربي، عمان، 2009، ص، 13 .
- 3- Brilman Jean, les meilleurs pratiques du management: au cœur de la performance, édition d'organisation, 3^{ème} édition, Paris, 2001, p91.
- 4- Crosby Philip B. - La qualité c'est gratuit, l'art et la manière d'obtenir la qualité - Paris : Economica, 1986, p 19.

- 5-Lovelock, C. & Wirtz, J. (2008). Services marketing: people technology, strategy. (6th ed.) Upper Saddle River, NJ : Pearson, N. J.2000, p p 20 -29.
- 6- ردينة عثمان، محمود جاسم الصميدعي، التسويق المصرفي: مدخل استراتيجي، دار المناهج للتوزيع والنشر، عمان، 2001، ص، 19.
- Kotler. P et Dubois, Marketing Management, Pupil union, paris, 11^{eme} édition, 2003, P, 462.
- 7- تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة 1، عمان، 2005، ص ص، 31-32.
- 8- محمد محمود مصطفى، التسويق الإستراتيجي للخدمات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص، 60.
- 9 - ثامر البكري، أحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، ط1، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص، 83.
- محمد عبد الهادي الرويس، نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر، رسالة دكتوراه، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر 2002، ص، 66.
- 10- زياد رمضان، إدارة الأعمال المصرفية، الطبعة السادسة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1997، ص ص، 31-32.
- 11- عبد المعطي محمد حشاد، المصطلحات المصرفية، الطبعة الثانية، الدار العربية للكتاب، القاهرة، 2002، ص ص، 296-297.
- 12- Patrick Mc Cole, "Dealing with Complaints in Services," International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol 16, N 6, USA, 2004, pp 345-354.
- 13- David L. Goetsch, Stanley Davis, Introduction to total quality international, New York, Prentice Hall, 1994, p 2.
- 14- يوسف أحمد أبو فارة، واقع تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في الجامعات الفلسطينية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 2، العدد 2، عمان، 2006، ص، 251.
- 15-Parasuraman, Zeithmal, and Berry, a conceptual model of service quality and its implication for future research, journal of marketing, vol 49, N 4, USA, 1985, pp 42-43.
- 16- Berry ,Parasuraman, and Zeithmal, the service puzzle, journal of Business horizon, vol 31, N 5, USA, 1988, pp 35-43.
- 17- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، عمان، 2005، ص ص، 439-441.
- 18- Cronin J, and Taylor S, Measuring service quality: reexamination and extention, journal of marketing, vol 56, 1992, pp, 55-68.
- 19- السعيد عرب عدنان، تحليل استراتيجيات مصفوفة قيمة الزبون كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، 2004، ص، 70.

- 20- محمد فريد الصحن وآخرون، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص، 71.
- 21- Baron S, Harris K, services marketing, 2^{ed} ed, Antony Rowe Ltd ed, Great Britain, 2003, p 160.
- 22 - بشير عباس العلق، التسويق عبر الانترنت والاقتصاد الرقمي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003، ص ص، 63-64.
- 23 - تيسير العجارمة، التسويق المصرفي ، مرجع سبق ذكره، ص،353.
- 24 - حمزة محمد دودين، التحليل الإحصائي المتقدم للبيانات باستخدام برنامج SPSS، الطبعة الثانية، دار المسيرة ، عمان، 2013، ص ص، 53-58.
- 25 - محمد عبيدات، عاطف حسين، تقييم العوامل المؤثرة في ولاء الزبائن لدى مقدمي خدمة الهاتف النقال، دراسة حالة الأردن، مجلة دراسات، العلوم الإدارية، المجلد 35، العدد 1، الجامعة الأردنية، عمان، 2008، ص ص، 144-145.
- 26 - محمد عبيدات، عاطف حسين، مرجع سبق ذكره، ص، 145.
- 27-Sekaran U, Research Methods for Business, A Skill Building Approach 4th Edition, John Wiley and Sons, Inc, New York, , 2003 , P, 158.