



عمادة الدراسات العليا

جامعة القدس

تأثير جودة الخدمات المصرفية المقدمة على رضا العملاء في البنوك
الفلسطينية
"حالة تطبيقية على البنك الوطني"

محمد صالح ابراهيم عياد

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

2020م / 1441هـ

تأثير جودة الخدمات المصرفية المقدمة على رضا العملاء في البنوك
الفلسطينية

"حالة تطبيقية على البنك الوطني"

إعداد :

محمد صالح ابراهيم عياد

بكالوريوس محاسبة من جامعة بيت لحم- فلسطين

المشرف الرئيس : د. أحمد حرزالله

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات درجة الماجستير في إدارة
الاعمال من برنامج الدراسات العليا / معهد الإدارة والاقتصاد / جامعة
القدس



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

كلية الإدارة والاقتصاد

إجازة الرسالة

تأثير جودة الخدمات المصرفية المقدمة على رضا العملاء في البنوك الفلسطينية

"حالة تطبيقية على البنك الوطني"

اسم الطالب: محمد صالح عياد

الرقم الجامعي: 21210276

المشرف: د. أحمد حرز الله

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ 18 / 8 / 2020، من لجنة المناقشة المدرجة أسماؤهم وتواقيعهم:

1. رئيس لجنة المناقشة: د. أحمد حرز الله
التوقيع:
2. الممتحن الداخلي: د. محمد خالد بدر
التوقيع:
3. الممتحن الخارجي: د. محمد توفيق ابو شربة
التوقيع:

القدس - فلسطين

1441هـ / 2020م

إقرار

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

التوقيع: -----

الاسم: محمد صالح عياد

التاريخ: 18 / 8 / 2020 م .

الشكر والعرفان

الشكر لله من قبل ومن بعد واهب العقل وجاعل تمامه في تدبر آياته وتسييرها للإنسانية،
كي نساعد بعضنا بعضا في تحقيق المنفعة العامة.

يطيب لي عرفانا بالجميل أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان الى أولئك الذين وقفوا بجانبني
طوال فترة دراستي ولم ييخلوا عليّ بمساعدة أو إرشاد أو توجيه، وأخص بالذكر أستاذي
المشرف الدكتور احمد حرز الله ، الذي قدم لي الدعم والإرشاد مما دفع بهذه الرسالة الى
النور.

الى الأساتذة الأفاضل أعضاء الهيئة التدريسية في كلية الإدارة والاقتصاد في جامعة القدس
والى جميع من ساندني وأزرني خلال فترة دراستي، لكم شكري وامتناني.

وأتقدم بوافر التقدير وعظيم الامتنان للجنة المناقشة الافاضل الذين شرفوني بقبول مناقشة
الدراسة ودورهم الكبير في إثراء الدراسة من علمهم وخبرتهم.

كما وأتقدم بجزيل الشكر والتقدير لكل من ساهم ومد يد العون والمساعدة في إخراج هذه
الرسالة الى النور.

ملخص الدراسة

تلعب البنوك في عالمنا المعاصر دورا له أهميته في عملية الاستثمار وتأثير فاعل في تنمية وإدارة الاقتصاد على المستوى المحلي والاقليمي والعالمي، وفي مختلف الاصعدة والميادين التنموية والاستثمارية، واستجابة للتغيرات البيئية الكبيرة المتسارعة التي حدثت في العالم خلال العقدين الاخيرين، ونتيجة للتغيرات المتجددة في احتياجات الزبائن ورغباتهم، فقد بدأت العديد من منظمات الاعمال بتطوير اهدافها واستراتيجياتها والتحسين الدائم والمستمر لبرامجها وذلك لرفع مستوى جودة الاداء فيها، والذي بدوره يعمل على تحسين قدرتها على المنافسة والابتكار في الخدمات المقدمة من أجل الاستمرارية في هذه البيئة المتغيرة على مدار الساعة. لذا فقد هدفت الدراسة الى التعرف الى مدى تطبيق المصارف والبنوك لمفهوم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها للزبائن ومدة تعزيزها لرضا الزبائن . وقد قام الباحث بتصميم استبانة خاصة لتحقيق أهداف الدراسة، وزعت على عينة طبقية عشوائية من عملاء البنك الوطني في منطقة القدس وضواحيها للإجابة عليها، حيث خضعت 487 استبانة للتحليل الاحصائي .

أظهرت نتائج الدراسة أن الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الوطني بمستوى عالي من الجودة من وجهة نظر العملاء، بالإضافة الى تمتع الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الوطني بدرجة عالية من الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان. حيث حصلت هذه الابعاد على مستويات عالية من الرضا لدى العملاء، كما وأظهرت النتائج وجود تأثير لمجالات جودة الخدمات المصرفية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) مجتمعة على رضا العملاء. كما وتبين وجود تأثير ايجابي للمجالات (الملموسية، الاعتمادية، الامان) منفردة على رضا العملاء.

وقد تم الخروج بعدة توصيات منها ضرورة ان تتبنى إدارة البنك جودة الخدمة كاستراتيجية للمنافسة والتميز، وأن يكون تطوير وتحسين جودة الخدمات التي يقدمها البنك من أولوياتها، وضرورة أن تعمل إدارة البنك باستمرار على تطوير وتحسين التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمات، بالإضافة الى ضرورة الاهتمام بالعناصر البشرية واستقطابها وتدريبها بما يضمن تحسين أبعاد جودة الخدمة، وبما يضمن سرعة انجاز المعاملات وتقليل الاخطاء وزيادة قدرة الموظفين على سرعة الاستجابة للعملاء وحل مشاكلهم، وضرورة العمل على قياس جودة الخدمة بصورة منتظمة، وذلك باستخدام اساليب قياس مختلفة بما يضمن معرفة اماكن القصور وحلها.

كلمات مفتاحية: الجودة، الاعتمادية، الملموسية، الأمان، الاستجابة، التعاطف، رضا الزبون .

Service Quality Effects on Customer Satisfaction in Banking Sector.

"Empirical Case of National Bank"

Prepared by: Mohammad Saleh Ayyad.

Supervisor: Dr. Ahmad Hirzallah

Abstract:

Banks in our contemporary world play an important role in the investment process and have an impact on the development and management of the economy at the local, regional, and international levels, and in various fields of development and investment. In response to the great and rapid environmental changes that have taken place in the world over the last two decades, and as a result of the renewed changes in the needs and desires of customers, many business organizations have started to develop their goals and strategies and continuously improve their programs in order to improve their performance. provided for continuity in this changing environment around the clock. The study aimed to determine the extent to which banks apply the concept of comprehensive quality management, as well as the nature of the relationship between the elements of comprehensive quality management, its degree, and the extent to which it enhances customer satisfaction.

The researcher designed a special resolution to achieve the objectives of the study, whereby 500 random class samples were distributed to National Bank customers in the Jerusalem area and its suburbs for response, given the large size of the study community, 487 questionnaires were recovered, analyzed using the SPSS statistical program.

The results showed that the banking services provided by Palestinian banks - the National Bank - enjoyed a high level of customer quality, in addition to the National Bank's highly sensitive, reliable, responsive, empathetic and secure banking services. These dimensions gained high levels of customer satisfaction, and the results showed an impact on the quality of banking services (tactile, reliability, response, empathy, security) combined on customer satisfaction. It also shows that there is a positive impact on customer satisfaction on individual areas (tactile, reliability, security).

The bank's management must continuously develop and improve the technology used in the provision of services. It must also focus on human elements, attract them and train them to improve the quality of service, so as to ensure the speedy completion of transactions, reduce errors, increase the ability of employees to respond quickly to customers and solve their problems. Shortcomings and Resolution.

Keywords: Quality, Reliability, Tangibility, responsiveness, Security, Empathy, Customer Satisfaction

الفصل الأول

مشكلة الدراسة وأهميتها

1.1 المقدمة:

تلعب البنوك في عالمنا المعاصر دورا له أهميته في عملية الاستثمار وتأثير فاعل في تنمية وإدارة الاقتصاد على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي، وفي مختلف الأصعدة والميادين التنموية والاستثمارية، وبدأت أهمية البنوك تتزايد في الأونة الأخيرة لما ترتب عن انهيار الانظمة الاقتصادية كالاشرافية، مما أدى الى لفت الانظار نحو نظام عالمي جديد يهدف الى تحويل العالم الى قرية استثمارية صغيرة، وتعتبر الخدمات المصرفية من أهم وأكثر الفعاليات المصرفية في هذه الصناعة بل أكثر أدواتها حساسية، حيث لا يتوقف تأثيرها على مستوى البنك فحسب، إنما ترتبط مباشرة بالعملاء والانطباعات التي يكونوها عن الخدمات التي تقدمها البنوك والتي تعمل على رفع قدرتها التنافسية لدى البنك (الكركي، 2010).

واستجابة للتغيرات البيئية الكبيرة المتسارعة التي حدثت في العالم خلال العقدين الاخيرين، ونتيجة للتغيرات المتجددة في احتياجات الزبائن ورغباتهم، فقد بدأت العديد من منظمات الاعمال بتطوير اهدافها واستراتيجياتها والتحسين الدائم والمستمر لبرامجها وذلك لرفع مستوى جودة الاداء فيها، والذي بدوره يعمل على تحسين قدرتها على المنافسة والابتكار في الخدمات المقدمة من أجل الاستمرارية في هذه البيئة المتغيرة على مدار الساعة، ومن هنا نشأت الحاجة الى ما يسمى بعلم الجودة والذي بدأ ظهوره منذ بدايات القرن الماضي حيث تدرج من كونه

مجرد تقديم المنتج بشكل أفضل تلبية لرغبات الزبائن وصولاً إلى ما يعرف بالجودة الشاملة والتي تشكل منظومة كاملة من التحسين المستمر لكافة أركان المنظمة وإن كان تركيزها على خدمة الزبائن بشكل أفضل إلا أنها لا تغفل المساهمة الجماعية و فرق العمل وكذلك التحسين المستمر على العمليات من حيث المدخلات والمخرجات (عياد ، 2017).

وحظي مفهوم الجودة باهتمام معظم دول العالم مما حدا بالمفكرين والباحثين ان يطلقوا على هذا العصر مصطلح عصر الجودة باعتبار الجودة الشاملة ركيزة اساسية من ركائز نموذج الادارة الحديث والذي يهدف الى مجاراة المتغيرات الدولية في محاولة للتكيف والتأقلم معها، فأصبح العالم ينظر الى الجودة الشاملة باعتبارها التحدي الاكبر الذي ستواجهه الأمم مستقبلاً (عبد الجواد ، 2016).

2.1 مشكلة الدراسة :

لقد برزت في الاقتصاد المعاصر أهمية تطبيق فلسفة الجودة الشاملة على صعيد تحسين الربحية، تعزيز المركز التنافسي والاستجابة لتوقعات الزبائن وتحقيق رضاهم، وعلى الرغم من ارتباط مفهوم الجودة الشاملة بالمؤسسات الصناعية كونها أول من أعتدت اساليب الجودة، إلا أن الاهتمام امتد ليشمل المؤسسات المصرفية كغيرها من المؤسسات الخدمائية، ومن هنا تتبلور إشكالية هذه الدراسة في التساؤل التالي:

ما مدى تأثير جودة الخدمات المصرفية على تعزيز رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم؟

وينبثق عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية:

❖ ما مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر

العملاء؟

- ❖ ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية؟
- ❖ هل يوجد تأثير لجودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) على رضا العملاء ؟
- ❖ هل يختلف مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء حسب متغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، مستوى دخل الأسرة، طبيعة العمل)؟
- ❖ هل يختلف مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية حسب متغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، مستوى دخل الأسرة، طبيعة العمل) ؟

3.1 أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة للتعرف الى تأثير جودة الخدمات المصرفية لمقدمة على رضا العملاء في البنوك الفلسطينية، ويتفرع عنها الاهداف الفرعية التالية:
- التعرف على مستوى تطبيق جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية.
 - التعرف الى درجة رضا العملاء في البنوك الفلسطينية عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
 - التعرف الى أثر ملموسية الخدمات المصرفية على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
 - التعرف الى أثر بعد الاعتمادية على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
 - التعرف الى أثر بعد الاستجابة السريعة على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

- التعرف الى أثر بعد الامان على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
- التعرف الى أثر بعد التعاطف على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
- التعرف الى وجود فروقات في اجابات المبحوثين في تقييم الخدمات المصرفية المقدمة لهم تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، المؤهل العلمي، مستوى دخل الاسرة، طبيعة العمل).

4.1 أهمية الدراسة:

تتبع أهمية البحث من أهمية القطاع المصرفي في فلسطين، بالإضافة إلى أهمية التطور المستمر في جودة الخدمات الذي يعتبر سمة من سمات العصر الذي نعيش فيه، وكذلك تتأى أهميته من دور الجودة الشاملة للخدمات في تحقيق البنوك و الهصارف لاهدافها في البقاء والنمو والتي تتحقق فقط عندما تولي إدارات البنوك اهتمامها للتعرف الى حاجات ورغبات عملاءها والعمل على تليبيتها .

أما بالنسبة للفئات المنتفعة من نتائج هذا البحث فنتمثل فيما يلي وذلك على سبيل الذكر وليس الحصر :

(1) إدارة البنك: تتبع أهمية الدراسة بالنسبة لإدارة البنك من كونها توفر البيانات اللازمة للتعرف على نقاط القوة والضعف في جودة الخدمات المقدمة، والتعرف على المعايير التي يوليها العملاء اولوية عند تقييمهم لخدمات البنك، الأمر الذي سيساعد الإدارة على تطوير أسلوب تقديم الخدمات بحيث تعمل على تحقيق مستويات رضا أعلى للعملاء الحاليين، واستقطاب المزيد من العملاء المحتملين، مما سينعكس إيجابا على الوضع التنافسي للبنك وعلى حصصه السوقية وبالتالي تحقيق ربحية أعلى وهو الهدف الأساسي لأي مؤسسة تجارية.

(2) المساهمين: إن الاستفادة من النتائج المتوقعة لهذه الدراسة س تعمل على تحسين الأداء الأمر الذي سينعكس على أرباح البنك، وبالتالي زيادة الرصيد المالي لحملة الاسهم، كذلك

فإنه من الممكن الاستفادة من هذه الدراسة في تعزيز مكانة البنك التنافسية في السوق المصرفي الفلسطيني الذي سينعكس على أرباح المساهمين.

3) العملاء: إن العمل على تطبيق توصيات الدراسة سينعكس إيجاباً على مستوى الخدمات المقدمة من قبل البنك، وبالتالي سيتمتع عملاء البنك بخدمات مصرفية متميزة وذات جودة أعلى.

4) طالبي العلم والمعرفة من خلال الاستفادة من هذه الدراسة بالمستقبل .

5.1 فرضيات الدراسة:

أن مراجعة الدراسات السابقة وما تناولته وتوصلت إليه من نتائج ساعد في تحديد وصياغة عدد من الفرضيات ذات الصلة بمشكلة البحث ومتغيراته المستقلة والمعدلة والتابعة للدراسة بما يعكس أهداف الدراسة .

➤ الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة

($\alpha \geq 0.05$) لجودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية (الملموسية،

الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) على رضا العملاء.

➤ الفرضية الرئيسية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية

من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير الجنس / المؤهل العلمي / مستوى دخل الاسرة /

طبيعة العمل .

➤ الفرضية الرئيسية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى

الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك

الفلسطينية يعزى لمتغير الجنس / المؤهل العلمي / مستوى دخل الاسرة / طبيعة العمل.

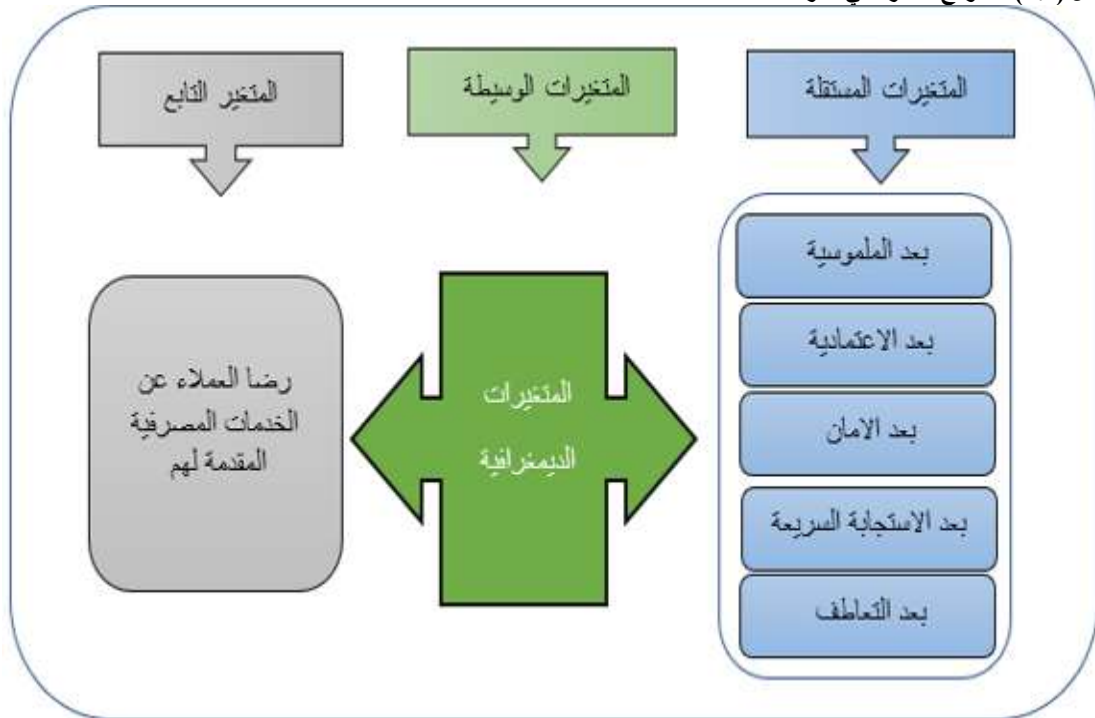
6.1 متغيرات الدراسة:

بعد الاطلاع على ادبيات موضوع الدراسة وما جاء به الاخرون في دراساتهم أصبح بالإمكان تحديد متغيرات الدراسة والتي تنقسم إلى ثلاثة أقسام : المتغيرات المستقلة والمتمثل بابعاد جودة الخدمات المصرفية (بعد الملموسية، بعد الاعتمادية، بعد الامان، بعد الاستجابة السريعة، بعد التعاطف)، والمتغير التابع والذي يمثّل في رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم، والمتغيرات الضابطة والمتمثلة في الجنس، العمر، طبيعة العمل، مكان السكن، المستوى التعليمي.

7.1 نموذج الدراسة:

بعد التعرف على متغيرات الدراسة فإنه اصبح بالإمكان تحديد نموذج فرضي للمتغيرات محل الدراسة (المتغيرات المستقلة، والمتغير التابع، المتغيرات الضابطة) والتي يمكن توضيحها من خلال الشكل الأتي:

شكل (1.1) النموذج الافتراضي للدراسة



7.1 حدود الدراسة:

- 1 -الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية لهذه الدراسة في دراسة أثر ممارسات وأبعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
- 2 -الزمنية: تم إجراء هذه الدراسة المتمثلة في دراسة تأثير أبعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم، والحصول على البيانات التي تفيد هذه الدراسة خلال الفترة الواقعة بين شهري ايلول من العام 2019 وشهر حزيران من العام 2020.
- 3 -المكانية: يتمثل المجال المكاني للبحث في فروع البنك الوطني العاملة في منطقة القدس وضواحيها.
- 4 -البشرية: تتألف الحدود البشرية للدراسة من عينة عشوائية طبقية من عملاء البنك الوطني في منطقة القدس وضواحيها .

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

2.1 الإطار النظري :

1.1.2 مفهوم الخدمة: *service*

بسبب الدور الكبير الذي كانت تلعبه الخدمات في تسهيل حياة الافراد وعمل المنظمات والمؤسسات، أصبحت دراسة الخدمة وتحديد مفهومها وطبيعتها لها توجه كبير، مما شجع العديد من المختصين في مجال التسويق وخصوصا في تسويق الخدمات المصرفية والعاملين في المنظمات والمؤسسات الخدمية على الاهتمام بتحديد مفهوم الخدمة وطبيعتها وأبعادها المختلفة، ومع تطور الخدمة عبر الزمن بسبب اختلاف وجهات النظر بين الباحثين تطور تعريف الخدمة وقد عرفت الجمعية للتسويق الخدمات بأنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع لارتباطها بسلعة معينة (AMA, 2013).

ويمكن تعريف الخدمات بصورة عامة بأنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف الى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما ان تقديم الخدمة قد يكون مرتبط او غير مرتبط بمنتج مادي ملموس (بريش، 2004).

أما Philip Kotler فعرفها على أنها: " نشاط أو منفعة يقدمها طرف الى آخر وتكون في الاساس غير ملموسة أو غير محسوسة ولا يترتب عليها أية ملكية فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي أو لا يكون" (Kotler, 2000).

ويمكن تعريف الخدمات المصرفية على أنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة العناصر الملموسة وغير الملموسة المدركة من قبل الافراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية(دراجي، 2015).

2.1.2 خصائص الخدمات:

لقد أظهرت العديد من الدراسات والأبحاث الخصائص المميزة للخدمات كالاتي : (الضمور، 2004)

1 - اللاملموسية:

مما يميز الخدمة عن السلعة كونها من الصعب تذوقها، والاحساس بها، و رؤيتها، وشمها أو سماعها قبل شرائها. فالاراء حولها وتكرار الشراء قد يعتمد على خبرة سابقة، وتتمثل الخدمة عند المستهلك عندما يحصل عليها ممثلة في شيء مادي وملموس.

