



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

جودة الخدمات المقدمة في بنوك فلسطين من وجهة نظر العملاء : دراسة حالة
بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني

دولت جودة الغزاوي

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1441 هـ / 2020 م

جودة الخدمات المقدمة في بنوك فلسطين من وجهة نظر العملاء : دراسة حالة
بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني

إعداد:

دولت جودة الغزاوي

بكالوريوس علوم مالية ومصرفية_فرعي رياضيات واقتصاد / جامعة بيرزيت /
رام الله

مشرفة الرسالة: د. عروبة البرغوثي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الماجستير في تخصص ادارة
الاعمال من برنامج الدراسات العليا / معهد الادارة والاقتصاد / جامعة القدس

1441 هـ / 2020 م



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

اجازة الرسالة

جودة الخدمات المقدمة في بنوك فلسطين من وجهة نظر العملاء: دراسة حالة بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني

اسم الطالبة: دولت جودة الغزاوي

الرقم الجامعي: 21410036

مشرفة الرسالة: د. عروبة البرغوثي

نوقشت الرسالة وأجيزت بتاريخ: 2020 / 7 / 25 من لجنة المناقشة المدرجة اسماؤهم وتواقيعهم:

التوقيع:

1- المشرفة ورئيسة اللجنة: د. عروبة البرغوثي

التوقيع:

2- الممتحن الداخلي: د. أحمد حرز الله

التوقيع:

3- الممتحن الخارجي: د. ايناس عباد العيسى

القدس - فلسطين

1441 هـ / 2020 م

الإهداء

إلى والديّ الكريمين
إلى زوجي العزيز ورفيق دربي في مشوار الحياة
إلى أولادي قرّة عيني ومهجات قلبي
إلى أخوتي وأخواتي
إلى صديقتي الغاليات
إلى كل مسلم حريص على كتاب الله
إلى شعب فلسطين المرابط على أرض الجهاد والرباط
أهدي بحثي المتواضع آملاً من الله عز وجل أن يتقبله ويجعله في ميزان
حسناتي
يوم لا ينفع مال ولا بنون إلا من أتى الله بقلب سليم
إلى كل هؤلاء أهدي هذه الرسالة

الباحثة: دولت جودة الغزاوي

اقرار

أقر أنا مقدمة الرسالة أنها قدمت لجامعة القدس، لنيل درجة الماجستير، وأنها نتيجة أبحاثي الخاصة، باستثناء ما تم الإشارة له حيثما ورد. وأن هذه الدراسة أو أي جزء منها، لم يقدم لنيل درجة عليا لأي جامعة أو معهد آخر.

الاسم: دولت جودة الغزاوي

التوقيع:

التاريخ: 2020/ /

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بشكره تدوم النعم، حيث قال تعالى "لئن شكرتم لأزيدنكم" (سورة إبراهيم، الآية 7). فيا ربي لك الحمد كما ينبغي لجلال وجهك وعظيم سلطانك.

وأصلي وأسلم على سيدنا محمد بن عبد الله القائل: "لا يشكر الله من لا يشكر الناس".

فبعد شكر الله على نعمه أتقدم بالشكر الجزيل إلى جميع أساتذتي الفضلاء العاملين في جامعة القدس وأخص بالذكر الدكتورة المشرفة (عروبة البرغوثي) التي تكرمت علي بالتوجيه والإشراف على إعداد هذه الدراسة، كما وأتقدم بالشكر الجزيل إلى الذين سهلوا لي مهمة البحث عن الكتب اللازمة لهذا الموضوع فجزاهم الله خير جزاء.

وأتوجه بالشكر أيضاً إلى الأساتذة الكرام أعضاء لجنة المناقشة، داعياً الله عز وجل أن يأخذ بأيديهم وأن يوفقهم وأن يجزيهم خير الجزاء إنه سميع مجيب.

ملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف إلى مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظرهم. حيث صيغت الدراسة من خلال السؤال الرئيسي: ما مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظرهم؟ ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية. ولكي تحقق الدراسة أهدافها وفق المنهجية العلمية، فقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى أهداف البحث. وذلك من خلال استخدام استبانة تكونت في صورتها النهائية من (60) فقرة وبعد التحقق من صدق الأداة تم توزيعها على عينة مؤلفة من (50) عميل من عملاء بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من مجتمع الدراسة وفق العينة الحصصية البسيطة. وقد استخدمت الدراسة أساليب التحليل من خلال برنامج التحليل الإحصائي SPSS وذلك للتحقق من مدى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في بنوك فلسطين، وبالتحديد البنك الإسلامي الفلسطيني وبنك فلسطين.

توصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها:

إن مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنكين متوسطة، إضافة إلى أن اتجاهات المبحوثين اتجاه واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية، وأبعاد (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة والتوكيد، التعاطف) في جودة الخدمة المصرفية متوسطة كذلك، وبينت نتائج الدراسة أن بعد الملموسية هو البعد الوحيد الذي حصل على درجة استجابة مرتفعة من عينة الدراسة. كما وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى رضى عملاء البنكين متوسط عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم. كما أن الموظفين العاملين في هذه البنوك يستجيبون لطلبات العملاء بشكل سريع، وهذا بسبب امتلاكهم نوع من الكفاءة والثقة والأمان للعملاء. كذلك تعتقد عينة الدراسة بوجود عدد من أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنكين. كذلك توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في

بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير الجنس، العمر، مكان السكن، عدد سنوات التعامل مع البنك، والبنك. في حين لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

وبعد مناقشة النتائج، خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أهمها:

ضرورة قيام بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني بالاستفادة من التطور التكنولوجي والتقني في خدمة العملاء، بالإضافة إلى تطوير نظام للرقابة والتفتيش المصرفي (ميدانياً وإحصائياً) في هذه البنوك، كما أن الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني خدمات متوسطة تحتاج إلى التطوير والاستحداث والعمل المستمر، بما يتلاءم مع التطورات المصرفية العالمية، ورضا العملاء والزبائن، كما يقع على عاتق البنك الإسلامي الفلسطيني زيادة عدد المشاريع التي يقدمها، كتمويل التعليم وطلبة الجامعات والخريجين والمشاريع الصغيرة والريادية، وعدم اقتصرها على شراء السيارات فقط. بالإضافة إلى ضرورة زيادة عدد الموظفين العاملين في كل فرع وذلك نظراً لقلتهم، مما يسبب في تأخير إتمام المهام والعمليات المصرفية للعملاء. مع ضرورة الاتسام بالدقة والوضوح في التعامل مع العملاء.

The quality of services provided in Palestine banks from the clients' point of view: a comparative study between the Bank of Palestine and the Palestinian Islamic Bank.

Prepared by: Dawlat Joudeh.

Supervisor: Dr. Oroubah Bargothi

Abstract

This study aims to find the level of quality of banking services provided to clients the Palestinian Islamic Bank and Bank of Palestine from their point of view. At the study there is a main question: What is the level of quality of banking services provided to clients in Bank of Palestine and the Palestinian Islamic Bank from the Palestinian Islamic Bank from their point of view. This question is divided into many different questions to ask about. In order for the study to make its goals according to the scientific method, which it used more different methods to make the study reaches its goals, such as "descriptive approach". In order for the study to make its goals according to the scientific method, more than one method was used to reach the research aims, such as "the descriptive method". Which I used for this study by using a questionnaire at the end it became (60) part and after variation from the believe of the tools that used and it was gives on special part the count from (50) customer form the bank of Palestine customer and the Palestinian Islamic Bank which it was choose from the society of the study randomly. This study used the method analysis through SPSS statistical analysis program to verify the quality of banking services provided to clients in Palestine banks, specifically the Palestinian Islamic Bank and Bank of Palestine.

This study reached several results, the most important are:

The level of quality of banking services provided in the two banks is medium, also to the respondents' attitudes toward the reality of the policies of developing the quality of banking services, and the dimensions (reliability, response, confidence, assertiveness, sympathy) in the quality of the banking service are medium as well, and the results of the study showed that the concrete dimension is the only dimension Who obtained a high response degree from the study sample. The study also found that the level of satisfaction of both banks' clients is average with regard to the quality of banking services provided to them. Also, the employees working in these banks respond to customer requests quickly, and this is because they have a type of efficiency, confidence and safety for customers. We also reached an average level of application of the standards of total quality management in the quality of banking services provided in Bank of Palestine and the Palestinian Islamic Bank from the viewpoint of customers. The study sample also believes that there are a number of weaknesses and shortcomings in the banking services provided by the two banks. The study also found that there were statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) towards the quality of banking services provided in the Bank of Palestine and the Palestinian Islamic Bank from the viewpoint of clients of these banks due to the gender, age, place of residence, number of years of dealing with the bank, and the bank. While there are no statistically significant differences at the level of significance ($\alpha \leq 0.05$) towards the quality of banking services provided in Bank of Palestine and the Palestinian Islamic Bank from the viewpoint of clients of these banks due to the variable of the educational qualification.

After discussion the result, the study reaches some advice which is:

The necessity for the Bank of Palestine and the Palestinian Islamic Bank to help from technological and technical development in customer service, in addition to developing a system of banking supervision and inspection (field and statistical) in these banks, and the banking services provided in the Bank of Palestine and the Palestinian Islamic Bank are intermediate services that need to be developed, developed and continued work In line with global banking developments, and the satisfaction of clients and customers, the Palestinian Islamic Bank also has an obligation to increase the number of projects it offers, such as education financing, university students, graduates, small and entrepreneurial projects, and not limited to buying cars only. In addition to the need to increase the number of employees working in each branch, due to their lack, which causes delays in completing banking tasks and operations for clients. With the necessity of being accurate and clear in dealing with clients.

The necessity for the Bank of Palestine and the Palestinian Islamic Bank to benefit from technological and technical development in customer service, in addition to developing a system of banking supervision and inspection (field and statistical) in these banks, and the banking services provided in the Bank of Palestine and the Palestinian Islamic Bank are intermediate services that need to be developed, developed and continued work In line with global banking developments, and the satisfaction of clients and customers, the Palestinian Islamic Bank also has an obligation to increase the number of projects it offers, such as education financing, university students, graduates,

small and entrepreneurial projects, and not limited to buying cars only. In addition to the necessity of increasing the number of employees working in each branch due to their shortage, which causes delay in completing banking tasks and operations for clients. With the necessity of being accurate and clear in dealing with clients.

قائمة المحتويات

الإهداء.....	أ.....
اقرار.....	ب.....
الشكر والتقدير.....	ب.....
ملخص.....	د.....
Abstract.....	و.....
قائمة المحتويات.....	ي.....
قائمة الجداول.....	ن.....
الفصل الأول.....	1.....
مقدمة الدراسة.....	1.....
1.1 المقدمة.....	1.....
2.1 مشكلة الدراسة.....	3.....
3.1 أهمية الدراسة.....	3.....
1.3.1 الأهمية النظرية (العلمية).....	4.....
2.3.1 الأهمية التطبيقية (العملية).....	4.....
4.1 أهداف الدراسة.....	4.....
5.1 أسئلة الدراسة.....	5.....
6.1 حدود الدراسة.....	6.....
7.1 محددات الدراسة.....	6.....
8.1 مفاهيم الدراسة.....	7.....
الفصل الثاني.....	9.....
الإطار النظري والدراسات السابقة.....	9.....

1.2	المقدمة.....	9
2.2	الجودة	10
3.2	إدارة الجودة الشاملة.....	11
1.3.2	أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي.....	12
2.4.2	دوافع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي.....	14
3.4.2	متطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي	15
4.2	جودة الخدمة.....	17
5.2	جودة الخدمات المصرفية.....	18
1.5.2	مفهوم جودة الخدمات المصرفية.....	19
2.5.2	خصائص جودة الخدمات المصرفية	20
3.5.2	أهداف جودة الخدمات المصرفية.....	21
4.5.2	أهمية جودة الخدمات المصرفية.....	23
5.5.2	قياس جودة الخدمات المصرفية.....	25
6.5.2	معايير وأبعاد جودة الخدمة المصرفية.....	26
6.2	واقع القطاع المصرفي الفلسطيني – بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني نموذجاً.....	30
1.6.2	تطور الجهاز المصرفي الفلسطيني.....	30
2.6.2	تجربة بنك فلسطين في القطاع المصرفي الفلسطيني	31
3.6.2	تجربة البنك الإسلامي الفلسطيني في القطاع المصرفي الفلسطيني	32
7.2	الدراسات السابقة.....	33
1.7.2	الدراسات العربية.....	33
2.7.2	الدراسات الأجنبية	41
3.7.2	التعقيب على الدراسات السابقة	47
49	الفصل الثالث.....	

49	 منهجية الدراسة
49	 1.3 الطريقة والإجراءات
49	 2.3 منهجية الدراسة
50	 3.3 مجتمع الدراسة
51	 4.3 عينة الدراسة
51	 5.3 الدراسة التجريبية (Pilot Study)
52	 6.3 أداة الدراسة
52	 7.3 ثبات أداة الدراسة
53	 8.3 متغيرات الدراسة
54	 9.3 صدق أداة الدراسة
55	 10.3 خطوات تطبيق الدراسة
55	 11.3 المعالجة الإحصائية
56	 12.3 تصحيح أداة الدراسة
57	 13.3 خصائص عينة الدراسة
59	 الفصل الرابع
59	 نتائج الدراسة
59	 1.4 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة
59	 1.1.4 نتائج السؤال الرئيسي:
61	 1.1.1.4 السؤال الفرعي الأول:
63	 2.1.1.4 السؤال الفرعي الثاني:
63	 1.2.1.1.4 الاعتمادية
65	 2.2.1.1.4 سرعة الاستجابة
67	 3.2.1.1.4 مستويات الملموسية

69	4.2.1.1.4 مستويات الثقة والتوكيد
71	5.2.1.1.4 مستويات التعاطف
73	3.1.1.4 السؤال الفرعي الثالث:
75	4.1.1.4 السؤال الفرعي الرابع:
77	2.4 فرضيات الدراسة
77	1.2.4 الفرضية الأولى
78	2.2.4 الفرضية الثانية
81	3.2.4 الفرضية الثالثة
83	4.2.4 الفرضية الرابعة
85	5.2.4 الفرضية الخامسة
88	6.2.4 الفرضية السادسة
90	الفصل الخامس
90	التوصيات ومناقشتها:
90	1.5 نتائج الدراسة
98	2.5 استنتاجات الدراسة
100	3.5 توصيات الدراسة
103	قائمة المصادر والمراجع
109	المراجع الأجنبية
111	المواقع الالكترونية
112	الملاحق: الاستبانة

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
31	أبعاد جودة الخدمة المصرفية حسب نموذج BSQM	1.
55	مجتمع الدراسة	2.
56	فروع الاستبانة	3.
57	معاملات الثبات لفروع الاستبانة	4.
59	معاملات الارتباط (Pearson Correlations) لفروع الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة	5.
60	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي (Test of Normality)	6.
62	درجات مقياس ليكرت (Likert Scale)	7.
62	مفتاح المتوسطات الحسابية لسلم إجابة مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)	8.
63	خصائص مجتمع الدراسة	9.
67	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة للدرجات الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	10.
69	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستويات الخدمات المصرفية المقدمة من بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة	11.
71	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستويات الاعتمادية في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها تلك البنوك من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة	12.
73	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لدرجة سرعة الاستجابة في تقديم الخدمة المصرفية من وجهة نظر عملاء البنوك في محافظة رام الله والبيرة	13.
75	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستويات الملموسية في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها تلك البنوك من وجهة نظر	14.

	العملاء في محافظة رام الله والبيرة	
77	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستويات الثقة والتوكيد في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها تلك البنوك من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة	15.
79	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستويات التعاطف في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها تلك البنوك من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة	16.
82	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستوى رضى عملاء البنوك عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم في هذه البنوك في محافظة رام الله والبيرة	17.
83	أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة	18.
84	نتائج اختبار (T-test) لإيجاد الفروق بين درجات تقدير أفراد العينة نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير الجنس	19.
86	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) لإيجاد الفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير العمر	20.
87	الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بين إجابات المبحوثين حول جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير العمر	21.
89	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) لإيجاد الفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي	22.
90	الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بين إجابات المبحوثين حول	23.

	جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي	
92	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) لإيجاد الفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير مكان السكن	24.
93	الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بين إجابات المبحوثين حول جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير مكان السكن	25.
94	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) لإيجاد الفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك	26.
95	الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بين إجابات المبحوثين حول جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك	27.
97	نتائج اختبار (T-test) لإيجاد الفروق بين درجات تقدير أفراد العينة نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير البنك	28.

الفصل الأول

مقدمة الدراسة

1.1 المقدمة

يعتبر القطاع المصرفي أهم قطاع اقتصادي في الدول المتقدمة والنامية، لما له من دور كبير في الوساطة المالية بين المدخرين والمستثمرين، بالإضافة إلى قيامه بعدد من الخدمات المالية والمصرفية الأخرى تهدف إلى الرقي بالنظام الاقتصادي بشكل عام (عطوي وآخرين، 2013).

وتعد البنوك عصب أي نظام اقتصادي لأي دولة، ومن المؤسسات المالية التي لا غنى عنها، والتي لها دور هام في تنفيذ السياسة المالية والنقدية للدولة، وذلك عن طريق رفع أو خفض نسب الفوائد ومنح وحجب الائتمان. ومما يزيد من أهمية الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك ارتفاع شدة المنافسة، والتطور التكنولوجي، وازدياد الوعي لدى المتعاملين معها، الأمر الذي يستوجب تطوير الخدمات وتحسينها بما يتوافق مع توقعات وطموحات عملائها، فالخدمات المتميزة والمتطورة تحقق العديد من المزايا (طويرش، 2012).

يواجه العمل المصرفي جملة من التحديات، لعل أبرزها تزايد أعداد المؤسسات المصرفية، وبالتالي تنامي قوة المنافسة بينها، بالتحديد في ظل حرية التجارة، وزيادة التكتلات الاقتصادية، والانفتاح الاقتصادي كذلك، وزيادة متطلبات العملاء. لذلك قامت المؤسسات المصرفية بالتركيز على جودة الخدمات المقدمة للزبائن، باعتبارها الطريق الوحيد لمواجهة تنافسية المؤسسات الأخرى، وهذا ما يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية لها وزيادة أرباحها (النويران والمطيري، 2017).

ونظراً لحساسية القطاع المصرفي ولما له من تأثير في العديد من نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية أصبحت مسألة تقديم الخدمة المصرفية أمر بالغ الأهمية لإدارة البنوك، لأن استمرار ونجاح أي بنك يعتمد إلى حد كبير على مدى توفير احتياجات ومتطلبات العميل ومحاولة تحقيق توقعاته، حيث إن رضا العميل يعد الركيزة الأساسية والقاعدة التي يجب إن تنطلق منها طموحات الجهاز المصرفي (شرويط، 2012). لذا فإن البنوك الفلسطينية تحاول أن تقدم لعملائها خدمات مصرفية بجودة عالية، وذلك من أجل إن تخلق لنفسها مجاًلاً أوسع من رضا العملاء على الخدمات التي تقدمها لهم ومن ثم توسيع نشاطها وتنمية أرباحها.

وتعتبر الخدمات المصرفية العامل الأساسي في تطوير نشاط البنوك إذ أنها تؤدي دوراً هاماً في تعزيز قدراته من خلال تأثيرها على تفضيلات العملاء، وقد تعددت مفاهيمها بتعدد خصائصها، وذلك راجع لاختلاف الحاجات والرغبات ويعتبر الوصول إلى مزيج الخدمات المصرفية من الأمور الهامة التي تعكس مدى إدارة التسويق بالبنك من ناحية، ومدى وصول البنك إلى تحقيق أهدافه من ناحية أخرى، فالخدمة المصرفية تمر بمراحل تشكل في مجموعها دورة حياتها والتي تحكمها عدة عوامل تؤثر على سلوكها مما يتيح تقديم خدمة متميزة لعملاء البنوك.

ونظراً لما سبق، فقد جاءت هذه الدراسة لتلقي الضوء على واقع جودة الخدمات المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء، ولقد ارتأينا أن تكون هذه الدراسة مقارنة ما بين بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، وتم اختيار هذا البنكين بالتحديد، نظراً لشهرتهما وواسع انتشارهما في المجتمع الفلسطيني وكثرة الخدمات المصرفية التي يقدمها كلاهما، حيث أن كل بنك من البنوك يعتمد سياسة محددة تختلف عن الآخر، بحيث يمثل بنك فلسطين المصرفية العامة التقليدية، أما البنك الإسلامي الفلسطيني فيمثل المصرفية الإسلامية الحديثة. لذلك تحاول في هذه الدراسة بيان مدى رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم في بنوك فلسطين والإسلامي الفلسطيني.

2.1 مشكلة الدراسة

على الرغم من التطور الكبير الذي شهده القطاع المصرفي وقطاع البنوك في فلسطين في ظل الأوضاع السياسية والاقتصادية الصعبة التي يعيشها الشعب الفلسطيني، إلا أن البنوك التجارية الفلسطينية ما زالت تحتاج إلى مزيد من التطور في جودة الخدمات المقدمة للعملاء، بحيث أن البنوك التجارية في فلسطين عملت على استخدام التقنيات التكنولوجية المتطورة كغيرها من بنوك العالم، وبذلك يقع على عاتقها ضمان تقديم خدمات مصرفية متميزة لعملائها. وفي هذا الإطار "يتفق العديد من الباحثين على ضرورة قياس جودة الخدمة -كأحد المداخل الأساسية لتطوير الجودة، وتحسينها في المؤسسات الخدمية" (طويرش، 2012).

ومع ذلك نجد أن هناك اختلاف وتباين في كيفية قياس جودة الخدمة، والمتغيرات المرتبطة بها، وهذا لحدثة الموضوع، خاصة في مجال القطاع المصرفي. وبالتالي تتمثل مشكلة هذه الدراسة في أن قياس جودة الخدمة التي تقدمها البنوك الفلسطينية "من خلال دراسة علمية ميدانية" بات مطلباً أساسياً وملحاً.

ومن هنا يمكن صياغة مشكلة هذه الدراسة بالسؤال الرئيسي التالي:

ما مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظرهم؟

3.1 أهمية الدراسة

تتمثل أهمية دراسة موضوع "جودة الخدمات المقدمة في بنوك فلسطين من وجهة نظر العملاء: دراسة مقارنة بين بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني" في ناحيتين أساسيتين، هما:

1.3.1 الأهمية النظرية (العلمية)

تبرز أهمية الدراسة من الناحية النظرية في أنها تسعى إلى الكشف عن إشكاليات جودة الخدمات المقدمة في البنوك الفلسطينية من خلال استكشاف مدى استخدام معايير إدارة الجودة الشاملة من حيث تطبيقها وذلك في البنك الإسلامي وبنك فلسطين في رام الله ، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة ترتبط بجانب مهم يتعلق بالعملاء ، لأن رضاهم يمثل أحد التوجهات الأساسية لعمل تلك البنوك.

2.3.1 الأهمية التطبيقية (العملية)

ترجع أهمية الدراسة التطبيقية إلى أنها:

- تتحدث عن مجموعة من المشكلات المتعلقة بجودة الخدمات المقدمة للعملاء من قبل إدارات البنوك، من خلال بحث النواقص في الخدمات التي ستكشف عنها هذه الدراسة.
- تعمل نتائج هذه الدراسة على مساعدة إدارة البنكين وأصحاب القرار في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء.

4.1 أهداف الدراسة

هدفت الدراسة بشكل عام إلى التعرف إلى مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظرهم. وينبثق عن هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية هي:

- التعرف إلى واقع سياسة تطوير جودة الخدمات المصرفية في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني.
- التعرف إلى مستوى تقييم عملاء بنوك فلسطين والإسلامي الفلسطيني لمستويات (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الثقة والتوكيد، التعاطف) التي تقدمها تلك البنوك.

- التعرف إلى مدى رضى عملاء بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم في هذه البنوك.
- التعرف إلى أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، وكيف يمكن تلافيها من وجهة نظر عملاء هذه البنوك.

5.1 أسئلة الدراسة

يتفرع عن السؤال الرئيسي السابق عدد من الأسئلة الفرعية نحاول الإجابة عنها في الدراسة، وهي كما يلي:

- ما واقع سياسة تطوير جودة الخدمات المصرفية في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني؟
- ما تقييم عملاء بنوك فلسطين والإسلامي الفلسطيني لمستويات (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الثقة والتوكيد، التعاطف) التي تقدمها تلك البنوك؟
- ما مدى رضى عملاء بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم في هذه البنوك؟
- ما أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، وكيف يمكن تلافيها من وجهة نظر عملاء هذه البنوك؟
- هل توجد فروق في اجابات المبحوثين ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مكان السكن، عدد سنوات التعامل مع البنك، البنك)؟

6.1 حدود الدراسة

تمثلت حدود الدراسة في الآتي:

- الحدود الموضوعية: تتمثل حدود هذه الدراسة في موضوع "جودة الخدمات المقدمة في بنوك فلسطين من وجهة نظر العملاء: دراسة حالة بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني".
- الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثاني 2019-2020
- الحدود المكانية: فروع بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني في مدينة رام الله.
- الحدود البشرية: عملاء بنوك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني في مدينة رام الله.

7.1 محددات الدراسة

- قلة حجم عينة الدراسة بالنظر إلى حجم المجتمع، وذلك نظراً لصعوبة توزيع كافة الاستبيانات في فروع البنوك، نظراً للظروف التي يمر بها الشعب الفلسطيني حالياً من حالة طوارئ بسبب تفشي فايروس الكورونا في الأراضي الفلسطينية، وما ترتب عليه من إغلاق كافة مناحي الحياة بما فيها البنوك والمصارف.
- صعوبة الحصول على أعداد العملاء في بنوك فلسطين والإسلامي الفلسطيني في فروعها المنتشرة في محافظة رام الله والبيرة، لأن هذه المعلومات متوفرة إما في الفرع الرئيسي للبنك أو في سلطة النقد، ونظراً للظروف لم تتمكن الباحثة من الحصول على الأرقام الصحيحة في ذلك.
- صعوبة الوصول إلى العملاء للحصول على المعلومات اللازمة منهم إلا من خلال البنوك، وفي الغالب كانت البنوك ترفض مثل هذا الأمر، على الرغم من وجود تصريح من الجامعة بذلك.

8.1 مفاهيم الدراسة

الجودة: تلبية حاجات المستفيد من المنتج الذي تعده المؤسسة، أي مناسبته للهدف المحدد له، ويشمل ذلك ضمناً جودة تصميم نظام ضبط الجودة، الذي يأخذ بعين الاعتبار تطوير ما يتناسب مع الحاجات مثل: الأفكار، والمواصفات، والأساليب، والمواد، والإجراءات، والأشخاص، والتدريب، والنوعية، وغيرها (بوزيان، 2015).

المعيار في الجودة: عبارة عن وثيقة تصدر نتيجة إجماع يحدد المتطلبات التي يجب ان يفي بها منتج ما أو عملية أو خدمة وتصادق عليها جهة معترف بها، فعلى مستوى الشركة يكون الهدف الأساسي من توحيد المعايير هو زيادة ربحية الشركة، أما على المستوى الدولي فيكون الهدف الأساسي هو ترويج التجارة بين البلدان وإزالة العوائق الفنية التي تقف في وجه التجارة وحماية الصحة والسلامة والبيئة في الوقت الذي يحدد فيه معيار المنتج والمتطلبات التي يجب توفرها ليكون المنتج صالحاً للاستخدام (طلحة، 2017).

جودة الخدمة: يقصد بها تحقيق الاعتمادية وسرعة الاستجابة، والقدرة أو الكفاءة، وسهولة الحصول على الخدمة، واللباقة، والاتصال والمصادقية والأمان، ومعرفة وفهم العميل، والجوانب المادية الملموسة (جميل، 2015).

بنك فلسطين: مؤسسة مالية تأسست في العام 1960، تسعى للنهوض بمستوى الخدمات المصرفية في فلسطين، وتمويل مختلف المشاريع، وتلبية الاحتياجات المالية والمصرفية للشرائح الاجتماعية والاقتصادية المختلفة، ويعد بنك فلسطين من أكبر البنوك الوطنية، والأكثر انتشاراً من حيث عدد الفروع والمكاتب وأجهزة الصرافات الآلي (موقع بنك فلسطين على الإنترنت، 2016).

