



عمادة الدراسات العليا  
جامعة القدس

نحو تعزيز ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من  
منظور جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظرهم (دراسة مقارنة  
البنك العربي وبنك فلسطين)

أشرف جمال محمد الدنا

رسالة ماجستير

القدس - فلسطين

1433هـ / 2012م

نحو تعزيز ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من  
منظور جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظرهم (دراسة مقارنة  
البنك العربي وبنك فلسطين)

إعداد

أشرف جمال محمد الدنا

بكالوريوس علوم ادارية واقتصادية جامعة القدس المفتوحة- فلسطين

إشراف: الدكتور مجيد منصور

قُدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في  
التنمية الريفية المستدامة - مسار بناء المؤسسات وتنمية الموارد البشرية من  
معهد التنمية المستدامة -جامعة القدس

1433 هـ / 2012م



جامعة القدس

عمادة الدراسات العليا

معهد التنمية المستدامة - بناء مؤسسات وتنمية موارد بشرية

### إجازة الرسالة

نحو تعزيز ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظرهم (دراسة مقارنة البنك العربي وبنك فلسطين)

اسم الطالب: أشرف جمال محمد الدنا

الرقم الجامعي: 20912635

إشراف: الدكتور مجيد منصور

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: 2012/04/21م من أعضاء لجنة المناقشة المدرجة أسمائهم وتوافقهم

1. رئيس لجنة المناقشة: د. مجيد منصور .....التوقيع:
2. ممتحنا داخليا: د. عزمي الاطرش .....التوقيع:
3. ممتحنا خارجيا: د. أمجد القاضي .....التوقيع:

القدس - فلسطين

1433 هـ / 2012 م

## الإهداء

إلى السنبله الذهبية في بلادي وبيارات البرتقال  
إلى كروم العنب و غصن الزيتون و دم الشهداء و دمعة الأطفال  
إلى فلسطين تلك التي صنعتي كي أكون هنا  
إلى من علمني كيف الصعود و حمل لي شعلة  
تلذذ بحروقاتها في يديه لينير لي دربي  
إلى ذاك الرجل الذي علمني العزة و كحل عيني بالكبرياء  
إلى ذاك الذي ما زالت عينيه تصنعني طفله حتى اللحظة إليك والدي  
و إلى الحزن المعبق بأريج الوطن  
و اليد التي اندست في خصال شعري و صوتها الشجي يروي لي حكايا الجد و النجاح قبل النوم  
كي أحلم بها  
من علمتني كيف أقف أمامكم في لحظة تتسابق فيها الدموع لمقلتي " إليك أمي "  
و لكل من حفنتي و إياهم ذكريات بيت واحد  
إلى من اجتمعوا معي على دفاء موقد الشتاء و تقاسموا معي ظلمة ليل واحدة " إليكم إخوتي "  
لمن أمسكت بيدي و كانت عوني و سندي  
لمن ابت إلا أن أكون هنا رغماً عن أنف الحياة  
لكفتها البيضاء و روحها، شريكة حياتي " إليك زوجتي "  
لمن جعلوني أصل إلى هنا كي أستطيع عطاءهم  
و وهبوني الحياة الف مرة بكلمة " أبي "  
لمن مضيت أشق الطريق لأجلهم كي يتبعوني  
" لكم أبناء قلبي "  
و لا أنسى من علمني حرفاً أن أكون له عبداً  
و كل من سبقني الطريق و سيلحقني إليها من طلاب علم  
لجامعتي التي تركت مذكراتي على مقاعدها  
لكم جميعاً أهدي سهرتي و تعبتي و جهدي

## إقرار:

أقر أنا معد الرسالة بأنها 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. آخر

التوقيع:.....

الاسم: أشرف جمال محمد الدنا

التاريخ : .....

## الشكر والتقدير

يسرني ويشرفني بأن أتقدم بجزيل الشكر وعظيم الامتنان، بعد حمد الله والثناء عليه أولاً وأخيراً، و  
من الدكتور مجيد منصور الذي اشرف على رسالتي، وله كل الاحترام والتقدير،

ومن الدكتور زياد قنّام مدير البرنامج وأستاذي العزيز له عظيم الامتنان، ومن إدارة وأساتذة  
الجامعة العريقة،

والى السادة أعضاء لجنة المناقشة الدكتور عزمي الأطرش، والدكتور أمجد القاضي؛ لملاحظتهما  
القيمة التي أثرت الرسالة،

وأتقدم بجزيل الشكر من الإخوة المبحوثين، والى الإخوة في البنوك وسلطة النقد لهم كل المحبة  
والاحترام،

والى جميع من ساهم في دعمي ومساندتي في انجاز وإتمام تلك الرسالة الموسومة: " نحو تعزيز  
ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية  
المقدمة دراسة مقارنة البنك العربي وبنك فلسطين المحدود"

أشرف جمال محمد الدنا

## مصطلحات الدراسة

- الولاء : التزام راسخ عند الزبائن في إعادة شراء المنتج المفضل في المستقبل وهذا يعني أن الزبون يعطي الأفضلية في تعاملاته لعلامة تجارية أو شركة معينة. دون التعامل مع شركة منافسة أخرى أو علامة تجارية أخرى (Casalo et al., 2010 ; Lin and Wang, 2006).
- الخدمات المصرفية : تصرفات أو أنشطة أو أداء يُقدم من طرف إلى آخر، وتعد هذه الأنشطة غير ملموسة، ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً بتقديم شيء مادي أو غير مادي (النعسة، 2011).
- جودة الخدمة : تصميم الخدمة بشكل صحيح وتسليمها من أول مرة على أن تُؤدى بشكل أفضل في المرة التالية، وتحقيق رضا العملاء في الوقت ذاته، وأن تتمتع بمزايا تنافسية مقارنة بالخدمة التي تقدمها المنظمات المشابهة، وتشتمل جودة الخدمات خمسة عناصر هي الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والموثوقية، والتعاطف (آل فيحان، 2007)
- البنك التجاري : نوع من المؤسسات المالية التي يتركز نشاطها في قبول الودائع ومنح الائتمان، وتقدم خدماتها المصرفية وغير المصرفية للجمهور بقطاعاته المختلفة (Rose, 1994).

## الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تعزيز ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظرهم (دراسة مقارنة البنك العربي وبنك فلسطين)، بالإضافة إلى بيان أثر متغيرات الدراسة : الجنس، والعمر، ومجال العمل، والرصيد البنكي، والمستوى التعليمي، والمصرف، في آراء المبحوثين، وتكون مجتمع الدراسة من زبائن البنك العربي وبنك فلسطين، والبالغ عددهم (45000). واختيرت منه عينة ملائمة متناسبة مع زبائن المصرفين في مختلف محافظات الضفة الغربية، وتكونت من (513)، أي ما يقارب (1.1%) من مجتمع الدراسة، ولتحقيق هدف الدراسة، قام الباحث بإعداد استبانة بالاعتماد على الأدب النظري، والدراسات ذات الصلة، وتم التأكد من صدق الاستبانة من خلال عرضها على لجنة من المحكمين، وتم استخراج معاملي الثبات الداخلي بواسطة معادلة كرونباخ ألفا، حيث بلغ معامل الثبات لجودة الخدمات المصرفية (0.96)، بينما بلغ معامل الثبات لولاء الزبائن (0.97)، وتم تحليل البيانات باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) من خلال اختبار " ت "، وتحليل التباين.

وقد توصلت الدراسة إلى أنّ الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، كانت مرتفعة جداً في المجالات جميعها، وكذلك كانت الدرجة الكلية لواقع ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، مرتفعة جداً. وفسّرت جودة الخدمات المصرفية 62.7% من ولاء الزبائن. كما بيّنت أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث جودة الخدمات المصرفية تعزى لمتغير الجنس، بينما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجاباتهم في الولاء، وهذه الفروق هي لصالح الإناث، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث ولاء الزبائن تعزى لمتغير العمر، بينما يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجاباتهم في جودة الخدمات المصرفية، ولا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير مجال العمل. وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير الرصيد البنكي، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى



لمتغير المستوى التعليمي، وهذه الفروق هي لصالح حملة الدكتوراه، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، وتوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير المصرف، ولصالح البنك العربي.

وبناءً إلى ما توصلت إليه الدراسة من نتائج، أوصى الباحث بتوصيات منها اطلاع المصارف على نتائج هذه الدراسة، والاستفادة من نتائجها وتوصياتها، لما تعكسه من واقع جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بولاء الزبائن. وتأسيس فروع أو أجهزة صراف آلي في مناطق ذات تجمعات سكانية وبعيدة عن مركز المصارف، لما في ذلك من تسهيل لخدمة عدد كبير من الزبائن. وزيادة عدد الموظفين وصناديق الصرف لحظات الزيادة الكبيرة في عدد الزبائن، بما يساعد في تقديم خدمة أسرع، ومراعاة أفضل لوقت الزبون.

# **Strengthen the loyalty of customers of the public commercial banks of the West Bank according to the quality of banking services (Comparative Study of the Arab Bank and the Bank of Palestine),**

## **Abstract**

This study aimed to invest the loyalty of customers of the public commercial banks of the West Bank according to the quality of banking services (Comparative Study of the Arab Bank and the Bank of Palestine), The analysis used the variables of which illustrated the effect of the following variables : sex, age, employment, bank balance, educational level and the bank according to the respondents' views, the study consisted of customers of the Arab Bank and Bank of Palestine and they are (45000 ).

The study sample was selected from the sample from the two banks customers in the West Bank and consisted of (513) , or approximately (1.1% ) of the targeted group, and to achieve the goal of the study, the researcher prepared a questionnaire based on the theoretical literature and other related studies , and it had been confirmed through a committee of arbitrators , then they extracted the coefficients of internal consistency by Cronbach's alpha equation where the coefficient stability of the quality of banking services was (0.96) , while the reliability coefficient for the loyalty of customers was (0.97) , then the data were analyzed by using the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) through "T" test , and the analysis of variance .

The study reached that the total degree of the reality of the quality of banking services in the public commercial banks in the West Bank, was very high in all areas. The total degree of the reality of the loyalty of customers of the public commercial banks in the West Bank , was very high. The quality of banking services equals 62.7% of the loyalty of customers. There is no statistically significant differences at the level of significance ( $0.05 \geq \alpha$ ) in the average answers of respondents in terms of quality banking services due to the variable of sex, while no statistically significant differences in the rates of their answers in loyalty , and these differences are in favor of females. There is no statistically significant differences at the level of significance ( $0.05 \geq \alpha$ ) in the average answers of respondents in terms of customer loyalty due to the variable of age, while no statistically significant differences in the rates of their answers in the quality of banking services. No statistically significant differences at the significance level ( $0.05 \geq \alpha$ ) in the average answers of respondents in terms of the reality of the quality of banking services and the loyalty of customers in the public commercial banks in the West Bank, due to the variable field of work. There were statistically significant at the level of significance ( $0.05 \geq \alpha$ ) in the average answers of respondents in terms of the reality of the quality of banking services and the loyalty of customers in the public commercial banks in the West Bank, due to the variable balance bank account. There were statistically significant at the level of significance ( $0.05 \geq \alpha$ ) in the average answers of respondents in terms of the reality of the quality of banking services and the loyalty of customers in the public commercial banks in the West Bank, due to the variable of educational level , and these differences are in favor of holders of doctorates. There were statistically significant at the level of significance ( $0.05 \geq \alpha$ ) in the average answers of respondents in terms of the reality of the quality of banking services and the loyalty of customers in the public commercial banks in the West Bank, due to the variable number of monthly transactions. There were statistically significant at the level of significance ( $0.05 \geq \alpha$ ) in the average answers of respondents in

terms of the reality of the quality of banking services and the loyalty of customers in the public commercial banks in the West Bank, for the bank , and that in favor of the Arab Bank .

The researcher has recommended the necessity of adopting the results of this study and its findings and recommendations of the work , because it reflects the reality of the quality of banking services and its relationship to the loyalty of customers.

## الفصل الأول

### مشكلة الدراسة وخلفيتها

#### 1.1 المقدمة

تعد خدمة الزبون من أبرز العوامل التي تستطيع المصارف من خلالها الحصول على ولاء الزبائن وتنميته، فخدمة الزبون وتلبية احتياجاته مطلب تسويقي أساسي يساعد المصارف المحلية على مواجهة المنافسة العالمية المقبلة عندما تتوسع البنوك الأجنبية في السوق المالي الفلسطيني. ويغلب الاعتقاد في المصارف بأن الزبون أكثر أهمية من المصرف نفسه، ومن البديهي أن المصرف بلا شك وُجد لخدمة الزبون وفق فلسفة التسويق الحديث، وتبذل المصارف في مختلف دول العالم الجهد الكبير، للبحث عن الزبون وتطوير الطرق والخدمات المصرفية التي تساعد على جذبها ليصبح زبونها ويدين بولائه لها.