2 - التلازمية (عدم الانفصال):

نعني بالتلازمية درجة الارتباط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي تولى تقديمها، يقصد بذلك أن الخدمة مرتبطة بمقدمها أي لايمكن الفصل بين الخدمة ومقدمها، فعلى العميل أن يشارك في إنتاج الخدمة، أي هو جزء من انتاج الخدمة و احيانا حتى بدون معرفتها وهذا ما يعاكس أنتاج السلع، فالعملاء لا يعرفون من يصنع المنتج الذي يستخدمونه، وكيف يمكن أنتاجها، إلا أنهم من جهة أخرى يعرفون تماما من يقدم لهم الخدمات في البنك ومن يدرسون أبناءهم ويصف لهم شعرهم.

3 عدم التماثل أو التجانس في طريقة تقديم الخدمة:

بسبب اعتماد الخدمات على المهارة أو أسلوب أو كفاءة مقدمها وزمان ومكان تقديمها فهي بذلك تميز الخدمات بخاصية التباين أو عدم التماثل، فمثلا: العملية الجراحية التي يجريها جراح مشهور تعد افضل من حيث الجودة والالتقان والامان وفرص النجاح، مقارنة بعملية يجريها جراح أقل خبرة. حيث أن مقدم الخدمة قد يقدم خدماته بطرق مختلفة طبقا لظروف معينة.

4 الزوالية (الهلاكية):

تزول الخدمات بمجرد استخدامها إضافة الى عدم إمكانية تخزينها لذلك فإن المؤسسات الخدمية تتكبد خسائر كبيرة عند الاستفادة من الخدمة أو فقدانها لأي سبب ما، فوجود غرف فارغة في فندق مثلا أو مقعد غير مشغول على متن طائرة أو في مسرح يشكل خسارة باعتبارها تمثل طاقات معطلة، إذا كان الطلب مستمر فإن خاصية الزوالية لا تشكل أي مشكلة إلا في حالة التذبذب في الطلب وعدم استمرارها بوتيره واحدة.

5 عدم الملكية:

خاصية عدم الملكية للخدمات تسمح للزبون أن يراجع نفسه في مدى تفريقه للسلع عن الخدمات فبشرائه للخدمات لا يمكنه أن يمتلكها، مثال حجز غرفة في الطائرة لا يعطينا الحق في امتلاك ذلك المقعد، لكن في حالة شراء سيارة فإنه بمجرد استلامها تصبح ملكا لنا ولنا الحق بالتصرف بها، وبذلك فالملكية للخدمات لا يقصد به نقل الملكية ولكنها تؤجر لوقت ما.

3.1.2 مفهوم الجودة Quality:

كلمة الجودة تستخدم دائما للإشارة الى الامتياز أو التميز في السلعة أو الخدمة، فالجودة تعني الاتقان أي إتقان العمل، وفي بعض الشركات الهندسية يستخدم مصطلح الجودة للإشارة الى مطابقة المنتج للمواصفات المحددة مسبقا أو ملائمة الاستخدام.

وقد عرف Jihson الجودة بانها القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته ويحقق رضاه التام على السلعة أو الخدمة التي تقدم له. (حماد، 2014).

في حين عرف Feigenbaum الجودة على أنها تحديد احتياجات ومتطلبات المستهلك لما يريد وليس تحديد الاسواق أو تحديد الادارة في المصنع أو الشركة وغيره. بمعنى الجودة تعتمد على خبرة المستهلك للمنتج أو الخدمة المقدمة قياسا كما يريد من متطلبات ورغبات ومن ثم وضع بعض النقاط الاساسية منها: (السلمي، 2008)

- الجودة يجب ان تعرف في حدود متطلبات المستهلك أو العميل.
- الجودة لها عدة أبعاد ويجب ان تعرف اجماليا.
- نظرا لان المستهلك تتغير احتياجاته وتطلعاته عن المنتج من وقت لآخر لذلك ينبغي على مهندسي الجودة أن تكون خططهم مواكبة لهذه التغيرات المتوقعة.

ويمكن تعريف جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة او المدركة أي التي يتوقعها العملاء أو يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا العميل أو عدم رضاه حيث يعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية التي تزيد تعزيز مستوى الجودة في خدماتها(الدراكة، 2001).

4.1.2 أهمية جودة الخدمة:

تتمتع جودة الخدمة بأهمية كبيرة في المؤسسات التي تهدف الى تحقيق مستويات عليا من النجاح والاستقرار والتي تعنى بشكل كبير في زيادة ميزاتها التنافسية وتحقيق مستويات عليا من الحصة السوقية والارباح، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي: (الدراكة، 2001)

1 نمو مجال الخدمة : لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات الامريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات الى جانب ذلك فالمؤسسات الخدماتية ما زالت في نمو متزايد ومستمر.

- 2- ازدياد المنافسة: إن تزايد عدد المؤسسات الخدمائية يؤدي إلى وجود منافسة شديدة بينهما لذلك فإن الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.
- 3- فهم العملاء: إن العملاء يريدون معاملة جديدة ويكرهون التعامل مع المؤسسات التي تركز على الخدمة، فلا يكفي تقديم خدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الممتازة والفهم الأكبر للعملاء.
- 4- المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة
- 5- أصبحت المؤسسات الخدمائية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها السوقية لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من أجل اجتذاب عملاء جدد، ولكن يجب كذلك المحافظة على العملاء الحاليين ولتحقيق ذلك لابد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.

5.1.2 أهداف إدارة الجودة الشاملة:

أن الهدف الأساسي من تطبيق برنامج إدارة الجودة الشاملة في الشركات هو تطوير الجودة للمنتجات والخدمات مع إحراز تخفيض للتكاليف والإقلال من الوقت والجهد الضائع، لتحسين الخدمة المقدمة للعملاء وكسب رضاهم، وهذا الهدف الرئيس للجودة الشاملة يشمل ثلاثة فوائد رئيسية مهمة وهي: (عايش، 2008)

- 1- خفض التكاليف: إن الجودة تتطلب عمل الأشياء الصحيحة بالطريقة الصحيحة من أول مرة وهذا يعني تقليل الأشياء التالفة أو إعادة إنجازها وبالتالي تقليل التكاليف.
- 2- تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهمات للعميل: فالإجراءات التي وضعت من قبل المؤسسة لإنجاز الخدمات للعميل قد ركزت على تحقيق الأهداف ومراقبتها وبالتالي جاءت تلك الإجراءات طويلة جامدة في كثير من الأحيان مما أثر تأثيراً سلبياً على العميل.

- 3 تحقيق الجودة: وذلك بتطوير المنتجات والخدمات حسب رغبة العملاء، إن عدم الاهتمام بالجودة يؤدي لزيادة الوقت لأداء وإنجاز المهام وزيادة أعمال المراقبة وبالتالي زيادة شكوى المستفيدين من تلك الخدمات.
- وهذه جملة من أهداف وفوائد تطبيق برنامج إدارة الجودة الشاملة:
- 1 خلق بيئة تدعم وتحافظ على التطوير المستمر.
 - 2 إشراك جميع العاملين في التطوير.
 - 3 متابعة وتطوير أدوات قياس أداء العمليات.
 - 4 تقليل المهام والنشاطات اللازمة لتحويل المدخلات (المواد الأولية) إلى منتجات أو خدمات ذات قيمة للعملاء.
 - 5 تحسين نوعية المخرجات.
 - 6 زيادة الكفاءة بزيادة التعاون بين الإدارات مع تشجيع العمل الجماعي.
 - 7 تعليم الإدارة والعاملين كيفية تحديد وترتيب ثم تحليل المشاكل وتجزئتها إلى أصغر، كي يتم السيطرة عليها.
 - 8 تعلم إتخاذ القرارات استناداً على الحقائق لا المشاعر.
 - 9 تدريب الموظفين على أسلوب تطوير العمليات.
 - 10 - زيادة القدرة على جذب العملاء والإقلال من شكاويهم.
 - 11 - تحسين الثقة وأداء العمل للعاملين.
 - 12 - زيادة نسبة تحقيق الأهداف الرئيسية للشركة.
 - 13 - زيادة الفعالية التنظيمية.
 - 14 - تحسين الربحية والقدرة على المنافسة.
 - 15 - تحقيق إرضاء العميل.

6.1.2 أبعاد جودة الخدمة:

اختلف الباحثون والدراسو على الأبعاد الرئيسية التي تقاس بها جودة الخدمة فقد أسهب البعض منهم في تقدير الأبعاد الرئيسية وقد عرفوها على انها الاعتمادية، الاستجابة، القدرة

والكفاءة، سهولة الحصول على الخدمة، اللباقة، الاتصال، المصداقية، الامان، معرفة وفهم العميل، الجوانب المادية الملموسة، وقد اتفق الاغلبية على انها (الملموسية، الاعتمادية، الامان، سرعة الاستجابة، التعاطف)

وفيما يلي تفصيل لكل من الابعاد المفسرة لجودة الخدمة المصرفية:

1 بعد الملموسية: ويشير هذا البعد الى الدلائل المادية التابعة لمنظومة الخدمة، ويشمل هذا البعد التسهيلات المادية، ومظهر الموظفين مقدمي الخدمة، والادوات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة(بلاك، 2016).
في حين عرفها الكركي على انها الجوانب الملموسة والمتعلقة بالخدمة مثل مباني المصارف والتقنيات الحديثة المستخدمة فيه والتسهيلات الداخلية للأبنية والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة ومظهر الموظفين(الكركي، 2010).
ويرى حماد ان بعد الملموسية يشير الى التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة الخدمية مثل المعدات ومظهر مقدمي الخدمة وادوات ووسائل الاتصال معهم ففي الكثير من الاحيان يلجأ العميل الى الحكم على جودة الخدمة من خلال الخصائص الشكلية المرافقة للخدمة كالتسهيلات المادية والتكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمة والمظهر الداخلي وتصميم المحل او المؤسسة وديكوره لخلق جو مريح للعميل (حماد، 2014).

2+الاعتمادية: يتمثل بعد الاعتمادية في ثبات الاداء وقدرة المنظمة على تقديم الخدمات التي وعدت بها بشكل يمكن من الاعتماد عليها بطريقة صحيحة من المرة الاولى، ويضم هذا البعد الدقة في الحسابات والحفاظ على سجلات صحيحة وتقديم الخدمة في المواعيد المحددة(بلاك، 2016).

في حين يرى الباهي ان الاعتمادية هي قدرة المنظمة على أداء الخدمة بالشكل الصحيح من المرة الاولى ودقة الانجاز للخدمة بشكل يعتمد عليه ووفاء المنظمة بوعودها ايضا(الباهي، 2016).

ويشير حماد الى الاعتمادية على انها القدرة على تقديم خدمة حسب ما وعدت به المؤسسة أي أن تكون بشكل يمكن الاعتماد عليها ويكون بدرجة عالية من الصحة

والدقة ، فالعميل يتوقع ان تقدم له خدمة حقيقية من حيث الالتزام بالوقت ولاداء كما تم وعده من قبل بالاضافة الى اعتماده على مقدم الخدمة في أدائها كان يعتمد صاحب السيارة على الميكانيكي في اصلاح وصيانة السيارة في الوقت المحدد لاصلاحها بشكل يمكن الاعتماد عليه(حماد، 2014).

ومما سبق فانه يمكن تلخيص الاعتمادية على انها :

- الثبات في الاداء وانجاز الخدمة.
 - دقة الحسابات والملفات وتجنب وقوع الاخطاء.
 - تقديم الخدمة المصرفية بالشكل الصحيح وفي المواعيد المحددة والوقت المصمم لها.
- 3 جعد الامان: ويشير بعد الامان الى خلو الخدمة من الخطر والمخاطرة والشك ويتضمن هذا البعد الامن المالي والمحافظة على سرية تعاملات العميل مع المنظمة (بلاك، 2016).

في حين عرفها ايلين 1999 على انها الاطمئنان من قبل الزبائن بأن الخدمة المقدمة لهم تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك شاملا الاطمئنان النفسي والمادي، وتشمل أيضا الاضافة والكياسة وقدرة المصرف ومستخدميه على بناء الثقة وكسبها (الرياضي، 2016).

ويعبر حماد عن الامان بانه درجة الشعور بالامان في الخدمة المقدمة ومن يقدمها، أي ما يتعلق بمدى المخاطر المدركة لنتائج تلقي الخدمة من المؤسسة أو مقدمها أو كلاهما مثل درجة الامان المترتبة عن استئجار شقة أو غرفة فندقية(حماد، 2014).

ومما سبق يمكن تلخيص الامان على انه الاطمئنان بأن الخدمة المقدمة للعملاء تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك شاملا الاطمئنان المادي والنفسي.

4 +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 الى ذلك فإن الاستجابة تعبر عن المبادرة في تقديم الخدمة من قبل الموظفين بصدر رحب(الكركي، 2010).

في حين يرى بلاك بأن الاستجابة تتعلق بمدى رغبة مقدمي الخدمة واستعدادهم لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء والرد الفوري على استفسارات العملاء أو شكاويهم وتقديم خدمة فورية مثل تحديد المواعيد بسرعة (بلاك، 2016).

في حين يرى حماد بأن الاستجابة تتعلق بمدى قدرة مقدم الخدمة على الاستعداد لتقديم الخدمة للعميل بشكل دائم وقدرته على تقديم الخدمة في الوقت الذي يحتاج إليها العميل الى جانب شعور مقدم الخدمة بالحماس والسعادة عند تقديم الخدمة للعميل ومدى جاهزيته لذلك مثل عامل المطعم الذي يكون جاهزاً ومستعداً وراغباً في خدمة العملاء (حماد، 2014).

ومن هنا فإنه بالإمكان تلخيص الاستجابة على أنها رغبة العاملين في البنك واستعدادهم لتقديم الخدمة ومساعدة الزبائن والرد على استفساراتهم والسرعة في أداء الخدمة والاستجابة الفورية لطلب العميل.

5 بعد التعاطف (العاطفة): ويشير هذا البعد الى مدى قدرة مقدم الخدمة على فهم حاجات العميل وتحديدها وتزويدها بالرعاية والعناية، بمعنى آخر كم من الوقت والجهد الذي يحتاجه مقدم الخدمة للتعرف على حاجات العميل ويفهم مشاعره وتعاطفه معه (حماد، 2014).

في حين عرف Altman 1988 التعاطف على انه ابداء روح الصداقة والحرص على الزبون وإشعاره بأهميته، والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاته (الرياضي، 2016).

في حين ترى بلاك بعد التعاطف على انه فهم ومعرفة العميل وترى ان هذا البعد يتعلق ببذل جهد من أجل فهم حاجات العميل وذلك عن طريق معرفة حاجات العملاء بدقة وتقديم اهتمام فردي لكل عميل ومعرفة العملاء الدائمين للمنظمة (بلاك، 2016).

ومن هنا يمكن تلخيص بعد التعاطف على انه ابداء روح الصداقة والحرص على العملاء وكم من الوقت ويحتاج مورد الخدمة لفهم حاجات ومتطلبات الزبون.

جدول (1.2) مؤشرات تقييم الجودة

المؤشر	الشرح
1 - الملموسية	<p>مظهر العنصر المادي:</p> <ul style="list-style-type: none"> - حداثة وجاذبية مظهر المؤسسة. - مظهر العاملين. - تسهيلات مادية ... الخ.
2 +الإعتمادية	<p>أداء صادق:</p> <ul style="list-style-type: none"> - القدرة على الوفاء بالوعد من الأجل المحدد. - معلومات دقيقة وصحيحة. - مصداقية الاداء وإمكانية الاعتماد على مؤهلات وكفاءات ومعارف.
3 +الإستجابة	<p>السرعة والمساعدة:</p> <ul style="list-style-type: none"> - إعلام العملاء بأجال الوفاء بالخدمة. - سرعة تنفيذ المعاملات. - سرعة الرد على شكاوي العملاء.
4 +الامان	<p>ثقة العملاء:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ضمان الحصول على الخدمة حسب الموعد. - إنعدام الخطر والشك في تعاملات المؤسسة. - أداء سليم من طرف الموظفين.
5 -التعاطف	<p>الاهتمام بالعميل:</p> <ul style="list-style-type: none"> - فهم ومعرفة حاجات العميل. - الوعي بأهمية العميل. - ملائمة ساعات العميل مع إلتزاماته،

المصدر: (الضمور، 2005)

7.1.2 متطلبات تطبيق ادارة الجودة الشاملة:

ان تطبيق مفهوم ادارة الجودة الشاملة في المؤسسة يستلزم بعض المتطلبات التي تسبق البدء بتطبيق ذلك البرنامج في المؤسسة، وذلك لاعداد العاملين على قبول الفكرة ومن ثم السعي نحو تحقيقها بفعالية ثم حصر نتائجها المرغوبة، ومن هذه المتطلبات: (عايش، 2008)

- 1 - إعادة تشكيل ثقافة المؤسسة: إن ادخال أي مبدأ جديد في المؤسسة يتطلب إعادة تشكيل ثقافة تلك المؤسسة حيث ان قبول أو رفض أي مبدأ يعتمد على ثقافة ومعتقدات الموظفين في المؤسسة، أن ثقافة الجودة تختلف اختلافا جذريا عن الثقافة الادارية التقليدية وبالتالي يلزم تلك الثقافة الملائمة لتطبيق مفهوم ادارة الجودة الشاملة وذلك بتغيير الاساليب الادارية.
- 2 - الترويج وتسويق البرنامج: إن نشر مفاهيم ومبادئ إدارة الجودة الشاملة لجميع العاملين في المؤسسة أمر ضروري قبل اتخاذ قرار التطبيق، وأن تسويق البرنامج يساعد كثيرا في تقليل المعارضة للتغيير والتعرف على المخاطر المتوقعة. ويتم الترويج للبرنامج عن طريق تنظيم المحاضرات أو المؤتمرات أو الدورات التدريبية للتعريف بفهوم الجودة وفوائدها على المؤسسة.
- 3 - التعليم والتدريب: حتى يتم تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة بالشكل الصحيح يجب تدريب وتعليم المشاركين باساليب واداة ذلك المفهوم الجيد، كي يقوم على اساس صلب وسليم وبالتالي يؤدي الى النتائج المرغوبة من تطبيقه، حيث ان تطبيق ذلك البرنامج بدون وعي أو فهم لمبادئه ومتطلباته يؤدي الى الفشل الذريع، والهدف من التدريب هو نشر الوعي وتمكين المشاركين من التعرف على اساليب التطوير، وهذا التدريب يجب أن يكون موجها لجميع فئات ومستويات الادارة (الهيئة التنفيذية، المدراء، المشرفين، العاملين) كما يجب أن يلبى متطلبات كل فئة حسب التحديات التي تواجهها.
- 4 - الاستعانة بالاستشاريين: الهدف من الاستعانة بالخبرات الخارجية من مستشارين ومؤسسات مختصة عند تطبيق البرنامج هو تدعيم خبرة المؤسسة ومساعدتها في حل المشاكل التي ستنشأ وخاصة في المراحل الأولى.

- 5 تشكيل فرق العمل: يتم تأليف فرق العمل بحيث تضم كل واحدة منها ما بين خمسة الى ثمانية اعضاء من الاقسام المعنية مباشرة أو ممن يؤدون فعلا العمل المراد تطويره والذي سيتأثر بنتائج المشروع.
- وحيث أن تلك الفرق ستقوم بالتحسين، لذا يجب أن يكونوا من الاشخاص الموثوق بهم والذين لديهم الاستعداد والتطوير كما يجب أم يعطوا الصلاحية للمراجعة وتقييم المهام تتضمنها العملية وتقديم المقترحات لتحسينها.
- 6 -التشجيع والتحفيز: أن تقدير الافراد نظير قيامهم بعمل عظيم سيؤدي حتما الى تشجيعهم، وزرع الثقة، وتدعيم ذلك الأداء المرغوب، وكذلك التشجيع والتحفيز له دور كبير في تطوير برنامج إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة واستمراريته، وحيث ان استمرارية البرنامج في المؤسسة يعتمد اعتماداً كلياً على حماس المشاركين في التحسين، لذا ينبغي تعزيز ذلك الحماس من خلال الحوافز المناسبة وذلك يتفاوت من المكافأة المالية الى التشجيع المعنوي، والخلاصة أن على المؤسسة تبني برنامج حوافز فعال مرن يخلق جو من الثقة والتشجيع والشعور بالانتماء للمؤسسة وبأهمية الدور الموكل اليهم في تطبيق البرنامج،
- 7 -الإشراف والمتابعة: من ضروريات تطبيق برنامج الجودة هو الاشراف على فرق العمل بتعديل مسار الخطة مع متابعة إنجازاتهم ثم تقويمها إذا تطلب الامر، وكذلك فإن من مستلزمات اللجنة الاشراف و المتابعة والتنسيق بين مختلف الافراد والادارات وتذليل الصعوبات التي تعترض فرق العمل مع الأخذ في الاعتبار المصلحة العامة.
- 8 -استراتيجية التطبيق: إن استراتيجية تطوير وإدخال برنامج إدارة الجودة الشامل الى حيز التطبيق يمر بعدة خطوات أو مراحل بدءاً من الاعداد لهذا البرنامج حتى تحقيق النتائج تم تقييمها و مراحلها :
- أ -الاعداد: هي مرحلة تبادل المعرفة ونشر الخبرات وتحديد مدى الحاجة للتحسن بإجراء مراجعة شاملة لنتائج تطبيق هذا المفهوم في المؤسسات الأخرى، ويتم في تلك المرحلة وضع الاهداف المرغوبة.

ب التخطيط: ويتم فيها وضع خطة مع كيفية التطبيق وتحديد الموارد اللازمة لخطة التطبيق.

ت التقييم: وذلك بإستخدام الطرق الإحصائية للتطوير المستمر مع قياس مستوى الأداء وتحسينه.