البنك الإسلامي الفلسطيني: تأسست شركة البنك الإسلامي الفلسطيني المساهمة العامة المحدودة عام 1995 وبأشر البنك نشاطه المصرفي في مطلع عام 1997، ويبلغ رأسماله المصرح به 100 مليون سهم بقيمة إسمية دولار أمريكي واحد للسهم، وتم خلال عام 2017 زيادة رأسماله المدفوع

ليصبح 69 مليون دولار أمريكي. وتم رفعه مرة أخرى في العام 2018 ليصبح 74 مليون دولار أمريكي (موقع البنك الإسلامي الفلسطيني على الإنترنت، 2015).

الخدمات المصرفية: عبارة عن تصرفات، أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر، وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة، ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً، أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس (حسن، 2019، ص184).

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

1.2 المقدمة

أدت التحولات العالمية إلى تطورات كبيرة ومتسارعة، إلى ظهور العولمة، وما نتج عنها من إلغاء القيود الاقتصادية والتجارية، وبذلك فقد ألزمت البنوك والمصارف بإعادة النظر في استراتيجيتها، وتبني سياسات حديثة تساعد على التكيف مع التحولات العالمية الحديثة، ويتم ذلك من خلال تقديم منتجات جديدة ترضي المتعاملين معها. وبخاصة أن نوعية المنتج الذي تقدمه المصارف والمتمثل في الخدمة يتميز بحساسيته الشديدة لأسلوب تقديمه نظراً لطبيعته الغير الملموسة (عطاوي وآخرين، 2013).

لذا بات من الضروري الاهتمام بتقديم جودة الخدمات المصرفية، ومعرفة كافة النواحي الأساسية للخدمات التي يبحث عنها العملاء، ويفضلون تواجدها في المصارف، حتى تتمكن هذه المصارف من توفيرها وتقديمها لهم، لضمان جودتها، ولمساعدتها في الاستحواذ على اهتمام العملاء، وجذبهم للتعامل معها، من خلال إدراك آثار جودة الخدمات المصرفية، وربطها بالعوامل الشخصية والوظيفية لدى العملاء، والعمل على تنميتها، وتطويرها، والارتقاء بمستواها، للوصول إلى التميز في الأداء (درويش والدميري، 2010).

بناءً على ما سبق نبحث في هذا الفصل موضوع جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنوك فلسطين من ناحية نظرية، من خلال التعرف إلى مفهوم جودة الخدمات المصرفية وأهدافها وأهميتها

وقياسها، ومعاييرها وأبعادها، ومتطلبات تطبيق نظام الجودة الشاملة في القطاع المصرفي، والواقع العملي للقطاع المصرفي في فلسطين (بالتحديد بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني نموذجاً في الدراسة).

2.2 الجودة

الجودة مفهوم واسع يفتقد الاتفاق العام حول تعريفه، لأنه يختلف إدراك ما يعنيه من سياق إلى سياق، ومن شخص إلى آخر، فلا يوجد تعريف واحد صحيح، حيث يستخدم المصطلح استخدامات متنوعة من خلال الاهتمامات المختلفة والمطالب المتنوعة، ونظراً لوجود مدى واسع من التعريفات قد تؤدي إلى إحداث الخلط والتشويش، لذلك اجتهد العديد من الباحثين في تصنيف تعريفات الجودة في عدة مداخل بغير يعبر كل مدخل منها عن توجه مفاهيمي محدد يتضمن عناصر محددة للجودة (سرحان، 2014).

ويتوقف التعريف المناسب للجودة على نوع العمل الذي نقوم به، وهذا يتوقف على تفهمنا للجودة؛ فالجودة ليست مطابقة المواصفات فحسب، فقد تكون المواصفات ناقصة؛ مما يساء فهمه من قبل العميل أو المنتج، والجودة ليست مجرد تحديد أفضلية السلعة أو الخدمة؛ فالسلعة والخدمة الأفضل قد تكون تكلفتها باهظة، والعكس صحيح (راضي والعربي، 2016).

وأكد لحبيب (2019) أن مفهوم الجودة متعدد الجوانب يصعب حصره في دائرة ضيقة، لاشتماله على أبعاد مختلفة تتضمن مفاهيم تقنية وإدارية وسلوكية واجتماعية وثقافية، ويعزى هذا التعدد والاختلاف، إلى حد ما، إلى تباين الآراء حول مفهوم الجودة ومن ثم اختلاف زوايا نظر أصحاب التعاريف، وذلك تبعاً للخلفية الفكرية والمرجعية الثقافية والفلسفة التي يعتنقها كل منهم، ورؤيته للكيفية التي يمكن من خلالها جعل المنتج يحظى برضا الزبون. كما تختلف معاني الجودة باختلاف قطاع النشاط (صناعة، تجارة، تعليم...)، ونوع المنتج أو الخدمة، والسياق الاجتماعي والتاريخي.

وبالرغم من التشابه في بعض المداخل، والتباين بين الباحثين في مفهوم الجودة الشاملة إلا أنه يمكن القول بأنها جميعها تشمل الكفاءة والفعالية معاً، وذلك لأنه إذا كانت الكفاءة تعني الاستخدام الأمثل للإمكانات المتاحة من أجل الحصول على نواتج ومخرجات معينة أو الحصول على مقدار محدد من المخرجات باستخدام أدنى مقدار من المدخلات (أقل تكلفة ممكنة) فهذا يمثل أحد الأسس التي تركز عليها الجودة الشاملة وهو تحقيق المواصفات المطلوبة بأفضل الطرق وبأقل جهد وتكلفة. وإذا كانت الفعالية في أبسط معانيها تعني: تحقيق الأهداف أو المخرجات المنشودة فإن هذا أيضاً يمثل أساساً مهماً للجودة الشاملة، حيث يعتبر التحسين المستمر في مراحل العمل المختلفة وفي أهداف المؤسسة من أهم أسس الجودة (الهوش، 2018).

وبناء على التعريفات السابقة، تستنتج الباحثة التعريف التالي لمصطلح الجودة، بأنها "أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر، وتكون على أسس غير ملموسة، ولا تنتج عنها أية ملكية، وإن إنتاجها وتقديمها قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي ملموس أو لا يكون".

3.2 إدارة الجودة الشاملة

يعد مفهوم إدارة الجودة الشاملة مفهوماً متكاملًا من خلال اعتبارها فلسفة إدارية عصرية تركز على عدد من المفاهيم الإدارية الحديثة الموجهة التي يستند إليها في المزج بين الوسائل الإدارية الرئيسية والجهود الابتكارية، وبين المهارات الفنية المتخصصة من أجل الارتقاء بمستوى الأداء والتحسين والتطوير المستمر، وقد بدأ تطبيقه في العديد من المنظمات لتحسين وتطوير نوعية إنتاجها ما بين سلع وخدمات وأفكار والمساعدة في مواجهة التحديات الصعبة، وكسب رضا الجمهور (راضي والعربي، 2016).

وعليه يعبر مفهوم إدارة الجودة الشاملة عن فلسفة إدارية تسعى لتحقيق أقصى استفادة من الموارد والمصادر المتضمنة لمؤسسة ما لتحقيق الأهداف المرجوة وتركز على إشباع احتياجات العملاء من خلال عمل واجراء تحسينات مستمرة في نظم وعمليات تلك المؤسسة، ومن ثم فإن معتقداتها تركز

على تدعيم وتقوية دور العاملين بالمؤسسة وتدعيم فرق العمل والتحسين المستمر للأداء والتركيز على العمليات ومعرفة احتياجات ومتطلبات العملاء وارضائهم. هذا فضلاً عن كونها تطوير شامل مستمر في الأداء يشمل كافة مجالات العمل ويشكل مسؤولية التشغيل أو الأداء منذ التعامل مع الموارد ومروراً بعمليات التشغيل وحتى التعامل مع العميل ويتوجه مدخل إدارة الجودة الشاملة من خلال جهود فرق العمل للوفاء بأهداف عريضة مثل تحسين الجودة وخفض التكلفة والنمو، ولا يقتصر هذا المفهوم فقط على المنظمات الصناعية بل أيضاً المنظمات الخدمية مثل منظمات التعليم العام والجامعي (سرحان، 2014).

وما يهمننا في هذا الإطار هو التعرف على دور إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي من خلال بحث أهمية تطبيقها في البنوك، ودوافعها، ومتطلبات التطبيق، كما يلي:

1.3.2 أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي

إن تطبيق إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي مهم بشكل أساسي في زيادة وعي العميل بالخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف إليه، وكذلك زيادة اهتمامه في رغباته وجعله يعي أهمية الجهد والتكلفة التي يقوم بها المصرف من أجله مما يعزز الانتماء لديه تجاه المصرف ويستمر في التعامل معه (بني حمدان والزبون، 2017).

ويعتبر العامل الأساسي لتقييم أداء المصارف هو جودة خدماتها (الجودة: إرضاء الزبون أو العميل) والاتجاه العالمي حالياً هو استطلاع توقع العميل من ناحية الجودة لتحقيق رضائه، ويصاحب ذلك الاتجاه التأكد من حتمية التحسين المستمر للجودة للحفاظ على الأداء المتميز في مواجهة المنافسين (حمة ومحمود، 2015). وإن تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات خدماتية أسفرت النتائج عن أن الفوائد المترتبة على تطبيقها مرتبة حسب أهميتها تتمثل في (عثمان، 2015):

1. تقليل من البيروقراطية.

2. تخفيض المشاكل والأخطاء، زيادة الكفاءة.

3. الوفاء باحتياجات المتعاملين، كسب رضى الزبائن.

4. تخفيض النفقات المالية.

5. القيام بعملية مراجعة وتقييم للأداء بشكل مستمر.

6. اشتراك جميع العاملين في التطوير.

7. زيادة الحصة السوقية.

وبشكل عام تتمثل أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة داخل المصرف في الآتي (طایل، 2013):

- إيجاد الدافع الذاتي داخل المصرف عن طريق حث العاملين على التجديد والارتقاء بمستويات الجودة.
- المساهمة في زيادة قدرة المصرف على تطوير الأفكار الخلاقة التي تأخذ أشكالاً متعددة ومتنوعة من الخدمات المصرفية والمجالات والأنشطة التي يمكن للمصرف الاعتماد عليها في صنع أسواق المستقبل وتطوير أسواق الحاضر (العملاء المرتقبين والعملاء الحاليين).
- تنمية القدرة وإمكانية الاستفادة من المبادرة الذاتية الفردية والجماعية، من أجل زيادة قدرة المصرف على اكتشاف الفرص الاقتصادية والاستفادة منها في تحقيق ورفع معدلات الربحية، وتحقيق الأهداف التنموية على المستوى الوطني.
- تحسين نظام الإثارة والمكافأة المرتبط بحوافز وترقيات وإعداد الكوادر البشرية داخل المصرف.
- إعطاء مرونة للكيان التنظيمي داخل المصرف من حيث استجابته للتطور من جهة، وتطلعات وطموحات المصرف من جهة أخرى.

2.4.2 دوافع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي

إن تبني استراتيجية فعالة للجودة يعتبر أحد العوامل الأساسية لتحسين الأداء الكلي في المؤسسات الخدمية ومنها المصارف والمشكلة في المصارف، حساسيتها الشديدة، سواء من العلاقة المباشرة بين العميل والمصرف أو من ناحية النتائج الضخمة المترتبة عن حصول الخطأ سواء للمصرف أو للعميل. وفي النهاية ينعكس سلباً أو إيجاباً على وضع المصرف وسمعته. ومن ناحية أخرى هناك المنافسة الشديدة بين المصارف المختلفة لتقديم الخدمات الأفضل، والسعي الدائم لتطوير وتحسين الخدمات المقدمة. كل ما ذكر يجعل تطبيق الجودة في المصارف هو أمر ضروري لأن أنظمة وأساليب الجودة بالإجمال تساعد في تحقيق أفضل خدمة ترضي العملاء، وتلبي التغير الدائم لمتطلبات العملاء مع ضبط العمليات الداخلية لتجنب المشاكل والأخطار، وهذا هو ما تسعى إليه المصارف (عثمان، 2015).

وتوجد عدة دوافع لتزايد اهتمام المصارف بتطبيق إدارة الجودة الشاملة منها الآتي (حميدي، 2014):

- نمو مجال الخدمات: تزايد أعداد المنظمات التجارية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت مضى، فعلى سبيل المثال نصف منظمات الأعمال التجارية الأمريكية يتعلق نشاطها بالخدمات، إضافة إلى أن نمو المنظمات ذات الصلة بالخدمات مازال مستمرا بالتوسع.
- ازدياد حدة المنافسة: شهد القرن العشرين تطورات واضطرابات معتبرة في المجال الاقتصادي والاجتماعي، وتتجلى أبرز صور هذا التغير في العولمة التي أسست لمحيط يتميز بمنافسة شرسة، ولهذا أصبح مصير أي مصرف مرهون بقدرته على المنافسة، من المعلوم أن توفر الجودة في الخدمات المقدمة إلى عملائه يعتبر عاملاً أساسياً في تطوير قدرته التنافسية.
- الفهم الأكبر للعملاء: ازداد مدى وعي العملاء في ظل انتشار المعرفة والانفجار الرقمي ومعرفتهم بمستوى الخدمات المقدمة إليهم وأصبحوا قادرين على التمييز بين الخدمة ذات الجودة العالية وتلك الرديئة التي لا تشبع حاجاته، وفي هذا الصدد تعتبر الجودة أهم السبل التي تسمح للبنك بالتعرف الجيد على العميل وتفهم حاجاته والطريقة المثلى لتحقيق هذه الحاجات.

- تزايد مطالبة العملاء بتحسين الخدمات المصرفية: نظرا لتوفر عدد كبير من المصارف والمنظمات المالية، أصبح العملاء يدركون بأنهم في سوق تسعى وراء المشتريين، لذلك أصبحوا يطالبون المصارف الذين اختاروا التعامل معها بتحسين مستوى الخدمة المقدمة إليهم، حيث أن العملاء مستعدون في كثير من الأحيان لدفع تكاليف تحسين مستوى جودة الخدمات المقدمة له وعلى سبيل المثال كان العميل على استعداد للوقوف في طوابير لساعات وربما لأيام، في حين الآن يتوقعون أن يتم تقديم الخدمة لهم في غضون دقائق معدودة ليس إلا.

3.4.2 متطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي

يعد العميل أحد أهم عناصر البيئة التنافسية المؤثرة على استراتيجية المصرف وسلوكها التسييري لذا أصبح محل اهتمام متزايد من طرف المصارف، حيث إن الاحتفاظ بالموقف التنافسي وتطوير الميزة التنافسية مرهون بقدرة المصرف على تقديم سلع وخدمات ذات جودة تلائم أذواق العملاء وتلبي احتياجاتهم الحالية والمستقبلية. فمن حيث تركيزها على تلبية احتياجات العميل (بخوش، 2013).

لا يمكن تطبيق إدارة الجودة الشاملة عمليا دون متطلبات أساسية لتطبيقها والتي تشير إلى الحقائق أو البنية الفكرية والفلسفية التي يجب الإعتماد عليها عند الشروع بتطبيق إدارة الجودة الشاملة، فوجودها يعني القدرة على تطبيقها وتتمثل المتطلبات الأساسية في الآتي (الوادي وآخرين، 2010).

أولاً: دعم الإدارة العليا

تعد القرارات المتعلقة بتطبيق الجودة من القرارات الإستراتيجية وهو طويل الأجل، والتي تتخذ في مستوى الإدارة العليا، حيث يفترض في القرار الإستراتيجي المتخذ تحديد كيفية الوصول إلى إدارة الجودة الشاملة وتحقيق الوقت الذي يمكن من ذلك، ولذلك جاءت الحاجة لدعم الإدارة العليا كي يتحقق النجاح، فهي الأقدر على الإقناع بضرورة تطبيقه، كما تملك تقديم الدعم المادي والمعنوي، بسبب سلطتها على المستويات الإدارية الأخرى، إضافة لتخصيص الإمكانيات المادية والمعنوية اللازمة لتطبيق منهجية الجودة الشاملة، وقيام الإدارة العليا بتهيئة العاملين على مختلف

مستوياتهم وإعدادهم لتطبيق إدارة الجودة الشاملة يسهم في تنشيط أداءهم ويقلل مقاومتهم للتغيير، إضافة لقدرتها على زرع الثقافة الهادفة لدعم الجودة الشاملة في كل المستويات الإدارية.

ثانياً: تنميط العمليات

يتم تنميط العمليات بعد تصميمها، بحيث يؤدي إلى توحيد الطرق والإجراءات التي من خلالها ستقدم الخدمة في كافة مجالات العمل داخل المصرف، والهدف منه أن يكون نمط العمل واحد مهما تغير العاملون، ويسهم هذا التوحيد في إسراع العمل، وتقليل التكلفة، وزيادة مهارة أداء العامل، ورفع مستوى الجودة، وتلبية حاجات العملاء بأعلى كفاءة في كافة فروع المصرف.

ثالثاً: المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية

يشير مصطلح المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية إلى التصرفات السلوكية التي تتصل بالمجتمع، بحيث تؤثر في التضخم أو البطالة أو التلوث، ومن المتوقع عند تطبيق الجودة الشاملة مراعاة هذه المسؤولية، بحيث يساعد المصرف في حل المشكلات و لا يكون سبباً في حدوثها.

رابعاً: تبني أسلوب تفتيت المشكلة

عادة ما تواجه المصرف مشكلات، تستوجب إتخاذ القرار بحلها، وحتى يتم إتخاذ القرار لا بد من التعرف إلى مسببات حدوث المشكلة، وبالتالي التوصل إلى تجزئة المشكلة العامة إلى مشكلات صغيرة يسهل إيجاد الحل لها وبالتالي حل المشكلة العامة، وحتى يتمكن المصرف من تحقيق ذلك، فإنه يكون فرق عمل يقوم كل فريق بدراسة أحد مسببات المشكلة العامة، وتبادل الخبرات وإستثمارها من خلال العصف الذهني والتعاون بين هذه الفرق للتوصل إلى الحل للمشكلة العامة.

ويمكن تلخيص أهم مزايا تطبيق إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي بما يلي (مباركية ومسعود، 2016):

- الإهتمام بالعميل الداخلي والخارجي من خلال تبني نمط إداري فعال مع العملاء.

- إن تطبيق هذا المفهوم يساعد على مشاركة العاملين وتمكينهم في المصرف من خلال التوصل إلى قرارات أكثر جودة.
- تحفيز العاملين بسبب وجود إتجاهات إيجابية لديهم نحو العمل في المصرف.
- زيادة إنتاجية المصرف نتيجة تحسن أداء العاملين، ومن ثم أداء المصرف ككل.
- تفعيل عملية الإتصالات والعلاقات على مستوى المصرف وأقسامه المختلفة.

4.2 جودة الخدمة

إن مفهوم جودة الخدمة يستخدم ليشير إلى أشياء عدة حيث نجد بعض المديرين يستخدم المفهوم ليعني كيف يتم التعامل مع الزبون، في حين ينظر إليها البعض الآخر كحصيلة كلية وليس كجزء يتعلق بنقاط الاتصال بالزبون، وعلى أساس مقارنة بين المنتج والخدمة يمكن أن تطرح جودة الخدمة كأبعاد وسمات تميزها عن أبعد وسمات جودة المنتج (مسلم، 2015).

ويوضح (الحدابي وقشوة، 2009) أنه توجد صعوبة في تعريف جودة الخدمة، وتستمد تلك الصعوبة من الخصائص العامة المميزة للخدمات قياساً إلى السلع المادية، إذ عرفت أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة.

وكان عتيق (2016) قدر عرف جودة الخدمة بأنها "تلك الجودة التي تشتمل على البعد الاجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية، حيث يتكون الجانب الاجرائي من النظم والإجراءات المحددة لتقديم الخدمة أما الجانب الشخصي للخدمة فهو كيف يتفاعل العاملون بمواقفهم وسلوكياتهم وممارساتهم اللفظية (مع العملاء)".

كما يمكن تعريف جودة الخدمة من خلال ثلاثة أبعاد هي "البعد التقني والذي يتمثل في تطبيق العلم والتكنولوجيا لمشكلة معينة، والبعد الوظيفي أي الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية إلى العميل والتفاعل النفسي والاجتماعي بين مقدم الخدمة والعميل الذي يستخدم الخدمة، والبعد المادي الذي يمثل الإمكانيات المادية وهي المكان الذي تؤدي فيه الخدمة" (أبو ميزر، 2019).

ومن خلال ما سبق تستنتج الباحثة التعريف التالي لجودة الخدمة بأنها: عملية تفاعلية بين شخصين، العميل ومقدم الخدمة، بحيث يرى العميل جودة الخدمة من خلال مقارنته بين ما يتوقعه والأداء الحقيقي للخدمة".

5.2 جودة الخدمات المصرفية

تسعى المنظمات الحديثة إلى تحقيق جودة خدماتها وعملياتها وتضعها كهدف أساسي في ظل عالم سريع التغير يسوده التنافس الشديد في تقديم الخدمات والسلع بصورة أفضل، وفي ظل المنافسة العالمية الشديدة للمنظمات على اختلاف أنواعها لكسب حصة أكبر من الأسواق ، أصبح الزبون (المستفيد) هو سيد الموقف والذي يسعى الجميع لإرضائه وتحقيق متطلباته هو سيد الموقف والذي يسعى الجميع لإرضائه وتحقيق متطلباته، طمعاً في زيادة الحصة السوقية لهذه المنظمات ضماناً لبقائها واستمراريتها (عتيق، 2016).

شهد القطاع المصرفي في الآونة الأخيرة اهتماماً كبيراً وعلى جميع المستويات، من أجل تطبيق معايير وإجراءات نظم الجودة، للوصول إلى التغيير والتحسين المستمر، لمواكبة التقدم بحاجات المجتمع في المجال الاقتصادي والاجتماعي والمالي، بحيث يعتبر القطاع المصرفي عصب الحياة في أي مجتمع، الأمر الذي يستلزم تطبيق نظم الجودة المصرفية باعتبارها وسيلة مهمة في كسب ثقة المستفيدين من الخدمات المصرفية وهي أحد أسس الإدارة الحديثة التي تساهم في الارتقاء بالعمل في ظل التحديات والمستجدات المتلاحقة.

وبناء عليه يتوجب علينا بحث مفهوم جودة الخدمات المصرفية، وخصائصها، وأهدافها، وأهميتها، وطرق قياسها، وأبعاد معاييرها، كما يلي:

1.5.2 مفهوم جودة الخدمات المصرفية

تعرف الخدمة المصرفية دراسة (حموي وإسماعيل، 2011) على أنها "مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة المقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها العملاء من خلال ملامحها وقيمها النفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته فإنها تشكل من منظور المصرف مصدرا للربح من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين". كما وتعرف بأنها "مجموعة من الخصائص الظاهرة والضمنية والخارجية التي يجب أن تتوافق مع احتياجات العملاء" (النويران والمطيري، 2017).

ويعد موضوع جودة الخدمة المصرفية من الموضوعات التي تصدرت اهتمامات الباحثين، وقد تولد عن ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع، فمن الدراسات ما انصب اهتمامه بالدرجة الأولى على وضع تعريف لجودة الخدمة وإيضاح مفهومها.

وينظر الباحثون إلى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر داخلية وأخرى خارجية، وللتين إذا ما استخدمتا معاً بالشكل الصحيح فإنهما ستمكنان المنظمة من تحديد الفرص التنافسية وتعيينها، وتقوم وجهة النظر الداخلية على أساس الالتزام بالمواصفات التي تكون الخدمة قد صممت على أساسها، أما وجهة النظر الخارجية فتركز على جودة الخدمة المدركة من قبل العميل، وتعتبر وجهة النظر الداخلية عن موقف الإدارة، فيما تعبر وجهة النظر الخارجية عن موقف العملاء واتجاهاتهم إزاء ما يقدم لهم من خدمات (درويش والدميري، 2010).

إذن جودة الخدمة المصرفية تعتبر مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء، فمفهوم جودة الخدمة المصرفية يكمن في مدى تطابق توقعات العملاء

لأبعاد جودة الخدمة ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الخدمة المقدمة لهم (جميل، 2015).

ونجد بأن دراسة عبود (2014) قد عرفت جودة الخدمة المصرفية بأنها "مقياس للدرجة التي يرتقي إليها مستوى الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء مقابل توقعاتهم".

أما دراسة السبئي (2017) فقد عرفت جودة الخدمة المصرفية بأنها "مقياس لمستوى نوعية الخدمة المقدمة للعملاء وطريقة أدائها ومدى تلبيتها لاحتياجاتهم ورغباتهم وآمالهم، وهذا ما يستوجب على مقدمة الخدمة المصرفية القيام باستطلاع آراء عملاءه بصورة مستمرة لتلبية رغبتهم وتحسين أداء الخدمة المقدمة لهم".

أما دراسة عودة (2016) فأكدت على أن جودة الخدمات المصرفية يشير الى الاستمرار في تقديم خدمات مصرفية جديدة سواء كان ذلك بإجراء تحسينات أو تعديلات على خصائص ومنافع الخدمة الحالية، أو إضافة خصائص وفوائد جديدة لها، أو إضافة خدمة مصرفية جديدة".

وبناء على ما سبق تعرف الباحثة جودة الخدمات المصرفية على أنها تطوير الخدمة المصرفية وتحسين الأداء في العمل، من خلال استراتيجية متطورة في المصرف أو البنك توجه نحو كافة العملاء بحيث تقابل احتياجاته ومتطلباته، عن طريق تحسين مستوى الخدمات المصرفية المقدمة له، بما يتوافق مع توقعاته".

2.5.2 خصائص جودة الخدمات المصرفية

يشير راشد (2012) أن الخدمات المصرفية تتسم بمجموعة من الخصائص:

- الافتقار إلى هوية خاصة، فالخدمات التي تقدمها المصارف تكاد تكون متشابهة أو متطابقة ويصعب التمييز بينها، والزبون سيعتمد في اختياره للمصرف الذي سيتعامل معه على القرب الجغرافي، أو على الراحة أو الملاءمة التي يقدمها ذلك المصرف، وعليه فإن المصرف

سيسعى إلى إرساء هوية متميزة عن طريق الاهتمام بموقعه، سمعته، كفاءة موظفيه، زيادة الجهود الإعلانية، وأحياناً ابتكار منتجات جديدة لمواجهة حدة المنافسة، وجذب المزيد من الزبائن.

- الانتشار الجغرافي، باعتبار أن الخدمات المصرفية تحتاج إلى احتكاك بين مقدمها والمستفيد منها، ما يتطلب امتلاك المصرف لشبكة متكاملة من الفروع تقوم بتقديم خدماتها المصرفية إلى أكبر عدد ممكن من العملاء في مناطقهم.
- تعدد الخدمات المصرفية وتنوعها من خلال مجموعة واسعة من الخدمات؛ حتى تستطيع تلبية الاحتياجات المتنوعة والمتراطة للزبائن.
- التوازن بين النمو والمخاطر، باعتبار أن المصرف يمارس نشاطه على أساس من الثقة المتبادلة مع الزبون، وتظهر هذه الخاصية بشكل جلي في المصارف الإسلامية التي تكون أكثر عرضة من غيرها للمخاطر، خاصة في الصيغ التي تعتمد على مبدأ المشاركة في الربح والخسارة كالمضاربة والمشاركة.
- الارتباط بالسياسات الاقتصادية والنقدية للدولة، من خلال القرارات التي يصدرها البنك المركزي عادة، أو سلطة النقد في الحالة الفلسطينية، كتحديد أسعار الصرف والفائدة،
- ونسبتي السيولة والاحتياطي، وتتأثر المصارف الإسلامية بهذه القرارات أكثر من غيرها، نظراً لخصوصية عملها، وعدم موافقة الكثير من القرارات والإجراءات لها.

3.5.2 أهداف جودة الخدمات المصرفية

يوجد للجودة المصرفية عدد من الأهداف، تتمثل فيما يلي (جبيلي، 2009):

- 1- يستطيع المصرف من خلال جودة خدماته تحقيق متطلبات العملاء وبشكل دائم.

2- تحقيق الجودة المطلوبة والمحافظة على مكانة المصرف في السوق، وتحقيق من خلال الثقة التي يمنحها المصرف لإدارته.