وتتطلب تسويق الخدمات المصرفية بشاشة الوجه وسعة الصدر من موظفي المصارف، وحب تقديم الخدمات للزبون، وكذلك القدرة على تحمل ضغوط العمل، بالإضافة إلى المؤهلات والخبرات التي يتمتع بها موظفو المصرف، لأنه أصبح لدى الزبون الخيارات الكثيرة نتيجة للمنافسة الشديدة بين البنوك. لذا فإن الخدمات المتميزة والقرب من الزبون والسرعة في تلبية حاجاته وغيرها من الأمور الهامة تزيد من ولائه (أحمد، 2001؛ Uncles et al., 2003).

وتعد جودة الخدمة من الأساسيات التي تسبق إرضاء الزبائن، وفي المقابل فإن رضا ذلك الزبون يؤثر على قرار الشراء المستقبلي للزبون وإدراكه، وتعد جودة الخدمة المصرفية شرطا أساسيا لإشباع رغبة الزبون وللاحتفاظ به، ولعل الحفاظ على العميل له مردود ذو دلالة على ربحية المصرف،

وبسبب أهمية الجودة المصرفية كميزة تنافسية أساسية، تكاد لا تجد مصرفاً واحداً لا يحاول تطوير الخدمة المصرفية التي يقدمها لجودة تقديم الخدمات (السيد، 2003).

وينظر الباحثون في جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر داخلية وأخرى خارجية، تقوم وجهة النظر الداخلية على أساس الالتزام بالموصفات التي تكون الخدمة المصرفية صممت على أساسها، أما وجهة النظر الخارجية فتركز على جودة الخدمة المصرفية المدركة من قبل الزبون، وتعتبر وجهة النظر الداخلية عن موقف الإدارة، فيما تعبر وجهة النظر الخارجية عن موقف الزبائن واتجاهاتهم إزاء ما يقدم لهم من خدمات (النعسة، 2011).

وبتطبيق مفهوم التسويق المصرفي الحديث، فإن وجهة النظر الثانية التي ترى أن مفهوم جودة الخدمة المصرفية يكمن في إدراك الزبائن، ومن هنا فإن التباين بين ما يراه العملاء على أنه مصدر رضاهم وبين ما تراه إدارة المصرف على أنه مصدر ذلك الرضا (Zeithaml et al, 2006). والمصارف في فلسطين تحاول جذب الزبائن من خلال تسويق عدد كبير من الخدمات المصرفية لهم، مما يخلق بيئة تنافسية نشطة، تجعل كل بنك يحاول تقديم خدمات مصرفية ذات جودة أفضل، كي يبقى زبائنه معه لأطول فترة ممكنة.

والبنك العربي وبنك فلسطين بنكان رائدان في الشارع الفلسطيني، فالأول بنك أردني والثاني بنك فلسطيني، ويجذبان أكبر عدد من الزبائن على مستوى فلسطين، مما يحفزهما على تعظيم ولاء الزبائن لهم، وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم، ومن هنا فإن ولاء الزبون للبنك يتأثر بدرجة كبيرة بجودة الخدمات التي يقدمها البنك للزبون (الموقع الرسمي لسلطة النقد، 2012). ونظراً لقلّة الدراسات التي بحثت ولاء الزبائن أو جودة الخدمات المصرفية، واقتصرت في معظمها على البحث في آراء الزبائن في الخدمات التي تقدمها المصارف، ورغبة في إضافة معرفة علمية جديدة في مجال علاقة ولاء الزبائن بالخدمات المصرفية، فقد استشر الباحث ضرورة تقصي ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية ممثلة بالبنك العربي وبنك فلسطين من خلال منظور جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها ذلك البنكان.

## 2.1 مشكلة الدراسة

يُعدّ الزبون مصدر استفادة مهم لأي مصرف، وإرضاءه غاية ذلك المصرف، فرضا الزبون يؤدي إلى ولائه، فإذا كان الزبون راضياً ومرتاحاً من أداء المصرف معه، فولّؤه لذلك المصرف سيزيد،

ويرتبط الرضا بنوعية الخدمات التي يقدمها المصرف لزيائنه، ومن هنا يتضح أنه ثمة علاقة بين ولاء الزبائن، وجودة الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف، ومن هنا تتمثل المشكلة البحثية في كيفية تعزيز ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية (دراسة مقارنة البنك العربي وبنك فلسطين)، والتعرف على الآليات الكفيلة بتعزيزها.

### 3.1 أهداف الدراسة

يتمثل الهدف الرئيس في التعرف على الآليات الكفيلة بتعزيز ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية (دراسة مقارنة البنك العربي وبنك فلسطين)، وأما الأهداف الفرعية، فتتلخص بما يأتي:

- التعرف على المصرف الذي يتمتع بحصة سوقية اعلى من حيث جذب الزبائن.
- التعرف على المصرف الذي يتمتع بمستوى خدمات مصرفية أعلى.
- قياس مستوى ولاء زبائن المصارف التجارية ممثلة في البنك العربي وبنك فلسطين.
- قياس جودة الخدمات المصرفية ممثلة في البنك العربي وبنك فلسطين.
- التعرف على معوقات ولاء الزبائن للمصارف.
- التعرف على معوقات جودة الخدمات المصرفية.
- التعرف على تأثير خصائص المبحوثين الديمغرافية (الجنس، والعمر، ومجال العمل، والرصيد البنكي، والمستوى التعليمي، والمصرف) على استجاباتهم.

### 4.1 أسئلة الدراسة

تتمثل أسئلة الدراسة في:

□ السؤال الأول: ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية؟ وينفرع عنه الأسئلة الفرعية الآتية :

○ ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال العناصر الملموسة؟

- o ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاعتمادية؟
- o ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال سرعة الاستجابة؟
- o ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الأمان؟
- o ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاهتمام؟
- o ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال التعامل الاجتماعي؟

- السؤال الثاني : ما واقع ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية؟
- السؤال الثالث : ما تأثير جودة الخدمات المصرفية على ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية ؟
- السؤال الرابع : ما تأثير خصائص المبحوثين الديمغرافية على استجاباتهم؟

## 5.1 فرضيات الدراسة

لفحص تأثيرات المتغيرات الديمغرافية للمبحوثين، اعتمد الباحث الفرضيات الآتية:

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الجنس.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات

المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي.