8.1.2 معيقات تطبيق ادارة الجودة الشاملة:

هناك العديد من الاخطاء والمعيقات التي تواجه تطبيق ادارة الجودة الشاملة في المؤسسات والتي قد تقف عائقا امام نجاح المؤسسات في تطبيق ادارة الجودة الشاملة ومنها اهم هذه المعوقات:(الكحلوت، 2004)(بكي، 2013)

1. اعتبار الجودة الشاملة كبرنامج لا يتعدى الخطب الرنانة والشعارات.
2. إحباط الادارة وفقد الاهتمام بعميلة التطبيق لعدم تحقيق نتائج ملموسة على المدى القصير.
3. العملية لا تتبع من التركيز على المستهلك، أو لا يتم ادراجها بشكل استراتيجي أو لا تلقى الدعم الكافي من الادارة العليا.
4. عناصر الهيكل الاداري في المنظمة قد تشكل عائقا امام التغيير مثل نظام المكافآت، الحوافز، النظام المحاسبي والسياسات والإجراءات غير المرنة .
5. وضع اهداف قد تكون محددة للغاية
6. بقاء ثقافة المنظمة القائمة على إصدار الاوامر والمراقبة والتي يحكمها خوف والبيروقراطية.
7. عدم تخطيط عملية التدريب فلا تكون موجهة وتكون تقليدية أو غير قائمة على الاحتياجات.
8. التركيز على المنتجات والخدمات وليس على العمليات.
9. تفويض محدود للصلاحيات وإثراء محدود للمهام دون دعم حقيقي من قبل الادارة.
10. عدم التزام الادارة وعدم مشاركتها بشكل فاعل.

11. فشل الإدارة في ادراك ان مسؤولية التحسين هي مسؤولية شخصية في كل مستويات المنظمة.

9.1.2 مفهوم رضا العملاء:

يعد رضا العميل من المفاهيم المهمة في مجال تسويق الخدمات، وأنه أهم منه في مجال السلع المادية وذلك كون العلاقة بينه وبين كل من النمو وتحقيق الارباح اقوى في الخدمات منه في السلع المادية. وعلى الرغم من وجود علاقة واضحة وأكيدة بين مفهومي رضا العميل وجودة الخدمة إلا أن الباحثين في هذا المجال لم يتفقوا على طبيعة هذه العلاقة ونوعها، وعلى مفهوم كل منها، فمنهم من يرى بأن رضا العميل هو نفسه جودة الخدمة ومنهم من يرى بانهما مختلفان (الرياضي، 2016).

وقد عرف Kotler رضا الزبون بأنه ذلك الشعور الذي يوحى للزبون بالراحة والسرور الذي ينتج عند مقارنته لاداء المنتج بعد عملية الشراء مع توقعاته السابقة عن المنتج (Kotler, Philp; , 2006).

في حين عرفه عقيلي 2001 بأنها الحالة التي تكون فيها المنفعة اكبر من التضحيات وبالتالي تزداد القيمة ويزداد رضا الزبون وفق ما يلي: (مأمون و حفيان ، 2013)

$$\text{المنفعة} < \text{التضحيات} = \text{قيمة الزبون} < \text{رضا الزبون}$$

ومن هنا يمكن تعريف الرضا بأنه الشعور بالسعادة والابتهاج الذي يحصل عليهما الانسان نتيجة إشباع حاجة أو رغبة عنده، فالإشباع في مجال الاعمال والخدمات كرضا المستهلك الذي يحققه من منفعة من خلال استهلاكه لسعة ما أو انتفاعه من خدمة ويمكن ان يعرف رضا الزبون بأنه درجة ادراكه لمدى فاعلية المنظمة في تقديم المنتجات التي تلبى توقعاته.

10.1.2 أهمية قياس رضا العملاء:

يكتسب رضا العميل أهمية كبيرة لذا تحتاج جميع المنظمات الراغبة في تحقيق الاستمرار والنمو في السوق قياسه، إذ أن رضا العملاء هو موضوع بالغ الأهمية

لتحقيق النجاح في أي الأعمال، وتبرز أهمية قياس رضا العميل من خلال ما يأتي:(الخفاجي، 2008)

- 1- الوقوف على تحديد مدى رضا العميل.
- 2- تقديم النتائج للشركاء في المنظمة ومنهم مثلاً الممولين المستثمرين.
- 3- يساعد في تشخيص أسباب عدم تحقيق أهداف المنظمات.
- 4- معرفة هل أن الفئة المستهدفة قد استفادت من الخدمات المقدمة.
- 5- يساعد المشرفين على إمكانية توسيع نطاق الأنشطة والخدمات التي تقدمها المنظمة.
- 6- تجنب تكرار نفس الاخطاء في الأنشطة والخدمات التي سوف تقدمها المنظمة.
- 7- معرفة إذا كان نمط الادارة المتبع يحقق رضا الزبائن ام يحتاج الى مراجعة.

11.1.2 نبذة مختصرة عن البنك الوطني (الوطني، 2020)

البنك الوطني (TNB) هو ثاني أكبر مجموعة مصرفية فلسطينية، والبنك الأسرع نمواً في الوطن. اثبت البنك منذ انطلاقة انه أحد أفضل مزودي الخدمات المصرفية الوطنية المتكاملة والشاملة وأكثرها ابتكاراً لقطاعي الشركات والأفراد بالإضافة إلى تقديمه للخدمات الاستثمارية والخزينة وتمويل المشاريع المتوسطة والصغيرة ومتناهية الصغر. تم تصنيف البنك من قبل سلطة النقد الفلسطينية كبنك ذي أهمية نظامية على مستوى البنوك في فلسطين، حيث جاء التصنيف ضمن الحزمة الأولى من أصل خمس حزم معتمدة. تحت شعار "بخطى وثقة"، يقدم البنك الوطني أجود الخدمات المصرفية وأكثرها حداثة وتطوراً في السوق المصرفي الفلسطيني، ويسعى إلى أن يكون الخيار الوطني للمواطنين الذين يبحثون عن مزود خدمات مالية قوي وآمن ومواكب للتطور والحداثة. يضع البنك نصب عينيه تقديم خدمات مصرفية متطورة ومواكبة لأحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا المصرفية العالمية، حيث دأب على تطوير باقة من الخدمات والحلول الرقمية التي تطرح لأول مرة في فلسطين أو حتى في منطقة الشرق الأوسط.

يبلغ رأس مال البنك المدفوع 78 مليون دولار، وتم رفع رأس ماله المصرح به الى 100 مليون دولار في العام 2019. يدار البنك الوطني من قبل مجلس إدارة يضم مجموعة من كبرى الشركات الفلسطينية، ومجموعة من أبرز رجال وسيدات الأعمال والكفاءات، ويتمتع بقاعدة مساهمين هي الأكبر بين المصارف في الوطن والتي تتجاوز 9,000 مساهم ومساهمة .

يعتبر البنك الوطني من أكثر البنوك في فلسطين تنفيذًا لعمليات استحواذ واندماج ناجحة، كان آخرها قيادة البنك ائتلاف مساهمين للاستحواذ على حصة مسيطرة في البنك الاسلامي الفلسطيني في العام 2018، في صفقة تعد الأكبر في تاريخ بورصة فلسطين تجاوزت 70 مليون دولار. وسبق ذلك الاستحواذ على أصول والتزامات بنك الاتحاد الاردني في فلسطين في العام 2015 ولتكون هذه أول عملية استحواذ لبنك فلسطيني على بنك أردني .

يقدم البنك الوطني خدماته المصرفية لأكثر من 100 ألف عميل ، من خلال شبكة فروعه المنتشرة في مختلف محافظات الضفة الغربية والقدس، وشبكة صرافاته الآلية المتواجدة في أكثر الأماكن حيوية. كما يقدم البنك خدماته ايضا من خلال قنواته الإلكترونية الحديثة مثل الصيرفة الإلكترونية Online Banking وتطبيق TNB Mobile للهواتف المحمولة الذكية اضافة الى مركز الخدمات الرقمية Digital Service Center الذي يعد الأول من نوعه في الشرق الأوسط. في العام 2017، وبعد غياب المصارف الفلسطينية عن العمل في القدس لخمسین عاما، كان البنك الوطني السباق لافتتاح اول فرع لبنك فلسطيني داخل الجدار لخدمة سكان المدينة وفلسطينيي الداخل.

2.2 الدراسات السابقة

سيتم خلال هذا الفصل عرض الدراسات السابقة التي تناولت تأثير ممارسات وابعاد جودة الخدمات المصرفية في تعزيز رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم ، للاستفادة منها في هذه الدراسة، سواء من ناحية الطريقة التي اعتمدها الدراسة السابقة والإجراءات التي اتبعتها، كما وسيتم مناقشة نتائج الدراسات السابقة مع نتائج هذه الدراسة. وتقسم الدراسات التي تم تناولها الى قسمين:

1.2.2 الدراسات المحلية والعربية:

- دراسة (علماي و بن موسى ، 2019)

بعنوان " جودة الخدمات المصرفية الالكترونية كمدخل لبناء مزايا تنافسية للبنوك الجزائرية" هدف الباحثان من هلال هذه الدراسة الى التعرف على أبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية التي تمكن البنوك العمومية الجزائرية من بناء مزايا تنافسية تجعلها قادرة على مواجهة التحديات الكبرى العالمية في قطاع البنوك الالكترونية.

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، واستخدم الباحثان اسلوب جمع البيانات من الادبيات المتعلقة بموضوع الدراسة، وجمع مجموعة من الدراسات السابقة في موضوعي بناء المزايا التنافسية وكذلك ابعاد جودة تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك ومن تحلي هذه النتائج المتعلقة بأدبيات الدراسة ونتائج الدراسات السابقة.

وقد خلص الباحثان الى مجموعة من النتائج أهمها تستطيع البنوك الجزائرية توفير الخدمات المصرفية الالكترونية والتي يتطلع إليها المجتمع الرقمي بالجودة العالية والتي تتوافق والابعاد الدولية لمفهوم جودة الخدمات المصرفية الالكترونية(الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف)، تتركز جهود البنوك الجزائرية في توفير الوسائل والبرامج الالكترونية الحديثة ومعظمها لتوصيل الخدمات المصرفية الى الزبون في الوقت الذي يرغبه والمكان الذي يتواجد فيه، توفر الخدمات المصرفية الالكترونية الوقت والجهد مما يجذب عدد كبير من العملاء فيعزز المركز التنافسي للبنوك الجزائرية.

- دراسة (الطاهر و عبد الله ، 2019)

بعنوان " أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء- دراسة ميدانية: المصارف التجارية بمحافظة الدرب - المملكة العربية السعودية"

هدف الباحثان من خلال الدراسة الى التعرف على أثر ابعاد جودة الخدمة المصرفية والممثلة باللموسية، الاستجابة السريعة، التعاطف، الأمان/ الضمان، الموثوقية/ الاعتمادية على رضا عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب - المملكة العربية السعودية.

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحثان الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات، حيث قام الباحثان بتوزيع 110 استبانات على عينة من عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب.

وقد خلص الباحثان الى مجموعة من النتائج اهمها أن البعد الافضل من ناحية الجودة لدى المصارف التجارية بمحافظة الدرب في المملكة العربية السعودية هو بعد الموثوقية/ الاعتمادية يليه بعد التعاطف قم الملموسية يليه بعد الامان، أما البعد الاضعف من أبعاد الجودة لدى المصارف التجارية بمحافظة الدرب هو بعد لاستجابة، كما خلص الباحثان الى وجود أثر ذي دلالة معنوية لجميع ابعاد الخدمة المصرفية على رضا عملاء المصارف التجارية بمحافظة الدرب، ووجود علاقة ارتباط ايجابية وقوية وذات دلالة احصائية بين جودة الخدمة المقدمة لعملاء المصارف محل الدراسة ورضا العملاء.

-دراسة (حركات، 2017)

بعنوان " دور جودة الخدمات المصرفية في تحسين أداء البنوك التجارية - دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري وكالتي أم البواقي وعين مليلة"

هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة الى معرفة مدى مساهمة جودة الخدمات في المحيط العام للمؤسسات وكيفية قياسها، وبيان العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية وتأثيرها على اداء البنوك مما يساعد البنوك على تقديم خدمات افضل.

اعتمدت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي ولجأت الباحثة الى اسلوب المقابلات في جمع البيانات بالاضفة الى الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات حيث قامت الباحثة بتوزيع 38 استبانة على عينة من موظفي البنوك والمصارف خضع 30 منها للتحليل.

وقد خلصت الباحثة الى مجموعة من النتائج أهمها تولي الوكالات البنكية محل الدراسة اهتماما كبيرا بجودة الخدمات المصرفية من حيث النماذج وطرق القياس، تتمتع الوكالات البنكية محل الدراسة باداء جيد حيث يمتاز اداءها بالاستقرار والثبات، تسعى الوكالات البنكية الى تحقيق خدمات مصرفية ذات جودة وهي من بين الاهداف والغايات التي تلتزم بها من خلال الحرص على وضع معايير لمستوى الخدمة المطلوب والتعرف على تشعب حاجات وتوقعات الزبائن.

- دراسة (الرياضي، 2016)

بعنوان " أثر ابعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في البنك العربي - دراسة ميدانية في مدينة الزرقاء "

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف على أثر ابعاد جودة الخدمة المصرفية والممثلة باللموسية والاعتمادية والامان والاستجابة والتعاطف في رضا العملاء في البنك العربي.

انتهج الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ولجأ الباحث الى الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات من مجتمع الدراسة المتمثل في جميع فروع مدينة الزرقاء وعددهم 7 فروع وشملت عينة الدراسة 418 عميلا من خلال فروع البنك العربي في المدينة استرجع منها 398 استبانة بنسبة استرداد 95%.

وقد خلص الباحث الى مجموعة من النتائج أهمها ان هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء مجتمعه، يحرص البنك العربي على مواكبة

التطور التكنولوجي باستخدام التجهيزات والمعدات المصرفية ذات التقنية المتطورة، ينتهج البنك العربي تنفيذ خدمات العملاء بالوقت المحدد كما انه يحث موظفيه على بناء الثقة بينه

وبين العميل، يحرص البنك العربي على ان تكون الموثوقية والقدرة على أداء الخدمة الموعودة بدقة وبدقة، يوفر البنك العربي منظومة من الصدق والطمأنينة والضمان لعملائه لتحقيق الرضا لديهم، كما وتستجيب ادارة البنك لشكاوى العملاء واستفساراتهم وتأخذ بعين الاعتبار.

- دراسة (حفصاوي، 2016)

بعنوان " أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون - دراسة استطلاعية من وجهة نظر عينة من زبائن بعض الوكالات البنكية بأم البواقي"

هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة الى تحديد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات البنكية وأساليب قياسها وتحسينها ونماذج تقييمها بالاضافة الى التعرف على رضا الزبون وقياسه، كما هدفت الباحثة الى التعرف على تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمة المقدمة في الوكالات البنكية، واختبار التأثير بين أبعاد جودة الخدمة البنكية ورضا الزبون ومعرفة درجة رضا الزبائن للوكالات البنكية محل الدراسة.

استخدمت الباحثة في دراستها المنهج الاستنباطي بالاضافة الى المنهج الاحصائي الوصفي والاستدلالي واعتمدت الباحثة الاستبانة كاداة رئيسية في جمع البيانات حيث قامت بتوزيع 100 استبانة على عينة عشوائية خضع منها 90 للتحليل اي ما نسبته 90%.

وقد خلصت الباحثة الى مجموعة من النتائج أهمها ارتباط مفهوم جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر الزبون بمدى قدرة المؤسسة البنكية على تقديم خدمات تقابل توقعاته أو تتجاوزها، تتمثل جودة الخدمة البنكية في الجودة المتوقعة والمقدمة والمدركة والمنتظرة، تعتبر جودة الخدمة مصدرا مهما من مصادر المحافظة على الزبائن الحاليين للمؤسسة ، تتمتع الوكالات البنكية في أم البواقي بجودة متوسطة من وجهة نظر الزبائن فيما يخص

المرافق وقاعات الانتظار والاهتمام بالرد على شكاوي الزبائن، بالإضافة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغيرات جودة الخدمة البنكية ورضا الزبون.

- دراسة (خلو، 2016)

بعنوان قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية - دراسة ميدانية (مقارنة بين بنك CPA - BEA) تقرت.

هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة الى موضوع قياس جودة الخدمات المصرفية، من خلال الاجابة على سؤال الدراسة : ما مدى جودة الخدمة المصرفية في البنوك الجزائرية.

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليل ولجات الى الاستبانة كاداة رئيسية في جمع البيانات حيث قامت بتوزيع 100 استبانة على البنكين محل الدراسة بالتساوي خضع منها 83 استبانته للتحليل.

وقد خلصت الباحثة الى مجموعة من النتائج أهمها امكانية قياس جودة الخدمة المصرفية من خلال تحليل الابعاد الخمسة المستعملة في قياس جودة الخدمة بشكل عام والمتمثلة في (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف)، هنالك اختلاف في مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة لدى البنكين محل الدراسة.

- دراسة (سند، 2015)

بعنوان " أثر جودة خدمات البنك العربي الاسلامي الدولي على رضا الزبائن - دراسة حالة البنك العربي الإسلامي الدولي فرع جامعة الزرقاء"

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى قياس مستوى رضا العاملين في جامعة الزرقاء عن جودة الخدمات التي يقدمها البنك العربي الاسلامي الدولي فرع جامعة الزرقاء، والتعرف الى دور سمات جودة الخدمات (الملموسية، الموثوقية، الاستجابة، الضمان، التعاطف) في تحقيق رضا الزبائن.

اعتمد الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي، ولجأ الباحث الى استخدام الاستبانة لهذا الغرض والمكونة من (31) فقرة تم توزيعها على عينة الدراسة والمكونة من (70) منتسب من الموظفين الاداريين واعضاء الهيئة التدريسية في جامعة الزرقاء.

وقد خلص الباحث الى أن جميع سمات جودة خدمات البنك العربي الاسلامي الدولي فرع جامعة الزرقاء حصلت على تقديرات مرتفعة في تقييم افراد عينة الدراسة لهذه السمات وبناءً عليه فان جميع هذه السمات تعد مهمة من وجهة نظر زبائن البنك، كما وقد خلص الى جميع سمات جودة خدمات البنك العربي الاسلامي الدولي فرع جامعة الزرقاء لها تأثير ذو دلالة احصائية على رضا زبائن البنك.

- دراسة (الجابري، 2015)

بعنوان " تقييم جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمنية(دراسة مقارنة بين البنوك الاسلامية والبنوك التجارية"

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى تقييم جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمنية، ومقارنة أداء الخدمات بين البنوك الاسلامية والبنوك التجارية اليمنية، واستخدم الباحث ستة معايير لتقييم جودة الخدمات المصرفية تشمل كافة جوانب أداء الخدمات المصرفية بالبنوك.

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج الوصفي التحليلي ولجأ الى استخدام الاستبانة كأداة اساسية في جميع البيانات من مجتمع الدراسة وتمثلت عينة الدراسة من 384 مفردة استرد منها 354 ساتبانة تمثل 93% من حجم العينة.

وقد خلص الباحث الى مجموعة من النتائج أهمها ان جودة الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية والبنوك التجارية جيدة وان هنالك اختلافات بينها وهذه الاختلافات ذات دلالة احصائية لجميع المعايير (الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية الامان) باستثناء معيار التعاطف والدعم عند مواجهة المشاكل، وبشكل عام أن جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية أفضل من أداء البنوك الاسلامية.

- دراسة (حماد، 2014)

بعنوان " جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا الزبون -دراسة ميدانية على مصارف الإدخار والتنمية الاجتماعية"

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف على اثر تطبيق جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضا الزبون وثلثت مشكلة الدراسة في التعرف الى مدى قوة واتجاه العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ورضا الزبائن، والعلاقة بين ملموسية الخدمة المصرفية ورضا الزبون، وقوة وإتجاه العلاقة بين الاعتمادية ورضا الزبون، وكيفية تحديد العلاقة بين الاستجابة ورضا الزبون.

واعتمد الباحث في دراسته المنهج الوصفي التحليلي ولجأ الى استخدام اسلوب الاستبانة في جمع البيانات من مجتمع الدراسة المؤلف من زبائن مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية في ولاية الخرطوم حيث تألفت عينة الدراسة من 80 مفردة.

وقد خلص الباحث الى وجود علاقة ارتباط ايجابية بين الملموسية ورضا الزبون، كما ويوجد أيضا علاقة ارتباط قوية بين الاعتمادية ورضا الزبون، بالاضافة الى وجود علاقة ارتباط معنوية بين الاستجابة ورضا الزبون، كما ان التجهيزات والمعدات المتطورة وقاعات الانتظار المريحة والجذابة والالتزام بتنفيذ الاعمال في الاوقات المحددة والاستعداد الدائم لمساعدة الزبائن وفترات الانتظار القصيرة تعتبر من أهم العوامل المؤثرة في رضا الزبائن.

- دراسة (الحداد، 2013)

بعنوان " اثر عناصر الابتكار التسويقي على رضا العملاء عن جودة الخدمة في المصارف التجارية في العراق"

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف على أثر أبعاد مناخ الابتكار (توافر ثقافة الابتكار، ومستويات المعرفة بالاساليب الابتكارية)، على عناصر الابتكار التسويقي (الافراد، الاجراءات، والتكنولوجيا) وكذلك أثر عناصر الابتكار التسويقي على أبعاد جودة الخدمة

المصرفية (الملموسية، ومدى الاستجابة، والاعتمادية، والامان، والتعاطف) في زيادة اعداد العملاء، وكسب ولائهم، ورضاهم، وفي المصارف التجارية في العراق.

اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحث الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات الأولية من مجتمع الدراسة، حيث اشتمل مجتمع الدراسة على العاملين في مصرف الرشيد الرئيسي والبالغ عددهم 100 موظف، حيث قام الباحث بتوزيع نوعين من الاستبانة، الاول منها اشتمل على اسئلة مخصصة بالعاملين بالمصرف، والقسم الثاني اشتمل على اسئلة مخصصة لعملاء المصارف.