وبشكل عام تتطلع المصارف من تحسين جودة خدماتها المصرفية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تتماشى مع الخطط طويلة الأجل، والمتمثلة في (أبو حمرة، 2011):

- **الاستمرار والبقاء:** يعد البقاء في السوق هدفاً استراتيجياً للمصرف حتى وإن تحمل بعض الخسائر في المدى القصير، وهذا يفرض على المصرف أن يجعل السعر مرناً ومتكيفاً مع أوضاع المصرف التنافسية سواء بالزيادة أو النقصان حتى لو اقتضت الحاجة طرح الخدمة بسعر التكلفة، أو أقل من سعر التكلفة مقابل البقاء في السوق وعدم الخروج منه، وعادة ما يتم تطبيق ذلك في حالات الكساد الاقتصادي.
- **تعظيم الأرباح الحالية:** يسعى كل مصرف إلى تعظيم الأرباح وهو من الأهداف الأساسية للمصرف وعادة ما يقوم المصرف بتقدير حجم الطلب على الخدمة عند مستويات مختلفة من الأسعار.
- **تعظيم الحصة السوقية للمصرف:** من الأهداف التي يسعى المصرف لتحقيقها هو تعظيم الحصة السوقية، حيث تؤمن إدارة المصرف بأن تعظيم الحصة السوقية يضمن أرباحاً كبيرة في المدى الطويل، حيث يقوم المصرف بتقديم خدماته بأسعار منخفضة للحصول على أكبر حصة سوقية ممكنة، ونجاح هذا الهدف يتوقف على مدى حساسية السعر بالنسبة للعملاء.
- **تحقيق مستوى عالٍ من الجودة:** كذلك فإن المصارف تسعى أحياناً لتحقيق مستوى عالٍ من الجودة في الخدمات التي تقدمها مقارنة بخدمات المصارف الأخرى.
- **المحافظة على الوضع الراهن:** في بعض الأحيان ترى إدارة المصرف أن الوضع الراهن لسوق الخدمة هو وضع مثالي بالنسبة لها، ويكون هدفها في هذه المرحلة هو المحافظة على الوضع الراهن.

وأشارت دراسة السحاتي (2019) إلى مجموعة من الأهداف التي تحققها جودة الخدمات المصرفية للبنك، أهمها كما يلي:

- تحقق جودة الخدمة المصرفية رضا العملاء.
- تحقق جودة الخدمة المصرفية الميزة التنافسية.
- تساهم الخدمة المصرفية الجيدة في الحفاظ على العمالة.
- تؤدي الخدمة المصرفية الجيدة إلى جذب العملاء.

4.5.2 أهمية جودة الخدمات المصرفية

بشكل عام تلعب الجودة دوراً مهماً في تصميم منتج الخدمة وتسويقه، حيث إنها ذات أهمية لكل من مقدمي الخدمات والزبائن، ويمكن إبراز أهمية جودة الخدمة فيما يلي (راشد، 2014، ص21):

- الجودة تؤثر في حجم الطلب على الخدمة، وبناءً على ذلك يُصنع الطلب عليها.
- جودة الخدمة تُعد وسيلة تصنع المكانة التنافسية للمؤسسة بالمقارنة مع المؤسسات الأخرى المنافسة لها في السوق.
- جودة الخدمة أحد أهم عناصر تحقيق الربح للمؤسسة، فهي تسعى لتخفيض تكلفة الخدمة.
- تُعد جودة الخدمة مصدراً مهماً من مصادر المحافظة على العملاء الحاليين للمؤسسة بالإضافة إلى جذب عملا جدد.

كما وتكمن أهمية جودة الخدمة في ما يلي من نقاط (أبو ميزر، 2019):

- نمو مجال الخدمة، حيث أن عدد المؤسسات التي تقدم الخدمات قد ازداد في الآونة الأخيرة، ففي الولايات المتحدة مثلاً فإن نصف عدد المؤسسات فيها هي مؤسسات خدماتية تقوم بتقديم الخدمات، وما زال عدد هذه المؤسسات في ازدياد.

- ازدياد المنافسة، حيث أن عدد المؤسسات التي تقدم الخدمات في ازدياد مما دفع بهذه المؤسسات إلى الاهتمام بجودة الخدمة من أجل الحصول على ميزة تنافسية.
- فهم العملاء، فالعملاء قد زاد وعيهم وأصبحوا لا يريدون مجرد خدمة بسعر معقول، بل يرجون أيضاً أن يتم معاملتهم بشكل جيد وأن يكون هناك فهم أكبر لاحتياجاتهم.
- المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة، فالمؤسسات الخدماتية لم تعد تهتم فقط باجتذاب عملاء جدد لزيادة حصتها السوقية بل تسعى أيضاً إلى المحافظة على عملائها الحاليين ولتحقيق ذلك لا بد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.

وأما جودة الخدمات المصرفية فتبدو أهميتها في أنها تمثل معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة المصرفية مع توقعات العملاء لهذه الخدمة، إضافة إلى أنها تعتبر معيار للدرجة التي ترقى إليها الخدمة لتقابل توقعات العملاء وما يأمل العميل أن يتحقق له، فالشعور بالرضى نتيجة مترتبة عن إدراك العميل لجودة الخدمة المقدمة ويتحقق الرضى عندما تكون مستويات الأداء الفعلي تساوي أو تفوق مستويات الأداء المتوقع (السبي، 2017).

ويمكن الإشارة لعدد من الأسباب المتعلقة بأهمية جودة الخدمات المصرفية، ذلك أن جودة الخدمات المقدمة من المصرف تضمن استمرار تعامل العملاء الحاليين مع المصرف واستقطاب عملاء جدد، ومن ثم تحقيق رضاهم، كما تعمل هذه الجودة على تحسين سمعة المصرف مما يقلل من شكاوي العملاء، ويساعد على زيادة الإنتاجية وتحقيق القدرة على التنافس في السوق (عوض، 2014).

كما أن ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية تختلف حسب مستوى ولاء الزبون للبنك أي أنه للانتقال من مستوى إلى آخر بالنسبة لولاء الزبون على البنوك تأخذ بعين الاعتبار الأهمية النسبية لأبعاد الجودة حسب مستوى الولاء وأن تعمل على التركيز على الأبعاد التي تأخذ الصدارة في المستوى الذي ترغب في الارتقاء إليه (حلوز والضمور، 2012).

5.5.2 قياس جودة الخدمات المصرفية

يحدد عودة (2016) خمسة أبعاد لقياس جودة الخدمات المصرفية:

1. الملموسية، وتمثل الجوانب الملموسة والمتعلقة بالخدمة مثل مباني البنوك والتقنيات الحديثة المستخدمة فيه، والتسهيلات الداخلية للأبنية والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة ومظهر الموظفين الخ.
2. الاعتمادية، وتعبر عن قدرة البنك من وجهة نظر العملاء على تقديم الخدمة في الوقت الذي يطلبها العميل وبدقة ترضي طموحه كذلك تعبر عن مدى وفاء البنك بالتزاماته تجاه العميل.
3. الاستجابة، وهي القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات العملاء والاستجابة لشكاويهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة بما يقنع العملاء بأنهم محل تقدير واحترام من قبل البنك الذي يتعاملون معه. إضافة لذلك فإن الاستجابة عن المبادرة في تقديم الخدمة من قبل العاملين بصدق ورحب.
4. الأمان، وهو الاطمئنان من قبل بأن الخدمة المقدمة للعملاء تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك شاملاً الاطمئنان النفسي والمادي.
5. التعاطف والاهتمام هو إبداء روح الصداقة والحرص على العميل وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاته.

وقام (باراسومان، 1998) بعمل مقابلة مع مجموعة من عملاء أربع قطاعات خدمية وهي (بنوك التجزئة، وخدمات التصليح والصيانة، وخدمات بطاقات الائتمان، وخدمات الوساطة المالية) باستخدام النموذج (servqual) والذي هو اختصاراً لـ (service Quality Model) ومن خلاله قاموا باستحداث أداة قياس جودة الخدمة بحيث تكون هذه الأداة مؤشر على جودة الخدمة، وكانت الصيغة الرياضية لها:

جودة الخدمة = الخدمة المتوقعة - الأداء الفعلي

$$SQ=E-P$$

كما وتوصل كل من (كرونين وآخرون ،1992) إلى مقياس جديد يسمى SERVPERF وتم من خلال هذه الدراسة اختبار أربعة نماذج لقياس جودة الخدمة:

- (SERVQUAL) جودة الخدمة = الأداء - التوقعات.
- (weighted SERVQUAL) جودة الخدمة = الأهمية × (الأداء - التوقعات).
- (SERVPERF) جودة الخدمة = الأداء.
- (weighted SERVPERF) جودة الخدمة = الأهمية × الأداء.

وخلصت الدراسة إلى أن مقياس الأداء فقط يمثل أفضل المقاييس، ويتخلص هذا المقياس من الفجوة بين الأداء والتوقعات ويركز فقط على الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمة، وبالتالي يتجاوز الغموض في بناء التوقعات، ويتميز هذا المقياس بالسهولة في التطبيق والقياس، إلى جانب زيادة درجة مصداقيته وواقعيته.

6.5.2 معايير وأبعاد جودة الخدمة المصرفية

تتمثل أبعاد الجودة بمجموعة عوامل تحدد قدرة الشركة في إنتاج منتج متميز عن المنافسين، التي تمكن العميل من شرائها للمنتج أو طلب الخدمة بأسعار أكثر تحت شرط جودة أعلى، وتظهر أبعاد الجودة على صورة حزمة (package) داخل المنتج أو الخدمة أو كليهما، وربما واحدة أو أكثر من هذه التشكيلة هي التي ستضيف التميز لهذا المنتج أو تلك الخدمة (الجبري، 2010).

ويمكن تحديد معايير وأبعاد جودة الخدمات المصرفية من منطلق أساسي هو المقارنة بين المنتج والخدمة، فيمكن أن تُطرح جودة الخدمة على شكل أبعاد وسمات تميزها عن أبعاد، وسمات جودة المنتج، وقد حدد بعض الكتاب عشرة معايير يستخدمها المستهلك في تقييم جودة الخدمة، وتم إجمال هذه المعايير في خمسة أبعاد رئيسة هي (جمال وربايعة، 2017):

- **الاعتمادية:** وتتمثل بالقدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة باعتمادية، ودقة، وثبات؛ أي ثقة يُعتمد عليها، وبأداء صحيح.
 - **الاستجابة:** وتعني قدرة الإدارة على تقديم الخدمة بسرعة، إضافة إلى مساعدة الزبائن باستمرار عند الطلب.
 - **الثقة أو الضمان:** أي معرفة العاملين، والكياسة، والقدرة على كسب الثقة، إضافة إلى الثقة بالنفس.
 - **التعاطف:** وتعني سهولة الاتصال، والاتصالات الجيدة، وتفهم الزبائن والعناية بهم.
 - **الملموسية/ات:** أي التسهيلات المادية، والمعدات، وظهور الأشخاص في الوحدة الواحدة.
- إن كل من السعر والترويج غير مدرج في هذه الأبعاد العشرة، بالإضافة إلى أن حزمة الخدمة غير مدرجة عند تغطية المنتج وهو أحد عناصر المزيج التسويقي. نتيجة لذلك أضافت دراسة حلوز والضمور (2012) أبعاداً أخرى تغطي جميع عناصر المزيج التسويقي، وفقاً لنموذج BSQM والذي يحتوي على 6 أبعاد كما يظهر في الجدول رقم (1):

الجدول رقم (1): أبعاد جودة الخدمة المصرفية حسب نموذج BSQM

الرقم	المعيار	المضامين
1.	الفعالية والتأكد (Effectiveness) (and Assurance)	مدى فاعلية أداء موظفي المصرف ودرجة تأكد العميل من توافر عناصر الأمان في تقديم الخدمة
2.	الوصول إلى الخدمة (Access)	مدى سهولة الوصول إلى الخدمة المصرفية
3.	السعر (Price)	مدى ملائمة أسعار الفوائد والعمولات المصرفية للعميل

4.	الملامح الملموسة (Tangibles)	مدى توافر الملامح الملموسة في الخدمة المصرفية
5.	محفظة خدمات المصرف (Bank Service Portfolio)	مدى تنوع المزيج الخدمي المقدم من المصرف إلى عملائه
6.	الاعتمادية (Reliability)	مدى إمكانية اعتماد العميل على مقدم الخدمة

المصدر: ناصر، 2008، ص59.

وحددت دراسة السبئي (2017) ستة أبعاد لقياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الإسلامية، وهي:

1. الملموسية: ويقصد بها التسهيلات المادية والمعدات والمظهر الخارجي للموظفين.
2. الاعتمادية: وتعني القدرة على إنجاز الخدمة بشكل مستقل ودقيق.
3. الاستجابة: وتعني الرغبة في مساعدة العميل وتطوير الخدمة المقدمة.
4. الأمان: وتعني إعطاء الثقة والأمان للعميل.
5. التعاطف مع الزبائن: وتعني تقدير ظروف الزبائن، إذ يهتم البعد بمستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للعميل.
6. الالتزام الشرعي: يعني بمدى التزام المصرف بالضوابط الشرعية في تمويلاته.

أشار كلٌّ من (الطائي والعلاق، 2009) و(الجراحي، 2008) إلى أن الباحثات (باراسومان) و(ثيثمال) و(بيري) توصلن في العام 1985 م إلى تطوير تسعة أبعاد أساسية للجودة عموماً، هي التي تحدد جودة الخدمة وفقاً لإدراك الزبائن، والتي تم تحديدها علي النحو الآتي: الاعتمادية، مدى توفر الخدمة من حيث الزمان والمكان، الأمان، المصداقية، درجة فهم مورد الخدمة للمستفيد، الاستجابة، الجدارة، الأشياء الملموسة، الاتصالات، وفي العام 1988 قامت الباحثات أنفسهن

بحصر الأبعاد السابقة إلى خمسة أبعاد فقط للحكم علي جوانب الخدمة، وهي: الاعتمادية، والاستجابة، والتوكيد، والتعاطف، والملموسية.

وقدم باراسومان (1991) تصميم نموذج الفجوات، والذي عرف أيضاً بنموذج (PZB) اختصاراً لأسماء الباحثين الثلاثة الذين طوروا النموذج، ووفقاً لهذا النموذج، فإن الأبعاد الرئيسية التي تقاس بها جودة الخدمة المصرفية هي: الاعتمادية سرعة الاستجابة، القدرة أو الكفاءة، سهولة الحصول على الخدمة، اللياقة، الاتصال المصدقية، الأمان، معرفة وفهم العميل، الجوانب المادية الملموسة (المكونات المادية) (الرويس، 2002).

في حين أشار خدومة (2013) إلى عشرة أبعاد للخدمة المصرفية، هي:

- **الفهم والإدراك:** يتمثل في استعداد مقدم الخدمة في الوقت الكافي للزبون للتحدث وإبداء وجهة نظره دون ملل منه، أي معرفة العميل وبذل الجهود لفهم حاجاته.
- **الثقة في الأداء:** هذه الثقة تتأثر من خلال السمعة التي يتمتع بها مقدم الخدمة.
- **المضمون الذاتي للخدمة:** يتمثل في المهارات التي يجب أن يتمتع بها مقدم الخدمة، وذلك فيما يتعلق بطريقة عرض الخدمة وإقناع الزبائن بها.
- **المطابقة:** تعني تحقيق التجانس بين تطلعات الزبائن والخدمة المقدمة، أي تحقيق الخدمة.
- **الأمان:** هو اطمئنان الزبائن بأن الخدمة المقدمة لهم تخلو من الخطر أو الشك. أي الاطمئنان النفسي والمادي.

وبناء على ما سبق تتبنى الدراسة أبعاد (الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الملموسية، الثقة والتوكيد، التعاطف) نظراً لعدة أسباب، أهمها أن هذه الأبعاد هي أكثر أبعاد قادرة على تحديد مستوى واضح لجودة الخدمات المصرفية من خلال المقارنة بين المنتج والخدمة، كما أن هذه الأبعاد تميز جودة الخدمة عن أبعاد، وسمات جودة المنتج، إضافة إلى أن هذه الأبعاد الخمسة هي من الأبعاد المتفق عليها في معظم الدراسات التي تم تناولها سابقاً.

6.2 واقع القطاع المصرفي الفلسطيني – بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني نموذجاً

1.6.2 تطور الجهاز المصرفي الفلسطيني

مع انشاء السلطة الوطنية الفلسطينية حدث هناك انفراج للاقتصاد الفلسطيني من خلال انشاء المؤسسات والهيئات الاقتصادية الفلسطينية التي تهدف إلى فرض السيادة الفلسطينية وتحقيق الاستقرار الاقتصادي، وعلى رأس هذه المؤسسات والهيئات كانت سلطة النقد الفلسطينية لتعمل على القيام بدور البنك المركزي الفلسطيني من تشريع للجهاز المصرفي وتنظيمه ورقابته وتطويره. ومنذ بداية عهد السلطة الوطنية الفلسطينية بدأت المصارف التجارية بالانتشار في الأراضي الفلسطينية وممارسة عملها المصرفي من جمع للودائع ومنح التسهيلات الائتمانية وتقديم التمويل للمشاريع الاقتصادية والاجتماعية، وتقديم الخدمات المصرفية المتنوعة بشكل أسهم في تحقيق معدلات نمو للاقتصاد وخلق لفرص العمل ومع تتابع الانتشار وزيادة وتيرة العمل المصرفي استطاع الاقتصاد الفلسطيني أن يمتلك جهازاً مصرفياً قادراً على تقديم الخدمات المالية والمصرفية وتجميع المدخرات وتحويلها إلى استثمارات بشكل يسهم في زيادة الطلب الكلي في الاقتصاد ويؤثر في الاستقرار الاقتصادي (أبو عيدة، 2017).

ومع تعاقب الأحداث السياسية والاقتصادية، فإن الجهاز المصرفي الفلسطيني يعاني من عدد من العقبات والتحديات والمشاكل التي تقف أمام تقدمه وتطوره، ومن أهم هذه المشاكل غياب العملة الوطنية الأمر الذي يعني استخدام أكثر من عمله، إذ جرى التعامل بثلاث عملات هي: الشيكل الإسرائيلي والدينار الأردني والدولار الأمريكي. كما أن عدم الاستقرار السياسي والاقتصادي الذي يسببه الاحتلال الإسرائيلي يعمل على زيادة خطر الاستثمار وهروب المستثمرين ورؤوس الأموال إلى الخارج، بالإضافة إلى أن منظومة التشريعات القانونية المصرفية الفلسطينية لم تكتمل بعد، لأن سلطة النقد الفلسطينية تطبق القوانين المصرفية على المصارف دون تفرقة بينها وهذا ينعكس سلباً خصوصاً على أداء المصارف الإسلامية (عطيان، 2008).

2.6.2 تجربة بنك فلسطين في القطاع المصرفي الفلسطيني

بنك فلسطين (م.ع.م) مؤسسة مالية رائدة تسعى للنهوض بمستوى الخدمات المالية والمصرفية وتعمل على مواكبة التطور التكنولوجي والاتجاهات الحديثة في المجال المالي والمصرفي وتساهم في عملية البناء والتنمية وفقاً لأفضل السياسات والممارسات العالمية (بنك فلسطين، 2009).

تأسس بنك فلسطين في العام 1960، كمؤسسة مالية تسعى للنهوض بمستوى الخدمات المصرفية في فلسطين، وتمويل مختلف المشاريع، وتلبية الاحتياجات المالية والمصرفية للشرائح الاجتماعية والاقتصادية المختلفة، ويعد بنك فلسطين من أكبر البنوك الوطنية، والأكثر انتشاراً من حيث عدد الفروع والمكاتب وأجهزة الصرافات الآلي، حيث وصل عدد فروعه ومكاتبه (57) فرعاً ومكتباً، وفي عام 2007 أسس البنك شركة الوساطة للأوراق المالية، لتكون الذراع الاستثماري للبنك، كما افتتح عام 2011 شركة (PalPay) لتسهيل عملية الدفع الإلكتروني، ومن ثم تسهيل تقديم الخدمات للعملاء (عودة، 2016).

وفي العام 2005 أدرج بنك فلسطين في سوق فلسطين للأوراق المالية، وفي نهاية عام 2006 أسس بنك فلسطين شركة الوساطة للأوراق المالية التي تعتبر الذراع الاستثماري للبنك. وبلغ رأس مال البنك المصرح به مع نهاية عام 2009 إلى 100 مليون دولار، أما حجم الودائع لدى البنك فقد بلغت 1.016 مليار دولار في نفس العام (أبو حمرة، 2011).

ولدعم جهوده في تقديم الخدمات للعملاء والمساهمين على أفضل وجه، اتخذ بنك فلسطين خطوات هامة في عام 2011 تضمنت إضافة دائرة إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء ودائرة علاقات المستثمرين. وأيضاً أسس البنك دائرة خاصة للفلسطينيين في المهجر، لتقديم الخدمات المصرفية والاستشارات للفلسطينيين الذين يعيشون في الخارج (بنك فلسطين، 2011).

3.6.2 تجربة البنك الإسلامي الفلسطيني في القطاع المصرفي الفلسطيني

بحسب (سلطة النقد الفلسطينية، 2011) فإنه يعمل في السوق المصرفي الفلسطيني مصرفان إسلاميان مرخصان هما: البنك الإسلامي العربي، والبنك الإسلامي الفلسطيني. وهنا سنتناول بالحديث عن البنك الإسلامي الفلسطيني فقط، على اعتبار أنه أحد البنوك التي ستجري عليها دراستنا مع بنك فلسطين.

تأسس البنك الإسلامي الفلسطيني كشركة مساهمة عمومية محدودة تحت رقم 563200922 بتاريخ 1995/12/16، وحصل المصرف على ترخيص سلطة النقد الفلسطينية بتاريخ 1997/5/15، حيث صرحت سلطة النقد الفلسطينية للمصرف بمزاولة جميع الأعمال المصرفية، وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية، ويمارس البنك الإسلامي الفلسطيني أعماله من خلال فرعه الرئيسي في مدينة غزة سابقاً، وحالياً في مدينة رام الله، بالإضافة إلى شبكة فروعه المنتشرة في مختلف المحافظات، وعددها خمسة عشر فرعاً، ومكتب واحد، ويتألف أعضاء مجلس الإدارة الحالي للمصرف من 9 أعضاء، ويبلغ إجمالي عدد عامليه 345 عاملاً (راشد، 2012).

ويوضح البنك الإسلامي الفلسطيني أهدافه، بالآتي (البنك الإسلامي الفلسطيني، 2010):

- تقديم الخدمات المصرفية الإسلامية المتميزة ونشرها.
- تنمية كوادر بشرية متميزة وتطويرها وجذبها.
- المساهمة الفعالة في التنمية الاجتماعية، والاقتصادية المستدامة.
- تعظيم العائد، وتحقيق أرباح مجزية.

7.2 الدراسات السابقة

1.7.2 الدراسات العربية

دراسة (أبو ميزر، 2019) بعنوان "جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل: دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية"

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل من خلال المقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية من وجهة نظر العملاء، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الكمي من خلال أسلوب "دراسة مقارنة"، وقد اعتمد الباحث على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من 390 شخصاً من عملاء البنوك السبعة التي تعمل في مدينة الخليل، استرجع منها 371 استبانة بنسبة استرداد بلغت 95%.

خلصت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البنوك التجارية والإسلامية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

قدمت الدراسة مجموع من التوصيات من أهمها: تحديد البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن بصورة أكثر دقة، قيام سلطة النقد الفلسطينية بإصدار قرارات تلزم البنوك بمراجعة جودة الخدمات المصرفية بشكل دائم، عمل دراسات مقارنة خاصة بجودة الخدمات المصرفية بين البنوك العاملة في فلسطين والبنوك الإقليمية.

دراسة (أحمد، 2019) بعنوان "جودة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة: دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد"

هدف البحث إلى تحديد دور مفهوم جودة الخدمات المصرفية في رضا العملاء في المصارف العراقية الخاصة، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتمثل مجتمع الدراسة من جميع عملاء في المصارف الخاصة في مدينة بغداد، وقد

تم اختيار عينة عشوائية من (120) عميل وزعت عليهم استبانة الدراسة واسترجع منها (103) استبانة صالحة للتحليل، وبعد إجراء التحليلات الإحصائية المناسبة للبيانات توصلت الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباط إيجابية طردية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية بأبعادها (جودة الموجودات الملموسة، وسهولة الحصول على الخدمات المصرفية، والاعتمادية، والتفاعل والتعاطف، والسرية والخصوصية) ورضا العملاء في المصارف الخاصة في مدينة بغداد، كما أن مستوى توفر جودة الخدمات المصرفية جاء كبيراً، فقد جاء أكثر الأبعاد توفراً الجوانب الملموسة منها السرية والخصوصية، يليها سهولة الحصول على الخدمة، والتعاطف كان في المرتبة الأخيرة بعد الاعتمادية. وتوصلت أيضاً أن مستوى رضا العملاء في المصارف الخاصة جاء كبيراً. وأوصت الدراسة بمزيد من الاهتمام بأبعاد جودة الخدمات المصرفية في المصارف الخاصة في مدينة بغداد من قبل الإدارة العليا حول كيفية تحقيقها والوسائل التي تتحقق بها. وإعداد وتنفيذ برامج تدريبية متخصصة في الأنظمة الإدارية الحديثة للعاملين في المصارف والعمل على صقل مهاراتهم بالمعرفة الكاملة بمهام عملهم ليتمكنوا من أداء الأعمال بكفاءة لما له انعكاس إيجابي على رضا العملاء.

دراسة (السبئي، 2017) بعنوان "قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء: دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية"

تهدف هذه الدراسة للتعرف إلى مستوى جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة العربية السعودية، ومعرفة الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة الممثلة لجودة الخدمة المصرفية، وقد اشتملت الدراسة على عينة مقصودة من عملاء مصرفي الراجحي والبلاد الإسلاميين عددها 69 مفردة وخلصت إلى أن مستوى الجودة الكلية للخدمات المصرفية الإسلامية مرتفعة، غير أن أهميتها النسبية تختلف من بعد لآخر فنجدها في أبعاد الأمان والثقة والجوانب المادية الملموسة مرتفعة جداً، وهذا حسن، لكنها بالمقابل لم تعط نفس الاهتمام للجوانب التطبيقية كالاستجابة لرغبات العملاء ومساعدتهم وتطوير الخدمة المقدمة لهم، وكذل كالاهتمام الشخصي بالعميل، وأهم من ذلك كله البعد

الذي تأسست المصارف الإسلامية من أجله وهو الالتزام الشرع فقد حصل على أدنى درجة جودة وهي 0.50.

دراسة (النويران والمطيري، 2017) بعنوان "تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن: دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الإسلامي الأردني من وجهة نظر الزبائن، وذلك حتى تتمكن إدارة البنك من معرفة موقعها التنافسي في السوق، وتوفير قاعدة بيانات عن تقييم زبائن البنك لجودة الخدمات المقدمة لهم ومدى رضاهم عن تلك الخدمات، مما يسمح للبنك من اجراء التعديلات المطلوبة على تلك الخدمات المقدمة للزبائن، ومن ثم كسب رضاهم، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة ومعرفة تقييم الزبائن لتلك الخدمات تم اخذ عينة مكونة من 500 عميل من عملاء البنك الإسلامي الأردني، وذلك بشكل عشوائي حيث جرى تطوير استبانة لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، ومن ثم تم استخدام عدة أساليب إحصائية لتحليل النتائج واختبار الفرضيات، وقد توصلت الدراسة إلى أن تقييم زبائن البنك الإسلامي الأردني للخدمات المصرفية المقدمة لهم كانت إيجابية، وأوصت الدراسة بضرورة قيام البنوك بتأهيل الموظفين لديها وتطوير خبراتهم ومهاراتهم من أجل تقديم أفضل الخدمات للزبائن، بالإضافة لضرورة اجراء مسح دوري لمعرفة آراء زبائن البنك للخدمات المقدمة لهم ليتم تعديلها وتطويرها بناءً على ذلك.