❑ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

❑ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية.

❑ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير البنك.

## 6.1 أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها من :

- ❑ الدور الكبير للمصارف في الاقتصاد الفلسطيني، كونها مصدراً للتسهيلات المالية والخدمات المصرفية والقروض، التي تساعد المواطنين والزبائن خاصة على مستوى حياة أفضل.
- ❑ أهمية الزبائن لدى المصارف، مما يجعل المصارف في تنافس لجذب الزبائن وكسب ولائهم.
- ❑ إتمام النقص في الدراسات المتعلقة في الخدمات المصرفية خصوصاً في الأوضاع السياسية الحالية الشديدة التقلب، وفتح آفاق بحثية في مجالات الخدمة المصرفية وولاء الزبائن.
- ❑ المقارنة بين مصرفين يتنافسان في جذب الزبائن لهما، مما يوحى بتقديم خدمات مصرفية أفضل وتعظيمها تنافسياً.
- ❑ إنجاز الدراسة سيساعد المصارف على تخطيط وإدارة أنجح لاستقطاب زبائن جدد.
- ❑ خصوصية المرحلة الزمنية التي تتم فيها المعاملات المصرفية.

## 7.1 مبررات الدراسة

تتعلق الدراسة من المبررات الآتية :



- ▣ تدني رضا الزبائن عن الخدمات المصرفية وفق ما أظهرته نتائج الدراسات السابقة.
- ▣ التنوع والتجديد المستمر في الخدمات المصرفية وأساليب تقديمها.
- ▣ نقص الدراسات المحلية والعربية التي بحثت في العلاقة بين ولاء الزبائن وتقديم الخدمات المصرفية.
- ▣ تأثر المصارف بالقيود المفروضة على التعاملات المصرفية؛ نتيجة المراقبة المبالغ فيها من قبل الجهات الرسمية الداخلية والخارجية.

## 8.1 حدود ومحددات الدراسة

تتمثل حدود الدراسة ومحدداتها بما يأتي:

- ▣ الحدود المكانية: محافظات الضفة الغربية
- ▣ الحدود الزمانية: الفترة الواقعة بين آب 2011 وشباط 2012.
- ▣ الحدود البشرية: مجموعة حصصية من زبائن البنك العربي وبنك فلسطين.

## 9.1 هيكلية الدراسة

ستشتمل الدراسة الحالية على خمسة فصول على النحو الآتي:

- الفصل الأول : المقدمة والمبررات ، مشكلة الدراسة، أهداف الدراسة، فرضيات الدراسة، أسئلة الدراسة .
- الفصل الثاني : الإطار النظري والدراسات السابقة.
- الفصل الثالث : منهجية البحث وأدواته ،مجتمع البحث ،وعينة البحث و خصائصها، أداة البحث ، صدق أداة الدراسة والتحكيم، ثبات الأداة، وحدود الدراسة
- الفصل الرابع : يشتمل على التحليل الإحصائي لعينة الدراسة، واختبار فرضيات الدراسة، عرض النتائج ومناقشتها.
- الفصل الخامس : الاستنتاجات والتوصيات

## الفصل الثاني

### الإطار النظري والدراسات السابقة

يتناول هذا الفصل الإطار النظري المتعلق بجودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن، كما يتناول الفصل عدداً من الدراسات العربية والأجنبية ذات العلاقة بجودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن للمصارف.

#### 1.2 الإطار النظري

تلخيص لأهم عناصر الإطار النظري توردته الدراسة فيما يأتي:

##### 1.1.2. مقدمة :

تعد الجودة ثمن الدخول والنجاح في السوق المعاصر، الذي يتطلب المزيد من الخدمات التي تقدم للزبائن بمستوى متميز، حيث إنه لا يوجد أدنى شك في أن عملية تقديم الخدمة المصرفية بدرجة عالية ومتسقة من الجودة أمر بالغ الأهمية للمصارف بشكل خاص، وللمنظمات الخدمية بشكل عام، حيث تمكنها جودة الخدمة من تحقيق الربح واكتساب ميزة تنافسية واستمرارها في دنيا الأعمال المصرفية.

فالجودة ليست شعاراً يردد، وإنما هي التزام طويل الأجل لإشباع حاجات العملاء المستمرة والمتزايدة، ومسؤولية كل من إدارة المصرف والعاملين فيه، وتكمن أهمية تحقيق مستويات عالية من الجودة في تعدد المنافع الاقتصادية، وغير الاقتصادية المتوخاة من الالتزام بالجودة والقضاء على مشكلاتها ومسبباتها (Al-Hawari, Hartely & Ward, 2005).

إن الطريق لتحسين جودة الخدمة المصرفية وتحقيق مستويات عالية من رضا الزبائن هو العناية بالعملاء باعتبارهم عملاء داخليين، ويعبرون عن شكل من أشكال الجهود التي تستهدف التعرف على احتياجات الزبائن ورغباتهم، بالإضافة إلى شمول جهود المديرين في عملية التحسين.

لذلك تظهر حاجة إدارة المصارف إلى بلورة اتجاهات ومفاهيم جديدة لتسويق خدماتها المصرفية، والعمل على تطويرها وتنويعها، وتقديمها في مستويات عالية من الجودة، والعمل على توفير عاملين يتمتعون بدرجة عالية من الدافعية للعمل والاستعداد للاستجابة والعناية بالعملاء وحل مشكلاتهم ولديهم المهارات والكفاءات اللازمة لخدمة الزبائن.

## 2.1.2. جودة الخدمة:

الاطار النظري المرتبط بجودة الخدمة ملخص فيما هو ادناه:

### 1.2.1.2. مفهوم خدمة الجودة المصرفية:

إن الجهود المبذولة لتعريف جودة الخدمة قد أتت بشكل كبير من القطاع الإنتاجي، ولكن المعرفة بجودة السلع غير كافية لفهم جودة الخدمة، لما تمتاز به الخدمات عن السلع الملموسة بالخصائص الرئيسية الآتية:

□ انها غير ملموسة (Intangible): وذلك لكون الخدمة أداء أكثر من كونها شيئاً مادياً ملموساً (Zeithmal & Berry, 2000).