وقد خلص الباحث الى مجموعة من النتائج أهمها أن هناك تأثير معنوي لمدى توافر ثقافة الابتكار، ومستويات المعرفة بالاساليب الابتكارية لدى العاملين، على عناصر مناخ الابتكار التسويقي(الافراد، الاجراءات، والتكنولوجيا)، كما يوجد تأثير معنوي لاجمالي عناصر المناخ الابتكاري التسويقي على رضا العملاء عن جودة الخدمة المصرفية(الجوانب الملموسة، الاعتمادية، مدى الاستجابة، الأمان، والتعاطف) كما يراه العملاء.

- دراسة (بوشه، 2013)

بعنوان " إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتحسين الميزة التنافسية للبنوك – دراسة حالة البنوك التجارية الناشطة بولاية تمنراست"

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف الى نظام إدارة الجودة الشاملة ومراحل تطبيقه في المؤسسة المصرفية، إبراز المتطلبات التي يجب الأخذ بها لتطوير الخدمات المصرفية والارتقاء بجودتها ودعم الميزة التنافسية للبنوك، محاولة وضع تصور لإطار العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة والميزة التنافسية، والوقوف على مدى تطبيق البنوك لإدارة الجودة الشاملة.

اتبع الباحث في دارسته المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام الباحث الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات حيث قام الباحث بتوزيع الاستبانة على عينة الدراسة المتمثلة بموظفة البنك (روؤساء المصالح: الموظفين الذين تزيد خبرتهم عن 20 عاما) وبالتالي بلغت عينة الدراسة 31 مفردة ، ولمعالجة البيانات لجأ الباحث الى برنامج التحليل الاحصائي SPSS .

وقد خلص الباحث الى مجموعة من النتائج اهمها ان البنوك التجارية الناشطة في ولاية تمنراست تلتزم بابعاد الجودة الشاملة (التركيز على العميل، التحسين المستمر، التركيز على الاحتياجات الادراية للمنافسة) وأن الأداء المتميز لا يكون مفيدا وذا معنى إلا اذا اعتمد على الجودة الشاملة، كما وخلصت الدراسة الى وجود علاقة قوية بين التزام البنوك بابعاد الجودة الشاملة والميزة التنافسية، كما واطهرت الدراسة ان إدارة الجودة الشاملة اضحت مطلب حتمي لمواجهة الظروف التي فرضتها متغيرات المحيط حيث اصبحت الاسواق مليئة بتشكيلات متعددة ومتنوعة من البنوك وأصبح الهدف الاساسي للبنك هو كيفية جذب الزبون إليه وإرضائه وجعله وفيا له.

- دراسة (جعران، 2013)

بعنوان " إدارة الجودة الشاملة في البنوك التجارية- دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة سكيكدة"

هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة الى التعرف على الدعائم الاساسية التي تقوم عليها جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر المستهلك واساليب تطويرها، بالاضافة الى التعرف على واقع إدارة الجودة الشاملة في أحد أهم القطاعات الخدمية وهو قطاع البنوك، بالاضافة الى ايجاد مدخل علمي متكامل يحدد أهم المتغيرات التي تؤثر على إدارة الجودة الشاملة بالنسبة للبنك.

واتبعت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وقد لجأت الباحثة الى استخدام اسلوب الملاحظة لملاحظة سلوكيات الموظفين والمستهلكين أثناء تأديتهم لعملهم وتحديد مستوى العلاقة بين الموظفين والمستهلكين عند تقديم الخدمة، بالاضافة الى اسلوب المقابلة، كما واعتمدت الباحثة اسلوب الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات حيث قامت الباحثة بتصميم استبانة تخص العاملين في البنك والبالغ عددهم 31 استبانة اخرى تخص المستهلكين وزعت على عينة الدراسة والمكونة من 300 مستهلك، ومن ثم لجأت الباحثة الى استخدام برنامج الرزم الاحصائية لتحليل بيانات الاستبانة.

وقد خلصت الباحثة الى مجموعة من النتائج اهمها اختلاف المعايير التي يعتمد عليها المستهلكون من حيث اهميتها النسبية أثناء تقييمهم لجودة الخدمات المقدمة حيث تبين أن هناك اختلاف في تقييم المستهلك لمستوى الاداء الفعلي للخدمة المقدمة اعتمادا على المعايير الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الامان، الاستجابة والتعاطف)، بالإضافة الى أن ادارة الجودة الشاملة في البنوك التجارية تقوم على مجموعة من المرتكزات والمتطلبات التي تساعد على تطوير مستوى الخدمة وتحسين الاداء بهدف إرضاء العملاء باعتبارهم ركيزة اساسية ومفتاح النجاح لاي بنك تجاري.

- دراسة (بو دراع، 2013)

بعنوان " إدارة الجودة الشاملة وتأثيرها على الخدمة المصرفية - دراسة حالة بنك سوسبيتي جنرال الجزائر قسنطينة"

هدف الباحث من خلال الدراسة الى دراسة امكانية تقييم جودة الخدمات المصرفية من خلال التوقعات الشخصية للعملاء، بالإضافة الى التعرف على أثر غياب إدارة الجودة الشاملة على قيمة الخدمة المصرفية، والتعرف الى مؤشرات نجاح المصرف على زيادة المتعاملين من خلال دراسة عنصر الاهتمام بالعميل، الولاء والرضا.

إتبع الباحث خلال هذا الدراسة المنهج الوصفي التحليلي فيما يخص الجانب النظري ومنهج دراسة الحالة فيما يخص الجانب التطبيقي من الدراسة، ولجا الباحث الى اسلوب الاستبانة في جمع البيانات من مجتمع الدراسة المكون من عملاء بنك سوسبيتي جنرال الجزائر قسنطينة واعتمد الباحث اسلوب التكرارات في تحليل بيانات الدراسة .

وقد خلص الباحث الى مجموعة من النتائج اهمها، أن تقييم جودة الخدمات المصرفية مرتبط بشكل وثيق بالتوقعات الشخصية للعملاء وذلك لأن العميل في معاملته يركز في داخله على المقارنة بين جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف وكذا أسلوب التعامل، كما وخلص الباحث الى ان غياب الجودة من المؤسسة المصرفية يؤثر على الخدمة المقدمة سلبا حيث ان المؤسسة تفقد ولاء عملائها، بالإضافة الى ان الاهتمام برضا وولاء العميل من مؤشرات نجاح المصرف في زيادة المتعاملين مع المصرف.

- دراسة (الكركي، 2010)

بعنوان "جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الاداريين والزبائن"

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف على جودة الخدمات المصرفية واثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الاداريين والزبائن، بالاضافة الى توضيح أبعاد الجودة في الخدمات المصرفية وكذلك على أثرها في تحقيق الميزة التنافسية وذلك من خلال الابعاد الاتية (بعد التجسيد، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف).

واتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي المقارن، واستخدم الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات الاولية من مجتمع الدراسة المكون من (674 موظفاً موزعين على (33 مصرفاً وفرعاً) في مدينة الخليل وبيت لحم ورام الله، وقد تم سحب عينة عشوائية من مجتمع الدراسة تكونت من (202) مفردة استرجع منها (182 استبانة) اي ما نسبته 86%، ومن ثم تم تحليل البيانات التي تم التوصل إليها من خلال البرنامج التحليلي الاحصائي.

وقد توصل الباحث الى مجموعة من النتائج أهمها :

- 1- من درجات تقدير افراد العينة من الاداريين كانت عالية حول اقر ب الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من حيث ابعاد جودة الخدمة.
- 2- وجود فروق ذات دلالة إحصائية لاستجابات الموظفين نحو جودة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية تعزى الى بعد التجسيد، الاستجابة، الامان، التعاطف.
- 3- لا توجد فروقات ذات دلالة احصائية حول اثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين تعزى الى بعد الاعتمادية.
- 4- لا توجد فروقات ذات دلالة احصائية حول اثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين تعزى الى متغيرات الدارسة الديمغرافية ما عدا متغير مكان السكن

5 توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الزبائن تعزى متغيرات بعد الاسجابة، والامان، والتعاطف، في حين لا يوجد فروق تعزى لمتغيري الاعتمادية.

- دراسة (عايش، 2008)

بعنوان "أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على الاداء المؤسسي _دراسة تطبيقية على المصارف الاسلامية العاملة في قطاع غزة"

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف على أثر تطبيق المصارف الاسلامية العاملة في قطاع غزة لمفهوم إدارة الجودة الشاملة ومستويات ذلك التطبيق، بالاضافة الى التعرف على طبيعة العلاقة بين عناصر ادارة الجودة الساملة ودرجتها والاداء المؤسسي لتلك المصارف.

واتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي ، واستخدم الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات الاولية من مجتمع الدراسة المكون من موظفي قطاع المصارف الاسلامية العاملة في قطاع غزة، حيث تم سحب عينة باستخدام اسلوب الحصر الشامل حيث تم توزيع (82 استبانة) استرد منها (77 استبانة) اي ما نسبته 93.9 % ،ومن ثم تم تحليل البيانات التي تم التوصل إليها من خلال برنامج التحليلي الاحصائي.

وقد خلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها (1) ان المصارف الاسلامية تبنت ما زالت مفهوم ادارة الجودة الشاملة بكافة عناصره، إلا ان مستويات التطبيق لتلك العناصر متفاوتة.(2) لا تختلف أبعاد الجودة الشاملة من حيث تأثيرها على تحسين الاداء المؤسسي.

- دراسة (اوسو و بطرس، 2008)

بعنوان " تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن- دراسة استطلاعية لاراء عينة من زبائن مصارف مدينة دهوك"

هدف الباحثان من خلال هذه الدراسة الى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف في مدينة دهوك، بالإضافة الى التعرف الى ابرز المعايير التي يوليها الزبائن في تقييمهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية، والتعرف الى نقاط القوة والضعف التي تعاني منها المصارف في مدينة دهوك.

اعتمد الباحثان في دراستهما على اسلوب المنهج الوصفي التحليلي وقد لجأوا الى استخدام الاستبانة كادارة رئيسية من مجتمع الدراسة المؤلف من زبائن مصرفي الرشيد والرافدين العاملين في مركز مدينة دهوك، حيث تم توزيع 320 استبانة على زبائن المصرفين خضع منها 300 استبانة للتحليل ايما نسبته 90%.

وقد خلص الباحثان الى مجموعة من النتائج أهمها التقييم الايجابي لمستوى جودة الخدمات المصرفية والفعالية للمصرفين محل الدراسة، وجود تباين في الاهمية النسبية التي يوليها الزبائن عند تقييمهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية.

- دراسة (التميمي، 2007)

بعنوان " أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية- دراسة ميدانية في المصارف التجارية الاردنية"

تهدف الباحثة من خلال هذه الدراسة الى التعرف على مدى تاثير الابتكار التسويقي (الابتكار على مستوى الافراد، الابتكار على مستوى الاجراءات، الابتكار على مستوى التكنولوجيا) في جودة الخدمات المصرفية بأبعادها (الجوانب الملموسة، الاعتمادية، مدى الاستجابة، الامان، التعاطف) في المصارف التجارية الاردنية.

واتبعت الباحثة في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الباحثة الاستبانة كأدارة رئيسية في جمع البيانات الاولية من مجتمع الدراسة الذي اشتمل على جميع عملاء المصارف التجارية الاردنية والمسجلة ضمن شركات السوق الاول والعاملة في منطقة امانة عمان الكبرى فقط والبالغ عددها 10 مصارف تجارية، ومن ثم تم سحب عينة مؤلفة

من 520 عميلا تم اختيارهم وفق تقدير الباحثة وقد خضع للتحليل الاحصائي 486 استبانته اي ما يمثل 93% من اجمالي الاستبيانات الموزعة.

وقد توصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج اهمها:

- 1 وجود تأثير معنوي لمجمل عناصر الابتكار التسويقي في اجمالي ابعاد جودة الخدمات المصرفية للمصارف التجارية الاردنية كما يراه المتعاملون معها.
- 2 وجود تأثير معنوي لعنصري الابتكار على مستوى الافراد والاجراءات في كل من الجوانب الملموسة، الاعتمادية، مدى الاستجابة، والامان، ولكن لم يكن هذا التأثير معنويا فيما يتعلق بالابتكار التكنولوجي في كل من الجوانب الملموسة، الاعتمادية، مدى الاستجابة، والامان.
- 3 هناك تأثير معنوي لعنصري الابتكار التسويقي على مستوى الافراد والتكنولوجيا من حيث التعاطف، ولكن لم يكن هذا التأثير معنويا فيما يخص الابتكار على مستوى الاجراءات في جودة الخدمة من حيث التعاطف.
- 4 أن العنصر الوحيد الذي كان تأثيره معنويا في جميع ابعاد جودة الخدمة المصرفية هو الابتكار على مستوى الافراد.

2.2.2 الدراسات الأجنبية :

- دراسة (Fida ,et al.، 2020)

بعنوان "تأثير جودة الخدمات على رضا وولاء الزبائن في البنوك الاسلامية في سلطنة عمان" "Impact of Service Quality in Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman"

هدف الباحثون من خلال هذه الدراسة الى دراسة تأثير جودة الخدمة على ولاء الزبائن ورضا الزبائن من خلال نموذج SERVQUAL في البنوك الاسلامية في أربعة بنوك رئيسية في سلطنة عمان وذلك من خلال التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة (الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الامان والعاطفة على رضا العملاء وولائهم.

أعتمد الباحثون في دراستهم المنهج الوصفي التحليلي ولجؤوا الى استخدام اسلوب الاستبانة المنظمة في جميع البيانات من زبائن أربعة بنوك رئيسية في سلطنة عمان حيث بلغ حجم عينة الدراسة 120 مفردة.

وقد خلص الباحثون الى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة هامة بين متغيرات الدراسة: جودة الخدمة، رضا الزبائن، وولاء الزبائن، كما واطهرت نتائج الدراسة وجود تأثير لمتغيرات ابعاد جودة الخدمة على رضا الزبائن والمتمثلة بالملوسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان والعاطفة، حيث اظهرت النتائج وجود تأثير لبعدي العاطفة والاستجابة أكبر من غيرها من الابعاد، ولذلك يوصي الباحثون بأن تركز البنوك بشكل اكبر على التعاطف مع مختلف شرائح الزبائن وضرورة العمل على تدريب العاملين في المصارف على الاستجابة السريعة لحاجات الزبائن والرد على استفساراتهم والتعامل مع الشكاوي بشكل جدي والعمل على حلها.

- دراسة (Ahmad, 2020)

بعنوان " تأثير جودة الخدمة في المصارف الالكترونية على رضا العميل في مدينة طرابلس - ليبيا"

The Influence of Electronic Banking Service Quality on Customer Satisfaction of Banks in Tripoli City, Libya

هدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التحقق من العلاقة بين ابعاد جودة الخدمة في المصارف الالكترونية وبين رضا العملاء في هذه المصارف، وابرار اي الابعاد لها الاثر الاكبر في رضا العميل عن جودة الخدمة.

واعتمد الباحث في دراسته المنهج الوصفي ولجأ الباحث الى اسلوب الاستبانة في جمع البيانات الاولية للدراسة حيث قام بتوزيع 210 استبانة على عينة الدراسة استرد منها 180 استبانة واستخدم الباحث نظام الرزم الاحصائية SPSS ونظام أموس في تحليل البيانات. وقد خلص الباحث الى مجموعة من النتائج أهمها ان نوعية الخدمات المصرفية الالكترونية وابعاد جودة الخدمة للمصارف الالكترونية أثرت بشكل كبير في ارضاء العملاء وأهم هذه الابعاد المؤثرة كانت سهولة الاستخدام وتوفير الوقت والامان والسرية، كما أظهرت النتائج أن

جنس العملاء وسنهم لم يكن لها تاثير ذات دلالة احصائية في رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

- دراسة (Khattoon, Zhengliang , & Hussain, 2020)

بعنوان "تأثير رضا العملاء على العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ونية الشراء لدى العملاء متغير وسيط : دراسة القطاع المصرفي القطري.

The Mediating Effect of Customer Satisfaction on the Relation ship Between Electronis Banking Service Quality and Customer Intention: Evidence from the Qatar Banking Sector.

هدف الباحثون من خلال هذه الدراسة الى التعرف على العلاقة بين ابعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية ونوايا الشراء لدى العملاء مع الدور الوسيط.

اعتمد الباحثون في دراستهم على المنهج الوصفي التحليلي ولجأوا الى استخدام الاستبانة كاداة رئيسية في جمع البيانات حيث تم توزيع 235 استبانة على عينة الدراسة.

وقد خلص الباحثون الى مجموعة من النتائج أهمها ان الموثوقية والكفاءة والاستجابة والاتصالات والأمن والخصوصية لها تاثير كبير وايجابي على نوايا الشراء لدى العملاء، وتزداد نوايا الشراء لدى العملاء بشكل ملحوظ عندما يكون العملاء راضين عن جودة الخدمات المصرفية الالكترونية.

- دراسة (Sabir ,et al.، 2014)

بعنوان "العوامل المؤثرة في رضا العملاء في قطاع البنوك في باكستان"

"Factors affecting on customer satisfaction in banking of Pakistan"

هدف الباحثون من خلال هذه الدراسة الى التعرف على اهم العوامل المؤثرة في رضا العملاء في قطاع البنوك في باكستان وتوضيح العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن وولاء الزبائن.

اعتمد الباحثون في هذه الدراسة المنهج الكمي ولجأ الباحثون الى اسلوب المسح في جمع البيانات من خلال اعداد استبانة وزعت على 72 مستجيب.

خلص الباحثون من خلال هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها وجود علاقة ذات دلالة معنوية بين عناصر الخدمة المتمثلة باللموسية والاعتمادية والموثوقية والاستجابة من جهة ورضا العملاء من جه أخرى، بالاضافة الى وجود علاقة ايجابية بين رضا العملاء وولاءهم.

- دراسة (Ajmon ,Gireesh،2014)

بعنوان "أثر ابعاد جودة الخدمة في الخدمات المصرفية عبر الانترنت على رضا العملاء "
"Impact of service quality dimensions in internet banking on customer satisfaction"

هدف الباحثان من خلال السؤال الرئيسي لدراستهم "ما هي أبعاد جودة الخدمة في الخدمات المصرفية المؤثرة في رضا العملاء" الى البحث في أبعاد جودة الخدمة في الخدمات المصرفية المقدمة عبر الانترنت والتحقيق في تأثير هذه الابعاد على رضا العملاء.
عمد الباحثان في هذه الدراسة الى استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف متغيرات وابعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الخصوصية، الاستجابة، الوفرة، السرية والاعتمادية) وتحليل تأثير هذه الابعاد على رضا العملاء، ولجأ الباحثان الى استخدام اسلوب الاستبانة في جمع البيانات الاولية حيث قاموا بتوزيع 406 استبانة على مستخدمي المصرفية عبر الانترنت.

وخلص الباحثان الى مجموعة من النتائج اهمها وجود تأثير لجميع الابعاد موضع الدراسة على رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية المقدمة عبر الانترنت، وقد حصل متغير الخصوصية على أعلى مستوى في التأثير على رضا العملاء.

- دراسة (Sabir, Raja; Ghafoor , Osama; Akhtar, Naeem; Haffez,)

(2014، Iqra; Rehman, Asad Ur

بعنوان "العوامل المؤثرة في رضا العملاء في بنوك التجزئة "
"Factors affecting on customer satisfaction in retail banking _An empirical study"

يهدف الباحثون من خلال هذه الدراسة الى التركيز على اهم العوامل التي تقود الى رضا العملاء في بنوك التجزئة غربي ماهارشاتا في الهند، وصياغة اطار مفاهيمي للعلاقة بين الممارسات التسويقية للبنوك الهندية ووجهة نظر العملاء فيما يتعلق برضاهم عن الخدمات المقدمة لهم.

وذلك من خلال دراسة عنصر الملموسية، الانجاز الالكتروني، الراحة والتوافر، الدقة، الاستجابة، التعاطف، التقدم، المساعدة الشخصية.

اعتمد الباحثون في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ولجأ الباحثون الى اسلوب الاستبانة في جمع البيانات من عينة الدراسة المكونة من 600 استبانة وزعت على النحو الاتي 200 استبانة على زبائن البنوك الحكومية 200 استبانة على زبائن البنوك الخاصة و 200 على زبائن البنوك التعاونية.

وخلص الباحثون الى ان رضا العملاء في سمة خاصة بالمعاملات وتعتمد على عنصر الملموسية والانجاز الالكتروني والراحة والوفرة والدقة في الاداء والرسعة في الاستجابة والتعاطف مع حاجات العملاء والتقدم المستمر وتقديم المساعدة الشخصية اينما طلبت.

- دراسة (Munusrmy, Jayarman; Chelliah, Shankar; Mun, Hor Wai، 2010)

بعنوان "تقديم الخدمات وتأثيره على رضا العملاء في القطاع المصرفي في ماليزيا "

"Service quality delivery and its impact on customer satisfaction in the banking sector in Malaysia"

يهدف الباحثون من خلال هذه الدراسة الى التماس وقياس مستوى رضا العملاء والخدمات المقدمة غي الصناعة المصرفية في ماليزيا، وذلك من خلال التعرف الى أثر كل من الموثوقية والاعتمادية والملموسية والعاطفة والاستجابة على رضا الزبائن.

لجأ الباحثون في دراستهم الى استخدام الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات تم توزيعها على عينة من الدراسة مؤلفة من 140 مفردة خضع منها للتحليل 117 استبانة اي ما نسبته 83.57%.

خلص الباحثون الى مجموعة من النتائج أهمها وجود تأثير لعناصر جودة الخدمة (الموثوقية، الاعتمادية، الملموسية، العاطفة، والاستجابة) مجتمعة على رضا العملاء في حين لا يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لهذه العناصر منفردة باستثناء عنصر الملموسية.