دراسة (جمال وربايعة، 2017) بعنوان "جودة الخدمات المصرفية لدى البنوك التجارية في محافظة جنين من وجهة نظر العملاء"

هدفت الدراسة إلى التعرف إلى جودة الخدمات المصرفية لدى البنوك التجارية في محافظة جنين من

وجهة نظر العملاء من حيث: الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف، وتأثيرها في التزام العميل بالتعامل مع البنك، ومعرفة فيما إذا اختلفت جودة الخدمات باختلاف كل من الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي للعميل.

ولتحقيق ذلك اتبع المنهج الوصفي بتطبيق استبانة تم التحقق من صدقها وثباتها على عينة بلغ حجمها 754 عميلاً، وبعد جمع البيانات وتحليلها أظهرت النتائج أن درجة جودة الخدمات المصرفية كانت كبيرة، وتبين وجود تأثير دال إحصائياً على جودة الخدمات المصرفية في مجال التعاطف في فترة التزام العميل بالتعامل مع البنك، كذلك بينت النتائج وجود فروق دالة إحصائية على جودة الخدمات المصرفية تبعاً لمتغير جنس العميل على الأداة الكلية، والمجالات الفرعية، ووجود فروق بحسب عمر العميل في مجالي الاستجابة، والتعاطف، ووجود فروق بحسب المؤهل العلمي في مجال الاستجابة. وأوصى الباحثان بضرورة محافظة البنوك على جودة خدماتها المصرفية بكل أبعادها، والتركيز على بعد التعاطف كي تحافظ على زبائنهم وتكسب رضاهم.

دراسة (عودة، 2016) بعنوان "القيادة التحويلية وتأثيرها على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين من وجهة نظر الإدارة التنفيذية"

هدف البحث التعرف إلى القيادة التحويلية وتأثيرها على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين من وجهة نظر الإدارة التنفيذية، ولتحقيق هدف البحث قام الباحث بتصميم استبانة تكونت من 98 فقرة وتم توزيعها على العاملين في بنك فلسطين في المستويات الإدارية التنفيذية وعددهم 81، وتوصل البحث إلى عدة نتائج أهمها: أن درجة تطبيق الإدارة التنفيذية في بنك فلسطين لنموذج القيادة التحويلية كانت مرتفعة، كما أن درجة تبني بنك فلسطين لجودة الخدمات المصرفية مرتفعة، كذلك تبين وجود تأثير لأبعاد القيادة التحويلية والدرجة الكلية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية، وكانت أبرز التوصيات تتحدث عن ضرورة تعزيز الاعتماد على أسلوب القيادة التحويلية في بنك فلسطين كأسلوب إداري يقوم على التعاون وتكامل الأدوار، والاهتمام أكثر بأهداف البنك وتحقيقها

وانخراط القادة والعاملين لتحقيق رؤية البنك التي من شأنها النهوض بجميع الأطراف، والتركيز على التعليم المستمر وتقديم التدريب النوعي للعاملين.

دراسة (عبود والشريف، 2014) بعنوان "قياس الرضا عن جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العاملين - دراسة ميدانية على المصارف التجارية بمدينة تاجوراء"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى الفجوة الناتجة بين إدراك العاملين لأبعاد جودة الخدمات المصرفية، وبين مستوى الأداء الفعلي لتلك الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية بمدينة تاجوراء، وأيضاً التعرف إلى درجة رضا العاملين عن الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. حيث تم عرض بعض من الدراسات والأبحاث السابقة في مجال جودة الخدمات المصرفية وذلك لخلق قاعدة وكيزة يمكن الانطلاق منها في هذا البحث وأيضاً معرفة ما تم التوصل إليه في مجال الخدمات المصرفية.

اعتمد الباحثان لغرض جمع وتحليل البيانات على المنهج الميداني، حيث صُممت استمارة استبانة خصيصاً لهذا الغرض والتي وزعت على عينة البحث المتمثلة في 80 استبانة كما تم الاعتماد على برمجية "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية" والمعروفة اختصاراً ببرنامج (spss) في تحليل البيانات الأولية المجمعة وذلك باستخدام بعض الأساليب الإحصائية المناسبة والمتمثلة في بعض أساليب الإحصاء الوصفي والإحصاء الاستنتاجي، حيث خلصت عملية التحليل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- لا توجد اختلافات جوهرية بين أبعاد جودة الخدمات المصرفية وبين مستوى الأداء الفعلي لمعظم تلك الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية بمدينة تاجوراء.
- أن الأفراد العاملين بالمصارف التجارية بمدينة تاجوراء والخاضعين لهذه الدراسة عموماً - راضون عن مستوى الخدمات المصرفية المقدمة من قبل هذه المصارف.

دراسة (عطوي وآخرين، 2013) بعنوان "جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء المصارف: دراسة ميدانية في المصارف الأردنية (منطقة إربد)".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة في المصارف الأردنية التجارية والإسلامية من وجهة نظر العملاء، وقد اعتمدت على المدخل الاتجاوي لقياس جودة خدمات المصارف الأردنية، حيث تمّ الاعتماد على مقياس SERVPERF لقياس الأداء الفعلي للخدمة المقدمة، كما هدفت أيضاً إلى معرفة أثر جودة الخدمة المصرفية على الأداء المصرفي. ولتحقيق أهداف هذه الدراسة، تمّ الاعتماد على طريقتين: الأولى من خلال تطوير استبانة لجمع المعلومات المطلوبة من العملاء، حيث ورّعت 750 استبانة على عملاء المصارف الأردنية في محافظة إربد. والثانية من خلال جمع المعلومات المالية عن هذه المصارف بهدف تحديد النسب المالية المطلوبة.

وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف الأردنية كان جيداً. فقد أوضحت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تقييم عملاء المصارف التجارية والإسلامية لمستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة، حيث كان تقييم عملاء المصارف التجارية أعلى من تقييم عملاء المصارف الإسلامية. كما بينت النتائج اختلاف الأهمية النسبية التي يوليها العملاء للمعايير التي يستخدمونها عند تقييمهم لمستوى جودة الخدمات المقدمة من المصارف الأردنية. وباستخدام نموذج الانحدار المتعدد والمجمّع لجميع المصارف والسنوات، أظهرت النتائج وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمة المصرفية المقدمة على أداء المصارف الأردنية مقاساً بمعدل العائد على الموجودات ومعدل العائد على حقوق الملكية.

دراسة (الضمور، 2012) بعنوان "أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية"

استهدفت هذه الدراسة تحليل وتحديد أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية بغرض مساعدة هذه البنوك في تبني استراتيجيات مناسبة تمكنها من الحفاظ على زبائنها. ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم اختيار عينة ميسرة من مجتمع الدراسة مكونة من 421 زبون ونسبة استرجاع

بلغت 70.17%. وقد توصلت الدراسة إلى أن كافة أبعاد جودة الخدمة المصرفية مجتمعة تؤثر في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، كما يؤثر كل بعد وحده (أي بصورة مستقلة) في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، وقد كان مكون الفعالية والأمان هو الأكثر تأثيراً مقارنة بباقي المكونات (الإبعاد).

كما أظهرت نتائج الدراسة إن العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية ومدى ولاء الزبائن قد اختلفت حسب مجموعة من العوامل الوسيطة من بينها: جنس العميل، ودخله الشهري، واسم البنك الذي يتعامل معه، وسنوات تعامله مع البنك.

وقد أوصت الدراسة بضرورة اهتمام البنوك الأردنية بجودة الخدمة المصرفية واستخدام أبعادها كمدخلات لتعزيز ثقة الزبائن، والعمل على راحتهم وخلق التزام لديهم اتجاه البنك الذي يتعاملون معه، والعمل على قياس دوري لجودة الخدمة المصرفية.

دراسة (حموي وإسماعيل، 2011) بعنوان "قياس جودة الخدمة في القطاع المصرفي السوري: دراسة ميدانية مقارنة بين المصارف الخاصة والعامة"

يهدف البحث إلى تقييم جودة الخدمات التي تقدمها المصارف السورية الخاصة والعامة، والمقارنة بينها، وتحديد أوجه الاختلاف في مستوى الجودة المدركة من وجهة نظر العملاء، وذلك باستخدام مقياس أداء الخدمة SERVPERF لقياس جودة الخدمة المدركة.

تم جمع بيانات البحث باستخدام استبيان، حيث تم توزيع (131) استبانة، وبلغ عدد الاستبيانات المسترجعة والصالحة للتحليل (117)، أي ما نسبته (89%) وهي نسبة جيدة للتحليل.

أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط قوية وتأثير لأبعاد جودة الخدمة الخمسة علي الجودة الكلية، والتي تمثل رضا العملاء عن جودة للخدمة المقدمة في المصارف السورية الخاصة والعامة، ووجود فروق ذات دلالة معنوية بين متوسط استجابات عملاء المصارف العامة والخاصة بالنسبة لكافة أبعاد الجودة، باستثناء بعد التعاطف. كما أظهرت الدراسة إن درجة رضا العملاء عن مستوى جودة الخدمة المقدمة في المصارف الخاصة أكبر منها في المصارف العامة.

أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتحسين مستوى الجودة في المصارف السورية، لاسيما العامة منها، من خلال التركيز بدرجة أكبر علي بعد التعاطف والملموسة لجودة الخدمة، والاهتمام بتدريب الموظفين وتأهيلهم، واعتماد الجودة معيارا أساسيا للعمل.

دراسة (درويش والدميري، 2010) بعنوان "تقويم جودة خدمات المصارف العربية العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر العملاء"

تهدف هذه الدراسة إلى تقويم جودة الخدمات المصرفية التي تقدّمها المصارف العربيّة العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر عملاء هذه المصارف، وإلى قياس الجودة الكلّية لهذه الخدمة، وذلك باستخدام مقياس الأداء "SERVPERF" Service Performance بأبعاده الخمسة، والذي يركّز على قياس الأداء الفعليّ للخدمة المقدمة للعميل، حيث تقوم مشكلة الدراسة على محاولة تقويم جودة الخدمة المصرفيّة للارتقاء بمستوي جودة الخدمة من خلال تلمّس جوانب القصور والضعف فيها والمساعدة في دعمها وتطويرها.

وقد كشفت نتائج التّحليل عن الانطباع الإيجابي عن الجودة الكلّية للخدمة المصرفيّة المقدمة من المصارف العربية العاملة في محافظة القدس وذلك بنسبة 81.3% من العينة.

أما من حيث علاقة الأبعاد الخمسة والمكونة لمقياس جودة الخدمة المصرفية مع الجودة الكلّية للخدمة المصرفيّة، فقد أشارت نتائج التّحليل إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد الخمسة وبين مستوى الجودة الكلية للخدمة المصرفية، كما أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عملاء المصارف نحو أبعاد مقياس SERVPERF المتعلقة بالعناصر الملموسة تبعاً لاختلاف الجنس والراتب، والمتعلّقة بالاعتمادية تبعاً لاختلاف الرّاتب، وكذلك المتعلقة بالأمان تبعاً لاختلاف المستوي التّعليمي والراتب.

2.7.2 الدراسات الأجنبية

Sharma, S. K., & Sharma, M. (2019). Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: an empirical investigation

ركزت الدراسة على أهمية بروز الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بشكل حيوي على مر السنين بسبب زيادة استخدام المستهلكين لتقنيات الهاتف المحمول، وخيارات نمط حياتهم المتنامية وأيضاً العوامل الاقتصادية المختلفة. تقترح هذه الدراسة نموذجاً بحثياً جديداً عن طريق توسيع نموذج النجاح في أنظمة معلومات D&M IS (DeLone & McLean) لفهم الاستخدام الفعلي للمستخدمين للخدمات المصرفية عبر الإنترنت. تم اختبار نموذج البحث والتحقق من صحته باستخدام البيانات التي تم جمعها عن طريق المسح من 227 من السكان العمانيين. استخدمت هذه الدراسة نهجاً تحليلياً على مرحلتين من خلال الجمع بين نمذجة المعادلة الهيكلية وتحليل الشبكة العصبية. تكشف النتائج أن الرضا عن نية الاستخدام والوقوف على استخدامها يمثلان سابقة في الاستخدام الفعلي، كما أن الرضا يتوسط في العلاقة بين جودة الخدمة وجودة المعلومات والثقة بنية استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وينفي بنوعية النظام. لقد قدمنا الآثار النظرية والعملية للنتائج.

Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector

هدفت الدراسة لفحص أبعاد جودة الخدمة، باستخدام نموذج SERVQUAL والذي يمكن استخدامه لقياس رضا العملاء، وتأثير هذه الأبعاد (الملموسة، الاستجابة، التعاطف، الضمان، الموثوقية، الوصول، الجانب المالي، وكفاءات الموظفين) على رضا العملاء في البنوك الأردنية. تم جمع البيانات من 825 عميلاً في القطاع المصرفي الأردني. تم تحليل البيانات الإحصائية إحصائياً من

خلال تحليل عامل الاستكشاف بواسطة برنامج SPSS لتحديد إدراك جودة الخدمة ورضا العملاء . توصلت الدراسة لنتائج أن نموذج SERVQUAL المعدل قد استخرج أربعة فروع فرعية في النموذج الجديد بدلا من ثمانية في النموذج الأولي. يوجد أثر ذو دلالة ويحتوي الجزء الفرعي الأول على أربعة أبعاد -ضمان، موثوقية، وصول وكفاءات الموظفين. يتكون الجزء الثاني من بعدين - الاستجابة والتعاطف. تعد الشركات الفرعية الثالثة والرابعة -الجانب المالي والملموس- من العوامل المنفصلة. توصلت الدراسة الى توصيات منها يجب أن تأخذ الدراسات الإضافية في الاعتبار أبعاد الوصول والجانب المالي وكفاءات الموظفين كأجزاء أساسية من أبعاد جودة الخدمة مع الشركات الفرعية الأخرى، وذلك لتحسين رضا العملاء على نطاق أوسع في القطاع المصرفي.

دراسة Hamid.Adam, Alabasy.Nabil, 2018 بعنوان "تأثير الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا العملاء في القطاع المصرفي السوداني"

هدفت الدراسة إلى قياس تأثير الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا العملاء في البنوك السودانية. وتم تصميم الاستبيانات من قبل الباحثين، وتم جمع البيانات والمعلومات وتحليلها من مستخدمي الانترنت في عملاء البنوك السودانية. وخرجت الدراسة بأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الخدمات الالكترونية التي تقدمها البنوك السودانية حول رضا العملاء. حاولت الدراسة شرح الوسائل المختلفة للخدمات المصرفية الالكترونية التي قد تؤدي إلى رضا العملاء، وأظهرت هذه الدراسة أن الخدمات المصرفية عبر الانترنت لها تأثير إيجابي على رضا العملاء، وأوصت هذه الدراسة بأن تركز إدارة البنك على نشر المعرفة بالخدمات المصرفية الالكترونية للعملاء. أكدت هذه الدراسة على أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية. أوصت إدارة البنك بنشر الوعي التكنولوجي بين العملاء الحاليين والمحتملين، وتطوير البنية التحتية المناسبة للخدمات المصرفية الالكترونية في القطاع المصرفي السوداني.

دراسة 2017 Tharanikaran,et.,al, بعنوان "جودة الخدمة ورضا العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية"

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم درجة جودة الخدمة ورضا العملاء في السياق المصرفي الإلكتروني في مقاطعة باينكالوا. قام الباحثون بتصميم استبيان للحصول على البيانات بحيث وزعت الاستبيانات على 450 متقدماً للخدمات المصرفية الإلكترونية. وتم استرجاع 231 استبياناً، في هذه الدراسة تم استخدام الإحصاء الوصفي بحيث تم إجراء تقييم النقائنية والموثوقية والصرف للتحقق من صحة التركيبات الرئيسية وأجريت عينة واحدة من اختيار t لاختيار الفرضيات. وتشير النتائج إلى أن جودة الخدمة ورضا العملاء كانت بدرجة عالية في الأعمال المصرفية الإلكترونية في مقاطعة باينكالوا.

دراسة 2017 siraj & pillal, بعنوان " Comparative study on performance of Islamic bank and conventional banks in region "

هدفت الدراسة إلى مقارنة الأداء المالي بين البنوك التجارية والإسلامية في دول الخليج العربي، وشملت عينة الدراسة 6 بنوك إسلامية و6 بنوك تقليدية، تعمل في (قطر، الإمارات، البحرين، السعودية، الكويت) للفترة 2005-2016، وتم استخدام أسلوب التحليل الأحادي ANOVA، وتوصلت الدراسة إلى أن المصارف الإسلامية كان أدائها أفضل خلال فترة الدراسة، وأن البنوك التجارية تأثرت أكثر من البنوك الإسلامية في الأزمة المالية العالمية، وأن البنوك الإسلامية تعتمد في التمويل على حقوق المساهمين بصورة أكبر من البنوك التجارية.

دراسة 2016 Rahman, Benazir, بعنوان

influence of E – banking services to words the profitability of commercial banks in Bangladesh

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير الخدمات المصرفية الالكترونية على ربحية البنوك التجارية في بنغلادش، كدولة نامية. وتم استخدام المسح لإظهار العلاقة بين ربح البنك والخدمات المصرفية الالكترونية عن طريق عينة من الموظفين المختارين عشوائياً من البنوك التجارية في مدينة دكا وأيضاً تم استخدام أدوات إحصائية مختلفة مثل الوسط والانحراف المعياري واختبار t واختبار f وما الى ذلك، وتوصلت الدراسة إلى أن تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية يكون إيجابياً أو صغودياً في التأثير على ربحية البنوك، لقد دعمت البنوك في جني الأرباح، وزيادة استخدام المنتجات الالكترونية من قبل عملاء البنك سيزيد من المعاملات التي تساعد في نهاية المطاف على زيادة اتجاه الربح.

دراسة Nina Indah Febriana, 2016 بعنوان "تحليل جودة الخدمة المصرفية على رضا العميل في مصرف UAMALAT KANTOR CABANG PEMBANTU "TULUNGAGUNG"

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير متغير جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء، وقد تم اجراء البحث على بنك معاملات اندونيسيا، واستخدم الباحث المنهج الكمي وقام الباحث بجمع البيانات مستخدماً الاستبيان، وقد بلغت العينة الدراسية نحو 196 استمارة، وقد كانت طريقة تحليل البيانات إحصائية، حيث تعرف بواسطتها على طرق تقييم رضا العملاء، وتحليل الوحدة باستخدام تحليل الانحدار، واستناداً إلى نتائج التحليل قد بينت النتائج ان أبعاد الجودة التي تتكون من الامتثال، وضمان الجودة والموثوقية، والممتلكات الملموسة، والتعاطف، والاستجابة لها تأثير كبير على رضا العملاء، كما أظهرت الدراسة بأن هناك فجوة بين توقعات العملاء وجودة الخدمة، ويظهر تحليل الرسم البياني الديكارتي أن هناك بعض الأمور التي تحتاج إلى إعطاء الأولوية للإصلاح من قبل مصرف معاملات اندونيسيا وأهمها أنظمة الادخار، والتوقيت المناسب للخدمة.

دراسة Awoke, 2015 بعنوان " تقييم جودة الخدمات للزبائن حسابات التوفير في البنك في أثيوبيا"

Service Quality and Customer satisfaction: empirical evidence from saving account Customers of banking industry

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات للزبائن حسابات التوفير في البنك في أثيوبيا لأن في الوقت الحاضر تسعى وتحاول المنظمات إلى تحقيق الزيادة في رضا الزبائن من خلال التركيز على جودة الخدمات المقدمة مقياس الرضا عن جودة الخدمات التي يقدمها البنك حيث تم استخدام المنهج الوصفي والمسح للحصول على إجابات ذات الصلة والمناسبة لأسئلة البحث واختيار ما مجموعة 100 زبون يمثلون أفراد العينة وأخذ العينات المناسبة والمريحة وتم تصميم الاستبانات وتوزيعها على أساس نموذج SERVQUAL لقياس جودة الخدمة المدركة وتوقعات العملاء من خلال خمسة أبعاد الجودة الخدمة وهي : الملموسة والموثوقية والاستجابة وضمن التعاطف.

أظهرت النتائج أن جودة خدمة البنك من خلال بعدي الملموسية والضمان في البنك تشير إلى مستوى رضا ايجابي لزبائن البنك ومن ناحية أخرى أبعاد كل من الموثوقية والاستجابة والتعاطف كانت سلبية وتكشف عن العمل كان غير راضين عن هذه الأبعاد.

أوصت الدراسة إدارة البنك ان تحتاج إلى أن تأخذ في الاعتبار إدراكات العملاء جودة الخدمة وتوقعاتهم وخاصة في تلك الأبعاد التي لها أثر سلبي والتي تسبب الفجوة وينبغي أن تطبق تحسينات مناسبة للخدمة.

دراسة Miguel et. al. 2005

وقام Miguel et. al. 2005 بدراسة غريبة نوعا ما، لأنها قامت بتقويم أبعاد جودة الخدمة في سلسلة ورش لتصليح المركبات، على اعتبار أنها تمثل أحد أهم الوظائف الأمريكية في مجال الخدمات، وقد استخدمت الدراسة مقياس "SERVPERF" في شركة متعددة الجنسيات لها أكثر من

1000" فرع عبر أمريكا، وتخدم أكثر من "20000 زبون شهريا، وذلك بهدف تحديد أهم أبعاد الجودة من وجهة نظر الإدارة والعملاء. وبتطبيق الدراسة على عينة من "105 زبائن و" 21" مديراً، خلصت الدراسة إلى أنّ أهمّ العوامل بالنسبة للمديرية هي سرعة الاستجابة وطمأنة الزبائن، أما بالنسبة للزبائن فكانت الاعتمادية هي الأهمّ.

دراسة Al-Amiri and Al-Tamimi, 2003 بعنوان "تحليل نواحي جودة الخدمة في المصارف الإسلامية في دولة الإمارات العربية المتحدة"

هدفت الدراسة إلى تحليل نواحي جودة الخدمة في المصارف الإسلامية في دولة الإمارات العربية المتحدة باستخدام مقياس "Servqual"، ومن خلال جمع "311" استبانة كاملة وزعت بنسبة 45% من بنك أبو ظبي الإسلامي و55% من بنك دبي الإسلامي، حيث دلت نتائج الدراسة على أن العملاء راضون بشكل عام عن أداء هذه المصارف، كما أنّه لم تكن هنالك فروق في إجابات المبحوثين بحسب الجنس أو الجنسية، ولكن كان هناك اختلاف بحسب العمر، والتأهيل الأكاديمي، وعدد سنوات التّعامل مع المصرف، أما أهمّ الأبعاد فقد كان بعد الجوانب الملموسة والتعاطف.

دراسة Al-Tamimi and Jabnoun, 2002 بعنوان "تحليل جودة الخدمة في المصارف التجارية في دولة الإمارات"

استخدمت الدراسة مقياس "Servqual" بالاعتماد على ثلاثة أبعاد لقياس جودة الخدمة وهي: المهارات الإنسانية، والمهارات الملموسة، والتعاطف، وقد شملت المهارات الإنسانية بعدي الثقة والأمان، فيما شمل بعد التعاطف، بنود التعاطف والاستجابة. وفحصت الدراسة الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين أبعاد المقياس، وخلصت إلى أن البعد المتعلّق بالمهارات الإنسانية أكثر دلالة من الأبعاد الأخرى "الملموسة، والتعاطف"، كما وجدت الدراسة أن بعدي الملموسة، والتعاطف لهما دلالة إحصائية متشابهة، وهذا يعني أن الزبائن يعطون الأبعاد الثلاثة قيمة عالية، ولكنهم أعطوا

المهارات الإنسانية القيمة الأعلى، ومن هنا فإنه يجب على المصارف زيادة الاهتمام بأبعاد جودة الخدمة الثلاثة وزيادة التركيز على بعد المهارات الإنسانية لزيادة جودة الخدمة بشكل عام، وتوفير موازنة مناسبة من أجل تدريب الموظفين وزيادة مهاراتهم.

3.7.2 التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال استعراض الدراسات السابقة تبين لنا وجود تشابه كبير مع دراستنا، نظراً لوجود عدد كبير من الدراسات تستهدف الحديث عن موضوع جودة الخدمات المصرفية، سواء على المستوى المحلي الفلسطيني أو العربي أو حتى الأجنبي. كما ولاحظنا وجود تشابه في العينات الدراسية المبحوثة مع دراستنا، أي أن غالبية الدراسات كانت تبحث جودة الخدمات المصرفية في البنوك من وجهة نظر العملاء، وليس من وجهة نظر الموظفين أو الإداريين، أو غيرهم.

وللدلالة على ما سبق نستعرض عدد من الدراسات السابقة ذات التشابه الكبير مع دراستنا، كما هو الحال في دراسة أبو ميزر (2019) والتي بحثت جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل: دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية، وهذه الدراسة تتشابه مع دراستنا في أنها تجري مقارنة بين البنوك الإسلامية والتجارية، ونحن في دراستنا قمنا ببحث حالة جودة الخدمات المصرفية في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، كما أن دراسة النويران والمطيري (2017) تشابهت كثيراً مع دراستنا كونها تبحث تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن: دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني. أيضاً تشابهت دراسة جمال وربايعة (2017) مع دراستنا باعتبارها تبحث جودة الخدمات المصرفية لدى البنوك التجارية في محافظة جنين من وجهة نظر العملاء. ولعل دراسة درويش والدميري (2010) تعتبر أقرب الدراسات السابقة لموضوع دراستنا كونها تناولت تقييم جودة خدمات المصارف العربية العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر العملاء، وهذا ما يتقارب مع موضوع دراستنا بشكل كبير.

ونظراً لهذا الكم الهائل من الدراسات المتشابهة بشكل كبير مع دراستنا، كان لا بد من الوقوف على أبرز النقاط التي تميز دراستنا عن غيرها من الدراسات، والتي تتمثل فيما يلي:

1. تبحث هذه الدراسة جودة الخدمات المصرفية ضمن مجتمع دراسي متمثل في عملاء بنوك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني المنتشرة في محافظة رام الله والبيرة.

2. تعتبر هذه الدراسة من الدراسات القليلة التي تتحدث عن جودة الخدمات المصرفية في البنك الإسلامي الفلسطيني بالتحديد، فدراسة أبو ميزر (2019) تحدثت عن جودة الخدمات المصرفية في مدينة الخليل بين البنوك التجارية والبنوك الإسلامية بما فيها البنك الإسلامي الفلسطيني، أما دراستنا تستعرض جودة الخدمات المصرفية في البنك الإسلامي الفلسطيني بالتحديد.

3. هذه الدراسة دراسة حالة لجودة الخدمات المصرفية في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، ولم تكن دراسة مقارنة بين هذه البنوك، كما هو الحال في دراسة أبو ميزر (2019) التي تقارن جودة الخدمات المصرفية بين البنوك التجارية والبنوك الإسلامية، أو دراسة حموي وإسماعيل (2011) التي تقيس جودة الخدمة في القطاع المصرفي السوري بين المصارف الخاصة والعامة.

4. تعاملت هذه الدراسة مع مجتمع دراسي كبير الحجم، بالمقارنة مع غيرها من الدراسات، بحيث كانت دراستنا تضم مجتمع دراسي كبير مؤلف من 10 فروع لبنك فلسطين، و 8 فروع للبنك الإسلامي الفلسطيني المنتشرة في محافظة رام الله والبيرة.

5. تبحث هذه الدراسة أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، وكيف يمكن تلفيها من وجهة نظر عملاء هذه البنوك.

ويمكن الاستفادة من الدراسات السابقة في تغذية الإطار النظري بالمعلومات حول موضوع جودة الخدمات المصرفية، وكذلك في بناء أداة الدراسة، واختبار فقراتها، وكذلك مقارنة نتائج بنتائج الدراسة الحالية.

الفصل الثالث

منهجية الدراسة

1.3 الطريقة والإجراءات

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى جودة الخدمات المقدمة في بنوك فلسطين من وجهة نظر العملاء: دراسة حالة بين بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني. من خلال دراسة مفهوم جودة الخدمات المصرفية، والتعرف إلى وجهة نظر المبحوثين في مستوى جودة الخدمات المقدمة لهم في بنوك فلسطين، وبالتحديد البنك الإسلامي الفلسطيني وبنك فلسطين.