□ عدم التجانس (Heterogeneous): حيث إن هناك تبايناً شديداً في تقديم الخدمة من وقت لآخر، ومن شخص لآخر، كما إن هناك تبايناً في أذواق الزبائن واحتياجاتهم، الأمر الذي يؤدي إلى صعوبة إيجاد قياس موحد لجودة الخدمة، كما هو الحال في السلع الملموسة.

□ إنها تنتج وتستهلك في نفس الوقت ( inspiration of production and Consumption): الأمر الذي يتطلب وجود كل من الزبون ومقدم الخدمة معاً في الوقت والمكان المناسبين، كما يتطلب التفاعل فيما بينهما (Lovlock, 2002).

□ إنها قابلة للفناء (Perishable): حيث لا يمكن تخزين الخدمة، لأن الطلب على كثير من الخدمات يتغير من فترة إلى أخرى (Lovlock, 2002).

وقد أشار زيثمال وبيري (Zeithmal & Berry, 2000) إلى أمرين هاميين في تقييم جودة الخدمات هما :

□ إن تقييم جودة الخدمة لا يتم من خلال النتائج فحسب، وإنما يشمل تقييم أسلوب تقديم الخدمة.

□ إن تقييم جودة الخدمة أصعب من تقييم جودة السلع بالنسبة للزبائن.

وعلى الرغم من المحاولات العديدة التي بذلت من أجل تعريف الجودة، إلا إن الكتاب لم يتوصلوا إلى تعريف موحد لمفهوم جودة الخدمة، فمنها ما استند إلى الزبون باعتباره المصدر الرئيس لتقييم جودة الخدمة، وذلك من خلال مقارنة توقعاته للخدمة بالأداء الفعلي، أو قياس اتجاهه بشكل مباشر نحو الأداء الفعلي، كما ركز البعض الآخر على تعريف الجودة من منظور الإدارة باعتبارها هي التي تقوم بتصميم الخدمة، وتشرف على الأداء الفعلي لها وتضع السياسات التي تحكم تقديمها، ويرى الباحث أنه بالإمكان تعريف جودة الخدمة من وجهة نظر الزبائن، باعتبارهم متلقي الخدمة، وأكثرهم تقديراً لحاجاتهم، وتحديد مستوى رضاهم عن الخدمة المصرفية، وتميل أغلب الدراسات إلى تعريف الجودة من منظور العميل وإدراكه للخدمة المقدمة ومدى إشباعها لحاجاته ورغباته. وقد قام أحد الباحثين بتلخيص المفهوم المعاصر للجودة في إيجاز بليغ بقوله "لست أنت الذي تحدد جودة منتجك، وإنما المستفيد منه" (وليام، وهريت مور، 1991. ص20). كما عرفت المنظمة الأوروبية لضبط الجودة (EOQE) أنها: المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر على مقدرة السلعة أو الخدمة على تلبية حاجات معينة (المنظمة العربية للمواصفات والمقاييس، 1995. ص246).

ويتضح مما سبق أن الآراء تتفق على أن تعريف جودة الخدمة المصرفية يتم من منظور الزبائن، ويكون ذلك من خلال تلبية احتياجاتهم، ويرى الباحث أنه بالإمكان تحديد تعريف شامل للجودة المصرفية على أنها: البحث عن احتياجات زبائن المصرف ورغباتهم من مصادر المعلومات المتعددة، ثم العمل على تلبية هذه الاحتياجات والرغبات ضمن موارد المصرف وقدراته ومتابعة تطور هذه الاحتياجات، وتوفير التغذية الراجعة في حالة حدوث خلل أو خطأ عند الوفاء بهذه الاحتياجات، وإن الخدمة التي يتوقعها الزبون إنما تتشكل من خبراته السابقة واتصالاته مع الآخرين، ويقارن بعدها الخدمة المتوقعة مع الجودة المدركة التي يتلقاها عند تأدية الخدمة المصرفية، وبالتالي فإن تقديم خدمة مصرفية ذات جودة متميزة تعني تطابق المستوى الفعلي للجودة

مع توقعات العميل أو تقديم خدمات تفوق توقعاته، حيث إن عدم الوفاء بهذه التوقعات يعني جودة غير مقبولة.

### 2.2.1.2. أبعاد جودة الخدمة المصرفية:

لقد تعددت المحاولات لتحديد جودة الخدمة المصرفية، فقد تم التمييز بين ثلاثة أبعاد للجودة هي: الجوانب المادية الملموسة، والتسهيلات، والأفراد (ادريس، وثابت، 1996، ص12). وهذا يستدعي أن تضم جودة الخدمة بالإضافة إلى النتائج (outcomes)، مستوى الأداء الذي يتم به إيصال الخدمة.

وهناك بعدان لجودة الخدمة المصرفية: البعد الأول الذي يسمى الجودة الفنية. ( technical quality)، والذي يتضمن ماذا يتم تقديمه للزبون؟ أما البعد الآخر الذي سمي بالجودة الوظيفية (Functional quality) والذي يتضمن كيف تتم عملية تقديم الخدمة؟ (Zeithaml & Berry, 2000 p.43) حيث يعكس هذا البعد عملية التفاعل بين مقدم الخدمة والزبون، ويبدو أن هذا البعد مهم وحاسم في الحكم على جودة الخدمة، ويتوقف على هذين البعدين تقييم العملاء للمصرف ورسم الانطباع الذهني عنه (Zeithaml & Berry, 2000 p.43).

كما أن الجودة المصرفية تتجسد في ثلاثة أبعاد هي: الجودة المادية (physical quality) التي تتعلق بالبيئة المحيطة بتقديم الخدمة المصرفية، والجودة التفاعلية (Interactive quality) والتي تتمثل في نتائج عملية التفاعل بين مقدم الخدمة والزبائن، وجودة المنظمة (corporate quality)، والتي تتعلق بصورة المصرف أو الانطباع الذهني عنه (Zeithaml & Berry, 2000 p.43). كما يعتبر البعض أن عوامل اختيار المصرف قد تكون أحد الأبعاد التي يستخدمها الزبائن عند تقييم جودة الخدمة المصرفية المقدمة، وتتمثل في: سمعة المصرف وقوة مركزه المالي، والدور الفاعل الذي يساهم به في تطوير المجتمع وتنميته، وموقعه من حيث قربه أو بعده عن منزل العميل أو مكان عمله، ومعاملة موظفي البنك للعملاء، بالإضافة إلى ملاتة مالية حيث يمثل هذا البعد ثقة العميل، وابتكار وتوفير البنك للهدايا والجوائز وتوفيرها (معلا، 1994).