3.2.2 التعليق على الدراسات السابقة

من خلال إطلاع الباحث على الدراسات المحلية ، العربية، والاجنبية السابقة يمكن ملاحظة ما يلي:

1. جميع الدراسات أظهرت أهمية أبعاد جودة وتأثيرها على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم .
2. أتفق الدراسات السابقة على وجود علاقة طردية بين التركيز على أبعاد جودة وبين رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
3. أتفق الدراسات السابقة بأن نجاح المصارف وزيادة حصتها السوقية من العملاء يعتمد على مدى وولاء العملاء ورضاهم عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم .
4. تناولت بعض الدراسات ال سابقة تأثير زيادة جودة المصرفية المقدمة من خلال الانترنت وأثرها على زيادة رضا العملاء على الخدمات المصرفية المقدمة لهم .

4.2.2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات والبحوث السابقة

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في كونها الأولى من نوعها في فلسطين -على حد علم الباحث -التي تدرس أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم ،كما أن هذه الدراسة تطرقت الى واقع جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف العاملة في فلسطين من وجهة نظر العملاء باعتبار أن هذه الخدمات موجهة لهم وبهدف تلبية احتياجاتهم كما وأنه تساعد في تعزيز العلاقة بين مقدم الخدمة والمستفيد منها وبالتالي توطيد العلاقة بين المصارف وعملائها وزيادة ولائهم لهذه المصارف، كما أن هذه

الدراسة قد تساهم في زيادة وعي المصارف والعاملين فيها بأهمية جودة الخدمات المصرفية باعتبارها قد تشكل ميزة تنافسية رئيسية في استقطاب عملاء جدد والمحافظة على العملاء الحاليين.

5.2.2 مدى استفادة الباحث من الدراسات والبحوث السابقة

لقد ساعدت الدراسات السابقة والنتائج التي تم التوصل إليها الباحثين في تحديد وتوضيح مشكلة الدراسة، وكذلك ساعدت هذه الدراسات في تحديد الإطار النظري بشكل أفضل ، حيث تم الاستعانة بالعديد من الدراسات السابقة في رسم وتوضيح هيكل الإطار النظري ومراجعة المواضيع المهمة ذات الصلة بالدراسة الحالية، كما أن نتائج هذه الدراسات قد ساعدت الباحث في تحديد كيفية الحصول على البيانات الأولية للدراسة من خلال المساعدة في تصور الإطار العام والمحاور الرئيسية للدراسة، والمساعدة في صياغة وبناء الاستبانة، كما أن نتائج الدراسات السابقة قد تعد أحياناً مقياساً لمدى قدرة ونجاح الدراسات الحالية في تحقيق أهدافها من خلال مقارنة نتائجها بنتائج غيرها من الدراسات السابقة .

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

يتناول هذا الفصل وصفاً مفصلاً للطريقة و الإجراءات التي اتبعها الباحث في تنفيذ الدراسة، ومن ذلك تعريف منهج الدراسة، ووصف مجتمع الدراسة، وتحديد عينة الدراسة، وإعداد أداة الدراسة (الاستبانة)، والتأكد من صدقها وثباتها، وبيان إجراءات الدراسة، والأساليب الإحصائية التي استخدمت في معالجة النتائج، وفيما يلي وصف لهذه الإجراءات.

3 . 1 منهج الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي التحليلي. ويعرف بأنه المنهج الذي يدرس ظاهرة أو حدثاً أو قضية موجودة حالياً يمكن الحصول منها على معلومات تجيب عن أسئلة البحث دون تدخل من الباحث فيها. والتي يحاول الباحث من خلاله وصف الظاهرة موضوع الدراسة، وتحليل بياناتها، وبيان العلاقة بين مكونات والآراء التي تطرح حولها، والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها، وهو أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو المشكلة، وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسات الدقيقة بالفحص والتحليل.

2.3 مصادر جمع المعلومات :

استخدم الباحث مصدرين أساسيين للمعلومات :

المصادر الثانوية: حيث اتجه الباحث في معالجة الإطار النظري للبحث الى مصادر البيانات الثانوية والتي تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة بالإضافة الى البحث والمطالعة في مواقع الانترنت المختلفة.

المصادر الاولية: حيث اتجه الباحث في معالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث الى جمع البيانات الأولية من خلال تصميم الاستبانة كأداة رئيسية للبحث.

3 . 3 مجتمع الدراسة

يعتبر سوق مدينة القدس سوقاً حيويًا وجذاباً للبنوك للعمل والاستثمار فيه ويعتبر البنك الوطني أحد أهم هذه البنوك وثاني أكبر البنوك الفلسطينية العاملة في السوق الفلسطينية و يمتلك حصة سوقية كبيرة حيث بلغ عدد الحسابات الفعالة (Active Account) 12690 حساباً يقدم لهم البنك الوطني موزعة على أربعة فروع وهي فرع الرام وفرع الضاحية وفرع حزما وفرع العيزرية .

3 . 4 عينة الدراسة

قام الباحث باختيار أسلوب العينة العشوائية من مجتمع الدراسة، وذلك نظراً لكبر حجم مجتمع الدراسة، حيث تم تحديد حجم العينة باستخدام القانون التالي:¹

$$n = \frac{N}{N * \alpha^2 + 1}$$

¹Yamane،T.(1976) : Statistics :An Introductory Analysis 2nd edition ، New York ، Harper and Row

$$n = \frac{1269}{12690 * 0.01}$$

n = حجم العينة

N = حجم المجتمع

α^2 = مستوى الدلالة

اشتملت عينة الدراسة على (487) استمارة.

5.3 أداة الدراسة الرئيسية

تم إعداد استبانة حول "تأثير جودة الخدمات المصرفية المقدمة على رضا العملاء في البنوك الفلسطينية - دراسة حالة البنك الوطني منطقة القدس"

تتكون استبانة الدراسة من قسمين رئيسيين هما:

القسم الأول: وهو عبارة عن السمات الشخصية عن المستجيب (الجنس، المؤهل العلمي، دخل الاسرة، طبيعة العمل).

القسم الثاني: وهو عبارة عن مجالات الدراسة حيث يتكون هذا القسم من 41 فقرة موزعة على 6 محاور وهي تدرس بعد الملموسية، بعد الاعتمادية، درجة الاستجابة، التعاطف، بعد رجو الامان، ورضا العملاء عن الخدمات المقدمة .

وبذلك بلغ عدد فقرات أداة الدراسة 45 فقرة وقد كانت الاجابات على كل فقرة من القسم الاول من الاستبانة وفق المقياس الاسمي، أما الاجابة على فقرات القسم الثاني فكانت وفق مقياس ليكرت الخماسي كالتالي:

جدول (1.3): جدول مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	أرفض	أرفض بشدة
الترميز	5	4	3	2	1

جدول (2.3): مفتاح الدرجات المعتمد في قياس تأثير المتغيرات²

الدرجة	مدى متوسطها الحسابي
منخفضة	2.33 فأقل
متوسطة	3.67-2.34
عالية	3.68 فأعلى

3 . 6 وصف متغيرات أفراد عينة الدراسة

يبين الجدول (3.3) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس أن نسبة 78.6% للذكور، ونسبة 21.4% للإناث. ويبين متغير المؤهل العلمي أن نسبة 11.1% توجيهي أو أقل، ونسبة 57.9% بكالوريوس، ونسبة 31% دراسات عليا. ويبين متغير مستوى دخل الأسرة أن نسبة 12.9% لأقل من 3000 شيقل، ونسبة 16.2% من 3000-4000 شيقل، ونسبة 70.8% لأكثر من 4000 شيقل. ويبين متغير طبيعة العمل أن نسبة 73.1% موظف، ونسبة 7.8% غير ذلك، ونسبة 19.1% مصلحة خاصة.

جدول (3.3): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة.

المتغير	المستوى	العدد	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	383	78.6
	أنثى	104	21.4
المؤهل العلمي	توجيهي أو أقل	54	11.1
	بكالوريوس	282	57.9
	دراسات عليا	151	31.0

² <http://www.macrothink.org/journal/index.php/jmr/article/viewFile/6137/5205>

12.9	63	أقل من 3000 شيقل	مستوى دخل الأسرة
16.2	79	من 3000-4000 شيقل	
70.8	345	أكثر من 4000 شيقل	
73.1	356	موظف	طبيعة العمل
7.8	38	غير ذلك	
19.1	93	مصلحة خاصة	

7.3 صدق الأداة

قام الباحث بتصميم الاستبانة بصورتها الأولية، ومن ثم تم التحقق من صدق أداة الدراسة بعرضها على المشرف ومجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص والخبرة ، حيث وزع الباحث الاستبانة على عدد من المحكمين المبينة اسمائهم في نهاية الدراسة. حيث طلب منهم إبداء الرأي في فقرات الاستبانة من حيث: مدى وضوح لغة الفقرات وسلامتها لغوياً، ومدى شمول الفقرات للجانب المدروس، وإضافة أي معلومات أو تعديلات أو فقرات يرونها مناسبة ، ووفق هذه الملاحظات تم إخراج الاستبانة بصورتها النهائية.

من ناحية أخرى تم التحقق من صدق الأداة أيضاً بحساب معامل الارتباط بيرسون لفقرات الاستبانة مع الدرجة الكلية للأداة، واتضح وجود دلالة إحصائية في جميع فقرات الاستبانة ويدل على أن هناك التساق داخلي بين الفقرات. والجداول التالية تبين ذلك:

جدول (4.3): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء

الرقم	قيمة R	الدالة الإحصائية	الرقم	قيمة R	الدالة الإحصائية	الرقم	قيمة R	الدالة الإحصائية
1	0.552**	0.000	13	0.809**	0.000	25	0.737**	0.000
2	0.623**	0.000	14	0.671**	0.000	26	0.767**	0.000
3	0.582**	0.000	15	0.668**	0.000	27	0.763**	0.000
4	0.658**	0.000	16	0.689**	0.000	28	0.590**	0.000
5	0.458**	0.000	17	0.760**	0.000	29	0.851**	0.000
6	0.557**	0.000	18	0.813**	0.000	30	0.769**	0.000
7	0.577**	0.000	19	0.779**	0.000	31	0.716**	0.000
8	0.706**	0.000	20	0.685**	0.000	32	0.786**	0.000
9	0.668**	0.000	21	0.685**	0.000	33	0.812**	0.000
10	0.779**	0.000	22	0.769**	0.000	34	0.745**	0.000
11	0.759**	0.000	23	0.851**	0.000	35	0.653**	0.000
12	0.774**	0.000	24	0.778**	0.000			

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

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

جدول (5.3): نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية

الرقم	قيمة R	الدالة الإحصائية	الرقم	قيمة R	الدالة الإحصائية	الرقم	قيمة R	الدالة الإحصائية
1	0.853**	0.000	3	0.812**	0.000	5	0.913**	0.000
2	0.854**	0.000	4	0.886**	0.000	6	0.745**	0.000

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

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

3. 8 ثبات الدراسة

قام الباحث من التحقق من ثبات الأداة، من خلال حساب ثبات الدرجة الكلية لمعامل الثبات، لفقرات الدراسة حسب معادلة الثبات كرونباخ الفا، وكانت النتيجة تشير الى تمتع هذه الاداة بثبات يفى بأغراض الدراسة. ويبين الجدول التالي نتائج اختبار كرونباخ الفا للمجالات والدرجة الكلية:

جدول (6.3): معامل الثبات للمجالات والدرجة الكلية.

معامل الثبات		المجالات
0.869	الملموسية	جودة الخدمات المصرفية
0.905	الاعتمادية	
0.887	الاستجابة	
0.928	التعاطف	
0.914	الامان	
0.971	الدرجة الكلية	
0.918	الدرجة الكلية لرضا العملاء	

3 . 9 إجراءات الدراسة

قام الباحث بتطبيق الأداة على أفراد عينة الدراسة، حيث قام بتوزيع (500) استبانة على عينة من مجتمع الدراسة، وبعد أن اكتملت عملية تجميع الاستبيانات من أفراد العينة بعد إجابتهم عليها بطريقة صحيحة، تبين للباحث أن عدد الاستبيانات المستردة الصالحة والتي خضعت للتحليل الإحصائي (487) استبانة.

3 . 10 المعالجة الإحصائية

بعد جمع الاستبيانات والتأكد من صلاحيتها للتحليل تم ترميزها (إعطائها أرقاماً معينة)، وذلك تمهيداً لإدخال بياناتها إلى جهاز الحاسوب الآلي لإجراء المعالجات الإحصائية المناسبة، وتحليل البيانات وفقاً لأسئلة الدراسة بيانات الدراسة، وقد تمت المعالجة الإحصائية للبيانات باستخراج الأعداد والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات الاستبانة، ومعامل ارتباط بيرسون، ومعادلة الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha)، وذلك باستخدام الرزم الإحصائية (SPSS) (Statistical Package For Social Sciences).

الفصل الرابع

نتائج الدراسة

1.4 تمهيد

- تضمن هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة، التي توصل إليها الباحث عن موضوع الدراسة وهو "تأثير جودة الخدمات المصرفية المقدمة على رضا العملاء في البنوك الفلسطينية - دراسة حالة البنك الوطني" وبيان أثر كل من المتغيرات من خلال استجابة أفراد العينة على أداة الدراسة، وتحليل البيانات الإحصائية التي تم الحصول عليها. وحتى يتم تحديد درجة متوسطات استجابة أفراد عينة الدراسة تم اعتماد الجدول رقم (3.3).

2.4 نتائج أسئلة الدراسة:

1.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:

ما مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء؟

قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة

على فقرات الاستبانة التي تعبر عن مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك

الفلسطينية من وجهة نظر العملاء.

جدول (1.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمستوى جودة الخدمات

المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء

الرقم	المجالات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
1	الملموسية	3.9723	0.58747	14.8	29.010	0.000	عالية	79.4
5	الامان	3.9705	0.76945	19.4	22.098	0.000	عالية	79.4
2	الاعتمادية	3.8526	0.74341	19.3	19.373	0.000	عالية	77.1
3	الاستجابة	3.7169	0.82813	22.3	13.774	0.000	عالية	74.3
4	التعاطف	3.5899	0.86456	24.1	9.953	0.000	متوسطة	71.8
	الدرجة الكلية	3.8162	0.67737	17.7	20.075	0.000	عالية	76.3

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك

الفلسطينية من وجهة نظر العملاء أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (3.81) وانحراف

معياري (0.677) وهذا يدل على أن مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء بدرجة عالية.

وحصل مجال الملموسية على أعلى متوسط حسابي (3.972)، يليه مجال الأمان بمتوسط حسابي (3.970)، ومن ثم مجال الاعتمادية بمتوسط حسابي (3.85)، يليها مجال الاستجابة بمتوسط حسابي (3.71)، ومن ثم مجال التعاطف بمتوسط حسابي (3.58).

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن مجال الملموسية.

جدول (2.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لهيكل الملموسية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
6	تتميز مرافق البنك بالنظافة اللازمة	4.24	0.670	15.8	34.418	0.000	عالية	84.8
5	يتميز العاملون في البنك بحسن المظهر.	4.18	0.722	17.3	30.099	0.000	عالية	83.6
1	المظهر العام للبنك والاثاث والديكور ملائم وجذاب.	4.11	0.630	15.3	31.988	0.000	عالية	82.2
2	قاعات الانتظار مزودة بأثاث وديكورات مريحة.	4.01	0.796	19.9	22.406	0.000	عالية	80.2
4	تتميز الفروع بوجود تجهيزات وعدات متطورة	3.88	0.837	21.6	17.841	0.000	عالية	77.6
8	يتلاءم المظهر العام للبنك مع طبيعة الخدمات المقدمة.	3.87	0.831	21.5	17.925	0.000	عالية	77.4
7	يوفر البنك التجهيزات اللازمة لذوي الحاجات الخاصة.	3.84	0.830	21.6	16.901	0.000	عالية	76.8

72.6	متوسطة	0.000	8.654	30.2	1.098	3.63	3	تتميز مكاتب الموظفين بالسرية والخصوصية اللازمة.
79.4	عالية	0.000	29.010	14.8	0.58747	3.9723		الدرجة الكلية

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجال الملموسية أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (3.97)

وانحراف معياري (0.587) وهذا يدل على أن مجال الملموسية جاء بدرجة عالية.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (2.4) أن (7) فقرات جاءت بدرجة عالية وفقرة واحدة

جاءت بدرجة متوسطة. وحصلت الفقرة " تتميز مرافق البنك بالنظافة اللازمة " على أعلى

متوسط حسابي (4.24)، يليها فقرة " يتميز العاملون في البنك بحسن المظهر " بمتوسط

حسابي (4.18). وحصلت الفقرة " تتميز مكاتب الموظفين بالسرية والخصوصية اللازمة "

على أقل متوسط حسابي (3.63)، يليها الفقرة " يوفر البنك التجهيزات اللازمة لذوي الحاجات

الخاصة " بمتوسط حسابي (3.84).

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة

الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن مجال الاعتمادية.

جدول (3.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لهجال الاعتمادية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
7	يقدم البنك خدمات مصرفية متنوعة وباشكال مختلفة.	4.11	0.768	18.7	26.065	0.000	عالية	82.2
6	يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي تجري فيه.	4.09	0.785	19.2	25.138	0.000	عالية	81.8

76.6	عالية	0.000	14.696	24.6	0.942	3.83	يقدم البنك جميع المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة.	1
76.2	عالية	0.000	13.675	25.9	0.986	3.81	يهتم موظفو البنك باستفسارات الزبائن ويحيون عنها بكل مصداقية وشفافية.	4
76.0	عالية	0.000	14.218	24.4	0.926	3.80	يحرص موظفو البنك على تقديم الخدمات بالشكل الصحيح ومن المرة الاولى.	3
73.6	عالية	0.000	10.548	27.4	1.008	3.68	يلتزم موظفو البنك بتنفيذ الاعمال والخدمات في الوقت المحدد.	2
73.0	متوسطة	0.000	9.315	29.3	1.068	3.65	يهتم البنك بمشاكل العملاء وشكاويهم ويحرص على حلها.	5
77.1	عالية	0.000	19.373	19.3	0.74341	3.8526	الدرجة الكلية	

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجال الاعتمادية أن المتوسط الحسابي للدرجة

الكلية (3.85) وانحراف معياري (0.743) وهذا يدل على أن مجال الاعتمادية جاء بدرجة

عالية.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (3.4) أن (6) فقرات جاءت بدرجة عالية وفقرة واحدة

جاءت بدرجة متوسطة. وحصلت الفقرة " يقدم البنك خدمات مصرفية متنوعة وباشكال مختلفة

" على أعلى متوسط حسابي (4.11)، يليها فقرة " يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات

التي تجري فيه " بمتوسط حسابي (4.09). وحصلت الفقرة " يهتم البنك بمشاكل العملاء

وشكاويهم ويحرص على حلها " على أقل متوسط حسابي (3.65)، يليها الفقرة " يلتزم موظفو

البنك بتنفيذ الاعمال والخدمات في الوقت المحدد " بمتوسط حسابي (3.68).

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة

الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن مجال الاستجابة.

جدول (4.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لهجال الاستجابة

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
5	يوفر البنك الخدمات البنكية من خلال القنوات الذاتية (بطاقة الصراف الالي،الانترنت،...) وبالتالي يوفر وقت العملاء.	4.07	0.889	21.8	21.632	0.000	عالية	81.4
6	يوفر البنك معلومات كافية عن نفسه وخدماته من خلال الخدمات الالكترونية.	3.94	0.904	22.9	17.979	0.000	عالية	78.8
1	يحرص البنك على استعداد الموظفين بشكل دائم لمساعدة العملاء.	3.89	0.839	21.6	18.128	0.000	عالية	77.8
3	يهتم البنك بإبلاغ العملاء عن مواعيد حصولهم على الخدمات بدقة.	3.62	1.089	30.1	8.511	0.000	متوسطة	72.4
4	يهتم البنك بالرد بشكل سريع على شكاوى واقتراحات العملاء.	3.46	1.143	33.0	5.098	0.000	متوسطة	69.2
2	فترة انتظار العملاء في قاعات الانتظار قصيرة.	3.32	1.278	38.5	2.042	0.042	متوسطة	66.4
74.3	الدرجة الكلية	3.7169	0.82813	22.3	13.774	0.000	عالية	

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجال الاستجابة أن المتوسط الحسابي للدرجة

الكلية(3.71) وانحراف معياري (0.828) وهذا يدل على أن مجال الاستجابة جاء بدرجة عالية.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (4.4) أن (3) فقرات جاءت بدرجة عالية و (3) فقرات جاءت بدرجة متوسطة. وحصلت الفقرة " يوفر البنك الخدمات البنكية من خلال القنوات الذاتية (بطاقة الصراف الآلي،الانترنت،..) وبالتالي يوفر وقت العملاء " على أعلى متوسط حسابي (4.07)، يليها فقرة " يوفر البنك معلومات كافية عن نفسه وخدماته من خلال الخدمات الالكترونية " بمتوسط حسابي (3.94). وحصلت الفقرة " فترة انتظار العملاء في قاعات الانتظار قصيرة " على أقل متوسط حسابي (3.32)، يليها الفقرة " يهتم البنك بالرد بشكل سريع على شكاوى واقتراحات العملاء " بمتوسط حسابي (3.46).

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن مجال التعاطف.

جدول (5.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمجال التعاطف.