ولتحقيق ذلك تناولت الباحثة وصفاً لمنهجية الدراسة، ومجتمع الدراسة، والطريقة التي اتبعتها الباحثة لاختيار عينة الدراسة، كما ستتناول وصف الأداة المستخدمة فيها والإجراءات التي اتبعت في تنفيذها، وكذلك الخطوات اللازمة للتأكد من صدق وثبات هذه الأدوات، بالإضافة إلى المعالجات الإحصائية التي تم استخدامها في تحليل النتائج.

2.3 منهجية الدراسة

استخدمت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive cross sectional design)، الذي يرتبط بموضوع الدراسة قصد وصفها وتفسيرها للوصول إلى أسبابها والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها من خلال إعداد استبانة لأغراض الدراسة وتحليل البيانات وفق برنامج SPSS وذلك للتحقق من مدى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في بنوك فلسطين، وبالتحديد البنك الإسلامي الفلسطيني وبنك فلسطين.

كما تم الاعتماد على الأدوات التالية في جمع المعلومات:

المصادر الأولية:

الاستبانة: تصميم استبانة للتعرف على وجهات نظر المبحوثين، حيث تم الرجوع إلى الأدبيات السابقة حول الموضوع لتوضيح الخلفية النظرية للدراسة، وبالاستناد إلى الدراسات السابقة، تم تصميم استبانة تستهدف جمع البيانات المتعلقة بالموضوع، بعد ذلك تم جدولة وتحليل البيانات ومعالجتها احصائياً لاستخراج النتائج ومقارنتها وفهم العلاقات بين المؤشرات والمتغيرات.

المصادر الثانوية:

من خلال الاطلاع على الأدبيات التي كتبت حول موضوع الدراسة، سواء كانت أبحاث، مقالات، رسائل تخرج لدرجة الماجستير والدكتوراة، المواقع الالكترونية، نشرات، كتب عربية وأجنبية، زيارات ميدانية لمؤسسات ذات علاقة بالموضوع.

3.3 مجتمع الدراسة

- جميع عملاء بنك فلسطين في الفروع المنتشرة في محافظة رام الله والبيرة خلال العام 2020، والمقدر عددهم بستة آلاف عميل.

- عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني في الفروع المنتشرة في محافظة رام الله والبيرة خلال العام 2020، والمقدر عددهم بأربعة آلاف عميل. والجدول التالي يبين مجتمع الدراسة:

جدول رقم (2): مجتمع الدراسة

الرقم	فروع بنك فلسطين	فروع البنك الإسلامي الفلسطيني
1.	المركز الرئيسي للإدارة العامة / عين مصباح	مكتب ترمسعيا
2.	فرع البيرة	مكتب عين يبرود
3.	فرع القصبة / شارع القصبة	مكتب الاستشاري

4.	فرع الماصيون / دوار محمود درويش	مكتب الإرسال
5.	مكتب بيتونيا	فرع البيرة
6.	مكتب ترمسعيا	فرع رام الله
7.	مكتب جامعة بيرزيت	فرع الماصيون
8.	مكتب دير ديوان	مكتب بيتونيا
9.	مكتب سلواد	
10.	مكتب طنوس	

4.3 عينة الدراسة

تم اختيار عينة حصرية بسيطة (Simple Quota Sample) حجمها 50 مبحوث بحيث تم اختيار بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من أصل 13 بنك موجودين في منطقة رام الله والبيرة، وتم اختيار عينة الدراسة بواسطة المتغيرات الديموغرافية التالية: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مكان السكن، عدد سنوات التعامل مع البنك، البنك.

5.3 الدراسة التجريبية (Pilot Study)

قامت الباحثة بإجراء دراسة تجريبية على مجتمع البحث، حيث تم تعبئة 5 استبانات من قبل المبحوثين، لدراسة وضوح فقرات الاستبانة وسهولة تعبئتها بالنسبة لهم، وقياس ثبات الاستبانة وصدق فقراتها، وبناء على نتائج الدراسة التجريبية تم تعديل بعض الفقرات وحذف بعضها وإضافة فقرات أخرى.

6.3 أداة الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة، قامت الباحثة بتطوير استبانة من ثلاثة أقسام، القسم الأول: يتعلق بالبيانات الأولية الخاصة بالمبحوثين (بيانات ديموغرافية). والقسم الثاني: يشتمل على فقرات الدراسة (ثلاثة فروع)، والقسم الثالث: يتعلق ببيان أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك، وكيف يمكن تلافيها، حيث تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) لقياس أدوات الدراسة في القسم الثاني، كما هو مبين في الجدول التالي:

جدول رقم (3): فروع الاستبانة

الفرع	عنوان الفرع	عدد الفقرات
القسم الأول		
	البيانات الديمغرافية	6
القسم الثاني		
1.	الفرع الأول: واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية	9
2.	الفرع الثاني: مستويات الخدمات المقدمة من البنك	41
	الاعتمادية	9
	سرعة الاستجابة	8
	الملموسية	10
	الثقة والتوكيد	7
	التعاطف	7
3.	الفرع الثالث: الرضا عن جودة الخدمات المقدمة	10

7.3 ثبات أداة الدراسة

تم حساب ثبات المقياس باستخدام معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Alpha Cronbach) لكل فرع من فروع الاستبانة في القسم الثاني وأيضاً للاستبانة ككل، حيث كان معامل الثبات للاستبانة

كاملة (0.97)، ومن الواضع في الجدول أدناه رقم (4) أن معاملات الثبات للفروع غالبيتها مرتفعة وتفي بأغراض الدراسة.

جدول رقم (4): معاملات الثبات لفروع الاستبانة

الفرع	عنوان الفرع	معامل الثبات
القسم الثاني		
1.	الفرع الأول: واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية	0.92
2.	الفرع الثاني: مستويات الخدمات المقدمة من البنك	0.96
	الاعتمادية	0.93
	سرعة الاستجابة	0.81
	الملموسية	0.92
	الثقة والتوكيد	0.73
	التعاطف	0.90
3.	الفرع الثالث: الرضا عن جودة الخدمات المقدمة	0.88

8.3 متغيرات الدراسة

متغير ضابط: ويتمثل في البيانات الديموغرافية لعينة الدراسة (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، مكان السكن، عدد سنوات التعامل مع البنك، البنك).

متغير تابع: ويتمثل في (سياسة تطوير جودة الخدمات المصرفية، ومستويات (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الثقة والتوكيد، التعاطف)، ورضى عملاء بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني عن الخدمات المصرفية، وأوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية).

9.3 صدق أداة الدراسة

هو أن تقيس الأداة الشيء الذي صممت لقياسه بشكل جيد، وتم قياس صدق الأداة من خلال طريقتين:

الطريقة الأولى: صدق المحتوى Context Validity:

تم قياس صدق محتوى أداة الدراسة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين في مجال الإحصاء والإدارة، حيث أبدوا رأيهم في المحتوى من حيث سهولة فهمه وشموليته ومدى ملائمة فقراته لأهداف الدراسة، وقامت الباحثة بتعديل بعض الفقرات وحذف بعضها وإضافة فقرات أخرى بناء على ملاحظاتهم.

الطريقة الثانية: الصدق التكويني Structural Validity:

هو قياس الترابط بين فروع الاستبانة، وتم قياسه من خلال إيجاد معاملات الارتباط (Pearson Correlations) بين درجة كل فرع من فروع الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة، كما هو موضح في الجدول أدناه رقم (5) أن معاملات الارتباط لجميع الفروع مرتفعة باستثناء الفرع الرابع، بحيث بلغت نسبة معامل الارتباط لهذا الفرع مع الدرجة الكلية (0.66)، كما ويتضح لنا أيضاً بأن جميع معاملات الارتباط لجميع الفروع ودالة احصائياً، حيث بلغت مستويات الدلالة المعنوية لجميع الفروع 0.000 وهي أقل من 0.05 وهذا يدل على الاتساق الداخلي لفقرات الأداة وقدرتها على قياس ما صممت لقياسه.

جدول رقم (5): معاملات الارتباط (Pearson Correlations) لفروع الاستبانة والدرجة الكلية للاستبانة

رقم الفرع	عنوان الفرع	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
القسم الثاني			
1.	الفرع الأول: واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية	0.90**	0.00

2.	الفرع الثاني: مستويات الخدمات المقدمة من البنك	0.98**	0.00
3.	الفرع الثالث: الرضا عن جودة الخدمات المقدمة	0.89**	0.00

10.3 خطوات تطبيق الدراسة

1- اجراء الدراسة التجريبية (Pilot study).

2- التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة.

3- توزيع الاستبانات على عينة البحث في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، حيث قامت الباحثة بتوزيع 60 استبانة على المبحوثين واسترداد 50 استبانة، أي ما يعادل 83%.

4- تعبئة الاستبانات من قبل المبحوثين واستردادها.

5- ترميز البيانات وإدخالها إلى جهاز الحاسوب وتحليلها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS).

11.3 المعالجة الإحصائية

تمت عملية المعالجة الإحصائية عن طريق ترميز الإجابات وتحويل الإجابات اللفظية إلى رقمية، ومن ثم إدخالها على الحاسب الآلي من خلال البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS : Statistical Package for Social Science, version 20)، وتم بعد ذلك:

- استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبانة في القسم الثاني.
- استخراج النسب المئوية لأفراد مجتمع الدراسة حسب متغيرات البحث الديمغرافية.
- استخراج معاملات الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) لقياس ثبات أداة الدراسة.

- استخراج معاملات الارتباط بيرسون (Pearson correlation) لقياس صدق أداة الدراسة، وأيضاً استخدمت لقياس درجة الترابط بين المتغيرات المستقلة والتابعة..
- استخدام اختبار (ت) للعينة الواحدة (One Sample T Test) لجميع فقرات الاستبانة في القسم الثاني لمعرفة إذا ما كانت درجة الاستجابة قد وصلت إلى درجة الموافقة المتوسطة (3) أم لا.
- استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للبيانات التي تتبع التوزيع الطبيعي، لدراسة الفروق بين مجموعات عينة البحث. بعد ذلك تم تحليل البيانات واستخراج النتائج وبناء على هذه النتائج تمت الاجابة عن أسئلة الدراسة.

12.3 تصحيح أداة الدراسة

تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) للإجابة على فقرات الاستبانة في القسم الثالث، حيث كان لكل فقرة 5 إجابات: موافق بشدة، موافق، محايد، معارض، معارض بشدة. وكان توزيع الدرجات عليها كما في الجداول التالية رقم (7) و(8).

جدول رقم (7): درجات مقياس ليكرت (Likert Scale)

الإجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

جدول رقم (8): مفتاح المتوسطات الحسابية لسلم إجابة مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale)

الدرجة	المتوسط الحسابي
قليلة	2.33-1
متوسطة	3.66 – 2.34
كبيرة	5 – 3.67

13.3 خصائص عينة الدراسة

أظهرت النتائج الخاصة بالمتغيرات الديمغرافية للمبحوثين أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث حيث بلغت نسبتهم 70% بينما نسب الإناث 30%، كذلك تبين لنا بأن غالبية عينة الدراسة من الأشخاص الذين أعمارهم من 40-60 سنة بحيث بلغت نسبتهم 46%، تليهم فئة الأشخاص من 20-40 سنة بنسبة 32%، وأما الأشخاص الذين أعمارهم أكبر من 60 سنة فبلغت نسبتهم 12%، وكانت أقل نسبة من عينة الدراسة حسب العمر من الأشخاص الذين أعمارهم أقل من 20 سنة بنسبة 10%. كذلك من الواضح بأن معظم المبحوثين يحملون شهادة دبلوم أو أقل بنسبة 38%، بينما بلغت نسبة ممن يحملون شهادة الماجستير فأكثر 32%، وأما نسبة الأشخاص ممن يحملون شهادة البكالوريوس فقد كانت 30%. أيضاً أظهرت النتائج بأن غالبية المبحوثين هم من سكان المدن أو القرى بنسبة 48%، بينما بلغت نسبة العينة من سكان المخيمات 4%، ونجد كذلك بأن غالبية المبحوثين كانوا ممن تعاملوا مع البنك أكثر من 8 سنوات بنسبة 56%، في حين بلغت نسبة ممن تعاملوا مع البنك من 1-3 سنوات 24%، بينما كانت النسبة 20% للأشخاص الذين تعاملوا مع البنك من 4-7 سنوات، كذلك أظهرت النتائج لدينا وجود تقارب بين نسبة عملاء البنوك محل الدراسة، مع وجود تفوق بسيط في نسبة عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني 52%، على بنك فلسطين 48%. كما هو واضح في الجدول أدناه.

جدول رقم (9): خصائص عينة الدراسة

المتغير	فئاته	التكرار N=50	النسبة المئوية %	القيم المفقودة
الجنس	ذكر	35	70.0	-
	أنثى	15	30.0	
	المجموع الكلي	50	100%	
العمر	أقل من 20 سنة	5	10.0	-
	20-40 سنة	16	32.0	
	40-60 سنة	23	46.0	
	أكبر من 60 سنة	6	12.0	
	المجموع الكلي	50	100%	
المؤهل العلمي	دبلوم أو أقل	19	38.0	-
	بكالوريوس	15	30.0	
	ماجستير فأكثر	16	32.0	
	المجموع الكلي	50	100%	
مكان السكن	مدينة	24	48.0	-
	قرية	24	48.0	
	مخيم	2	4.0	
	المجموع الكلي	50	100%	
عدد سنوات التعامل مع البنك	1-3 سنوات	12	24.0	-
	4-7 سنوات	10	20.0	
	أكثر من 8 سنوات	28	56.0	
	المجموع الكلي	50	100%	
البنك	بنك فلسطين	23	46.0	1
	البنك الإسلامي الفلسطيني	26	52.0	
	المجموع الكلي	49	98%	

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

يحتوي هذا الفصل على عرض لنتائج الدراسة حول جودة الخدمات المقدمة في بنوك فلسطين من وجهة نظر العملاء: دراسة مقارنة بين بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، من خلال استجابة المبحوثين على الاستبانة ومن ثم تحليل البيانات الإحصائية التي جمعتها الباحثة من مجتمع الدراسة.

1.4 النتائج المتعلقة بأسئلة الدراسة

1.1.4 نتائج السؤال الرئيسي:

ما مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظرهم؟

جدول رقم (10): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة للدرجات الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية.

الرقم	جودة الخدمات المصرفية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار T	الدالة الإحصائية (P-value)	الدرجة
2	مستويات الخدمات المقدمة من البنك	3.35	0.61	38.630	0.000	متوسطة
3	الرضا عن جودة الخدمات المقدمة	3.27	0.64	35.709	0.000	متوسطة
1	واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية	3.20	0.89	25.312	0.000	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.32	0.63	37.119	0.000	متوسطة

أظهرت النتائج في الجدول رقم (10) أن مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنوك فلسطين وبالتحديد البنك الإسلامي الفلسطيني وبنك فلسطين "متوسطة، وذلك كما ترى عينة الدراسة من

عملاء هذه البنوك في منطقة رام الله والبيرة، بحيث بلغت قيمة الوسط الحسابي الكلي لمستوى جودة الخدمات المصرفية في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني 3.32 والانحراف المعياري 0.63، ومن الواضح أن قيمة اختيار (ت) دالة احصائياً، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية (P-Value) = 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة $\alpha=0.05$. كما هو مبين في الجدول أدناه.

كما أظهرت النتائج وجود تقارب في المتوسطات الحسابية بين فروع الدراسة، مع وجود تفوق بسيط للفرع الثاني الخاص بمستويات الخدمات المقدمة من البنك والمتمثلة في (الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الملموسية، الثقة والتوكيد، التعاطف) بحيث بلغ الوسط الحسابي لهذا الفرع 3.35، ويليه الفرع الثالث الخاص بالرضا عن جودة الخدمات المقدمة بوسط حسابي 3.27، وأخيراً كان الفرع الأول أقل الفروع استجابة من قبل عينة الدراسة بوسط حسابي 3.20. كما هو واضح في الجدول رقم (10). وتعزي الباحثة هذه النتيجة إلى أن القطاع المصرفي الفلسطيني بشكل عام قطاع حديث النشأة ومر بالعديد من المراحل، وعليه فإن هذا القطاع تخطى الكثير من العقبات والمشاكل بما ساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية، ولكن هذا لا يعني إلى أن هذا القطاع يتمتع بمستويات مصرفية عالية، وباختصار يمكن القول بأن الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني ليست بالسيئة ولا الممتازة، أي أنها خدمات متوسطة تحتاج إلى التطوير والاستحداث والعمل المستمر، بما يتلاءم مع التطورات المصرفية العالمية، ورضا العملاء والزبائن.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة في أن البنوك الفلسطينية وبالتحديد بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني عملت تطوير الخدمات المصرفية فيها بشكل كبير ومؤثر في الآونة الأخيرة، لكنها تفتقد إلى فهم توقعات العميل بشكل مباشر بما يؤثر على تحقيق الرضا لديهم، بسبب اختلاف متطلبات العميل الفلسطيني عن غيره من العملاء نظراً للظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يعيشها المجتمع الفلسطيني، وعليه يقع على عاتق تلك البنوك التعرف على طبيعة توقعات العملاء في البيئة الفلسطينية، وذلك بهدف تقديم أفضل نوع من الخدمات المصرفية.

ويتفرع عن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1.1.1.4 السؤال الفرعي الأول:

ما واقع سياسة تطوير جودة الخدمات المصرفية في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني؟

جدول رقم (11): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستويات الخدمات المصرفية المقدمة من بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة.

الرقم	مستويات الخدمات المقدمة من البنك	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار T	الدلالة الإحصائية (P-value)	الدرجة
9	يعمل البنك وبشكل مستمر على تطوير التطبيق الخاص بالبنك على الأجهزة المتعددة	3.46	1.164	21.014	0.000	متوسطة
7	يتوفر في البنك اهتمام واضح بتحديث التكنولوجيا المصاحبة لتقديم الخدمات	3.40	1.125	21.373	0.000	متوسطة
4	يتوفر في البنك نظام إداري معين لتطوير جودة الخدمات المصرفية	3.30	0.995	23.454	0.000	متوسطة
8	الاهتمام بالبحوث والاستشارات التي قد تساهم في نمو البنك ونجاحه	3.28	1.262	18.373	0.000	متوسطة
6	سياسات البنك واضحة للجميع	3.26	1.209	19.067	0.000	متوسطة
5	توجد في البنك إجراءات إدارية محددة للتعامل مع أي طارئ	3.08	1.027	21.207	0.000	متوسطة
1	تعمل إدارة البنك على تطوير جودة الخدمات المصرفية بشكل مستمر	3.04	1.212	17.743	0.000	متوسطة
2	يعمل نظام التغذية الراجعة في البنك بشكل مثالي	3.04	1.124	19.122	0.000	متوسطة
3	تعمل إدارة البنك على حل المشكلات بشكل سريع	3.02	1.078	19.803	0.000	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.20	0.89	25.312	0.000	متوسطة

يوضح الجدول رقم (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (ت) للعينة الواحدة لواقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة من بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي. ويوضح الجدول التالي أن قيمة اختبار (ت) للدرجة الكلية دالة إحصائية، بحيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على ضرورة وجود سياسات واضحة ومتقدمة لتطوير جودة الخدمات المصرفية من قبل البنك من وجهة نظر المبحوثين.

ومن الواضح أيضاً بأن اتجاهات المبحوثين اتجاه واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك متوسطة، بحيث بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا السؤال 3.20، وهذا ما يدل على أن بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني يتوفران على سياسة تطوير لجودة الخدمات المصرفية، لكن ليس بالشكل المطلوب. ومن خلال قراءة فقرات هذا السؤال نجد بأن أعلى الفقرات التي حصلت على وسط حسابي فيه درجتها متوسطة، كما هو الحال في عمل البنك المستمر على تطوير التطبيق الخاص به على الأجهزة المتعددة بوسط حسابي 3.46، وتوفر البنك على اهتمام واضح بتحديث التكنولوجيا المصاحبة لتقديم الخدمات بوسط حسابي 3.40.

وبشكل عام يمكن القول بأن جميع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة من هذه البنوك متوسطة كما ترى عينة الدراسة، على سبيل المثال لا يتوفر اهتمام من قبل البنك بالبحوث والاستشارات بشكل كبير بوسط حسابي 3.28، كذلك سياسات البنك لا تعتبر واضحة بشكل كامل للجميع بوسط حسابي 3.26، وفيما يتعلق بالبند الخاص بتطوير الخدمات المصرفية في البنك بشكل مستمر فقد كانت درجته متوسطة أيضاً بوسط حسابي 3.04.

وكانت أقل الفقرات استجابة من قبل عينة الدراسة هي تلك الفقرات المرتبطة بعمل إدارة البنك على حل المشكلات بشكل سريع بوسط حسابي 3.02، ومدى توفر نظام للتغذية الراجعة في البنك بوسط حسابي 3.04. وذلك كما هو مبين في الجدول أدناه رقم (11). وتعزي الباحثة النتائج السابقة إلى أن البنوك الفلسطينية ما زالت تحتاج إلى اهتمام أكبر في خدماتها المصرفية المقدمة لعملائها بشكل

مباشر، كما أن هذه البنوك تعطي اهتمام لمجالات أخرى غير الخدمات المصرفية، وهذا الأمر خاطئ. بالإضافة إلى أن هذه البنوك تحاول تطبيق سياسات واستراتيجيات من دول أخرى تختلف ثقافتها عن المجتمع الفلسطيني، وعليه يقع على عاتق البنوك الفلسطينية التعرف إلى طبيعة توقعات العملاء في البيئة الفلسطينية، لكي يتسنى لها تقديم أفضل خدمة تتلاءم مع هذه التوقعات.

2.1.1.4 السؤال الفرعي الثاني:

ما هو تقييم عملاء بنوك فلسطين والإسلامي الفلسطيني لمستويات (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الثقة والتوكيد، التعاطف) في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها تلك البنوك؟

من خلال قراءة نص السؤال يتبين لنا بأنه يحاول تقييم مدى توفر مستويات ومعايير وأبعاد جودة الخدمات المصرفية في الخدمة التي يقدمها بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، وللوصول إلى إجابة محددة تم تقسيم هذه المعايير إلى خمسة مستويات هي: الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الثقة والتوكيد، التعاطف. وهذا التقسيم تم استنتاجه من العديد من الأدبيات والدراسات السابقة، لعل من أبرزها (جمال وربايعة، 2017: السبئي، 2017: الطائي والعلاق، 2009).

وعلى ذلك للوصول إلى إجابة وافية لهذا السؤال، نحاول بحث كل معيار من المعايير السابق ذكرها على حدا، وفي النهاية نستنتج نتيجة واحدة لكافة المعايير.

1.2.1.1.4 الاعتمادية

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (ت) للعينة الواحدة لمستويات الاعتمادية في الخدمات المصرفية المقدمة من بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي. ويوضح الجدول التالي أن قيمة اختبار (ت) للدرجة الكلية دالة إحصائية، بحيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على ضرورة وجود مستويات اعتمادية متقدمة في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك من وجهة نظر المبحوثين.

ومن الواضح أيضاً بأن اتجاهات المبحوثين اتجاه مستويات الاعتمادية في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك متوسطة، بحيث بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا السؤال 3.44، وهذا ما يدل على أن بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني يتوفران على مستويات اعتمادية في خدماتها المصرفية، لكن ليس بالشكل المطلوب. ولكن هذا لا يعني أن جميع أنواع مستويات الاعتمادية غير متوفرة في البنوك بشكل كبير، بحيث تعتقد عينة الدراسة بأن البنك يؤدي الخدمة بشكل صحيح ومن المرة الأولى بوسط حسابي 3.70، بالإضافة إلى أن البنك يهتم بمشاكل العملاء ويجب على استفساراتهم بوسط حسابي 3.62، كما أن البنك يوفر سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة بوسط حسابي 3.50. كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (12). ومن خلال قراءة هذا الجدول نجد بأن بقية الفقرات كانت درجة الاستجابة فيها متوسطة، على سبيل المثال يقوم بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني بتزويد العملاء بجميع المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة بوسط حسابي 3.44، كذلك تمتلك هذه البنوك أنظمة تقيس مدة تقديم الخدمة للعملاء بوسط حسابي 3.38، وكانت أقل الفقرات إجابة تلك المرتبطة بوضع إدارة البنك مصلحة العميل في سلم أولوياتها بوسط حسابي 3.26.

وتعزي الباحثة النتيجة السابقة إلى أن البنوك تؤدي خدماتها المتوفرة فيها بشكل صحيح ومن المرة الأولى، وذلك نظراً لمحدوديتها وتكرارها مع ذات الموظفين في كل يوم، وبالتالي أصبحت هذه الخدمات نوع من العادة والعرف لدى البنك وموظفيه، وهذا ما يؤدي إلى تقديم الخدمة بشكل صحيح ومن أول مرة، وعليه فإن هذا يبرر وجود مستويات اعتمادية متوسطة في الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني.

جدول رقم (12): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستويات الاعتمادية في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها تلك البنوك من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة.

الرقم	مستويات الاعتمادية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار T	الدالة الإحصائية (P-value)	الدرجة
15	يؤدي البنك الخدمة بشكل صحيح ومن المرة	3.70	1.055	24.808	0.000	مرتفعة

	الأولى					
14	يهتم البنك بمشاكل العملاء ويجب على استفساراتهم	3.62	1.008	25.396	0.000	مرتفعة
16	يوفر البنك سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة	3.50	1.015	24.378	0.000	مرتفعة
13	يوفر البنك سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها	3.48	0.909	27.073	0.000	متوسطة
17	يقوم البنك بتزويدي بجميع المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة	3.44	0.993	24.495	0.000	متوسطة
18	امتلاك أنظمة تقيس مدة تقديم الخدمة للعملاء	3.38	1.048	22.813	0.000	متوسطة
12	يلتزم البنك بأداء الأعمال في الأوقات المحددة	3.32	1.019	23.038	0.000	متوسطة
10	يمنح موظفو البنك رعاية خاصة للعميل	3.30	0.974	23.954	0.000	متوسطة
11	تضع إدارة البنك مصلحة العميل في سلم أولوياتها	3.26	1.006	22.907	0.000	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.44	0.815	29.875	0.000	متوسطة

2.2.1.1.4 سرعة الاستجابة

يوضح الجدول رقم (13) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (ت) للعينة الواحدة لمستويات درجة سرعة الاستجابة في الخدمات المصرفية المقدمة من بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي. ويوضح الجدول التالي أن قيمة اختبار (ت) للدرجة الكلية دالة إحصائية، بحيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على ضرورة وجود درجة سرعة استجابة عالية في تقديم الخدمات المصرفية في البنك من وجهة نظر المبحوثين.

ومن الواضح أيضاً بأن اتجاهات المبحوثين اتجاه درجة سرعة الاستجابة في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك متوسطة، بحيث بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا السؤال 3.18، وهذا ما يدل

على أن هناك سرعة استجابة في تقديم الخدمات المصرفية في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، لكن ليس بالشكل المطلوب والمتقدم. وهذا ما يؤكد عليه ما ورد في الجدول أدناه رقم (13). كما ولاحظنا أن بعض الفقرات حصلت على وسط حسابي أعلى من غيرها، كما هو الحال في استعداد البنك الدائم لمساعدة العملاء بوسط حسابي 3.46، وإعلام العملاء بدقة عن موعد تقديم الخدمة وعدم انشغال العاملين في البنك عن تلبية الطلبات الفورية للعملاء بوسط حسابي 3.44. وكانت أقل الفقرات استجابة من قبل عينة الدراسة هي تلك الفقرات المرتبطة باستعداد الموظفين لتقديم الخدمة في خارج أوقات الدوام الرسمي بوسط حسابي 2.66، ومدى قدرة العميل على التواصل مع البنك بكل سهولة ويسر بوسط حسابي 2.86.

وتعلل الباحثة هذه النتيجة في أن هناك الكثير من الأماكن والمناطق في محافظة رام الله والبيرة لا يوجد فيها أي فروع لبنك فلسطين أو الإسلامي الفلسطيني، إضافة إلى أن غالبية الفروع الموجودة تعطل أعمالها أيام الجمعة والسبت، بالإضافة إلى أن موظفين البنك لا يرغبون بالتعامل بمسماهم الوظيفي خارج أوقات الدوام الرسمي وفي حياتهم الطبيعية، وكل هذه الأمور تشكل عائق في سرعة الاستجابة في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك.