كما يعتبر السعر محورياً حيوياً عند اتخاذ قرار الشراء، ويتمثل ذلك في أسعار الفوائد على القروض والودائع، وأسعار العمولات على العمليات المصرفية، وتقديم خدمات إضافية مثل دفع أو تحصيل مستحقاته مؤشراً لجودة الخدمات والمنتجات.

### 3.2.1.2. أهمية جودة الخدمة المصرفية:

إن مفهوم جودة الخدمة يعني العمل على تلبية احتياجات الزبائن، خاصة رغباتهم واحتياجاتهم في تزايد مستمر، وإن الزبائن يتصفون بالعلم والدراية ليس لتنوع الخدمات المقدمة فحسب، وإنما لمستوى جودة الخدمة المقدمة، فهم يطالبون بما يلبي احتياجاتهم وبما هو أفضل وذو جودة عالية. وفي ظل المنافسة الحالية التي يتمتع بها قطاع المصارف اليوم، أصبحت الجودة المصرفية أمراً هاماً للأسباب الآتية:

▣ تحقيق الربح: فتوفير خدمات مصرفية ترضي الزبائن من شأنه أن يزيد من ربحية المصرف وذلك من خلال تخفيض تكاليف الخطأ، وتخصيص موارد أقل لمعالجة الانحرافات عن العمل، ومعالجة الشكاوي، كما أن الربح يتحقق من خلال الاحتفاظ بالعميل الذي يساعد على جذب زبائن جدد، الأمر الذي يقلل تكاليف استخدام الوسائل الترويجية، كما أن ترسيخ صورة المصرف لدى الزبائن من شأنه أن يحقق زيادة حجم الودائع ( Rust & keiningham, 2002).

▣ الاحتفاظ بالعميلين: فالابتكار في تحسين أداء العاملين وتحسين مهاراتهم وكفاءاتهم واستخدام طاقاتهم الخلاقة ومعاملتهم باحترام وتقدير، يساعد على تقليل معدل دورانهم، وتقليل تكاليف تدريبهم، وإن المصارف الأكثر نجاحاً تسعى لتوجيه عمل موظفيها نحو خدمة الزبائن وإرضائهم.

▣ الاحتفاظ بالزبائن: لقد أدركت المصارف أهمية التركيز على الزبون باعتباره المحور الرئيسي للنشاط المصرفي، كما أدركت أهمية الاحتفاظ به للمنافع التي يمكن أن يجنيها المصرف من ذلك، فجودة الخدمة المصرفية تسعى لإبقاء الزبون واستمراره في التعامل.

▣ الحصول على ولاء الزبائن: ويظهر ذلك من خلال إصراره على التعامل مع المصرف نفسه.

▣ خلق صورة إيجابية واضحة للمصرف في أذهان الزبائن.

▣ تحسين التكنولوجيا المستخدمة والعمل على تطويرها باستمرار.

إن تحقيق الجودة المصرفية لا يعد أمراً لازماً فحسب، وإنما يعتبر من أنجح الطرق لتحسين الإنتاجية وخفض التكاليف، ومحددات استراتيجية لبقاء المصرف واستمراره. وحتى يمكن لإدارة المصرف أن تستجيب بسرعة للتغيرات المستمرة في سوق متغير كالسوق المصرفية، فإن عليها أن لا تظهر إلى ما تقدمه من خدمات مصرفية تقليدية، بل على العكس، فإن عليها أن تدرك تماماً أنها

تعمل في نشاط يقتضي منها دائماً أن تقدم ابتكاراً وإبداعاً في مجال الخدمات والمنتجات والأسعار والترويج والتوزيع، وتستجيب لحاجات مالية متنامية ومتطورة وبالنسبة لكل فرد، وأن تتبنى إدارة المصرف برامج نشطة وفعالة لتطوير الخدمات الجديدة وهذا يعتبر مؤشراً صحيحاً على مدى إدراك المصرف لهذه الأبعاد.

#### 4.2.1.2. قياس جودة الخدمة المصرفية:

إن قياس جودة الخدمة المصرفية ما زال حديث العهد، وموضوع جدل بين الباحثين من ناحية، وغير مستخدم بطريقة منهجية من جانب الإدارة في منظمات الخدمات من ناحية أخرى (إدريس، وثابت، 1996، ص 10).

إن هناك طريقتين لقياس جودة الخدمة، الأولى يطلق عليها نموذج جودة الخدمة، والتي تنتج عن طرح توقعات الزبائن من إدراكهم للخدمة المصرفية المقدمة فعلياً، مستخدمة الأبعاد الخمسة لمظاهر الجودة، وبمقتضى هذا النموذج، يمكن الحكم على مستوى جودة الخدمة المصرفية من خلال معرفة مدى التطابق بين توقعات الزبائن للخدمة المصرفية والأداء لها.

إن الطريقة الأولى مكونة من مجموعة من الفجوات، التي يمكن أن تكون حاجزاً في إيصال الخدمة للزبون بجودة عالية، وأهم هذه الفجوات (Zeithaml & Berry, 2000).

□ الفجوة الأولى: الفجوة بين توقعات الزبائن لجودة الخدمة وإدراك الإدارة لهذه التوقعات، فقد لا تستطيع إدارة المصرف فهم ملامح جودة الخدمة المصرفية عالية المستوى، وما الذي تحتاجه الخدمة من تحسين لتلبية احتياجات الزبائن، وما مستويات الأداء اللازمة لتقديم الخدمة بجودة عالية، فقد أشارت نتائج المقابلات لزبائن المصارف وسماسرة الأوراق المالية أن أهم بعد لجودة الخدمة المصرفية هو السرية، وأن بعدي الأمان والمظهر المادي لبطاقات الائتمان في غاية الأهمية عند تقييم العميل لجودة الخدمة المصرفية، وأن إدارة المصرف قد لا تدرك توقعات العملاء لهذه الأبعاد، وترى أبعاداً أخرى ضرورية، الأمر الذي يؤدي إلى خلق فجوة كبيرة بين توقعات الزبائن وإدراك الإدارة لجودة الخدمة المصرفية، وتنشأ هذه الفجوة بسبب نقص توجيه الإدارة لبحوث التسويق، سواء أكان ذلك من حيث عددها أم من حيث استخدامها للتركيز على الجودة، ونقص التعامل المباشر بين المديرين والزبائن، أو بسبب نقص اتصال الموظفين بالزبائن، وصحة نقل هذه المعلومات

من الموظفين للزبائن، كما أنها قد تنشأ بسبب كثرة المستويات الإدارية التي يتعامل معها العميل.