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
1	يلتزم موظفو البنك بحسن معاملة الزبائن وتقدير ظروفهم .	3.90	0.889	22.8	17.455	0.000	عالية	78.0
8	يهتم موظفو البنك بتقديم الحلول المناسبة والنصيحة للعملاء بكل نزاهة وشفافية.	3.73	1.027	27.5	11.370	0.000	عالية	74.6
6	يوفر البنك الخدمات اللازمة للعملاء ذوي الاحتياجات الخاصة بكل مهنية.	3.72	0.927	24.9	12.446	0.000	عالية	74.4

72.0	متوسطة	0.000	7.798	31.3	1.125	3.60	يلتزم موظفو البنك باحترام اوقات الزبائن.	2
69.6	متوسطة	0.000	6.155	28.9	1.006	3.48	يهتم البنك بتقديم الخدمات اللازمة للمعتمدين اثناء المناسبات كالاعياد والعطل الرسمية.	7
69.4	متوسطة	0.000	5.066	33.7	1.168	3.47	يهتم موظفو البنك بالعملاء اهتماما يليق بقيمته كعميل بعيدا عن ارصده.	5
68.6	متوسطة	0.000	4.537	32.2	1.105	3.43	يضع موظفو البنك المصلحة العليا للعملاء في سلم اولوياتهم.	3
67.6	متوسطة	0.001	3.339	35.2	1.189	3.38	تتلاءم ساعات العمل في البنك مع اوقات العملاء	4
71.8	متوسطة	0.000	9.953	24.1	0.86456	3.5899	الدرجة الكلية	

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجال التعاطف أن المتوسط الحسابي للدرجة

الكلية (3.58) وانحراف معياري (0.864) وهذا يدل على أن مجال التعاطف جاء بدرجة

متوسطة.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (5.4) أن (3) فقرات جاءت بدرجة عالية و (5) فقرات

جاءت بدرجة متوسطة. وحصلت الفقرة " يلتزم موظفو البنك بحسن معاملة الزبائن وتقدير

ظروفهم " على أعلى متوسط حسابي (3.90)، يليها فقرة "يهتم موظفو البنك بتقديم الحلول

المناسبة والنصيحة للعملاء بكل نزاهة وشفافية " بمتوسط حسابي (3.73). وحصلت الفقرة

"تتلاءم ساعات العمل في البنك مع اوقات العملاء" على أقل متوسط حسابي (3.38)، يليها

الفقرة "يضع موظفو البنك المصلحة العليا للعملاء في سلم اولوياتهم " بمتوسط حسابي

(3.43).

وقام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة التي تعبر عن مجال الامان.

جدول (6.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لهجال الامان

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
5	يحافظ البنك وموظفيه على اسرار العملاء.	4.05	0.914	22.6	20.562	0.000	عالية	81.0
2	يلتزم موظفو البنك بالسرية المصرفية فيما يخص بيانات وخصوصيات العملاء.	4.03	0.917	22.8	19.997	0.000	عالية	80.6
1	سلوك موظفي البنك يشعر العملاء بالثقة والامان.	4.02	0.831	20.7	21.673	0.000	عالية	80.4
6	الرد الفوري للحالات الطارئة للعملاء يعطي شعور بالامان في الخدمات التي يقدمها البنك.	4.02	0.934	23.2	19.292	0.000	عالية	80.4
3	يوفر البنك المعلومات الكافية للإجابة عن اسئلة العملاء في الوقت المناسب.	3.89	0.921	23.7	16.606	0.000	عالية	77.8
4	تظهر الادارة اهتمامها بالعملاء وبشكل مستمر.	3.82	0.999	26.2	13.585	0.000	عالية	76.4
79.4	الدرجة الكلية	3.9705	0.76945	19.4	22.098	0.000	عالية	79.4

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مجال الامان أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية(3.970)

وانحراف معياري (0.769) وهذا يدل على أن مجال الامان جاء بدرجة عالية.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (6.4) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة عالية. وحصلت

الفقرة " يحافظ البنك وموظفيه على اسرار العملاء " على أعلى متوسط حسابي (4.05)،

- " ويليهما فقرة "يلتزم موظفو البنك بالسرية المصرفية فيما يخص بيانات وخصوصيات العملاء "
- " بمتوسط حسابي (4.03). وحصلت الفقرة "تظهر الادارة اهتمامها بالعملاء وبشكل مستمر "
- على أقل متوسط حسابي (3.82)، يليها الفقرة "يوفر البنك المعلومات الكافية للاجابة عن اسئلة العملاء في الوقت المناسب " بمتوسط حسابي (3.89).

2.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:

ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية؟

قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على بعدات الاستبانة التي تعبر عن مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية.

جدول (7.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية

الرقم	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	قيمة t	P-value الدلالة	الدرجة	النسبة المئوية
3	ارى ان سرعة انجاز الخدمات يحقق مستوى عالي من الرضا.	4.01	0.907	22.6	19.762	0.000	عالية	80.2
6	اهتمام البنك بشكاوي العملاء والسرعة في حلها يزيد من رضا العملاء وولائهم للبنك	3.97	0.941	23.7	17.941	0.000	عالية	79.4
5	يهتم البنك بالدقة في تقديم الخدمات مما يساهم في تعزيز رضاهم	3.84	0.958	24.9	14.832	0.000	عالية	76.8

76.2	عالية	0.000	14.471	24.4	0.929	3.81	اعتبر نفسي راض عن الخدمات المصرفية المقدمة لي.	1
76.0	عالية	0.000	13.921	24.9	0.946	3.80	يقدم المصرف الخدمات المصرفية بمستوى راق بهدف ارضاء العملاء.	4
74.8	عالية	0.000	10.959	29.1	1.090	3.74	انصح اهلي واصدقائي وزملائي بالتعامل مع المصرف الذي اتعامل معه.	2
2.77	عالية	0.000	17.982	0.21	0.81203	3.8617	الدرجة الكلية	

يلاحظ من الجدول السابق الذي يعبر عن المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة على مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية أن المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (3.86) وانحراف معياري (0.812) وهذا يدل على أن مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية جاء بدرجة عالية.

كما وتشير النتائج في الجدول رقم (7.4) أن جميع الفقرات جاءت بدرجة عالية . وحصلت الفقرة " ارى ان سرعة انجاز الخدمات يحقق مستوى عالي من الرضا " على أعلى متوسط حسابي (4.01)، يليها فقرة " اهتمام البنك بشكاوي العملاء والسرعة في حلها يزيد من رضا العملاء وولائهم للبنك " بمتوسط حسابي (3.97). وحصلت الفقرة " انصح اهلي واصدقائي وزملائي بالتعامل مع المصرف الذي اتعامل معه " على أقل متوسط حسابي (3.74)، يليها الفقرة " يقدم المصرف الخدمات المصرفية بمستوى راق بهدف ارضاء العملاء " بمتوسط حسابي (3.80).

3.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:

هل يوجد تأثير جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) على رضا العملاء ؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تحويله للفرضية التالية:

يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) لجودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) على رضا العملاء.

وتم عمل تحليل ميل خط الانحدار (Regression) لفحص تأثير جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) على رضا العملاء، وهي كمايلي:

جدول(8.4):تحليل ميل خط الانحدار (Regression) لفحص تأثير جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) على رضا العملاء

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	236.198	5	47.240	269.647	0.000
داخل المجموعات	84.267	481	0.175		
المجموع	320.464	486			
المتغير	B قيمة	قيمة t	الدلالة الاحصائية		
(Constant)	-.1560	436.6	000.0		

	.0070	2.688	.1270	الملموسية
	.0000	7.037	.3790	الاعتمادية
	.7150	.3650	.0180	الاستجابة
	.5230	.6390	.0290	التعاطف
	.0000	10.164	.4740	الامان
			73.7	قيمة R2

يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة (R^2) بلغت 73.7%، وهذا يدل أن نسبة تفسير المتغيرات المستقلة للمتغير التابع (رضا العملاء) بلغت 73.7%، أي أنه يوجد بعض المتغيرات التي لها تأثير غير مشمولة بالمتغيرات المستقلة. وتبين من خلال قيمة ف (269.647) ومستوى الدلالة (0.000) أي أن مجال جودة الخدمات المصرفية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) مجتمعه يوجد لها تأثير على المتغير التابع (رضا العملاء). وبعد فحص قيم ت تبين أنه يوجد تأثير ايجابي للمجالات (الملموسية، الاعتمادية، الامان) حيث تبين لمجال الملموسية أن قيمة ت (2.688) ومستوى الدلالة (0.007)، وفي مجال الاعتمادية تبين أن قيمة ت (7.037) ومستوى الدلالة (0.000)، وفي مجال الامان تبين ان قيمة ت (10.164) ومستوى الدلالة (0.000)، وتم الخروج بالمعادلة التالية:

$$Y = -0.156 + 0.127(\text{الملموسية}) + 0.379(\text{الاعتمادية}) + 0.474(\text{الامان})$$

4.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع:

هل يختلف مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر

العملاء حسبمتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، مستوى دخل الأسرة، طبيعة العمل) ؟

وللاجابة عن هذا السؤال تم تحويله للفرضيات التالية:

الفرضية الأولى:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى جودة الخدمات

المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير الجنس"

تم فحص الفرضية الأولى بحساب نتائج اختبار "ت" والمتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة

الدراسة في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر

العملاء حسب لمتغير الجنس.

جدول (9.4): نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة لاستجابة أفراد العينة في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في

البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء حسب متغير الجنس

المجال	الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	مستوى الدلالة
الملموسية	ذكر	383	3.9996	0.57041	1.854	0.066
	أنثى	104	3.8714	0.63927		
الاعتمادية	ذكر	383	3.8250	0.75727	1.578	0.115
	أنثى	104	3.9545	0.68381		
الاستجابة	ذكر	383	3.6879	0.82748	1.484	0.138
	أنثى	104	3.8237	0.82570		

0.744	0.326	0.89534	3.5833	383	ذكر	التعاطف
		0.74371	3.6145	104	أنثى	
0.395	0.852	0.80858	3.9860	383	ذكر	الامان
		0.60380	3.9135	104	أنثى	
0.847	0.193	0.69301	3.8131	383	ذكر	الدرجة الكلية
		0.61938	3.8276	104	أنثى	

يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة "ت" للدرجة الكلية (0.193)، ومستوى الدلالة

(0.847)، أي أنه لا توجد فروق في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك

الفلسطينية من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير الجنس، وبذلك تم قبول الفرضية الأولى.

الفرضية الثانية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى جودة الخدمات

المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير المؤهل

العلمي"

تم فحص الفرضية الثانية تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة

على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء

يعزى لمتغير المؤهل العلمي.

جدول (10.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى جودة الخدمات

المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير المؤهل العلمي

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العدد	المؤهل العلمي	المجال
4.1586	0.51539	54	توجيهي أو أقل	الملموسية

0.62671	4.0061	282	بكالوريوس	الاعتمادية
0.50690	3.8425	151	دراسات عليا	
0.75612	4.0681	54	توجيهي أو أقل	
0.75879	3.9186	282	بكالوريوس	
0.66690	3.6524	151	دراسات عليا	
0.84283	4.0004	54	توجيهي أو أقل	الاستجابة
0.79957	3.7693	282	بكالوريوس	
0.83621	3.5176	151	دراسات عليا	
1.01992	3.7746	54	توجيهي أو أقل	التعاطف
0.87007	3.6786	282	بكالوريوس	
0.74499	3.3582	151	دراسات عليا	
1.02548	4.0312	54	توجيهي أو أقل	الامان
0.74990	4.0319	282	بكالوريوس	
0.68270	3.8342	151	دراسات عليا	
0.74759	4.0040	54	توجيهي أو أقل	الدرجة الكلية
0.69217	3.8769	282	بكالوريوس	
0.58242	3.6357	151	دراسات عليا	

يلاحظ من الجدول رقم (10.4) وجود فروق ظاهرية في مستوى جودة الخدمات المصرفية

المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير المؤهل العلمي، ولمعرفة

دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في

الجدول رقم (11.4):

جدول(11.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير المؤهل العلمي

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
الملموسية	بين المجموعات	4.741	2	2.370	7.039	0.001
	داخل المجموعات	162.988	484	0.337		
	المجموع	167.729	486			
الاعتمادية	بين المجموعات	9.789	2	4.894	9.153	0.000
	داخل المجموعات	258.804	484	0.535		
	المجموع	268.593	486			
الاستجابة	بين المجموعات	11.116	2	5.558	8.349	0.000
	داخل المجموعات	322.182	484	0.666		
	المجموع	333.298	486			
التعاطف	بين المجموعات	12.165	2	6.082	8.384	0.000
	داخل المجموعات	351.107	484	0.725		
	المجموع	363.271	486			
الامان	بين المجموعات	4.069	2	2.035	3.472	0.032
	داخل المجموعات	283.667	484	0.586		
	المجموع	287.736	486			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	7.862	2	3.931	8.844	0.000
	داخل المجموعات	215.130	484	0.444		
	المجموع	222.993	486			

يلاحظ أن قيمة ف للدرجة الكلية (8.844) ومستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من مستوى

الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية في مستوى جودة الخدمات المصرفية

المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير المؤهل العلمي، وبذلك تم

رفض الفرضية الثانية. وتم فحص نتائج اختبار (LSD) لبيان اتجاه الفروق وهي كمايلي:

الجدول (12.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

المجال	المتغيرات	الفروق في المتوسطات	مستوى الدلالة
الملموسية	توجيهي أو أقل	بكالوريوس	0.077
		دراسات عليا	0.31613*
	بكالوريوس	توجيهي أو أقل	0.077
		دراسات عليا	0.16358*
	دراسات عليا	توجيهي أو أقل	0.001
		بكالوريوس	0.16358*
الاعتمادية	توجيهي أو أقل	بكالوريوس	0.169
		دراسات عليا	0.000
	بكالوريوس	توجيهي أو أقل	0.169
		دراسات عليا	0.000
دراسات عليا	توجيهي أو أقل	0.000	
	بكالوريوس	0.000	
الاستجابة	توجيهي أو أقل	بكالوريوس	0.057
		دراسات عليا	0.000

0.057	-0.23111-	توجيهي أو أقل	بكالوريوس	
0.002	0.25175*	دراسات عليا		
0.000	-0.48286-*	توجيهي أو أقل	دراسات عليا	
0.002	-0.25175-*	بكالوريوس		
0.448	0.09603	بكالوريوس	توجيهي أو أقل	التعاطف
0.002	0.41638*	دراسات عليا		
0.448	-0.09603-	توجيهي أو أقل	بكالوريوس	
0.000	0.32035*	دراسات عليا		
0.002	-0.41638-*	توجيهي أو أقل	دراسات عليا	
0.000	-0.32035-*	بكالوريوس		
0.995	-0.00073-	بكالوريوس	توجيهي أو أقل	الامان
0.105	0.19702	دراسات عليا		
0.995	0.00073	توجيهي أو أقل	بكالوريوس	
0.011	0.19775*	دراسات عليا		
0.105	-0.19702-	توجيهي أو أقل	دراسات عليا	
0.011	-0.19775-*	بكالوريوس		
0.200	0.12714	بكالوريوس	توجيهي أو أقل	الدرجة الكلية
0.001	0.36831*	دراسات عليا		
0.200	-0.12714-	توجيهي أو أقل	بكالوريوس	
0.000	0.24117*	دراسات عليا		
0.001	-0.36831-*	توجيهي أو أقل	دراسات عليا	
0.000	-0.24117-*	بكالوريوس		

وكانت الفروق بين التوجيهي أو أقل والدراسات العليا لصالح التوجيهي أو أقل، وبين البكالوريوس والدراسات العليا لصالح البكالوريوس.

الفرضية الثالثة:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة"

تم فحص الفرضية الثالثة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة.

جدول (13.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	مستوى دخل الأسرة	المجال
0.53359	4.1061	63	أقل من 3000 شيقل	الملموسية
0.67061	3.9968	79	من 3000-4000 شيقل	
0.57443	3.9422	345	أكثر من 4000 شيقل	
0.61759	3.8979	63	أقل من 3000 شيقل	الاعتمادية
0.90757	3.8298	79	من 3000-4000 شيقل	
0.72442	3.8496	345	أكثر من 4000 شيقل	
0.77654	3.8284	63	أقل من 3000 شيقل	الاستجابة
1.08029	3.5026	79	من 3000-4000 شيقل	

0.76285	3.7456	345	أكثر من 4000 شيقل	التعاطف
0.56925	3.8228	63	أقل من 3000 شيقل	
1.10323	3.3858	79	من 3000-4000 شيقل	
0.83793	3.5941	345	أكثر من 4000 شيقل	
0.51309	4.2670	63	أقل من 3000 شيقل	الامان
0.99369	3.6349	79	من 3000-4000 شيقل	
0.72292	3.9932	345	أكثر من 4000 شيقل	
0.51724	3.9795	63	أقل من 3000 شيقل	الدرجة الكلية
0.88305	3.6767	79	من 3000-4000 شيقل	
0.64331	3.8183	345	أكثر من 4000 شيقل	

يلاحظ من الجدول رقم (13.4) وجود فروق ظاهرية في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة ، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (14.4):

جدول(14.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
الملموسية	بين المجموعات	1.488	2	0.744	2.167	0.116
	داخل المجموعات	166.241	484	0.343		
	المجموع	167.729	486			

0.855	0.156	0.087	2	0.173	بين المجموعات	الاعتمادية
		0.555	484	268.419	داخل المجموعات	
			486	268.593	المجموع	
0.032	3.458	2.348	2	4.696	بين المجموعات	الاستجابة
		0.679	484	328.602	داخل المجموعات	
			486	333.298	المجموع	
0.011	4.558	3.358	2	6.715	بين المجموعات	التعاطف
		0.737	484	356.556	داخل المجموعات	
			486	363.271	المجموع	
0.000	12.952	7.309	2	14.618	بين المجموعات	الامان
		0.564	484	273.118	داخل المجموعات	
			486	287.736	المجموع	
0.030	3.543	1.609	2	3.218	بين المجموعات	الدرجة الكلية
		0.454	484	219.775	داخل المجموعات	
			486	222.993	المجموع	

يلاحظ أن قيمة ف للدرجة الكلية (3.543) ومستوى الدلالة (0.030) وهي أقل من مستوى

الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) أي أنه توجد فروق دالة إحصائياً في مستوى جودة الخدمات المصرفية

المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة،

وبذلك تم رفض الفرضية الثالثة. وتم فحص نتائج اختبار (LSD) لبيان اتجاه الفروق وهي

كمايلي:

الجدول (15.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى دخل الأسرة

المجال	المتغيرات	الفروق في المتوسطات	مستوى الدلالة
الاستجابة	أقل من 3000 شيقل	من 3000-4000 شيقل	0.32579*
		أكثر من 4000 شيقل	0.464
	من 3000-4000 شيقل	أقل من 3000 شيقل	-0.32579*
		أكثر من 4000 شيقل	-0.24304*
	أكثر من 4000 شيقل	أقل من 3000 شيقل	-0.08275-
		من 3000-4000 شيقل	0.24304*
التعاطف	أقل من 3000 شيقل	من 3000-4000 شيقل	0.43702*
		أكثر من 4000 شيقل	0.22863
	من 3000-4000 شيقل	أقل من 3000 شيقل	-0.43702*
		أكثر من 4000 شيقل	-0.20839-
	أكثر من 4000 شيقل	أقل من 3000 شيقل	-0.22863-
		من 3000-4000 شيقل	0.20839
الامان	أقل من 3000 شيقل	من 3000-4000 شيقل	0.63218*
		أكثر من 4000 شيقل	0.27382*
	من 3000-4000 شيقل	أقل من 3000 شيقل	-0.63218*
		أكثر من 4000 شيقل	-0.35837*
	أكثر من 4000 شيقل	أقل من 3000 شيقل	-0.27382*
		من 3000-4000 شيقل	0.35837*

0.008	0.30276*	من 3000-4000 شيقل	أقل من 3000 شيقل	الدرجة الكلية
0.081	0.16119	أكثر من 4000 شيقل		
0.008	-0.30276*	أقل من 3000 شيقل	من 3000-4000 شيقل	
0.093	-0.14157-	أكثر من 4000 شيقل		
0.081	-0.16119-	أقل من 3000 شيقل	أكثر من 4000 شيقل	
0.093	0.14157	من 3000-4000 شيقل		

وكانت الفروق بين أقل من 3000 شيقل و من 3000-4000 شيقل لصالح أقل من 3000 شيقل.

الفرضية الرابعة:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير طبيعة العمل "

تم فحص الفرضية الرابعة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير طبيعة العمل.