جدول رقم (13): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لدرجة سرعة الاستجابة في تقديم الخدمة المصرفية من وجهة نظر عملاء البنوك في محافظة رام الله والبيرة.

الرقم	درجة سرعة الاستجابة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار T	الدلالة الإحصائية (P-value)	الدرجة
22	الاستعداد الدائم لمساعدة العملاء	3.46	0.706	34.657	0.000	متوسطة
23	إعلام العملاء بدقة عن موعد تقديم الخدمة	3.44	0.861	28.253	0.000	متوسطة
21	عدم انشغال العاملين عن تلبية الطلبات الفورية للعملاء	3.44	0.884	27.506	0.000	متوسطة

متوسطة	0.000	22.942	1.011	3.28	تساعد الخدمات المصرفية المقدمة من البنك على تحقيق المنفعة للزبائن	24
متوسطة	0.000	22.883	0.976	3.16	يستجيب موظفو البنك لطلباتي بشكل سريع	19
متوسطة	0.000	23.931	0.934	3.16	يتمتع موظفو البنك بمهارة عالية في تقديم الخدمة	20
متوسطة	0.000	15.089	1.340	2.86	يستطيع العميل التواصل مع البنك بكل سهولة ويسر	26
متوسطة	0.000	13.939	1.349	2.66	ان موظفو البنك على استعداد لتقديم الخدمة في أي وقت، حتى في خارج أوقات الدوام الرسمي	25
متوسطة	0.000	33.992	0.662	3.18	الدرجة الكلية	

3.2.1.1.4 مستويات الملموسية

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (ت) للعينة الواحدة لمستويات الملموسية في الخدمات المصرفية المقدمة من بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي. ويوضح الجدول التالي أن قيمة اختبار (ت) للدرجة الكلية دالة إحصائية، بحيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على ضرورة وجود مستويات ملموسية عالية في تقديم الخدمات المصرفية في البنك من وجهة نظر المبحوثين.

ومن الواضح أيضاً بأن اتجاهات المبحوثين اتجاه مستويات الملموسية في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك مرتفعة، بحيث بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا السؤال 3.50، وهذا ما يدل على أن هناك مستويات ملموسية عالية في تقديم الخدمات المصرفية في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني. بحيث أظهرت النتائج بأن العملاء يعتقدون بوجود مستويات ملموسية مقبولة ومرتفعة في البنك، من أبرزها: المحافظة على احترام الدور بوسط حسابي 3.72، ورفض التعامل مع أي شخص غير ملتزم بالدور بوسط حسابي 3.66، كما أن مرافق البنك ملائمة وصحية وجذابة بوسط حسابي 3.60، بالإضافة إلى أن البنك يقدم جوائز تشجيعية وحوافز للعملاء بوسط حسابي

3.52، إضافة إلى أن التصميم الداخلي للبنك منظم وجذاب بوسط حسابي 3.50. ومع ذلك لاحظنا وجود بعض مستويات الملموسية وسطها الحسابي متوسط، كما هو الحال في توفر نظام يحترم دور الزبون خلال انتظاره الخدمة، واستخدام أحدث الآلات التقنية في البنك، بوسط حسابي 3.34.

وتعلل الباحثة هذه النتيجة بأن معايير الملموسية تعتبر من المعايير الظاهرة للعملاء بشكل واضح، وجلي، ونعل ذلك بأن موظفين البنوك يحرصون على احترام الدور ورفض التعامل مع أي شخص غير ملتزم بالدور، وذلك لأن عدم احترام الدور يكون واضح للعملاء، وهذا ما يحرك مشاعرهم ويثير غضبهم، وبالتالي نجد بأن موظفين البنك يحرصون على عدم حدوث مثل هذا النوع من المشاكل بينهم وبين العملاء، كذلك تحرص البنوك على المحافظة على مظهرها الداخلي بما يشمل النظافة المستمرة وظهور مرافق البنك بشكل ملائم وصحي وجذاب، وكل ذلك طبيعي، نظراً لوجود المنافسة بين هذه البنوك، لذلك فإن كل بنك يحرص على مظهر خارجي مناسب يجذب العميل، لأن النظرة الأولى للعميل في البنك تكون على مظهره الخارجي وملائمة مرافقه قبل خدماته المصرفية.

جدول رقم (14): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستويات الملموسية في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها تلك البنوك من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة.

الرقم	مستويات الملموسية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار T	الدلالة الإحصائية (P-value)	الدرجة
35	يعمل موظفو البنك على المحافظة على احترام الدور	3.72	0.858	30.654	0.000	مرتفعة
36	يرفض موظفو البنك التعامل مع أي شخص لم يلتزم بالدور	3.66	0.917	28.217	0.000	مرتفعة
33	مرافق البنك ملائمة وصحية وجذابة	3.60	0.969	26.273	0.000	مرتفعة
32	يقدم البنوك جوائز تشجيعية وحوافز للعملاء	3.52	1.035	24.051	0.000	مرتفعة

34	تذاكر الدور متوفرة في البنك	3.52	0.953	26.124	0.000	مرتفعة
28	ملائمة البيئة الداخلية للبنك لتقديم الخدمة	3.50	0.789	31.369	0.000	مرتفعة
31	التصميم الداخلي للبنك منظم وجذاب	3.50	0.953	25.970	0.000	مرتفعة
27	يتميز العاملون في البنك بحسن المظهر وأناقته الملبس	3.34	0.917	25.750	0.000	متوسطة
29	يتم استخدام أحدث الآلات التقنية في البنك	3.34	0.917	25.750	0.000	متوسطة
30	يوفر البنك نظاماً يحترم دور الزبون خلال انتظاره الخدمة	3.34	0.895	26.398	0.000	متوسطة
	الدرجة الكلية	3.50	0.705	35.098	0.000	مرتفعة

4.2.1.1.4 مستويات الثقة والتوكيد

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (ت) للعينة الواحدة لمستويات الثقة والتوكيد في الخدمات المصرفية المقدمة من بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي. ويوضح الجدول التالي أن قيمة اختبار (ت) للدرجة الكلية دالة إحصائية، بحيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على ضرورة وأهمية وجود مستويات الثقة والتوكيد في الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنك من وجهة نظر المبحوثين.

ومن الواضح أيضاً بأن اتجاهات المبحوثين اتجاه مستويات الثقة والتوكيد في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك متوسطة، بحيث بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا السؤال 3.13، وهذا ما يدل على أن هناك مستويات ثقة وتوكيد متوفرة في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، لكن ليس بالشكل المطلوب والمتقدم. كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (15)، وبقراءة نتائج هذا الجدول نجد بأن معيار وحيد فقط من معايير الثقة والتوكيد حصل على درجة استجابة مرتفعة من قبل المبحوثين، وهو المعيار المرتبط بشعور العميل بأن موظفو البنك

لديهم معرفة وخبرة كاملة وكافية في العمل بوسط حسابي 3.80، وأما باقي المعايير فحصلت على درجة استجابة متوسطة، كما هو الحال في محافظة المصرف على خصوصية المعاملات بوسط حسابي 3.40، وشعور العميل بالأمان عند التعامل مع موظفو البنك بوسط حسابي 3.36، كذلك شعور العميل بأن البنك يساند العميل في تحقيق حاجاته من خلال الخدمات التي يقدمها بوسط حسابي 3.26، وفيما يتعلق بثقة العميل بالبنك بشكل كامل فقد كان وسطها الحسابي 3.20، ومدى موظفو البنك معلومات متكاملة عن الخدمات المصرفية بوسط حسابي 2.66. وبقراءة النتائج الجدول التالي أيضاً، يتبين لنا بأن هناك معيار وحيد كذلك من معايير الثقة والتوكيد حصل على درجة استجابة منخفضة من قبل المبحوثين، وهو المعيار المرتبط بمدى ثقة العميل في أسعار الخدمات المصرفية المقدمة من البنك بوسط حسابي 2.26.

وتعلل الباحثة ما سبق في أن ثقة المواطن الفلسطيني بشكل عام ضعيفة بالقطاع المصرفي بما فيه البنوك، وكذلك يجد العميل نفسه مضطراً للتعامل مع البنك، وعليه فإنه من الطبيعي أن تكون هناك ثقافة عامة في المجتمع حول قلة الثقة بجودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك.

جدول رقم (15): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستويات الثقة والتوكيد في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها تلك البنوك من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة.

الرقم	مستويات الثقة والتوكيد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار T	الدلالة الإحصائية (P-value)	الدرجة
37	أشعر بأن موظفو البنك لديهم معرفة وخبرة كاملة وكافية في العمل	3.80	0.808	33.250	0.000	مرتفعة
41	يحافظ المصرف على خصوصية المعاملات	3.40	0.728	33.005	0.000	متوسطة
42	أشعر بالأمان عند التعامل مع موظفو البنك	3.36	0.802	29.623	0.000	متوسطة
38	أشعر بأن البنك يساند العميل في تحقيق حاجاته من خلال الخدمات التي يقدمها	3.26	0.986	23.383	0.000	متوسطة
43	أثق بهذا البنك وثوقاً كاملاً	3.20	1.030	21.965	0.000	متوسطة

متوسطة	0.000	18.048	1.042	2.66	يمتلك موظفو البنك معلومات متكاملة عن الخدمات المصرفية	40
منخفضة	0.000	14.025	1.139	2.26	أسعار الخدمات المصرفية المقدمة واضحة وموثوقة	39
متوسطة	0.000	38.914	0.569	3.13	الدرجة الكلية	

5.2.1.1.4 مستويات التعاطف

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (ت) للعينة الواحدة لمستويات التعاطف في الخدمات المصرفية المقدمة من بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي. ويوضح الجدول التالي أن قيمة اختبار (ت) للدرجة الكلية دالة إحصائية، بحيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على ضرورة وأهمية وجود مستويات التعاطف في الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنك من وجهة نظر المبحوثين.

ومن الواضح أيضاً بأن اتجاهات المبحوثين اتجاه مستويات التعاطف في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك متوسطة، بحيث بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا السؤال 3.45، وهذا ما يدل على أن هناك مستويات تعاطف متوفرة وأكيدة في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، لكن ليس بالشكل المطلوب والمتقدم. كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (16). وبقراءة نتائج هذا الجدول نجد بأنه يتوفر على معيارين من معايير التعاطف درجتها مرتفعة حسب وجهة نظر المبحوثين، وهما: معيار علم البنك ودرايته باحتياجات العملاء ومعيار إتاحة البنك خدمات مصرفية طارئة خارج أوقات الدوام الرسمي له بوسط حسابي 3.56 لكل منهما. وباقي المعايير الموجودة كانت درجتها متوسطة، مثل ملائمة ساعات عمل البنك لجميع العملاء بوسط حسابي 3.48، وسعي البنك لتعزيز الود والاحترام والصدقة مع العملاء بوسط حسابي 3.44، واهتمام العاملين في البنك بالعملاء اهتماماً شخصياً بوسط حسابي 3.42. وكانت أقل الفقرات

استجابة من قبل عينة الدراسة هي تلك الفقرات المرتبطة بقيام موظفي البنك بتكليف الخدمة لكي تلبي حاجاتي ورغباتي بوسط حسابي 3.34، بالإضافة إلى توفر بيئة داخلية اجتماعية (قائمة على الود والاحترام) في البنك بوسط حسابي 3.40.

وتعلل الباحثة هذه النتيجة بأن موظفين البنك على دراية وعلم باحتياجات العملاء، وذلك نظراً لمحدودية احتياجات العملاء من عمليات سحب وإيداع وصرف وتحويل، لذلك فإنه من الطبيعي معرفة الموظفين الجيدة بهذه الاحتياجات، كذلك تحرص البنوك على توفير خدمات مصرفية طارئة خارج أوقات الدوام الرسمي، وذلك نظراً للواقع المرير الذي يعيشه الشعب الفلسطيني، والعديد من الحالات الطارئة التي مر بها، لذلك فإن البنوك اكتسبت تجربة عملية للتعامل في أوقات الحالات الطارئة.

جدول رقم (16): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستويات التعاطف في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها تلك البنوك من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة.

الرقم	مستويات التعاطف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار T	الدالة الإحصائية (P-value)	الدرجة
45	العلم والدراية باحتياجات العملاء	3.56	0.907	27.751	0.000	مرتفعة
49	يتاح الحصول على خدمات مصرفية طارئة خارج أوقات الدوام الرسمي للبنك	3.56	1.033	24.361	0.000	مرتفعة
44	ملائمة ساعات عمل البنك لجميع العملاء	3.48	0.995	24.739	0.000	متوسطة
50	السعي لتعزيز الود والاحترام والصدقة مع العملاء	3.44	0.972	25.018	0.000	متوسطة
46	اهتمام العاملين في البنك بالعملاء اهتماماً شخصياً	3.42	1.032	23.435	0.000	متوسطة
48	يتوفر لدى المصرف بيئة داخلية اجتماعية (قائمة على الود والاحترام)	3.40	1.030	23.338	0.000	متوسطة
47	يقوم موظفو البنك بتكليف الخدمة لكي تلبي	3.34	1.022	23.100	0.000	متوسطة

					حاجاتي ورغباتي	
متوسطة	0.000	30.704	0.796	3.45	الدرجة الكلية	

3.1.1.4 السؤال الفرعي الثالث:

ما مدى رضى عملاء بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم في هذه البنوك؟

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (ت) للعينة الواحدة لمستوى رضى عملاء البنوك عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم في هذه البنوك في محافظة رام الله والبيرة مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي. ويوضح الجدول التالي أن قيمة اختبار (ت) للدرجة الكلية دالة إحصائية، بحيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة 0.05 مما يدل على ضرورة وأهمية وجود مستوى لرضى العملاء عن جودة الخدمات المصرفية المقدم لهم في هذه البنوك من وجهة نظر المبحوثين.

ومن الواضح أيضاً بأن مستوى رضى عملاء بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم متوسط، بحيث بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا السؤال 3.27، وهذا ما يدل على أن العملاء غير مستأوون من الخدمة المصرفية المقدمة لهم في هذه البنوك، وفي ذات الوقت لا يشعرون بالرضى الكامل عن هذه الخدمات، وعليه توجد مستويات رضى متوسطة عن جودة الخدمات المصرفية. كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (17). وبمعنى آخر هناك بعض الخدمات المصرفية يوجد رضى مرتفع عنها، وخدمات أخرى الرضا عنها متوسط، وخدمات الرضا عنها منخفض، وعليه نبين هذه الخدمات كما يلي:

- **الخدمات ذات الرضى المرتفع:** اشعر بالرضا عن جودة الخدمات المقدمة في البنك بوسط حسابي 3.56، اشعر بأن الخدمات المصرفية المقدمة في البنك تلبي كافة رغباتي بوسط

حسابي 3.54، اشعر بالرضا عن سرعة الاستجابة لطلبات العميل بوسط حسابي 3.54، اشعر بالرضا عن كفاءة الموظفين ومجاملتهم واعطاؤهم الثقة والأمان للعملاء بوسط حسابي 3.52.

• **الخدمات ذات الرضى المتوسط:** انصح زملائي بالتعامل مع هذا البنك بوسط حسابي 3.48، لا توجد لدي ميول داخلية لترك التعامل مع هذا البنك بوسط حسابي 3.48، أشعر بالرضا عن تعاملي مع هذا البنك بوسط حسابي 3.44، اشعر بالرضا عن مستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للعميل بوسط حسابي 3.40، اشعر بالرضا عن كفاءة الموظفين في البنك بوسط حسابي 2.66.

• **الخدمات ذات الرضى المنخفض:** يتم فتح الحساب الجاري للأفراد بسهولة ودون تعقيد في الإجراءات بوسط حسابي 2.08.

وتعلل الباحثة النتيجة السابقة بأن الموظفين العاملين في بنوك فلسطين والإسلامي الفلسطيني يستجيبون لطلبات العملاء بشكل سريع، وهذا بسبب امتلاكهم نوع من الكفاءة والثقة والأمان للعملاء، ونلاحظ أن عينة الدراسة لا يوجد لديها ميول لترك التعامل مع البنك، وذلك نظراً لوجود اعتقاد منهم بأن كافة البنوك الفلسطينية تمتلك ذات الخدمات المصرفية، ولا يوجد اختلاف بين بنك وآخر، ونعلل عدم اتفاق عينة الدراسة على أن فتح الحساب الجاري للأفراد يتم بسهولة ودون تعقيد في الإجراءات، وذلك نظراً لوجود إجراءات معقدة في غالبية البنوك لفتح مثل هذا النوع من الحسابات، والذي غالباً ما تتطلب البنوك وجود وظيفة أو عمل رسمي دائم.

جدول رقم (17): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وقيم اختبار (T) للعينة الواحدة لمستوى رضى عملاء البنوك عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم في هذه البنوك في محافظة رام الله والبيرة.

الرقم	رضى عملاء البنوك عن جودة الخدمات المصرفية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة اختبار T	الدلالة الإحصائية (P-value)	الدرجة
54	اشعر بالرضا عن جودة الخدمات المقدمة في	3.56	0.929	27.087	0.000	مرتفعة

البنك						
55	اشعر بأن الخدمات المصرفية المقدمة في البنك تلبي كافة رغباتي	3.54	0.973	25.718	0.000	مرتفعة
58	اشعر بالرضا عن سرعة الاستجابة لطلبات العميل	3.54	0.930	26.903	0.000	مرتفعة
57	اشعر بالرضا عن كفاءة الموظفين ومجاملتهم واعطاؤهم الثقة والأمان للعملاء	3.52	0.886	28.087	0.000	مرتفعة
52	انصح زملائي بالتعامل مع هذا البنك	3.48	0.863	28.519	0.000	متوسطة
53	لا توجد لدي ميول داخلية لترك التعامل مع هذا البنك	3.48	0.789	31.200	0.000	متوسطة
51	أشعر بالرضا عن تعاملي مع هذا البنك	3.44	0.812	29.951	0.000	متوسطة
56	اشعر بالرضا عن مستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للعميل	3.40	0.881	27.300	0.000	متوسطة
59	اشعر بالرضا عن كفاءة الموظفين في البنك	2.66	1.118	16.827	0.000	متوسطة
60	يتم فتح الحساب الجاري للأفراد بسهولة ودون تعقيد في الاجراءات	2.08	1.175	12.515	0.000	منخفضة
	الدرجة الكلية	3.27	0.64	35.709	0.000	متوسطة

4.1.1.4 السؤال الفرعي الرابع:

ما هي أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، وكيف يمكن تلافيها من وجهة نظر عملاء هذه البنوك؟

من خلال الاطلاع على نتائج الاستبانة، نجد بأن عينة الدراسة تعتقد بوجود عدد من أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، يمكن توضيحها في الجدول رقم (18).

جدول رقم (18): أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر العملاء في محافظة رام الله والبيرة.

أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية المقدمة		
الرقم	بنك فلسطين	البنك الإسلامي الفلسطيني
1.	ارتفاع العمولات وتنوعها وازدواجيتها	عدم تمويل التعليم وطلبة الجامعات
2.	التأخير في انجاز العمل	عدم تمويل المشاريع الصغيرة والريادية
3.	مقدار الفائدة غير واضح في القروض	التمويل فقط على أساس الدين والمربحة
4.	رسوم الخدمات المصرفية مرتفعة	غالبية المربحة تكون في شراء السيارات فقط
5.		عدم وجود قروض شخصية (قرض حسن)
6.		عدم وجود آليات البنك الإسلامي
7.		عدم وضوح أدوات التمويل الإسلامي

كما وترى عينة الدراسة بأنه يمكن التغلب على ما سبق من خلال قيام سلطة النقد بالتدخل في فرض استخدام أدوات التمويل الإسلامي في البنك الإسلامي الفلسطيني، وزيادة عدد المشاريع التي يقدمها البنك، كتمويل التعليم وطلبة الجامعات والخريجين والمشاريع الصغيرة والريادية، وعدم اقتصرها على شراء السيارات فقط، بالإضافة إلى أنه يقع على عاتق البنك الإسلامي الفلسطيني تفضيل أدوات التمويل الإسلامي كالمضاربة والمشاركة والاستصناع على الملكية. وأما فيما يخص بنك فلسطين فإن عينة الدراسة ترى بضرورة زيادة عدد الموظفين العاملين في كل فرع وذلك نظراً لقلتهم، مما يسبب في تأخير إتمام المهام والعمليات المصرفية للعملاء، بالإضافة إلى ضرورة تدخل سلطة النقد في تحديد رسوم الخدمات المصرفية والعمولات وأنواعها، بالإضافة إلى تحديد مقدار الفائدة بشكل واضح في القروض المقدمة من بنك فلسطين.

2.4 فرضيات الدراسة

1.2.4 الفرضية الأولى

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير الجنس.

لدراسة هذه الفرضية تم استخدام تحليل اختبار (T-test) للفروق بين درجات تقدير أفراد العينة نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير الجنس. كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (19).

جدول رقم (19): نتائج اختبار (T-test) لإيجاد الفروق بين درجات تقدير أفراد العينة نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير الجنس.

الفرع	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة الإحصائية
واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية	ذكر	35	3.29	0.82	1.615	0.210
	أنثى	15	3.00	1.03		
مستويات الخدمات المقدمة من البنك	ذكر	35	3.42	0.55	5.027	0.030
	أنثى	15	3.19	0.73		
الرضا عن جودة الخدمات المقدمة	ذكر	35	3.30	0.58	4.599	0.037
	أنثى	15	3.20	0.79		

يتضح لنا من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر

عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير الجنس. حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.210 في الفرع الأول المرتبط بواقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية، وأما الفرع الثاني المرتبط بمستويات الخدمات المقدمة من البنك فقد بلغت قيمة الدلالة الإحصائية فيه 0.030، في حين كان الفرع الثالث المرتبط بالرضا عن جودة الخدمات المقدمة غير دال احصائياً أيضاً بدلالة 0.037.

وعليه يتبين لنا مما سبق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس عند واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) = 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وأما فيما يخص مستويات الخدمات المقدمة من البنك، والرضا عن جودة الخدمات المقدمة فتبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس، ذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أكثر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) كما هو واضح في الجدول السابق رقم (19). وهذا ما يؤكد رفض الفرضية.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة في أن حصول الذكور على الخدمات المصرفية قد يختلف بعض الشيء عن الإناث، نظراً لأن الإناث قد تحصل على بعض التفضيل، خاصة فيما يتعلق بعملية تقديم خدمة ملائمة للإناث، كذلك يتسم المجتمع الفلسطيني بطابع ديني محافظ، يجعل بعض الموظفين يتعاملون بأسلوب عاطفي مع الإناث أو بطريقة أفضل من تعاملهم مع الذكور.

2.2.4 الفرضية الثانية

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير العمر.

لدراسة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير العمر. كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (20).

جدول رقم (20): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) لإيجاد الفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير العمر.

المجال	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	6.423	3	2.141	2.989	0.041
	داخل المجموعات	32.951	46	0.716		
	المجموع	39.374	49			
مستويات الخدمات المقدمة من البنك	بين المجموعات	3.806	3	1.269	3.971	0.013
	داخل المجموعات	14.697	46	0.319		
	المجموع	18.503	49			
الرضا عن جودة الخدمات المقدمة	بين المجموعات	5.440	3	1.813	5.523	0.003
	داخل المجموعات	15.105	46	0.328		
	المجموع	20.545	49			

يتضح لنا من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير العمر. وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في كافة الفروع. وهذا ما يؤكد رفض الفرضية.

ويؤكد على ذلك أيضاً الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابة عينة الدراسة على الفروع في الاستبانة وفقاً لمتغير العمر. وذلك كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (21).

جدول رقم (21): الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بين إجابات المبحوثين حول جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير العمر.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر	المجال
0.77	2.35	5	أقل من 20 سنة	واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية
0.75	3.22	16	20-40 سنة	
0.92	3.20	23	40-60 سنة	
0.82	3.88	6	أكبر من 60 سنة	
0.40	2.60	5	أقل من 20 سنة	مستويات الخدمات المقدمة من البنك
0.57	3.37	16	20-40 سنة	
0.57	3.40	23	40-60 سنة	
0.59	3.74	6	أكبر من 60 سنة	
0.21	2.42	5	أقل من 20 سنة	الرضا عن جودة الخدمات المقدمة
0.52	3.27	16	20-40 سنة	
0.58	3.30	23	40-60 سنة	
0.81	3.81	6	أكبر من 60 سنة	

وهذا ما يؤكد رفض الفرضية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير العمر.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة في أن هذه الفروق كانت في جميع مجالات الدراسة لصالح كبار السن (الأشخاص الذين أعمارهم أكبر من 60 سنة)، وذلك نظراً للطبيعة الدينية والثقافية في المجتمع الفلسطيني النابعة من احترام كبار السن، وهذه الثقافة تمنحهم معاملة أفضل من صغار السن، من حيث استقبالهم، وتقديم جميع الخدمات المصرفية لهم دون أي عوائق، وإعطائهم الأولوية على غيرهم، كما أن كبار السن لا يتفهمون ماهية الخدمات المصرفية المتطورة، وغالبيتهم تتوقف ثقافتهم على بعض الخدمات المصرفية التقليدية.

3.2.4 الفرضية الثالثة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

لدراسة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي. كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (22).

جدول رقم (22): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) لإيجاد الفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

الدلالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصدر التباين	المجال
0.20	1.633	1.27	2	2.55	بين المجموعات	واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية
		0.78	47	36.81	داخل المجموعات	
			49	39.37	المجموع	
0.09	2.539	0.90	2	1.80	بين المجموعات	مستويات الخدمات المقدمة من البنك
		0.35	47	16.69	داخل المجموعات	
			49	18.50	المجموع	
0.09	2.475	0.97	2	1.95	بين المجموعات	الرضا عن جودة الخدمات المقدمة
		0.39	47	18.58	داخل المجموعات	
			49	20.54	المجموع	

يتضح لنا من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي. وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P -value) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في كافة الفروع. وهذا ما يؤكد قبول الفرضية.

ويؤكد على ذلك أيضاً الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابة عينة الدراسة على الفروع في الاستبانة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي. وذلك كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (23).

جدول رقم (23): الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بين إجابات المبحوثين حول جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المؤهل العلمي	المجال
0.87	3.19	19	دبلوم أو أقل	واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية
0.87	2.91	15	بكالوريوس	
0.91	3.49	16	ماجستير فأكثر	
0.64	3.30	19	دبلوم أو أقل	مستويات الخدمات المقدمة من البنك
0.67	3.14	15	بكالوريوس	
0.43	3.61	16	ماجستير فأكثر	
0.76	3.18	19	دبلوم أو أقل	الرضا عن جودة الخدمات المقدمة
0.54	3.07	15	بكالوريوس	
0.49	3.55	16	ماجستير فأكثر	

وهذا ما يؤكد قبول الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

وتنقر الباحثة عدم وجود فروق بسبب متغير المؤهل العلمي، لأن جميع العملاء يحصلون على ذات الجودة في الخدمات المصرفية دون أي تمييز بين من يحمل شهادة الدبلوم أو من يحمل شهادة البكالوريوس أو الشهادات العليا، لذلك لاحظنا أن العملاء جميعهم من حملة الدرجات المختلفة لا يلمسون فرقاً في جودة الخدمات المقدمة لهم في البنوك، إضافة إلى أن جميع العملاء يلمسون ذات الخدمات المصرفية، وبذلك لا تختلف جودة الخدمة فيما بينهم بسبب المؤهل العلمي.

4.2.4 الفرضية الرابعة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير مكان السكن.

لدراسة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير مكان السكن. كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (24).

جدول رقم (24): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) لإيجاد الفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير مكان السكن.

الدلالة الإحصائية	قيمة ف المحسوبة	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجات الحرية	مصدر التباين	المجال
0.07	2.72	2.04	2	4.08	بين المجموعات	واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية
		0.75	47	35.28	داخل المجموعات	
			49	39.37	المجموع	
0.01	4.83	1.57	2	3.15	بين المجموعات	مستويات الخدمات المقدمة من البنك
		0.32	47	15.34	داخل المجموعات	

			49	18.50	المجموع	
0.05	3.08	1.19	2	2.38	بين المجموعات	الرضا عن جودة الخدمات المقدمة
		0.38	47	18.16	داخل المجموعات	
			49	20.54	المجموع	

يتضح لنا من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير مكان السكن عند الفرع الثاني المتعلق بمستويات الخدمات المقدمة من البنك. وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في هذا الفرع. وهذا ما يؤكد رفض الفرضية. أما باقي الفروع فنجد بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

ويؤكد على ذلك أيضاً الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابة عينة الدراسة على الفروع في الاستبانة وفقاً لمتغير مكان السكن. وذلك كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (25).