الفجوة الثانية: الفجوة بين مواصفات الخدمة المقدمة فعلياً وإدراك لتوقعات الزبائن، وتنشأ هذه الفجوة إما بسبب ظروف السوق والتذبذب الكبير في الطلب، أو بسبب تنظيمي يتمثل في عدم وجود مقدمي خدمة مدربين، أو غياب الالتزام الإداري، أو محدودية الموارد، أو التوجه نحو الربح قصير الأجل، وحجم هذه الفجوة ذو علاقة عكسية مع الالتزام الإداري لجودة الخدمة المصرفية، ووضع الأهداف ذات العلاقة مع جودة الخدمة المصرفية، ووضع المعايير المناسبة، والمقدرة على الوفاء بجودة الخدمة بحسب إدراك العملاء.

الفجوة الثالثة: الفجوة بين إدراك الإدارة لمواصفات الجودة والخدمة المقدمة فعلياً، أو ما يطلق عليها بفجوة الأداء (Zeithaml & Berry, 2000)، وتنشأ هذه الفجوة بسبب صعوبة وضع معايير محددة لتوحيد تقديم الخدمة، وصعوبة تقدير مدى التزام الموظفين بتقديم الخدمة بمستوى معين، ومقدرة الموظفين على أداء العمل، واستخدام الأدوات التكنولوجية المناسبة، ومرونة الموظف في أداء عمله، وحجم الأعمال الكتابية اللازمة لخدمة الزبون، وحجم الاتصالات الداخلية اللازمة لأداء الخدمة أو الإجابة عن استفسار عميل، وهذا ما يعرف بتضارب الدور، بينما يعرف غموض الدور أنه: مدى وضوح الأهداف والتوقعات، ويكون هذا الوضوح من خلال الاتصال السفلي وجودته، وتوفير التغذية الراجعة لموظف الخط الأمامي، كما يعرف بمستوى الكفاءة والثقة التي يتمتع بها موظف الخط الأمامي عند تعامله مع الزبائن، لذلك فإن حجم هذه الفجوة ذو علاقة عكسية مع كل من روح العمل الجماعي المتوفرة لدى الموظفين وملاءمة قدرات الموظفين لأداء العمل، والتكنولوجيا المناسبة المستخدمة، ومقدرة الموظف على التحكم بالاتصال مع العميل.

الفجوة الرابعة: الفجوة التي تنتج عن الخلل في مصداقية المصرف مقدّم الخدمة من خلال الاتصال بالزبائن، والذي يختلف عن مستوى الخدمة ومواصفاتها، وهذه الفجوة لا تؤثر على توقعات الزبون حول جودة الخدمة فحسب، وإنما تؤثر أيضاً على إدراك الزبون للخدمة المقدمة، ويحدث هذا التناقض من خلال عود مبالغ فيها أو في ظل غياب المعلومات التي يتخذها المصرف لتحسين جودة خدماته.

الفجوة الخامسة: إن جودة الخدمة دالة لأهمية الفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المقدمة فعلياً.

والهدف الأساسي من نموذج جودة الخدمة هو إيضاح سلسلة الفجوات التي يتأثر بها إدراك العملاء



للجودة، والتي تحدث في الجانب الإداري (الفجوات من 1-4) وجعل هذه الفجوات مرغوبة قدر الإمكان، كتوظيف اتصال خارجي فعال لخلق توقعات قريبة أو معادلة للخدمة المدركة والمقدمة للزبائن، كما يساعد الإدارة في تجزئة سوقها بناءً على توقعاتهم.

أما الطريقة الثانية المستخدمة لقياس جودة الخدمة المصرفية معروفة بنموذج الأداء الفعلي، التي تستند إلى التقييم المباشر لجودة الخدمة المصرفية، بمعنى أنها تعتمد على قياس جودة الخدمة باعتبارها شكلاً من أشكال الاتجاه (attitude) وذا علاقة برضا الزبائن، ولكنها ليست مرادفة لها، فجودة الخدمة المصرفية تخضع لعملية تقييم طويل الأجل في حين أن الرضا يمثل قياساً خاصاً بالتعامل (Transaction- Specific Measure) الأمر الذي يشير إلى أنه عند قياس جودة الخدمة يكون مستوى المقارنة لما يجب أن يتوقعه الزبائن مع الأداء الفعلي للخدمة المصرفية المقدمة، في حين إنه عند قياس الرضا يكون مستوى المقارنة لما يرغبه الزبائن من توقعات مع الأداء الفعلي للخدمة المصرفية المقدمة (Cronin & Taylor, 2002). ويعتبر هذا النموذج معدلاً عن النموذج الأول، فقد استخدم نفس الأبعاد الخمسة الموضحة في نموذج جودة الخدمة. وبالرغم من الانتقادات التي وجهت إلى كل طريقة، إلا أن النتائج تشير إلى تأييد كل من النموذجين، ولا يزال الجدل قائماً بين أنصار النموذجين على ما يأتي: ( Cronin & Taylor, 2002, p55

هل قياس التوقعات ضروري لقياس جودة الخدمة؟

ما العلاقة بين جودة الخدمة ورضا الزبائن؟ وهل الجودة تؤثر على الرضا أم تعتبر نتيجة له؟

هل المقياس المناسب للجودة يجب أن يعكس تكوين الاتجاه (Attitude Formation) أم مستوى الاتجاه (Attitude Level) في فترة زمنية معينة؟

إلى أي مدى تعتبر مكونات المقياس كافية لتقييم مظاهر الجودة؟ وما طبيعة العلاقة بين هذه المكونات؟ وهل من الممكن أن يكون أحدها مؤثراً في تكوين الآخر؟

وعلى الرغم من استمرار الجدل بين أنصار النموذجين، إلا أن الطريقتين مستخدمتان بشكل واسع في مجالات الخدمات المختلفة ومنها الخدمة المصرفية.