جدول (16.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير طبيعة العمل

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	طبيعة العمل	المجال
0.57612	3.8850	356	موظف	الملموسية
0.39246	4.3767	38	غير ذلك	
0.59551	4.1410	93	مصلحة خاصة	

0.75694	3.7731	356	موظف	الاعتمادية
0.48965	4.3827	38	غير ذلك	
0.68110	3.9403	93	مصلحة خاصة	
0.83201	3.6294	356	موظف	الاستجابة
0.65907	4.2417	38	غير ذلك	
0.78670	3.8374	93	مصلحة خاصة	
0.81732	3.4728	356	موظف	التعاطف
0.55515	4.2476	38	غير ذلك	
0.99126	3.7696	93	مصلحة خاصة	
0.73705	3.9011	356	موظف	الامان
0.53063	4.4349	38	غير ذلك	
0.89696	4.0465	93	مصلحة خاصة	
0.66226	3.7267	356	موظف	الدرجة الكلية
0.47366	4.3347	38	غير ذلك	
0.69411	3.9471	93	مصلحة خاصة	

يلاحظ من الجدول رقم (16.4) وجود فروق ظاهرية في مستوى جودة الخدمات المصرفية

المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير طبيعة العمل ، ولمعرفة

دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في

الجدول رقم (17.4):

جدول(17.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير طبيعة العمل

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
الملموسية	بين المجموعات	11.573	2	5.786	17.935	0.000
	داخل المجموعات	156.156	484	0.323		
	المجموع	167.729	486			
الاعتمادية	بين المجموعات	13.643	2	6.821	12.950	0.000
	داخل المجموعات	254.950	484	0.527		
	المجموع	268.593	486			
الاستجابة	بين المجموعات	14.541	2	7.271	11.040	0.000
	داخل المجموعات	318.756	484	0.659		
	المجموع	333.298	486			
التعاطف	بين المجموعات	24.328	2	12.164	17.369	0.000
	داخل المجموعات	338.944	484	0.700		
	المجموع	363.271	486			
الامان	بين المجموعات	10.448	2	5.224	9.118	0.000
	داخل المجموعات	277.288	484	0.573		
	المجموع	287.736	486			
الدرجة الكلية	بين المجموعات	14.665	2	7.333	17.036	0.000
	داخل المجموعات	208.327	484	0.430		
	المجموع	222.993	486			

يلاحظ أن قيمة ف للدرجة الكلية (17.036) ومستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من مستوى

الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية في مستوى جودة الخدمات المصرفية

المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير طبيعة العمل، وبذلك تم

رفض الفرضية الرابعة. وتم فحص نتائج اختبار (LSD) لبيان اتجاه الفروق وهي كمايلي:

الجدول (18.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب

متغير طبيعة العمل

المجال	المتغيرات	الفروق في المتوسطات	مستوى الدلالة
الملموسية	موظف	غير ذلك	0.000
		مصلحة خاصة	0.000
	غير ذلك	موظف	0.000
		مصلحة خاصة	0.032
مصلحة خاصة	موظف	موظف	0.000
		غير ذلك	0.032
	غير ذلك	موظف	0.000
		مصلحة خاصة	0.032
الاعتمادية	موظف	غير ذلك	0.000
		مصلحة خاصة	0.049
	غير ذلك	موظف	0.000
		مصلحة خاصة	0.002
مصلحة خاصة	موظف	موظف	0.049
		غير ذلك	0.002
	غير ذلك	موظف	0.000
		مصلحة خاصة	0.028

0.000	0.61228*	موظف	غير ذلك	
0.010	0.40425*	مصلحة خاصة		
0.028	0.20803*	موظف	مصلحة خاصة	
0.010	-0.40425*	غير ذلك		
0.000	-0.77486*	غير ذلك	موظف	التعاطف
0.002	-0.29686*	مصلحة خاصة		
0.000	0.77486*	موظف	غير ذلك	
0.003	0.47801*	مصلحة خاصة		
0.002	0.29686*	موظف	مصلحة خاصة	
0.003	-0.47801*	غير ذلك		
0.000	-0.53383*	غير ذلك	موظف	الامان
0.100	-0.14540-	مصلحة خاصة		
0.000	0.53383*	موظف	غير ذلك	
0.008	0.38842*	مصلحة خاصة		
0.100	0.14540	موظف	مصلحة خاصة	
0.008	-0.38842*	غير ذلك		
0.000	-0.60808*	غير ذلك	موظف	الدرجة الكلية
0.004	-0.22044*	مصلحة خاصة		
0.000	0.60808*	موظف	غير ذلك	
0.002	0.38764*	مصلحة خاصة		
0.004	0.22044*	موظف	مصلحة خاصة	
0.002	-0.38764*	غير ذلك		

وكانت الفروق بين غير ذلك والموظف لصالح غير ذلك وبين غير ذلك ومصالحة خاصة لصالح غير ذلك، وبين مصالحة خاصة وموظف لصالح مصالحة خاصة.

5.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس:

هل يختلف مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية حسب متغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، مستوى دخل الأسرة، طبيعة العمل) ؟

وللاجابة عن هذا السؤال تم تحويله للفرضيات التالية:

الفرضية الأولى:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى رضا العملاء

عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير الجنس"

تم فحص الفرضية الأولى بحساب نتائج اختبار "ت" والمتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية حسب المتغير الجنس.

جدول (19.4): نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة لاستجابة أفراد العينة في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية حسب متغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة "t"	مستوى الدلالة
ذكر	383	3.8745	0.85182	0.668	0.505
أنثى	104	3.8145	0.64607		

يتبين من خلال الجدول السابق أن قيمة "ت" للدرجة الكلية (0.668)، ومستوى الدلالة (0.505)، أي أنه لا توجد فروق في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير الجنس، وبذلك تم قبول الفرضية الأولى.

الفرضية الثانية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى رضا العملاء

عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير المؤهل العلمي"

تم فحص الفرضية الثانية تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير المؤهل العلمي.

جدول (20.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
توجيهي أو أقل	54	3.9411	0.94372
بكالوريوس	282	3.9565	0.77996
دراسات عليا	151	3.6562	0.78771

يلاحظ من الجدول رقم (20.4) وجود فروق ظاهرية في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير المؤهل العلمي، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم

(21.4):

جدول(21.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير المؤهل العلمي

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	9.248	2	4.624	7.191	0.001
داخل المجموعات	311.216	484	0.643		
المجموع	320.464	486			

يلاحظ أن قيمة ف للدرجة الكلية (7.191) ومستوى الدلالة (0.001) وهي أقل من مستوى

الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية في مستوى رضا العملاء عن الخدمات

المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير المؤهل العلمي، وبذلك تم رفض

الفرضية الثانية. وتم فحص نتائج اختبار (LSD) لبيان اتجاه الفروق وهي كمايلي:

الجدول (22.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

المتغيرات	الفروق في المتوسطات	مستوى الدلالة
توجيهي أو أقل	بكالوريوس	-0.01535- 0.897
	دراسات عليا	0.28489* 0.026
بكالوريوس	توجيهي أو أقل	0.01535 0.897
	دراسات عليا	0.30024* 0.000
دراسات عليا	توجيهي أو أقل	-0.28489* 0.026
	بكالوريوس	-0.30024* 0.000

وكانت الفروق بين التوجيهي أو أقل والدراسات العليا لصالح التوجيهي أو أقل، وبين البكالوريوس والدراسات العليا لصالح البكالوريوس.

الفرضية الثالثة:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة "

تم فحص الفرضية الثالثة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة.

جدول (23.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة

مستوى دخل الأسرة	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أقل من 3000 شيقل	63	4.0185	0.58298
من 3000-4000 شيقل	79	3.6774	1.12350
أكثر من 4000 شيقل	345	3.8752	0.75606

يلاحظ من الجدول رقم (23.4) وجود فروق ظاهرية في مستوى رضا العملاء عن الخدمات

المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة، ولمعرفة دلالة

الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم

(24.4):

جدول(24.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	4.296	2	2.148	3.288	0.038
داخل المجموعات	316.168	484	0.653		
المجموع	320.464	486			

يلاحظ أن قيمة ف للدرجة الكلية (3.288) ومستوى الدلالة (0.038) وهي أقل من مستوى

الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية في مستوى رضا العملاء عن الخدمات

المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة، وبذلك تم رفض

الفرضية الثالثة. وتم فحص نتائج اختبار (LSD) لبيان اتجاه الفروق وهي كمايلي:

الجدول (25.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى دخل الأسرة

المتغيرات	الفروق في المتوسطات	مستوى الدلالة
أقل من 3000 شيقل	من 3000-4000 شيقل	0.013
	أكثر من 4000 شيقل	0.196
من 3000-4000 شيقل	أقل من 3000 شيقل	0.013
	أكثر من 4000 شيقل	10.05
أكثر من 4000 شيقل	أقل من 3000 شيقل	0.196
	من 3000-4000 شيقل	10.05

وكانت الفروق بين أقل من 3000 شيقل ومن 3000-4000 شيقل لصالح أقل من 3000 شيقل.

الفرضية الرابعة:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى رضا العملاء

عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير طبيعة العمل "

تم فحص الفرضية الرابعة تم حساب المتوسطات الحسابية لاستجابة أفراد عينة الدراسة على مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير طبيعة العمل.

جدول (26.4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى رضا العملاء عن

الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير طبيعة العمل

طبيعة العمل	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
موظف	356	3.7639	0.80521
غير ذلك	38	4.3864	0.55094
مصلحة خاصة	93	4.0215	0.82635

يلاحظ من الجدول رقم (26.4) وجود فروق ظاهرية في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير طبيعة العمل، ولمعرفة دلالة الفروق تم استخدام تحليل التباين الأحادي (one way ANOVA) كما يظهر في الجدول رقم (27.4):

جدول (27.4): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير طبيعة العمل

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة "ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
بين المجموعات	16.240	2	8.120	12.918	0.000
داخل المجموعات	304.224	484	0.629		
المجموع	320.464	486			

يلاحظ أن قيمة ف للدرجة الكلية (12.918) ومستوى الدلالة (0.000) وهي أقل من مستوى

الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) أي أنه توجد فروق دالة إحصائية في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير طبيعة العمل، وبذلك تم رفض الفرضية الرابعة. وتم فحص نتائج اختبار (LSD) لبيان اتجاه الفروق وهي كمايلي:

الجدول (28.4): نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى دخل الأسرة

المتغيرات	الفروق في المتوسطات	مستوى الدلالة
موظف	غير ذلك	0.000
	مصلحة خاصة	0.005
غير ذلك	موظف	0.000
	مصلحة خاصة	0.017
مصلحة خاصة	موظف	0.005
	غير ذلك	0.017

وكانت الفروق بين غير ذلك وموظف لصالح غير ذلك، وبين غير ذلك ومصلحة خاصة

لصالح غير ذلك، وبين مصلحة خاصة وموظف لصالح مصلحة خاصة.

الفصل الخامس

النتائج والتوصيات

1.5 مناقشة اسئلة الدراسة :

السؤال الأول: ما مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء؟

يرى العملاء في البنوك الفلسطينية ان الخدمات المصرفية المقدمة لهم تتمتع بمستوى عالي من الجودة، حتى يرى العملاء ان الخدمات المصرفية المقدمة لهم تتمتع بدجة عاليه من (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) وقد حصل بعدا الملموسية والامان على اعلى الدرجات، حيث يرى العملاء أن مرافق البنك تتمتع بالنظافة اللازمة ويتميز العاملون في البنك بحسن المظهر، كما ان المظهر العام للبنك والاثاث والديكور ملائم وجذاب وقاعات الانتظار مريحة، بالاضافة الى أن عملاء البنك يرون أن البنك وموظفيه يحافظون على اسرار العملاء ويلتزمون بالسرية المصرفية فيما يخص بياناتهم وخصوصياتهم، وأن هنالك رد فوري للحالات الطارئة للعملاء مما يشعرهم بالثقة والامان.

وقد جاء بعد الاعتمادية بالدرجة الثانية، حيث يرى العملاء بأن البنك يقدم خدمات مصرفية متنوعة وباشكال مختلفة، كما يقدم جميع المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة، ويهتم موظفو

البنك باستفسارات الزبائن ويحييون عنها بكل مصداقة وشفافية ويحرصون على تقديم الخدمات بالشكل الصحيح ومن المرة الاولى وفي الوقت المحدد، بالاضافة الى احتفاظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي يجري تنفيذها.

وقد جاء بعد الاستجابة في المركز الثالث، وهنا يرى العملاء بأن البنك يوفر الخدمات المصرفية من خلال القنوات الذاتية المختلفة وبالتالي يوفر عليهم الوقت والجهد، كما يوفر لهم المعلومات الكافية عن نفسه وخدماته من خلال الخدمات الالكترونية ويحرص على الاستعداد الدائم لموظفية لخدمة العملاء ومساعدتهم.

وقد حصل بعد التعاطف على المركز الرابع، وهنا يرى العملاء بان البنك وموظفيه يلتزمون بحسن معاملة الزبائن وتقدير ظروفهم وتقديم الحلول المناسبة والنصائح بكل نزاهة وشفافية، كما يرى العملاء بان البنك يوفر كافة الخدمات والتسهيلات اللازمة للعملاء ذوي الاحتياجات الخاصة.

السؤال الثاني: ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم في البنوك الفلسطينية؟

تشير نتائج اجابات العملاء الى درجة الرضا العالية لدى العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم، حيث يرى العملاء بأن البنك وموظفيه يقومون بإنجاز الخدمات بأسرع وقت ممكن، كما يتمتع موظفو البنك بدرجة عالية من الدقة في إنجاز الخدمات والرقى في طريقة تقديمها وعرضها للعملاء، بالاضافة الى جودة اهتمام لدى إدارة البنك في شكاوى العملاء وهناك سرعة في الاستجابة لهذه الشكاوى وحلها.

السؤال الثالث: هل يوجد تأثير لجودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) على رضا العملاء.

وللإجابة عن هذا السؤال قام الباحث بتحويله الى الفرضية التالية:

يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) لجودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية (الملوسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) على رضا العملاء.

تبين من خلال الاجابة عن هذه الفرضية وجود تأثير لمجالات جودة الخدمات المصرفية (الملوسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) مجتمعة على رضا العملاء. كما وتبين وجود تأثير ايجابي للمجالات (الملوسية، الاعتمادية، الامان) منفردة على رضا العملاء.

السؤال الرابع: هل يختلف مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء حسب المتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، مستوى دخل الاسرة، طبيعة العمل)؟

وللاجابة عن هذا السؤال تم تحويله للفرضيات التالية:

- الفرضية الاولى : لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير الجنس. وقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير الجنس وبذلك تم رفض الفرضية، حيث لا يرى عملاء البنك اي فروقات في الخدمات المقدمة لهم سواء كانوا اناثا أو ذكورا حيث ان الخدمات تقدم لكلا الطرفين على حدٍ سواء وبنفس الجودة.
- الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي. أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في مستوى الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي وكانت الفروق لصالح العملاء الذين يتمتعون بدرجات عليا من المؤهلات العلمية وبذلك تم رفض الفرضية، ويعود السبب في هذه الفروق الى إختلاف طبيعة الخدمات التي يطلبها العملاء ذو المؤهلات العليا بالإضافة الى إختلاف طريقة قياس وتقييم هذه الخدمات المقدمة عن غيرهم من العملاء.
- الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير مستوى دخل الاسرة.

أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير دخل الأسرة، وجاءت الفروق لصالح العملاء الأقل دخلاً، وبذلك تم رفض الفرضية، وقد يعود الاختلاف في ذلك من وجهة نظر الباحث إلى أن اهتمام العملاء الأقل دخلاً يتركز خدمات فتح الحساب ومن ثم الإيداعات والسحوبات وطلب دفاتر الشيكات وغيرها من المعاملات التي تعتبر أقل تعقيداً من تلك الخدمات التي يركز عليها ذوو الدخل المرتفعة على طلبها كالودائع والكفالات والاعتمادات وغيرها من الخدمات التي تعتبر أكثر تعقيداً.

➤ الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في

مستوى الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير طبيعة العمل. أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائية في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير طبيعة العمل وكانت الفروق لصالح العملاء غير الموظفين أو الذين يملكون مصالح خاصة، وبذلك تم رفض الفرضية، ويرد الباحث هذه الاختلافات من وجهة نظره إلى طبيعة التعاملات والخدمات التي يطلبها هؤلاء العملاء عن غيرهم من العملاء الآخرين.

السؤال الخامس: هل يختلف مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم في البنوك المصرفية حسب متغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، مستوى دخل الأسرة، طبيعة العمل)؟

وللاجابة عن هذا السؤال قام الباحث بتحويله للفرضيات التالية:

➤ الفرضية الأولى: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في

مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير الجنس.

أظهرت النتائج عدم وجود فروق في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير الجنس، وبذلك تم قبول الفرضية، حيث لا يرى العملاء على اختلاف جنسهم وجود تمييز من قبل البنك أو موظفيه للعملاء تبعاً لجنسهم وأن الخدمات المقدمة لكلا الطرفين تقدم بنفس مستوى الجودة.

➤ الفرضية الثانية: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي.

أظهرت النتائج وجود فروق دالة احصائية في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي، وجاءت الفروق لصالح المستويات العلمية الدنيا وبذلك تم رفض الفرضية، حيث يرى العملاء ذوي المستويات التعليمية الدنيا وجود تمييز في مستويات جودة الخدمات المقدمة لهم، وقد يرجع السبب في ذلك الى لجوء البنك في كثير من الحالات الى دفع العملاء الى استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية التي قد تشكل عائقا امام الكثير من العملاء ذوي المستويات التعليمية الدنيا الامر الذي يزيد من مخاوفهم وبالتالي شعورهم بالثقة والامان في كثير من الخدمات.

➤ الفرضية الثالثة: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير مستوى دخل الاسرة.

أظهرت النتائج وجود فروق دالة احصائية في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير مستوى الدخل، وجاءت هذه الفروق لصالح العملاء الاقل دخلاً، وبذلك تم رفض الفرضية، ويرجع الباحث السبب في ذلك اعتقاد العملاء ذوي الدخل المحدودة والمنخفضة يرون انهم لا يشكلون مصدر ربح للبنك وبالتالي فهم ليسوا من ضمن اولويات البنك وتحاول البنك جاهدة في نفي هذا الاعتقاد لدى العملاء من خلال تقديم كافة الخدمات لهم واقناعهم بان البنوك تعزز مبدأ المساواة في خدمة العملاء لدى جميع موظفيها وادراتها.

➤ الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \geq 0.05$) في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير طبيعة العمل.

➤ أظهرت النتائج وجود فروق دالة احصائية في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير طبيعة العمل، وجاءت الفروق لصالح العملاء غير الموظفين أو يملكون مصالح خاصة، وبذلك تم رفض الفرضية، ويرجع الباحث السبب في

ذلك الى عدم تمكن البنك في كثير من الحالات تقديم بعض من خدماته للعملاء من غير الموظفين أو ممن يملكون مصالح خاصة كخدمات التسهيلات والسبب في ذلك عدم وجود دخول ثابتة لهذه الشريحة من العملاء وعدم قدرتهم على تقديم ضمانات للحصول على مثل هذه الخدمات.

2.5 مناقشة نتائج دراسة الباحث مع الدراسات السابقة :

- يتفق الباحث في هذه الدراسة مع معظم الدراسة السابقة كدراسة **علماي وبن موسى** ودراسة **الطاهر وعبدالله** ودراسة **خلو** ودراسة **سند** ودراسة **Khatoon, Zhengliang , & Hussain** ودراسة **Fida** ودراسة **Ajmon ,Gireesh** ودراسة **Sabir, Raja, Ghafoor , Osama; Akhtar, Naeem, Haffez, Iqra,** الذين يرون ان الخدمات المصرفية لابد ان تتمتع بدرجة عالية من الملموسية والاعتمادية والاستجابة والتعاطف والامان
- اتفقت نتيجة الباحث مع معظم الدراسة السابقة التي ترى ان هذه الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء تؤثر مجتمعة على مستوى الرضا لديهم، في حين اختلفت مع بعض الدراسات من حيث تأثير بعض المجالات ومستويات تأثيرها حيث يرى **الجابري** في دراسته وجود علاقة ايجابية لجميع المتغيرات باستثناء متغير التعاطف على رضا العملاء، كما يرى **الكركي** عدم وجود تأثير لمتغير الاعتمادية على رضا العملاء، بالاضافة الى دراسة **Munusrmy, Jayarman,Chelliah, Shankar; Mun, HorWai** الذين يرون عدم وجود تأثير لبعده الملموسية على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم .
- اتفق الباحث في دراسته مع معظم الدراسة السابقة من حيث وجود فروق ذات دلالة احصائية للمتغيرات الديمغرافية على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم بدرجات متفاوتة، في حيث اختلفت نتيجة دراسة مع دراسة **الكركي** الذي يرى عدم وجود فروق للمتغيرات الديمغرافية على رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

3.5 نتائج الدراسة:

- 1- تتمتع الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الفلسطينية- البنك الوطني- بمستوى عالي من الجودة من وجهة نظر العملاء.
- 2- تتمتع الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الوطني بدرجة عالية من الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان.
- 3- أظهرت النتائج وجود تأثير لمجالات جودة الخدمات المصرفية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) مجتمعة على رضا العملاء. كما وتبين وجود تأثير ايجابي للمجالات (الملموسية، الاعتمادية، الامان) منفردة على رضا العملاء.
- 4-وقد أظهرت النتائج عدم وجود فروق في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير الجنس.
- 5-أظهرت النتائج وجود فروق دالة إحصائيا في مستوى الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي، مستوى دخل الاسرة، طبيعة العمل.
- 6-أظهرت النتائج عدم وجود فروق في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير الجنس.
- 7- أظهرت النتائج وجود فروق في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم في البنوك الفلسطينية تعزى لمتغير المؤهل العلمي، مستوى دخل الاسرة، طبيعة العمل.

4.5 توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة ولتطوير وتحسين جودة الخدمات المقدمة في البنك نوصي بما يلي:

- 1- ضرورة ان تتبنى إدارة البنك جودة الخدمة كإستراتيجية للمنافسة والتميز، وأن يكون تطوير وتحسين جودة الخدمات التي يقدمها البنك من أولوياتها.
- 2- ضرورة إحداث تغييرات في ثقافة البنوك وطرق تفكيرها وأهدافها وسياساتها، الامر الذي يتطلب تطوير موظفيها في مختلف المستويات الادارية وزيادة معرفتهم وتطوير مهاراتهم اللازمة لتقديم الخدمات بافضل جودة ممكنة.
- 3- أن تعمل إدارة البنك باستمرار على تطوير وتحسين التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمات.
- 4- ضرورة الاهتمام بالعناصر البشرية واستقطابها وتدريبها بما يضمن تحسين أبعاد جودة الخدمة، بما يضمن سرعة انجاز المعاملات وتقليل الاخطاء وزيادة قدرة الموظفين على سرعة الاستجابة للعملاء وحل مشاكلهم.
- 5- العمل على قياس جودة الخدمة بصورة منتظمة، وذلك باستخدام اساليب قياس مختلفة بما يضمن معرفة اماكن القصور وبالتالي معالجة الانحرافات وحل المشكلات.
- 6- ضرورة التركيز على عنصر التعاطف الذي له دور كبير في اعطاء صورة ممتازة عن مستوى الخدمة في البنوك لما له مردود مادي و ربحي للبنوك ، ويتم ذلك من خلال التركيز اكثر على البيع العرضي ووصول العميل الى حالة الاشباع اذا شعر بالتعاطف المقدم له ، و شعر ان موظف البنك يفهم حاجات العميل .
- 7- ضرورة قيام دائرة التدريب بالبنوك على عمل برنامج تدريبي تحت مسمى (MARKETING BY EMPATHY).