جدول رقم (25): الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بين إجابات المبحوثين حول جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير مكان السكن.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مكان السكن	المجال
0.92	3.49	24	مدينة	واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية
0.80	2.91	24	قرية	
0.86	3.38	2	مخيم	
0.49	3.60	24	مدينة	مستويات الخدمات المقدمة من البنك
0.63	3.09	24	قرية	

0.63	3.57	2	مخيم	الرضا عن جودة الخدمات المقدمة
0.52	3.46	24	مدينة	
0.71	3.04	24	قرية	
0.07	3.65	2	مخيم	

وهذا ما يؤكد رفض الفرضية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير مكان السكن.

وتفسر الباحثة هذه النتيجة أن الفروق كانت لصالح سكان المدن، نظراً لأن غالبية فروع بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني موجودة بالمدن، كما أن المخيمات تخلو من وجود أي فرع، وبذلك يستشعر سكان المدن جودة الخدمات المصرفية في البنوك من حيث مستويات تلك الخدمات أكثر من غيرهم من سكان القرى والمخيمات.

5.2.4 الفرضية الخامسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك.

لدراسة هذه الفرضية تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) للفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك. كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (26).

جدول رقم (26): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (one way analysis of variance) لإيجاد الفروق بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك

فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك.

المجال	مصدر التباين	درجات الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف المحسوبة	الدلالة الإحصائية
واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	1.32	2	0.66	0.81	0.44
	داخل المجموعات	38.04	47	0.81		
	المجموع	39.37	49			
مستويات الخدمات المقدمة من البنك	بين المجموعات	2.59	2	1.29	3.83	0.02
	داخل المجموعات	15.90	47	0.33		
	المجموع	18.50	49			
الرضا عن جودة الخدمات المقدمة	بين المجموعات	2.63	2	1.31	3.45	0.04
	داخل المجموعات	17.91	47	0.38		
	المجموع	20.54	49			

يتضح لنا من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك في جميع الفروع باستثناء الفرع الأول، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في هذه الفروع. وهذا ما يؤكد رفض الفرضية. أما الفرع الأول المرتبط بواقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية فنجد بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$).

ويؤكد على ذلك أيضاً الأعداد والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابة عينة الدراسة على الفروع في الاستبانة وفقاً لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك. وذلك كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (27).

جدول رقم (27): الأعداد، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية بين إجابات المبحوثين حول جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك.

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	عدد سنوات التعامل مع البنك	المجال
0.96	3.01	12	1-3 سنوات	واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية
1.02	3.03	10	4-7 سنوات	
0.82	3.35	28	أكثر من 8 سنوات	
0.72	3.02	12	1-3 سنوات	مستويات الخدمات المقدمة من البنك
0.72	3.20	10	4-7 سنوات	
0.44	3.55	28	أكثر من 8 سنوات	
0.63	2.90	12	1-3 سنوات	الرضا عن جودة الخدمات المقدمة
0.63	3.18	10	4-7 سنوات	
0.60	3.45	28	أكثر من 8 سنوات	

وهذا ما يؤكد رفض الفرضية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك.

ومن خلال قراءة النتائج السابقة تجد الباحثة أن الفروق كانت لصالح العملاء الذين يتعاملون مع البنك لفترة زمنية طويلة (أكثر من 8 سنوات)، كما تلاحظ الباحثة أن هذه الفروق كانت عند المستوى الثاني المتعلق بمستويات الخدمات المقدمة من البنك، وتفسر الباحثة هذه النتيجة نظراً لأن العميل الذي له فترة تعامل طويلة مع البنك يلاحظ تطور مستويات الخدمات فيه كالاتمادية

والملموسية وغيرها، وهو بذلك يستشعر مدى ملائمة هذه المستويات أكثر من العملاء حديثي الانضمام للبنك.

6.2.4 الفرضية السادسة

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير البنك.

لدراسة هذه الفرضية تم استخدام تحليل اختبار (T-test) للفروق بين درجات تقدير أفراد العينة نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير البنك. كما هو واضح في الجدول أدناه رقم (28).

جدول رقم (28): نتائج اختبار (T-test) لإيجاد الفروق بين درجات تقدير أفراد العينة نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير البنك.

الفرع	البنك	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	الدلالة الإحصائية
واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية	بنك فلسطين	23	3.02	0.99	1.80	0.18
	البنك الإسلامي الفلسطيني	26	3.33	0.79		
مستويات الخدمات المقدمة من البنك	بنك فلسطين	23	3.17	0.76	14.89	0.00
	البنك الإسلامي الفلسطيني	26	3.49	0.39		
الرضا عن جودة الخدمات المقدمة	بنك فلسطين	23	3.17	0.72	3.34	0.07
	البنك الإسلامي الفلسطيني	26	3.33	0.58		

يتضح لنا من الجدول السابق عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير البنك في كافة الفروع باستثناء الفرع الثاني، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أكبر من مستوى

الدلالة ($\alpha=0.05$) في هذه الفروع. وأما في الفرع الثاني فنلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير البنك عند الفرع الثاني المرتبط بمستويات الخدمات المقدمة من البنك، بحيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.00، وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). كما هو واضح في الجدول السابق رقم (28). وهذا ما يؤكد رفض الفرضية.

ومن خلال قراءة النتائج السابقة تجد الباحثة أن الفروق كانت لصالح عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني كما تلاحظ الباحثة أن هذه الفروق كانت عند المستوى الثاني المتعلق بمستويات الخدمات المقدمة من البنك، وتفسر الباحثة هذه النتيجة نظراً لأن البنك الإسلامي الفلسطيني يمتلك استراتيجية مصرفية قائمة على التطوير المستمر في مستويات الاستجابة والملموسية والثقة والتوكيد والتعاطف، وعليه فإن عملاء هذا البنك يشعرون بوجود تقدم في هذه المستويات أكثر من عملاء بنك فلسطين.

الفصل الخامس

التوصيات ومناقشتها:

1.5 نتائج الدراسة

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أبرزها:

أولاً: بلغت نسبة أفراد عينة الدراسة الذين يتعاملون مع بنك فلسطين 46%، بينما بلغت نسبة الذين يتعاملون مع البنك الإسلامي الفلسطيني 52%، وعليه يتبين لنا وجود تقارب بين نسبة عملاء البنوك محل الدراسة، مع وجود تفوق بسيط في نسبة عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني. وتعلل الباحثة هذه النتيجة في أنه على الرغم من الانتشار الأوسع لفروع بنك فلسطين، إلا أن أفراد المجتمع قد يتطلعون في الغالب إلى التعامل المصرفي على أساس الدين الإسلامي، والابتعاد عن البنوك التي تتعامل بالقروض الربوية، المحرمة في الشريعة الإسلامية.

ثانياً: إن مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنك الإسلامي الفلسطيني وبنك فلسطين متوسطة، وذلك كما ترى عينة الدراسة من عملاء هذه البنوك في منطقة رام الله والبيرة، بحيث بلغت قيمة الوسط الحسابي الكلي لمستوى جودة الخدمات المصرفية في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني 3.32 والانحراف المعياري 0.63. وتعزي الباحثة هذه النتيجة إلى أن القطاع المصرفي الفلسطيني بشكل عام قطاع حديث النشأة ومر بالعديد من المراحل، وعليه فإن هذا القطاع تخطى الكثير من العقبات والمشاكل بما ساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية، ولكن هذا لا يعني إلى أن هذا القطاع يتمتع بمستويات مصرفية عالية، وباختصار يمكن

القول بأن الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني ليست بالسيئة ولا الممتازة، أي أنها خدمات متوسطة تحتاج إلى التطوير والاستحداث والعمل المستمر، بما يتلاءم مع التطورات المصرفية العالمية، ورضا العملاء والزبائن. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة شعشاعة (2004) والتي أكدت على أن مستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل البنك مستوى جيد أو متوسط، حسب وجهة نظر العملاء، إلا أنه لا يرقى لمستوى توقعاتهم. في حين تختلف هذه النتيجة مع دراسة عودة (2016)، والتي أشارت إلى أن مستوى جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين مرتفعة بدلالة الوسط الحسابي 4.13. وكذلك دراسة عطاوي وآخرين (2014) لم تتفق مع الدراسة في أنها توصلت إلى أن جودة الخدمات المصرفية في المصارف الأردنية مرتفعة بمتوسط حسابي 3.59، وعلى الرغم من ذلك إلا أنها تؤكد على ضرورة أن تهتم المصارف بتحسين وتطوير أبعاد الخدمة المصرفية فيها، وهذا ما يتفق مع الدراسة. وكذلك لم تتفق الدراسة مع دراسة درويش والدميري (2010) التي أكدت على أن هناك انطباع إيجابي عن الجودة الكلية للخدمة المصرفية المقدمة من المصارف العربية العاملة في محافظة القدس وذلك بنسبة 81.3% من العينة. وكذلك الأمر في دراسة النويران والمطيري (2017)، والتي توصلت إلى أن تقييم عملاء البنك لجودة الخدمات المقدمة لهم كان عالياً. وهذا ما أكدت عليه أيضاً دراسة، بأن الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية في محافظة جنين كما أكدت الدراسة.

وعليه تؤكد الباحثة على أن المجال مفتوح لتطوير جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنوك الفلسطينية بشكل عام وبنك فلسطين والإسلامي الفلسطيني بشكل خاص، لكي تصل إلى مستوى توقعات العملاء، واعتبار هذا المطلب استراتيجي للتميز والمنافسة بين هذه البنوك.

ثالثاً: إن اتجاهات المبحوثين اتجاه واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك متوسطة بدلالة الوسط الحسابي الكلي 3.20، وهذا ما يدل على أن بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني يتوفران على سياسة تطوير لجودة الخدمات المصرفية، لكن ليس بالشكل المطلوب. وتعزي الباحثة هذه النتيجة إلى أن البنوك الفلسطينية ما زالت تحتاج إلى اهتمام أكبر في خدماتها المصرفية المقدمة لعملائها بشكل مباشر، كما أن هذه البنوك تعطي اهتمام لمجالات أخرى غير الخدمات المصرفية، وهذا الأمر خاطئ. بالإضافة إلى أن هذه البنوك تحاول تطبيق سياسات واستراتيجيات من دول أخرى تختلف ثقافتها عن المجتمع الفلسطيني، وعليه يقع على عاتق البنوك

الفلسطينية التعرف إلى طبيعة توقعات العملاء في البيئة الفلسطينية، لكي يتسنى لها تقديم أفضل خدمة تتلاءم مع هذه التوقعات. وهذا يتفق مع ما جاء في دراسة عطاوي وآخرين (2014) بأن تطوير الخدمات المصرفية أصبح ضرورة وليس ترفاً، وأن هذه الضرورة تنبع من الظروف المتغيرة التي يشهدها العالم الآن، وعلى رأسها المنافسة الشرسة من جانب المصارف، بالإضافة إلى وجود العديد من محفزات التطوير الأخرى كالفرص والتهديدات المرتبطة بالتطور الهائل في مجال الاتصالات والمعلومات، وزيادة تطلعات العملاء. وكذلك تتفق هذه النتيجة مع دراسة الفقهاء (2012)، والتي جاء فيها بأن المصارف الإسلامية تحتاج إلى المحافظة على وضعها التنافسي وتطويرة خاصة في ظل تزايد المنافسة المحلية والدولية، وألا تعتمد على الصورة والسمعة الإسلاميتين، لتمكينها من جذب عملاء جدد باستمرار.

رابعاً: إن اتجاهات المبحوثين متوسطة اتجاه أبعاد (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة والتوكيد، التعاطف) في جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها تلك البنوك. وبينت نتائج الدراسة أن بعد الملموسية هو البعد الوحيد الذي حصل على درجة استجابة مرتفعة من عينة الدراسة بوسط حسابي 3.50، وكان بعد الثقة والتوكيد أقل الأبعاد المطبقة في بنك فلسطين والإسلامي الفلسطيني بوسط حسابي 3.13، وبشكل عام كافة أبعاد جودة الخدمة المصرفية تطبق بشكل متوسط في البنوك محل الدراسة باستثناء بعد الملموسية. وتعلل الباحثة هذه النتيجة بأن معايير الملموسية تعتبر من المعايير الظاهرة للعملاء بشكل واضح، وجلي، ونعلل ذلك بأن موظفين البنوك يحرصون على احترام الدور ورفض التعامل مع أي شخص غير ملتزم بالدور، وذلك لأن عدم احترام الدور يكون واضح للعملاء، وهذا ما يحرك مشاعرهم ويثير غضبهم، وبالتالي نجد بأن موظفين البنك يحرصون على عدم حدوث مثل هذا النوع من المشاكل بينهم وبين العملاء. وتتفق هذه النتيجة أيضاً مع دراسة درويش والدميري (2010)، بأن أفضل محدّدات الجودة هو العناصر الملموسة، وخاصة فيما يتعلّق بتَمَيّز العاملين بالنظافة وحسن الهندام، وأيضاً تتفق هذه النتيجة مع دراسة شرويط (2012)، والتي جاء فيها بأن محور الجوانب المادية الملموسة يسهم في زيادة جودة الخدمة المصرفية. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة عطاوي وآخرين (2014)، والتي توصلت إلى وجود مستوى منخفض في بعض الجوانب المرتبطة بالتعاطف والملموسية، والتي كذلك تعدّ أبعاداً مهمة جداً ويجب على إدارات المصارف الاهتمام بتحسينها وتطويرها. وكذلك تختلف هذه النتيجة مع دراسة شعشاعة (2004)، والتي جاء فيها بعد

الاعتمادية في المرتبة الأولى يليه بعد الاستجابة ثم بعد الثقة يليه بعد التعاطف وأخيراً بعد العناصر الملموسة.

خامساً: إن مستوى رضى عملاء بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم متوسط، بوسط حسابي 3.27. وهذا ما يعني أن العملاء غير مستأوون من الخدمة المصرفية المقدمة لهم في هذه البنوك، وفي ذات الوقت لا يشعرون بالرضى الكامل عن هذه الخدمات، وبمعنى آخر هناك بعض الخدمات المصرفية يوجد رضى مرتفع عنها، وخدمات أخرى الرضا عنها متوسط، وخدمات الرضا عنها منخفض. ولم نجد أي دراسة تتفق مع هذه النتيجة، وعلى العكس مما سبق، وجدنا عدد من الدراسات تختلف مع ما توصلت إليه دراستنا، بحيث تختلف النتيجة السابقة مع دراسة البردويل (2015)، والتي أكدت على أن عملاء البنك الإسلامي العربي والبنك الإسلامي الفلسطيني يشعرون بالرضا عن الخدمات المصرفية الالكترونية بنسبة 80.5%. وكذلك تختلف نتيجة دراستنا السابقة مع دراسة شعشاعة (2004)، والتي جاء فيها بأن العملاء ينظرون بإيجابية لمستوى جودة الخدمات التي يقدمها المصرفين بوزن نسبي 79.31%. وتختلف هذه النتيجة أيضاً مع دراسة النويران والمطيري (2017)، والتي جاء فيها بأن جودة الخدمات المقدمة من البنك كانت مرضية للعملاء وفي مستوى توقعاتهم، وذلك من خلال النقيص العالي جداً للعملاء للجوانب الملموسة والاعتمادية والتعاطف.

سادساً: إن الموظفين العاملين في بنوك فلسطين والإسلامي الفلسطيني يستجيبون لطلبات العملاء بشكل سريع، وهذا بسبب امتلاكهم نوع من الكفاءة والثقة والأمان للعملاء. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة شرويط (2012)، والتي بينت أن محور الاستجابة للخدمة يحتل المرتبة الأولى في درجة تأثيره على زيادة جودة الخدمة المصرفية بنسبة مئوية 81%. في حين تختلف هذه النتيجة مع دراسة عطاوي وآخرين (2014)، والتي أكدت على أن مجال الاستجابة لم يكن بالمستوي الذي يرضي عملاء عينة البحث.

سابعاً: إن عينة الدراسة لا يوجد لديها ميول لترك التعامل مع البنك، وذلك نظراً لوجود اعتقاد منهم بأن كافة البنوك الفلسطينية تمتلك ذات الخدمات المصرفية، ولا يوجد اختلاف بين بنك وآخر، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة راشد (2014)، والتي توصلت إلى شعور العملاء بارتياح في التعامل مع كلا

المصرفين بنسبة مئوية 79.12%، ونعلل عدم اتفاق عينة الدراسة على أن فتح الحساب الجاري للأفراد يتم بسهولة ودون تعقيد في الإجراءات، وذلك نظراً لوجود إجراءات معقدة في غالبية البنوك لفتح مثل هذا النوع من الحسابات، والذي غالباً ما تتطلب البنوك وجود وظيفة أو عمل رسمي دائم.

ثامناً: إن عينة الدراسة تعتقد بوجود عدد من أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية المقدمة من قبل بنك فلسطين، أهمها ارتفاع العمولات وتنوعها وازدواجيتها، والتأخير في انجاز العمل، وعدم الوضوح في مقدار الفائدة في القروض، وارتفاع رسوم الخدمات المصرفية. وأما البنك الإسلامي الفلسطيني فتعتقد عينة الدراسة بوجود عدد من أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء فيه، أهمها عدم تمويل التعليم وطلبة الجامعات والمشاريع الصغيرة، وعدم وجود قروض شخصية (قرض حسن)، كما أن التمويل في هذا البنك يكون فقط على أساس الدين والمرابحة، بالإضافة إلى أن غالبية المرابحة تكون في شراء السيارات فقط، إضافة إلى عدم وضوح أدوات التمويل الإسلامي التي يقدمها هذا البنك. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة راشد (2014)، والتي جاء فيها بأن العملاء يعتقدون بأن عمولات الحصول على الخدمات المقدمة غير معقولة في كلا المصرفين بوزن نسبي 70.29%، بالإضافة إلى اعتقاد العملاء بأن الوقوف في طوابير الانتظار لإنجاز المعاملات يستغرق وقت طويل بوزن نسبي 66.86%. وكذلك تتفق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة، بأن هناك ضعف اهتمام من قبل المصارف الإسلامية بالعمل على نشر وترسيخ مبدأ عمل المصارف الإسلامية وفق أحكام الشريعة الإسلامية الغراء لجمهور المتعاملين مع المصارف الإسلامية مما كان له الأثر السلبي على تقييم بعد الامتثال حيث جاء في الترتيب السادس والأخير.

تاسعاً: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس عند واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) = 0.000 وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وأما فيما يخص مستويات الخدمات المقدمة من البنك، والرضا عن جودة الخدمات المقدمة فيتبين لنا وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس لصالح الذكور، ذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أكثر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وهذا ما يؤكد رفض الفرضية.

وتعمل الباحثة هذه النتيجة إلى أنه على الرغم من وجود مساواة في المعاملة بين الجنسين في تقديم الخدمات المصرفية البنوك، إلا أن هناك بعض التفضيل قد يكون لجنس على حساب آخر، خاصة فيما يتعلق بعملية تقديم خدمة ملائمة للإناث، وقد يعلل ذلك أيضاً بالطبيعة الدينية للمجتمع الفلسطيني المحافظ، والذي قد يجعل بعض الموظفين يتعاملون بأسلوب عاطفي مع الإناث أو بطريقة أفضل من تعاملهم مع الذكور، وبشكل عام يمكن القول بأن البنكين يقدمان الخدمات المصرفية لكلا الجنسين دون تفرقة بين أحد دون الآخر أي أن الخدمات متاحة لجميع العملاء ذكور وإناث، مع وجود بعض التفضيل للذكور أو الإناث أحياناً.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جمال وربايعة (2017) والتي توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $\alpha=0.05$ في جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية في محافظة جنين من وجهة نظر العملاء تبعاً لمتغير الجنس للعميل.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة درويش والدميري (2010) والتي توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية "عند مستوى 0,05 " α = في إجابات عملاء المصارف العربيّة العاملة في محافظة القدس نحو أبعاد جودة الخدمة المتعلقة بالاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتّعاطف، وكذلك نحو الجودة الكلية للخدمة، تبعاً لاختلاف متغير الجنس. وكذلك تختلف هذه النتيجة مع دراسة أبو حمرة (2011)، والتي توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد مجتمع الدراسة حول الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء وأثرها على الأرباح تعزى إلى الجنس. وذات الأمر في دراسة الخالدي (2006) والتي أكدت على أن متغير الجنس ليس له تأثير مباشر على تقييم عملاء المصارف الإسلامية لجودة الخدمات المقدمة لهم فعلياً، أي أنه لا يوجد اختلاف في تقييم عملاء المصارف الإسلامية لجودة الخدمات المقدمة فعلياً يعزى لمتغير الجنس. كذلك الأمر في دراسة البردويل (2015)، والتي توصلت إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول هذه المجالات تعزى إلى الجنس.

عاشراً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير العمر. ونلاحظ أن هذه الفروق موجودة في جميع مجالات الدراسة دون استثناء.

ونلاحظ أن الفروق كانت لصالح الأشخاص الذين أعمارهم أكبر من 60 سنة، وتعلل الباحثة هذه النتيجة في قيام موظفي البنوك باستقبال العملاء من كبار السن ومعاملتهم بشكل أفضل من غيرهم مراعاةً لوضعهم وظروفهم، وذلك بسبب الثقافة المجتمعية والدينية السائدة في فلسطين، والتي تفرض على الجميع احترام كبار السن.

وانتقلت هذه النتيجة مع دراسة عبد العالي وعبد الوهاب (2007) والتي بينت وجود فروق دالة احصائياً درجات تقييم العملاء لجودة الخدمات المصرفية في مدينة قسنطينة تعزى لمتغير العمر. وكذلك انتقلت مع دراسة الخالدي (2006) والتي بينت وجود فروق في تقييم عملاء المصارف الإسلامية في فلسطين لجودة الخدمات المقدمة لهم تُعزى لمتغير عمر العميل.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة درويش والدميري (2010) والتي توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عملاء المصارف العربيّة العاملة في محافظة القدس نحو أبعاد جودة الخدمة الخمسة، وكذلك نحو الجودة الكلية للخدمة، تبعاً لاختلاف متغير العمر. كذلك تختلف هذه النتيجة مع دراسة جمال وربايعة (2017) والتي أكدت على أن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية في محافظة جنين من وجهة نظر العملاء على مستوى الأداة الكلية لا تختلف باختلاف العمر للعميل.

حادي عشر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير المؤهل العلمي. ونلاحظ أن هذه الفروق غير موجودة في جميع مجالات الدراسة دون استثناء.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جمال وربايعة (2017) والتي أكدت على أن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية في محافظة جنين من وجهة نظر العملاء على مستوى الأداة الكلية لا تختلف باختلاف المؤهل العلمي للعميل. وكذلك تتفق هذه النتيجة مع دراسة أبو حمرة (2011)، والتي توصلت إلى أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية حول الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين لعملائه تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

وتعمل الباحثة هذه النتيجة إلى أن الموظفين يتعاملون في تقديم جودة الخدمات المصرفية مع جميع العملاء بذات الطريقة دون تمييز بين شخص يحمل شهادة دبلوم أو شخص يحمل شهادات عليا، وعليه فإن العملاء جميعهم من حملة الدرجات المختلفة لا يلمسون فرقاً في جودة الخدمات المقدمة لهم في البنوك.

وتختلف هذه النتيجة مع دراسة الخالدي (2006) التي بينت وجود فروق في تقييم عملاء المصارف الإسلامية لجودة الخدمات المقدمة لهم تُعزى لمتغير المؤهل العلمي للعميل. كما وتختلف نتيجة دراستنا مع دراسة، والتي توصلت إلى أن لمتغير المؤهل العلمي تأثير مباشر على تقييم عملاء المصارف الإسلامية لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم فعلياً حيث يوجد اختلاف في تقييم عملاء المصارف الإسلامية لجودة الخدمات المقدمة فعلياً يعزى لمتغير المؤهل العلمي.

ثاني عشر: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير مكان السكن عند الفرع الثاني المتعلق بمستويات الخدمات المقدمة من البنك. وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في هذا الفرع. وهذا ما يؤكد رفض الفرضية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة راشد (2012)، والتي أكدت على أنه لا توجد فروق معنوية عند مستوى الدلالة الإحصائية في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين نحو تأثير منطقة السكن على إجاباتهم فيما يتعلق بتأثير عناصر المزيج التسويقي للمصارف الإسلامية في فلسطين على الصورة الذهنية عن جودة خدماتها.

ثالث عشر: توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك في جميع الفروع باستثناء الفرع الأول، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في هذه الفروع، وكانت هذه الفروق لصالح الأشخاص المتعاملين مع البنك أكثر من 8 سنوات. وهذا ما يؤكد رفض الفرضية. أما الفرع الأول المرتبط بواقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية فنجد بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-

value) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). وتتفق هذه النتيجة مع دراسة الضمور (2012) والتي توصلت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية لولاء الزبائن للبنوك الأردنية تعزى لمتغير سنوات التعامل مع البنك. وكذلك تتفق هذه النتيجة مع دراسة الخالدي (2006)، والتي توصلت إلى أن لمتغير عدد سنوات التعامل تأثير مباشر على تقييم عملاء المصارف الإسلامية لجودة الخدمات الفعلية المقدمة لهم فعلياً حيث يوجد اختلاف في تقييم عملاء المصارف الإسلامية لجودة الخدمات المقدمة فعلياً يعزى لمتغير عدد سنوات التعامل. ولا تتفق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة درويش والدميري (2010)، والتي توصلت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عملاء المصارف العربيّة العاملة في محافظة القدس نحو الجودة الكلية للخدمة المصرفية، تبعاً لاختلاف متغير عدد سنوات التعامل مع المصرف.

رابع عشر: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير البنك في كافة الفروع باستثناء الفرع الثاني، وذلك لأن قيمة الدلالة الإحصائية (P-value) أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في هذه الفروع. وأما في الفرع الثاني فنلاحظ وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات المبحوثين نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني من وجهة نظر عملاء هذه البنوك تعزى لمتغير البنك عند الفرع الثاني المرتبط بمستويات الخدمات المقدمة من البنك، بحيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية 0.00، وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$). حيث كان الفرق واضح لصالح البنك الإسلامي الفلسطيني على بنك فلسطين. وهذا ما يؤكد رفض الفرضية.

وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في دراسة راشد (2012)، بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في المتوسطات الحسابية لإجابات المبحوثين، نحو مستوى الصورة الذهنية عن جودة الخدمات المقدمة في المصارف الإسلامية في فلسطين تعزى إلى متغير مصرف التعامل.

2.5 استنتاجات الدراسة

أولاً: على الرغم من الظروف الاقتصادية والسياسية الصعبة التي يمر بها المجتمع الفلسطيني، إلا أن البنوك الفلسطينية بما فيها بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني استطاعت تخطي هذه

الظروف، ومنح عملائها خدمات مصرفية متميزة ومتقدمة كبقية الدول، لكن هذه الخدمات متوسطة تحتاج إلى التطوير والاستحداث والعمل المستمر، بما يتلاءم مع التطورات المصرفية العالمية، ورضا العملاء والزبائن، مع ضرورة التركيز على متطلبات العميل الفلسطيني.

ثانياً: يعتقد عملاء بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني بأن هذه البنوك تعتمد سياسات تطويرية متوسطة للخدمات المصرفية، أي أنها ما زالت تحتاج إلى اهتمام أكبر في خدماتها المصرفية المقدمة لعملائها بشكل مباشر، كما أن هذه البنوك تعطي اهتمام لمجالات أخرى غير الخدمات المصرفية، وهذا الأمر خاطئ. بالإضافة إلى أن هذه البنوك تحاول تطبيق سياسات واستراتيجيات من دول أخرى تختلف ثقافتها عن المجتمع الفلسطيني، وعليه يقع على عاتق البنوك الفلسطينية التعرف على طبيعة توقعات العملاء في البيئة الفلسطينية، لكي يتسنى لها تقديم أفضل خدمة تتلاءم مع هذه التوقعات.