4.5 المصادر والمراجع

1.4.5 قائمة المراجع العربية

- الباهي, ص. 1. (2016). أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن - دراسة ميدانية على البنك الاسلامي الاردني في عمان. الاردن :رسالة ماجستير غير منشورة .
- التميمي, و. (2007). أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية -دراسة ميدانية في المصارف التجارية الاردنية. عمان، الاردن :المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية، المجلد العاشر، العدد الأول .
- الجابري, خ. م. (2015). تقييم جودة الخدمات المصرفية في البنوك اليمنية(دراسة مقارنة بين البنوك الاسلامية والبنوك التجارية. مصر :المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية -كلية التجارة بالاسماعيلية -العدد الثالث، جامعة قناة السويس .
- الخفاجي, ح. (2008). رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون - دراسة حالة في مصرف بابل الاهلي. النجف، العراق :رسالة ماجستير غير منشورة
- الدراكة, م. (2001). إدارة الجودة الشاملة. عمان :دار صفاء للنشر والتوزيع .
- الرياضي, س. (2016). أثر ابعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في البنك العربي -دراسة ميدانية في مدينة الزرقاء. الاردن :رسالة ماجستير غير منشورة .
- السلمي, ع. (2008). إدارة الجودة الشاملة. عمان :دار اليازوري .
- الضمور, ه. ح. (2004). تسويق الخدمات. الاردن :دار وائل للنشر والتوزيع .
- الطاهر, ع. & عبد الله, ن. (2019). أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء - دراسة ميدانية :المصارف التجارية بمحافظة الدرب. المملكة العربية السعودية :المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 14، الاصدار 2.

الكحلوت, س. (2004). *العوامل المؤثرة على استمرارية أنشطة الجودة الشاملة في مستشفيات وزارة الصحة الفلسطينية في قطاع غزة*. غزة: رسالة ماجستير غير منشورة.

الكركي, (2010). *جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن*. الخليل: رسالة ماجستير غير منشورة -جامعة الخليل.

الكركي, و. م. (2010). *جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن*. الخليل: رسالة ماجستير غير منشورة.

الوطني, ا. (2020, 07 20). *البنك الوطني*. Retrieved from

<https://www.tnb.ps/ar/page/our-profile>

اوسو, خ. & بطرس, ل. ل. (2008). *تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن -دراسة استطلاعية لآراء عينة من زبائن مصرف مدينة دهوك*. دهوك: مجلة تنمية الراقدين -89 العدد 30.

ايدي, ب. (2013). *إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتحسين الميزة التنافسية للبنوك -دراسة حالة البنوك التجارية الناشطة بولاية تمنراست*. الجزائر: رسالة ماجستير غير منشورة.

بريش, ع. ا. (2004). *جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية*. مجلة شمال افريقيا، العدد الثالث، 253.

بكي, ا. (2013). *تطبيقات ادارة الجودة الشاملة في المستشفيات*. الجزائر: رسالة ماجستير غير منشورة.

بلاك, م. (2016). *أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك سوية والمهجر*. سوريا: رسالة ماجستير غير منشورة.

- بودراع، م. أ. (2013). إدارة الجودة الشاملة وتأثيرها على الخدمة المصرفية -دراسة حالة بنك سوسيتيب جنرال الجزائر. الجزائر: رسالة ماجستير غير منشورة .
- جعران، و. (2013). إدارة الجودة الشاملة في البنوك التجارية -دراسة حالة البنك الوطني. الجزائر: رسالة ماجستير غير منشورة.
- حركات، ك. (2017). دور جودة الخدمات المصرفية في تحسين أداء البنوك التجارية - دراسة حالة الفرض الشعبي الجزائري وكالتي أم البواقي وعين مليلة. الجزائر: رسالة ماجستير غير منشورة .
- حفصاوي، ع. (2016). أثر جودة الخدمات البنكية على رضا الزبون -دراسة استطلاعية من وجهة نظر عينة من زبائن بعض الوكالات البنكية بأم البواقي. أم البواقي، الجزائر: رسالة ماجستير غير منشورة .
- حماد، آ. ي. (2014). جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا الزبون -دراسة ميدانية على مصرف الادخار والتنمية الاجتماعية. السودان: رسالة ماجستير غير منشورة.
- خلو، س. (2016). بعنوان قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية -دراسة ميدانية(مقارنة بين بنك (BEA -CPA)تقرت.تقرت -الجزائر: رسالة ماجستير غير منشورة.
- دراجي، أ. أ. (2015). أثر عصرنه الخدمات المصرفية على الاداء البنكي -دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري لفترة 2008-2013. الجزائر: رسالة ماجستير غير منشورة .
- سند، ح. م. (2015). أثر جودة خدمات البنك العربي الإسلامي الدولي على رضا الزبائن - دراسة حالة البنك العربي الإسلامي الدولي فرع جامعة الزرقاء. الزرقاء، عمان: مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية .

عايش ,ش .ع .(2008). أثر تطبيق إدارة الجودة الشامل على الأداء المؤسسي -دراسة تطبيقية على المصارف الإسلامية العاملة في قطاع غزة .غزة :رسالة ماجستير غير منشورة.

عبد الجواد ,ل .(2016). إدارة الجودة السملة ومستوى مساهمتها في تحقيق ادارة المعرفة في الخدمات الطبية العسكرية .غزة :رسالة ماجستير غير منشورة .اكاديمية الادارة والسياسة .

علماي ,ا& ,بن موسى ,ا .(2019). جودة الخدمات المصرفية كمدخل لبناء مزاي تنافسية للبنوك الجزائرية .الجزائر :مجلة الدراسات الاقتصادية العدد .38

عياد ,ع .ع .(2017). أثر تطبيق ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تعزيز الابتكار الإداري في مؤسسات التعليم العالي وفقاً لنموذج بالدريج للتميز المؤسسي .غزة :رسالة ماجستير غير منشورة -الجامعة الإسلامية بغزة .

مأمون ,ن& ,حفيان ,ص .(2013). دورة جودة الخدمات البنكية في تحقيق رضا الزبون -دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة ورقلة .الجزائر :رسالة ماجستير غير منشورة.

موقع البنك الوطني 2020/07/20 <https://www.tnb.ps/ar/page/our-profile>

5.4.2 REFERANCES

- Ahmad, A. M. (2020). *The Influnace of Electronis Banking Service Quality on Customer Satisfaction of Banks in Tripoli City, libya*. libya : International Journal of Innovation , Creativity and Change , V.13 Issue 1.2020.
- Ajimon, G., & Gireesh , K. (2014). *Impact of Service Quality Dimensions in Internet Banking on Customer Staisfaction* . Calcuta: Indian Institute of Management .
- AMA. (2013). *موقع الجمعية الامريكية للتسويق*.
- Bshir, F., Ahmad , U., ALbalushi, Y., & Singh, D. (2020). *Impact of Service Quality in Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman*. Oman: SAGE Journal.
- Chavan, J., & Ahmad, F. (2013). *Factors Affecting on Customer Satisfaction In Retail Banking: An Empirical Study*. New Delhi: International Journal of Business and Management Invention Vol 2. Issue 1.
- Khatoon, S., Zhengliang , X., & Hussain, H. (2020). *The Mediating Effect of Custpmer Satisfaction on the Relation ship Betwwen Electronis Banking Service Quality and Customer Intention: Evidence From the Qatar Banking Sector* . Qatar : Journals.sagepub.com - SAGE Open 1-12:2020.
- Kotier, P. (2006). *markerting mangment 12 edition* . france : Paerson education.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management, The Millennium Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
- levesque, T., & MoDougall, G. (1996). *Determinants of customer satisfaction in retail banking*. Canada: International journal of bank management.

Munusrmy, Jayarman; Chelliah, Shankar; Mun, Hor Wai. (2010). *Service quality delivery and its impact on customer satisfaction in the banking sector in Malaysia*. Malaysia: International Journal of Innovation, Management and Technoogy, Vol.1 No 4.

Sabir, Raja; Ghafoor , Osama; Akhtar, Naeem; Haffez, Iqra; Rehman, Asad Ur. (2014). *Factors Affecting Customer Satisfaction in Banking Sector of Pakistan*. Pakistan: International Review of Management and Business Research.

Ahmad, A. M. (2020). *The Influnace of Electronis Banking Service Quality on Customer Satisfaction of Banks in Tripoli City, libya*. libya : International Journal of Innovation , Creativity and Change , V.13 Issue 1.2020.

Ajimon, G., & Gireesh , K. (2014). *Impact of Service Quality Dimensions in Internet Banking on Customer Staisfaction* . Calcuta: Indian Institute of Management .

AMA. (2013). *موقع الجمعية الامريكية للتسويق*.

Bshir, F., Ahmad , U., ALbalushi, Y., & Singh, D. (2020). *Impact of Service Quality in Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman*. Oman: SAGE Journal.

Chavan, J., & Ahmad, F. (2013). *Factors Affecting on Customer Satisfaction In Retail Banking: An Empirical Study*. New Delhi: International Journal of Business and Management Invention Vol 2. Issue 1.

Khatoon, S., Zhengliang , X., & Hussain, H. (2020). *The Mediating Effect of Custpmer Satisfaction on the Relation ship Betwwen Electronis Banking Service Quality and Customer Intention: Evidence From the Qatar Banking Sector* . Qatar : Journals.sagepub.com - SAGE Open 1-12:2020.

Kotler, P. (2006). *Marketing Management 12th Edition*. France: Pearson Education.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management, The Millennium Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.

Levesque, T., & McDougall, G. (1996). *Determinants of customer satisfaction in retail banking*. Canada: International Journal of Bank Management.

Munusamy, Jayarman; Chelliah, Shankar; Mun, Hor Wai. (2010). *Service quality delivery and its impact on customer satisfaction in the banking sector in Malaysia*. Malaysia: International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol.1 No 4.

Sabir, Raja; Ghafoor, Osama; Akhtar, Naeem; Hafeez, Iqra; Rehman, Asad Ur. (2014). *Factors Affecting Customer Satisfaction in Banking Sector of Pakistan*. Pakistan: International Review of Management and Business Research.

5.5 المرفقات

مرفق رقم (1.5): استبانة الدراسة

بسم الله الرحمن الرحيم



جامعة القدس - أبوديس

كلية الدراسات العليا

معهد الإدارة والاقتصاد

عزيزي الزبون الفلسطيني،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته،

يقوم الباحث بإجراء دراسة بعنوان "تأثير جودة الخدمات المصرفية المقدمة على رضا العملاء في البنوك الفلسطينية- دراسة حالة البنك الوطني" للحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال من جامعة القدس .

ويهدف الباحث من خلال هذه الدراسة الى التعرف على أثر ابعاد جودة الخدمات المصرفية على تعزيز رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة لهم والتعرف على مستويات هذه الابعاد والممارسات بغرض تعزيز مفهوم ادارة الشاملة في السوق المصرفي الفلسطيني .

نرجو من حضرتكم مراعاة الموضوعية والمصداقية في تعبئة الإستبانة علما بأنه سيتم مراعاة السرية في البيانات التي ستدلون بها وأن هذه البيانات سيتم استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط .

ولكم مني جزيل الشكر والتقدير

الباحث:

المشرف على الرسالة :

د.أحمد حوزا الله ومحمد عياد

تتألف الإمتحانة من خمسة أقسام :

❖ القسم الأول: يتألف من معلومات عن خلفية المستجيبين

• الجنس:

أنثى ذكر

• المؤهل العلمي:

جيهي أو أقل ريس در عليا

• مستوى دخل الأسرة :

أقل 2000 شيقل من 2-3000 شيقل

من 30-4000 شيقل أكثر 4000 شيقل

• طبيعة العمل:

ط موظف عامل عامل إسرائيل

رب عاطف عن العمل مصلح خاصة

❖ القسم الثاني : يتألف من مجموعة من الفقرات تدرس مدى ملائمة درجة الملموسية:

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	ارفض بشدة	ارفض
1-	المظهر العام للبنك والاثاث والديكور ملائم وجذاب.					
2-	قاعات الانتظار مزودة بأثاث وديكورات مريحه.					
3-	تتميز مكاتب الموظفين بالسرية والخصوصية اللازمة.					
4-	تتميز الفروع بوجود تجهيزات وعدات متطورة					
5-	يتميز العاملون في البنك بحسن المظهر.					
6-	تتميز مرافق البنك بالنظافة اللازمة					
7-	يوفر البنك التجهيزات اللازمة لنوي الحاجات الخاصة.					
8-	يتلاءم المظهر العام للبنك مع طبيعة الخدمات المقدمة.					

❖ القسم الثالث : يتألف من مجموعة من الفقرات تدرس مدى ملائمة درجة الاعتمادية:

الرقم	السؤال	موافق	موافق	محايد	ارفض	ارفض
-------	--------	-------	-------	-------	------	------

بشدة				بشدة	
					1- يقدم البنك جميع المعلومات المتعلقة بالخدمات الجديدة.
					2- يلتزم موظفو البنك بتنفيذ الاعمال والخدمات في الوقت المحدد.
					3- يحرص موظفو البنك على تقديم الخدمات بالشكل الصحيح ومن المرة الاولى.
					4- يهتم موظفو البنك باستفسارات الزبائن ويجيبون عنها بكل مصداقية وشفافية.
					5- يهتم البنك بمشاكل العملاء وشكاويهم ويحرص على حلها.
					6- يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي تجري فيه.
					7- يقدم البنك خدمات مصرفية متنوعة وباشكال مختلفة.

❖ القسم الرابع : يتألف من مجموعة من الفقرات تدرس مدى ملائمة درجة الاستجابة:

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	ارفض بشدة	ارفض
1-	يحرص البنك على استعداد الموظفين بشكل دائم لمساعدة العملاء.					
2-	فترة انتظار العملاء في قاعات الانتظار قصيرة.					
3-	يهتم البنك بابلاغ العملاء عن مواعيد حصولهم على الخدمات بدقة.					
4-	يهتم البنك بالرد بشكل سريع على شكاوى واقتراحات العملاء.					
5-	يوفر البنك الخدمات البنكية من خلال القنوات الذاتية (بطاقة الصراف الالي، الانترنت،..) وبالتالي يوفر وقت العملاء.					
6-	يوفر البنك معلومات كافية عن نفسه وخدماته من					

					خلال الخدمات الالكترونية.
--	--	--	--	--	---------------------------

❖ القسم الخامس : يتألف من مجموعة من الفقرات تدرس مدى ملائمة درجة التعاطف:

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	ارفض بشدة	ارفض
1-	يلتزم موظفو البنك بحسن معاملة الزبائن وتقدير ظروفهم .					
2-	يلتزم موظفو البنك باحترام اوقات الزبائن.					
3-	يضع موظفو البنك المصلحة العليا للعملاء في سلم اولوياتهم.					
4-	تتلاءم ساعات العمل في البنك مع اوقات العملاء					
5-	يهتم موظفو البنك بالعملاء اهتماما يليق بقيمته كعميل بعيدا عن ارصده.					
6-	يوفر البنك الخدمات اللازمة للعملاء ذوي الاحتياجات الخاصة بكل مهنية.					
7-	يهتم البنك بتقديم الخدمات اللازمة للمعتمدين اثناء المناسبات كالاعياد والعطل الرسمية.					
8-	يهتم موظفو البنك بتقديم الحلول المناسبة والنصيحة للعملاء بكل نزاهة وشفافية.					

❖ القسم السادس : يتألف من مجموعة من الفقرات تدرس مدى ملائمة درجة الامان:

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	ارفض بشدة	ارفض
1-	سلوك موظفي البنك يشعر العملاء بالثقة والامان.					
2-	يلتزم موظفو البنك بالسرية المصرفية فيما يخص بيانات وخصوصيات العملاء.					
3-	يوفر البنك المعلومات الكافية للاجابة عن اسئلة العملاء في الوقت المناسب.					
4-	تظهر الادارة اهتمامها بالعملاء وبشكل مستمر.					

					5- يحافظ البنك وموظفيه على اسرار العملاء.
					6- الرد الفوري للحالات الطارئة للعملاء يعطي شعور بالامان في الخدمات التي يقدمها البنك.

❖ **القسم السابع :** يتألف من مجموعة من الفقرات تدرس مدى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية :

الرقم	السؤال	موافق بشدة	موافق	محايد	ارفض بشدة	ارفض
1-	اعتبر نفسي راض عن الخدمات المصرفية المقدمة لي.					
2-	انصح اهلي واصدقائي وزملائي بالتعامل مع المصرف الذي اتعامل معه.					
3-	ارى ان سرعة انجاز الخدمات يحقق مستوى عالي من الرضا.					
4-	يقدم المصرف الخدمات المصرفية بمستوى راق بهدف ارضاء العملاء.					
5-	يهتم البنك بالدقة في تقديم الخدمات مما يساهم في تعزيز رضاهم					
6-	اهتمام البنك بشكاوي العملاء والسرعة في حلها يزيد من رضا العملاء وولائهم للبنك					

ملاحظات أخرى تود ذكرها :

أشكر لكم حسن تعاونكم

مرفق(2.5): أسماء محكمين الاستبانة

الرقم	الاسم	الوظيفة	المؤسسة
1.	د. سلوى البرغوثي	دكتورة بكلية ادارة الاعمال	جامعة القدس
2.	د. محسن عدس	دكتور في تخصص مناهج و تدريس	جامعة القدس
3.	السيد زياد عبدالله لافي	موظف اداري و ماجستير ادارة اعمال (محل احصائي)	جامعة القدس
4.	السيد موسى سليمان حمودة	ماجستير ادارة اعمال (محكم احصائي (البنك العربي

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
أ	إقرار
ب	الشكر والعرفان
ج	ملخص الدراسة
هـ	قائمة المحتويات
ز	قائمة الجداول
ي	قائمة الأشكال
	الفصل الأول: خلفية الدراسة
1	1.1 المقدمة
2	2.1 مشكلة الدراسة
3	3.1 أهداف الدراسة
4	4.1 أهمية الدراسة
5	5.1 فرضيات الدراسة
5	7.1 متغيرات الدراسة
6	8.1 نموذج الدراسة
6	9.1 حدود الدراسة
	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
8	2.2 الإطار النظري
8	1.2.2 مفهوم الخدمة
9	2.2.2 خصائص الخدمات
10	3.2.2 مفهوم الجودة
11	4.2.2 أهمية جودة الخدمة
11	5.2.2 أهداف إدارة الجودة الشاملة
13	6.2.2 أبعاد جودة الخدمة
17	7.2.2 متطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة
19	8.2.2 معيقات تطبيق إدارة الجودة الشاملة

20	9.2.2 مفهوم رضا العملاء
20	10.2.2 أهمية قياس رضا العملاء
21	11.2.2 نبذة عن البنك الوطني
23	1.2 الدراسات السابقة
23	1.1.2 الدراسات المحلية والعربية
34	2.1.2 الدراسات الأجنبية
39	3.1.2 التعليق على الدراسات السابقة
39	4.1.2 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات والبحوث السابقة
40	5.1.2 مدى استفادة الباحث من الدراسات والبحوث السابقة
	الفصل الثالث: الطريقة والإجراءات
41	1.3 منهج الدراسة
41	2.3 مصادر جمع المعلومات
42	3.3 مجتمع الدراسة
42	4.3 عينة الدراسة
43	5.3 أداة الدراسة
44	6.3 وصف متغيرات الدراسة
45	7.3 صدق الأداة
46	8.3 ثبات الأداة
47	9.3 إجراءات الدراسة
47	10.3 المعالجة الإحصائية
	الفصل الرابع: تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها
48	1.4 تمهيد
49	2.4 نتائج أسئلة الدراسة
49	1.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الأول
57	2.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني
59	3.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث
61	4.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع
76	5.2.4 النتائج المتعلقة بالسؤال الخامس
	الفصل الخامس: النتائج والتوصيات

83	1.5 مناقشة نتائج الدراسة
88	2.5 نتائج الدراسة
88	3.5 التوصيات
90	4.5 قائمة المصادر والمراجع
96	5.5 مرفقات الدراسة

قائمة الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
36	مؤشرات تقييم الجودة	1.2
45	جدول مقياس ليكرت الخماسي	1.3
45	مفتاح الدرجات المعتمد في قياس تأثير المتغيرات	2.3
46	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة	3.3
47	نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء	4.3
48	نتائج معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لمصفوفة ارتباط فقرات مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية	5.3
49	معامل الثبات للمجالات والدرجة الكلية.	6.3
52	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء	1.4
53	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لعدد الملموسية	2.4
54	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لرجال الاعتمادية	3.4
56	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لرجال الاستجابة	4.4

57	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لهجال التعاطف	5.4
59	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لهجال الامان	6.4
60	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة الدراسة لمستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية	7.4
62	تحليل ميل خط الانحدار (Regression) لفحص تأثير جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الامان) على رضا العملاء	8.4
64	نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة لاستجابة أفراد العينة في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء حسب متغير الجنس	9.4
66	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير المؤهل العلمي	10.4
67	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير المؤهل العلمي	11.4
68	نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	12.4
70	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة	13.4
71	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة	14.4
73	نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى دخل الأسرة	15.4
74	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير طبيعة العمل	16.4

76	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية من وجهة نظر العملاء يعزى لمتغير طبيعة العمل	17.4
77	نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير طبيعة العمل	18.4
79	نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة لاستجابة أفراد العينة في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية حسب متغير الجنس	19.4
80	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير المؤهل العلمي	20.4
81	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير المؤهل العلمي	21.4
81	نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	22.4
82	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة	23.4
83	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير مستوى دخل الأسرة	24.4
83	نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى دخل الأسرة	25.4
84	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابة أفراد عينة الدراسة لمستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير طبيعة العمل	26.4
85	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي لاستجابة أفراد العينة في مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية يعزى لمتغير طبيعة العمل	27.4
85	نتائج اختبار (LSD) للمقارنات البعدية بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حسب متغير مستوى دخل الأسرة	28.4

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
6	النموذج الافتراضي للدارسة	1.1