ثالثاً: إن عملاء بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني يشعرون بالرضا بشكل متوسط عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم، ما يعني أن العملاء غير مستأوون من الخدمة المصرفية المقدمة لهم في هذه البنوك، وفي ذات الوقت لا يشعرون بالرضى الكامل عن هذه الخدمات، وبمعنى آخر هناك بعض الخدمات المصرفية يوجد رضى مرتفع عنها، وخدمات أخرى الرضا عنها متوسط، وخدمات الرضا عنها منخفض.

رابعاً: يطبق بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني أبعاد (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة والتوكيد، التعاطف) بشكل متوسط.

خامساً: على الرغم من السياسة التطويرية المتبعة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني، إلا أن الخدمات المصرفية فيها تعاني من وجود عدد من أوجه القصور والضعف، أهمها ارتفاع العمولات وتنوعها وازدواجيتها، والتأخير في انجاز العمل، وعدم الوضوح في مقدار الفائدة في

القروض، وارتفاع رسوم الخدمات المصرفية في بنك فلسطين، وأما البنك الإسلامي الفلسطيني فتعتقد عينة الدراسة بوجود عدد من أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء فيه، أهمها عدم تمويل التعليم وطلبة الجامعات والمشاريع الصغيرة، وعدم وجود قروض شخصية (قرض حسن)، كما أن التمويل في هذا البنك يكون فقط على أساس الدين والمرابحة، بالإضافة إلى أن غالبية المربحة تكون في شراء السيارات فقط، إضافة إلى عدم وضوح أدوات التمويل الإسلامي التي يقدمها هذا البنك.

سادساً: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة نحو جودة الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني تعزى لمتغيرات الجنس، والعمر، ومكان السكن، وعدد سنوات التعامل مع البنك، والبنك، أما متغير المؤهل العلمي فلاحظت الباحثة وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات عينة الدراسة نحو جودة الخدمات المصرفية.

3.5 توصيات الدراسة

توصلت الباحثة إلى مجموعة من التوصيات التي تهدف إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك الإسلامي الفلسطيني وبنك فلسطين:

أولاً: ضرورة قيام بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني بالاستفادة من التطور التكنولوجي والتقني في خدمة العملاء بتمكينهم من تنفيذ كبر عدد ممكن من النشاطات المصرفية عن بعد وفي أي وقت وفي أي مكان دون الحاجة إلى الذهاب إلى مراكز الفروع، ويتم ذلك من خلال استخدام الانترنت والتكنولوجيا في الحصول على الخدمات المصرفية.

ثانياً: المحافظة على أنواع الرقابة الممارسة من سلطة النقد على البنوك التجارية وتطبيقها بشكل جيد لأنها من العوامل التي تؤثر على رقابة سلطة النقد على البنوك. كذلك يجب على سلطة النقد التدخل في فرض استخدام أدوات التمويل الإسلامي في البنك الإسلامي الفلسطيني.

ثالثاً: تطوير نظام للرقابة والتفتيش المصرفي (ميدانياً وإحصائياً) بشكل يعكس التطبيق الصحيح والمحكم للخصائص الوظيفية للبنوك التجارية.

رابعاً: إن الخدمات المصرفية المقدمة في بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني خدمات متوسطة تحتاج إلى التطوير والاستحداث والعمل المستمر، بما يتلاءم مع التطورات المصرفية العالمية، ورضا العملاء والزبائن.

خامساً: إن البنوك الفلسطينية تحاول تطبيق سياسات واستراتيجيات من دول أخرى تختلف ثقافتها عن المجتمع الفلسطيني، وعليه يقع على عاتق هذه البنوك التعرف إلى طبيعة توقعات العملاء في البيئة الفلسطينية، لكي يتسنى لها تقديم أفضل خدمة تتلاءم مع هذه التوقعات.

سادساً: إن ثقة المواطن الفلسطيني بشكل عام ضعيفة بالقطاع المصرفي بما فيه البنوك المذكورة سابقاً، وكذلك يجد العميل نفسه مضطراً للتعامل مع البنك، وعليه فإنه من الطبيعي أن تكون هناك ثقافة عامة في المجتمع حول قلة الثقة بجودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك. وعليه لا بد من زيادة وعي المواطن الفلسطيني بأهمية القطاع المصرفي، وإيجابيات التعامل مع البنوك.

سابعاً: يقع على عاتق البنك الإسلامي الفلسطيني مقارنة مع بنك فلسطين زيادة عدد المشاريع التي يقدمها، كتمويل التعليم وطلبة الجامعات والخريجين والمشاريع الصغيرة والريادية، وعدم اقتصرها على شراء السيارات فقط. بالإضافة إلى أنه يقع على عاتق البنك الإسلامي الفلسطيني تفضيل أدوات التمويل الإسلامي كالمضاربة والمشاركة والاستصناع على الملكية.

ثامناً: ضرورة زيادة عدد الموظفين العاملين في كل فرع وذلك نظراً لقلتهم، مما يسبب في تأخير إتمام المهام والعمليات المصرفية للعملاء.

تاسعاً: ضرورة تدخل سلطة النقد في تحديد رسوم الخدمات المصرفية والعمولات وأنواعها، بالإضافة إلى تحديد مقدار الفائدة بشكل واضح في القروض المقدمة من بنك فلسطين.

عاشراً: ضرورة اهتمام بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني بتدريب موظفيهم وتأهيلهم، بما يساهم في تحقيق كفاءة الموظفين في أداء الخدمة، وبالتالي تعزيز ثقة العملاء بالمصرف وموظفيه.

حادي عشر: العمل على مواكبة التطورات التكنولوجية وإدخال التكنولوجيا الحديثة إلى المصرف، والعمل على إدخال العناصر الشابة والجديدة بين كوادر المصرف من أجل التطوير والتحسين للمراحل القادمة، وزيادة كفاية الموظفين من خلال تكثيف الدورات التي أصبح الموظفون بحاجة لها من أجل مواكبة التطورات.

ثاني عشر: ضرورة الانتباه إلى أنّ هناك عوامل تحتاج إلى المزيد من التركيز والاهتمام، وبالتالي يجب أن تكون ضمن أولويات عمليات التحسين، وإجراء مراجعة وتحليل دائمين لطريقة أداء الأعمال، والبحث عن طرق أخرى لإنجازها بشكل أفضل.

ثالث عشر: على المصارف أن تعمل على تلبية احتياجات العملاء بغض النظر عن جنسهم، أو عملهم، أو دخلهم، أو قدمهم في التعامل مع المصرف عند تقديم الخدمات، أو وضع المعايير، وذلك لزيادة حصتها السوقية، وتحديد متطلبات العملاء وتوقعاتهم، والسعي الدائم لتلبيتها والتفوق عليها.

رابع عشر: الالتزام بالدقة والوضوح في التعامل مع العملاء، وإعطائهم القدر الكافي من السرية والخصوصية في كل ما يتعلق بهم من معلومات خاصة.

خامس عشر: إيجاد البيئة المادية الراقية والتي يلمسها العميل من خلال الوثائق والمعطيات المادية والملموسة للخدمة.

سادس عشر: ضرورة وضع استراتيجيات لتطوير الخدمات المصرفية، وبخاصة في البنك الإسلامي الفلسطيني، لمواجهة تحديات المنافسة من المصارف التجارية، وكذلك تحديات المنافسة العالمية في الصناعة المصرفية.

سابع عشر: ضرورة تركيز المصارف على تدريب الموظفين المتصلين مباشرة مع العملاء، لضمان الاهتمام بجوانب الخدمة سواء المتعلقة بالأداء النهائي أو بلحظات الصدق أثناء التفاعل بين مقدم الخدمة المصرفية والعميل.

ثامن عشر: إرسال موظفي البنوك لبعثات تدريبية في الخارج لاستيعاب أدوات التكنولوجيا المستخدمة في المصارف العالمية وطرق التعامل معها وكيفية تطبيقها في فلسطين.

تاسع عشر: ترسيخ بعض المفاهيم المتطورة لدى موظفي البنوك التي تتعلق بأهمية الابتكار والإبداع ومواكبة التكنولوجيا الحديثة، وتطوير المنتجات المصرفية والمبادرة لكسب عملاء جدد مع التحرر من القيود الروتينية التي تعوق سير العمل.

عشرون: ضرورة تقديم الخدمة المصرفية بشكلها الصحيح ومن أول مرة حيث يمكن القيام بذلك من خلال معرفة توقعات العملاء.

قائمة المصادر والمراجع

- أبو حمرة، سعدي عبد الرحمن. (2011). واقع الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء وأثرها على الأرباح من وجهة نظر الإدارة العليا (دراسة حالة بنك فلسطين)، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
- أبو عيدة، عمر محمود. (2017). أثر الجهاز المصرفي الفلسطيني في متغيرات الاستقرار الاقتصادي: دراسة قياسية تطبيقية خلال الفترة 1994-2014، مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية، مجلد 2، عدد 7، طولكرم.

- أبو ميزر، ديب ماهر. (2019). جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل: دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية، رسالة ماجستير، جامعة الخليل، الخليل.
- أحمد، أحمد خضير. (2019). جودة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة: دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد. مجلة اقتصاديات المال والأعمال، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالوصوف ميلة، عدد 9، الجزائر.
- بخوش، مديحة. (2013). دور رضا العميل في إرساء إدارة الجودة الشاملة في القطاع المصرفي. مجلة دراسات اقتصادية- مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية. العدد 21، الجزائر.
- البردويل، سعيد محمد سعيد. (2015). الخدمات المصرفية الالكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء "دراسة حالة البنوك الإسلامية في محافظات غزة"، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، غزة.
- البريشي، إسماعيل محمد. (2011). المصارف الإسلامية ودورها في التنمية الاجتماعية والاقتصادية، مؤتم للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 26، العدد 7.
- بني حمدان، خالد والزبون عطا الله علي. (2017). إدارة الجودة الشاملة: مفاهيم وتطبيقات، دار اليازوري العلمية، الأردن.
- بوزيان، راضية راجح. (2015). إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان.
- الجبوري، ميسر إبراهيم. (2010). إدارة الجودة: جوانب نظرية وتجارب واقعية، معهد الإدارة العامة، السعودية.

- الجراحي. (2008). استخدام الشبكات العصبية لزيادة جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية العامة: دراسة ميدانية في محافظات القناة، رسالة دكتوراة، جامعة قناة السويس، مصر.
- جمال، زكريا محمود وريابعة، نهاد محمد. (2017). جودة الخدمات المصرفية لدى البنوك التجارية ف محافظة جنين من وجهة نظر العملاء. مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد الثاني، العدد 8.
- جميل، عبد الكريم أحمد. (2015). التسويق المصرفي، الجنادرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان.
- الحدابي، داوود عبد الملك، وقشوة، هدى عبد الله. (2009). جودة الخدمة التعليمية بكلية التربية بحجة من وجهة نظر طلبة الأقسام العلمية، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، العدد 4.
- حسن ، إياد منصور. (2019). إدارة العمليات البنكية والنقدية، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع، عمان.
- حلوز، فاطمة محمد والضمور، هاني حامد. (2012). أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، مجلة دراسات - العلوم الإدارية، المجلد 39، العدد 1، الجامعة الأردنية، عمان.
- حمة، خانم نوري ومحمود، ناز رؤوف. (2015). إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحسين الأداء المالي - دراسة تطبيقية في عينة من المصارف التجارية في محافظة السليمانية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 12، العدد 34.
- حموي وإسماعيل. (2011). قياس جودة الخدمة في القطاع المصرفي السوري: دراسة ميدانية مقارنة بين المصارف الخاصة والعامة، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، مجلد 33، عدد 6، سوريا.

- حميدي، عبد الرزاق. (2014). جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا العملاء وزيادة القدرة التنافسية للبنوك: دراسة حالة بنك التنمية المحلية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة بومرداس، الجزائر.
- خدومة، سمية. (2013). قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء: دراسة ميدانية للبنوك - منطقة ورقلة، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، الجزائر.
- درويش، مروان جمعة والدميري، ابتسام. (2010). تقويم جودة خدمات المصارف العربية العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر العملاء، مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية، عدد 18، فلسطين.
- راشد، وائل سليم. (2014). دور جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء (دراسة تطبيقية على البنك الوطني الإسلامي وبنك الإنتاج الفلسطيني من وجهة نظر العملاء)، رسالة ماجستير، جامعة الأقصى، غزة.
- راضي، بهجت عطية والعربي، هشام يوسف. (2016). إدارة الجودة الشاملة (TQM) : المفهوم والفلسفة والتطبيقات، روابط للنشر وتقنية المعلومات، القاهرة.
- الرويس، محمد حمد عبد الهادي. (2002). نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية في دولة قطر، جامعة عين شمس، القاهرة.
- زاهر صبحي بشناق. (2011). تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية والتقليدية باستخدام المؤشرات المالية "دراسة مقارنة للبنوك الوطنية العاملة في فلسطين"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
- السبئي، أحمد عبد الله. (2017). قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 23، العدد 97.
- السحاتي، وفاء علي عبد السلام. (2019). تمكين العاملين وأثره على جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، جامعة بنغازي، ليبيا.

- سرحان، فتحي. (2014). إدارة الجودة الشاملة: الاتجاهات العالمية الإدارية الحديثة، مكتبة الشريف ماس، القاهرة.
- سعد الجنابي وصباح مهدي. (2017). إدارة المصارف الإسلامية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية، مجلة المثنى للعلوم الادارية والاقتصادية، جامعة المثنى.
- سلطة النقد الفلسطينية. (2011). التقرير السنوي 2010، دائرة الأبحاث والسياسات النقدية، رام الله.
- شرويط، نهى عمر العبد. (2012). قياس جودة الخدمات المصرفية لدى البنوك في الجمهورية اليمنية: دراسة تطبيقية لعينة من البنوك اليمنية. مجلة الاقتصادى - جامعة عدن، سنة 5، عدد 5، اليمن.
- شعشاعة، حاتم. (2004). قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.
- الضمور، هاني حامد. (2012). أثر جودة الخدمة المصرفية في ولاء الزبائن للبنوك الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 39، العدد الأول.
- طایل، مصطفى كمال السيد. (2013). معايير الجودة الشاملة (الإدارة، الإحصاء، الاقتصاد)، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان.
- الطائي، حميد والعلاق، بشير. (2009). تسويق الخدمات، دار زهران، عمان.
- طلحة، محمد السيد. (2017). إدارة المستشفيات والمراكز الطبية: إدارة وتطوير المستشفيات والمراكز الطبية، التسويق للخدمات والمنتجات الطبية، دار العلوم للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة.
- طويرش، عبد الله عويد. (2012). قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية "دراسة تطبيقية على بنوك جدة"، المجلة العربية للإدارة، مجلد 33، عدد 2، السعودية.

- عبد الكريم، نصر. (2018). أساليب تحفيز توجيه الإقراض المصرفي نحو القطاعات الإنتاجية، معهد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية "ماس"، رام الله.
- عبود، خالد صالح والشريف، أحمد البشير. (2014). قياس الرضا عن جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العاملين: دراسة ميدانية على المصارف التجارية بمدينة تاجوراء، مجلة الاقتصاد والتجارة – جامعة الزيتونة، عدد 5.
- عتيق، عائشة. (2016). جودة الخدمات الصحية في المؤسسات العمومية: الجزائر حالة. دار خالد اللحياني للنشر والتوزيع، الجزائر.
- عثمان، عبد الله بهجة. (2015). الدور الوسيط لنظم إدارة الجودة الشاملة في تحسين العلاقة بين جودة الخدمة و الإداء التشغيلي في المؤسسات الخدمية، مجلة إدارة الجودة الشاملة، المجلد 16، العدد 1، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- عطاوي، إلهام وآخرين. (2013). جودة الخدمات المصرفية و أثرها على أداء المصارف : دراسة ميدانية في المصارف الأردنية : منطقة إربد، مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإنسانية والاجتماعية، عدد 32، فلسطين.
- عطيان، نصر. (2008). القطاعات الاقتصادية الرئيسية، كتاب الاقتصاد الفلسطيني، منشورات جامعة القدس المفتوحة، عمان.
- عودة، داوود عبد الرؤوف محمود. (2016). القيادة التحويلية وتأثيرها على جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين من وجهة نظر الإدارة التنفيذية، رسالة ماجستير، جامعة القدس، أبو ديس.
- عوض، بدير الحداد. (2014). تسويق الخدمات المصرفية، اتحاد المصارف العربية، بيروت.
- العياشي، زرار، البنوك الاسلامية كبديل فعال لتمويل التنمية، مجلة ملفات الأبحاث في الاقتصاد والتيسير، جامعة محمد الأول، عدد خاص، الجزائر، 2012، 353-373.

- الفقهاء، سام عبد القادر. (2012). العوامل المؤثرة في رضا العملاء عن خدمات المصارف الإسلامية في فلسطين، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 8، العدد 2، غزة.
- لحبيب ، بلية. (2019). إدارة الجودة الشاملة : المفهوم - الأساسيات - شروط التطبيق. الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، القاهرة.
- مباركية، شيماء ومسعود عائشة. (2016). إدارة الجودة الشاملة ودورها في تحسين العمليات المصرفية، رسالة ماجستير، جامعة العربي - تبسة، الجزائر.
- مسلم، عبد الله حسن. (2015). إدارة الجودة الشاملة. دار المعتز للنشر والتوزيع، الأردن.
- ناصر. (2008). أثر تسويق الخدمات المصرفية على سلوك العملاء: دراسة مقارنة بين المصارف الخاصة والحكومية السورية، رسالة دكتوراة، جامعة دمشق، سوريا.
- النويران، ثامر علي والمطيري، فهد مطر. (2017). تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن: دراسة حالة البنك الإسلامي الأردني، مجلة مركز صالح عبد الله كامل للاقتصاد الإسلامي، جامعة الأزهر، مجلد 21، عدد 61، غزة.
- الهوش، أبو بكر محمود. (2018). إدارة الجودة الشاملة في المجالين التعليمي والخدمي، دار حميثرا للنشر والترجمة، القاهرة.
- الوادي، محمود حسين وآخرين. (2010). إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، دار صفاء، الطبعة الأولى، عمان.

المراجع الأجنبية

- Al- Amiri, and Al- Tamimi, 2003, “Analyzing service quality in the UAE banks”, Journal of financial services marketing, Vol. 8.

- Awoke, habtamu, mekonen. (2015). **Service quality and customer satisfaction: empirical evidence from saving account customers of banking industry**, European journal of business and management. 7(1). P:144164.
- Cronin, Joseph and Taylor, Steven A., 1992, “**Measuring Service Quality Reexamination And Extention**”, Journal of Marketing, Vol. 56.
- Hamid. Adam, Alabsy. Nabil. (2018). **The impact of electronic Banking services on customer satisfaction in the Sudanese banking sector**, international business research.
- Jabnoun, N. and Al- tamimi, A. H, 2002, «**Measuring Perceived Service Quality At UAE Commercial Banks**», International Journal of Quality and Reliability Management, Vol. 20, N° 4, pp 458– 472.
- Miguel P.,Silva M., Chiosini E.1, and Schützer K.(2005), **Assessment of service quality dimensions: a study in a vehicle repair service**.
- Nina Indah Febriana. (2016). Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia KAntor CAbang PEmbantu Tulungagung , Febriana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung ,Indonesia.
- Pakurar, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Olah, J. (2019). **The service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking sector**. Sustainability, 11 (4), 1113.

- Parasuraman, A. , Zeithaml, V. A. , Berry, L , (1988) , “**SERVQUAL: A multiple– item scale for measuring consumer perceptions of service quality**”, Journal of Retailing, Vol. 64, pp12– 40.
- Rahman, Benazir. (2016). **Influence of E– banking services to words the profitability of commercial banks in bangladesh**. Journal Of internet banking and commerce 15 (2), 1–10.
- Sharma, K, & Sharma, M. (2019). **Examining the role of trust and quality dimensions in the actual usage of mobile banking services: an empirical investigation**. International journal of information management, 44, 65–75.
- Siraj, K. K & Pillal, p, sudarsanan. (2017). **Comparative study on performance of Islamic bank and conventional banks in (GCC) in region**, journal of applied finance & banking vol 2, no.3, international scientific press.
- Tharanikaran. Vadivelu, Sritharan. Sutha. (2017). **Service quality and Customer satisfaction in the electronic banking**, Journal of business economics and management.

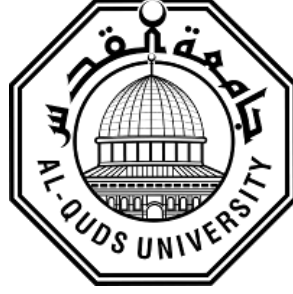
المواقع الالكترونية

- موقع بنك فلسطين على الإنترنت، صفحة ملف التعريف عن البنك، 2016
<https://www.bankofpalestine.com/ar/about/profile>
- موقع البنك الإسلامي الفلسطيني على الإنترنت، 2015:
<https://islamicbank.ps/ar/about/overview/pib>

الملاحق: الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة القدس / فرع أبو ديس



كلية الدراسات العليا

تخصص: إدارة الأعمال

أخي المواطن / أختي المواطنة

تقوم الباحثة بدراسة بعنوان "جودة الخدمات المقدمة في بنوك فلسطين من وجهة نظر العملاء : دراسة مقارنة بين بنك فلسطين والبنك الإسلامي الفلسطيني"، وذلك من أجل الحصول على درجة الماجستير في تخصص إدارة الأعمال، وقد وقع عليك/ي الاختيار لتكون/ي ضمن عينة الدراسة، لذا نرجو منك التعاون معنا بتعبئة هذا الاستبيان، وذلك بما يتوافق مع وجهة نظرك، علماً بأن بيانات الدراسة هي لأغراض البحث العلمي فقط، وسيتم الحفاظ على سريتها.

شاكرين لكم حسن تعاونك معنا

إعداد الباحثة

دولت جودة الغزاوي

القسم الأول: معلومات تعريفية:

1. الجنس:

() ذكر () أنثى

2. العمر:

() أقل من 20 سنة () 40-20 () 60-40 () أكبر من 60 سنة

3. المؤهل العلمي:

() دبلوم أو أقل () بكالوريوس () ماجستير فأكثر

4. مكان السكن:

() مدينة () قرية () مخيم

5. عدد سنوات التعامل مع البنك: _____

6. البنك:

() بنك فلسطين () البنك الإسلامي الفلسطيني

القسم الثاني: أرجو قراءة الفقرات التالية والإجابة بوضع إشارة (/) في المكان المخصص لها والتي تتفق مع رأيك.

الرقم	الفقرة	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة	معارض
الفرع الأول: واقع سياسات تطوير جودة الخدمات المصرفية						

1.	تعمل إدارة البنك على تطوير جودة الخدمات المصرفية بشكل مستمر				
2.	يعمل نظام التغذية الراجعة في البنك بشكل مثالي				
3.	تعمل إدارة البنك على حل المشكلات بشكل سريع				
4.	يتوفر في البنك نظام إداري معين لتطوير جودة الخدمات المصرفية				
5.	توجد في البنك إجراءات إدارية محددة للتعامل مع أي طارئ				
6.	سياسات البنك واضحة للجميع				
7.	يتوفر في البنك اهتمام واضح بتحديث التكنولوجيا المصاحبة لتقديم الخدمات				
8.	الاهتمام بالبحوث والاستشارات التي قد تساهم في نمو البنك ونجاحه				
9.	يعمل البنك وبشكل مستمر على تطوير التطبيق الخاص بالبنك على الأجهزة المتعددة				
الفرع الثاني: مستويات الخدمات المقدمة من البنك					
الاعتمادية					
10.	يمنح موظفو البنك رعاية خاصة للعميل				
11.	تضع إدارة البنك مصلحة العميل في سلم أولوياتها				
12.	يلتزم البنك بأداء الأعمال في الأوقات المحددة				
13.	يوفر البنك سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها				
14.	يهتم البنك بمشاكل العملاء ويجب على استفساراتهم				
15.	يؤدي البنك الخدمة بشكل صحيح ومن المرة الأولى				
16.	يوفر البنك سجلات دقيقة يمكن الرجوع إليها بسرعة				
17.	يقوم البنك بتزويدي بجميع المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة				
18.	امتلاك أنظمة تقيس مدة تقديم الخدمة للعملاء				
سرعة الاستجابة					
19.	يستجيب موظفو البنك لطلباتي بشكل سريع				

					20. يتمتع موظفو البنك بمهارة عالية في تقديم الخدمة
					21. عدم انشغال العاملين عن تلبية الطلبات الفورية للعملاء
					22. الاستعداد الدائم لمساعدة العملاء
					23. إعلام العملاء بدقة عن موعد تقديم الخدمة
					24. تساعد الخدمات المصرفية المقدمة من البنك على تحقيق المنفعة للزبائن
					25. ان موظفو البنك على استعداد لتقديم الخدمة في أي وقت، حتى في خارج أوقات الدوام الرسمي
					26. يستطيع العميل التواصل مع البنك بكل سهولة ويسر
الملموسية					
					27. يتميز العاملون في البنك بحسن المظهر وأناقاة الملبس
					28. ملائمة البيئة الداخلية للبنك لتقديم الخدمة
					29. يتم استخدام أحدث الآلات التقنية في البنك
					30. يوفر البنك نظاماً يحترم دور الزبون خلال انتظاره الخدمة
					31. التصميم الداخلي للبنك منظم وجذاب
					32. يقدم البنوك جوائز تشجيعية وحوافز للعملاء
					33. مرافق البنك ملائمة وصحية وجذابة
					34. تذاكر الدور متوفرة في البنك
					35. يعمل موظفو البنك على المحافظة على احترام الدور
					36. يرفض موظفو البنك التعامل مع أي شخص لم يلتزم بالدور
الثقة والتوكيد					
					37. أشعر بأن موظفو البنك لديهم معرفة وخبرة كاملة وكافية في العمل
					38. أشعر بأن البنك يساند العميل في تحقيق حاجاته من خلال الخدمات التي يقدمها
					39. أسعار الخدمات المصرفية المقدمة واضحة وموثوقة
					40. يمتلك موظفو البنك معلومات متكاملة عن الخدمات المصرفية

					41. يحافظ المصرف على خصوصية المعاملات
					42. أشعر بالأمان عند التعامل مع موظفو البنك
					43. أثق بهذا البنك وثوقاً كاملاً
التعاطف					
					44. ملائمة ساعات عمل البنك لجميع العملاء
					45. العلم والدراية باحتياجات العملاء
					46. اهتمام العاملين في البنك بالعملاء اهتماماً شخصياً
					47. يقوم موظفو البنك بتكليف الخدمة لكي تلبي حاجاتي ورغباتي
					48. يتوفر لدى المصرف بيئة داخلية اجتماعية (قائمة على الود والاحترام)
					49. يتاح الحصول على خدمات مصرفية طارئة خارج أوقات الدوام الرسمي للبنك
					50. السعي لتعزيز الود والاحترام والصدقة مع العملاء
الفرع الثالث: الرضا عن جودة الخدمات المقدمة					
					51. أشعر بالرضا عن تعاملي مع هذا البنك
					52. انصح زملائي بالتعامل مع هذا البنك
					53. لا توجد لدي ميول داخلية لترك التعامل مع هذا البنك
					54. اشعر بالرضا عن جودة الخدمات المقدمة في البنك
					55. اشعر بأن الخدمات المصرفية المقدمة في البنك تلبي كافة رغباتي
					56. اشعر بالرضا عن مستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للعميل
					57. اشعر بالرضا عن كفاءة الموظفين ومجاملتهم واعطائهم الثقة والأمان للعملاء
					58. اشعر بالرضا عن سرعة الاستجابة لطلبات العميل
معارض بشدة	معارض	محايد	موافق	موافق بشدة	
					59. اشعر بالرضا عن كفاءة الموظفين في البنك

					60. يتم فتح الحساب الجاري للأفراد بسهولة ودون تعقيد في الاجراءات
--	--	--	--	--	--

القسم الثالث: اجب عن السؤال التالي:

ما هي أوجه الضعف والقصور في الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك، وكيف يمكن تلافيها؟

شاكرين لكم حسن تعاونكم