## 5.2.1.2. مشكلات جودة الخدمة المصرفية:

إن ملامح جودة الخدمة المصرفية تتحدد من خلال إدراك الزبائن لهذه الخدمة، وفشل الإدارة في تعريف احتياجات زبائنه بشكل صحيح هو شكل من أشكال الفجوة في جودة الخدمة، وإن الفجوات السابقة الذكر تعتبر من أهم المشكلات التي تؤثر على إدراك الزبائن لجودة الخدمة المصرفية، وتقف عائقاً في تقديم خدمة مصرفية ذات جودة عالية، ويستطيع الباحث إجمال هذه المشكلات فيما يلي:

❑ ضعف الالتزام الإداري: إن عملية تحسين جودة الخدمة المصرفية يجب أن تأتي من الإدارة العليا، لأن إيجاد الجودة المصرفية ثم العمل على تحسينها لا يأتي من الإدارة الدنيا أو الوسطى، وإنما تقوده الإدارة العليا للمصرف، ولكن قد لا ترغب هذه الإدارة الاعتراف بمسئوليتها تجاه الجودة وعدم تقبلها للتدريب اللازم لتحسين الجودة، معتمدة على تدريبها المتقادم وخبراتها المحدودة.

❑ ضعف قدرات الموظفين: ويظهر هذا الضعف عند التعامل مع الزبائن ومعالجة شكاويهم التي يمكن أن تحدث عند تقديم الخدمة بسرعة وكفاءة، أو الاستجابة لمقترحاتهم أو أسئلتهم أو استفساراتهم.

❑ نقص التدريب اللازم لكل من الإدارة والموظفين: نتيجة لضعف الالتزام الإداري لعملية تحسين جودة الخدمة المصرفية، فإن الموظفين لن ينالوا التدريب اللازم والكافي للوصول إلى المستوى المطلوب لتقديم الخدمات المصرفية، وإن وجد التدريب، فقد يشمل الموظفين دون المديرين الذين لا بد من شملهم في جهود الابتكار من أجل تحسين الجودة، لأن الجودة هي مسؤولية والتزام عند جميع العاملين في البنك.

❑ فجوة الاتصال: وتأخذ هذه المشكلة عدة صور تظهر في مشكلة الاتصال مع الزبائن خارج المصرف، أو الاتصال الداخلي بين الإدارة والموظفين، وتأخذ فجوة الاتصال الخارجية عدة أشكال:

- الشكل الأول: عندما يبالغ المصرف في وعده لزبائنه، وفشله في الوفاء بهذه الوعود.
- الشكل الثاني: عندما لا تفهم رسالة المصرف الموجهة لزبائنه بشكل جيد.
- الشكل الثالث: عندما لا يستمع المصرف إلى احتياجات زبائنه واقتراحاتهم.

o أما فجوة الاتصال الداخلي: فقد تظهر بسبب كثرة عدد الاتصالات اللازم إجراؤها مع مستويات إدارية لتقديم الخدمة، ومدى توافر الاتصال بأنواعه الأفقي والعمودي والسفلي وجودته لتسهيل عملية الخدمة المصرفية.

□ الرغبة في تحقيق الأهداف قصيرة الأجل : من المشكلات التي تواجه جودة الخدمة المصرفية تطلع مديري المصارف إلى تحقيق الأهداف قصيرة الأجل كتحقيق الربح مثلاً، الأمر الذي يؤثر على جودة الخدمات المقدمة، أو الإضرار بمصلحة العميل، فالجودة هي التزام طويل الأجل، وتحتاج إلى أهداف طويلة الأجل كذلك.

□ الحاجة إلى التحديث والتجديد المستمر في الخدمات المصرفية: إن الابتكار والإبداع أو التجديد في الخدمات المصرفية قد يؤدي إلى زيادة التعقيد بالخدمات المصرفية الحالية، وقد لا تستطيع الإدارة ضمن قدراتها ومواردها أن تواجه هذا التعقيد، فتظهر الحاجة إلى تكنولوجيا جديدة لتقديم الخدمة المصرفية، وكذلك تدريب الموظفين على هذه التكنولوجيا الجديدة المتطورة باستمرار والحاجة إلى خبراء للتعامل مع التكنولوجيا وأدواتها.

أهم أسباب مشكلات جودة الخدمة المصرفية السابقة الذكر ما يأتي: ( Zeithaml & Berry, 2002):

□ فجوة الأداء: تضع إدارة المصرف في كثير من الأحيان محددات لأداء الخدمة لتلبية رغبات الزبائن، كأن تحدد عشر دقائق زمنياً لخدمة كل عميل، أو تحديد صلاحية كل موظف للاطلاع على حسابات الزبائن والمحافظة على سرية كل عميل لكن يبقى هناك قصور في تقديم الخدمة، وهذا ما يسمى فجوة الأداء حيث تعرف فجوة الأداء بأنها الفرق بين محددات أداء الخدمة والأداء الفعلي، وتتخذ هذه الفجوة عدة صور:

o العمل الجماعي: وهو شعور الموظف بروح العمل الجماعي، وتعاونهم معاً لأداء العمل، وإحساسهم بأن زملاءهم في العمل ما هم إلا زبائن آخرون للمصرف، وشعورهم بالالتزام والمسؤولية تجاه جودة الخدمة المصرفية، ومساهماتهم في عملية اتخاذ القرار.

o ملاءمة الموظفين للعمل: ويتمثل ذلك في مقدرتهم وكفاءتهم ورغبتهم في أداء العمل.

o التكنولوجيا المناسبة للعمل: إن جودة الخدمة المصرفية رفيعة المستوى تحتاج إلى تكنولوجيا وأدوات تكنولوجيا مناسبة لأداء العمل المصرفي، وهذه التكنولوجيا وأدواتها

يمكن أن تضاهي أداء الموظفين، وفشل هذه الأدوات في أداء ما هو مطلوب منها يمكن أن يؤثر أو يعترض أداء الموظفين، بالإضافة إلى اختلاف نتائج الخدمة المقدمة من قبل الأفراد عن تلك المقدمة بالآلات مثل (الصراف الآلي).

○ الرقابة الإدراكية: وهي تقييم الموظفين بناءً على سلوكهم وتصرفهم مع الزبائن، بدلاً من التركيز على الكمية المنتجة، والتقليل من ضغط العمل من أجل التحكم في المواقف التي تحدث مع موظفي الخط الأمامي، وتعكس هذه الرقابة قوانين المصرف وإجراءاته وثقافته، وصلاحية كل موظف في الأداء.

○ تضارب الأدوار: التضارب بين توقعات الزبائن والإدارة ويتم هذا التضارب من خلال الطلب الكبير والضغط على موظفي الخط الأمامي من قبل العملاء من جهة، والإدارة المتمثلة بالإدارة الإشرافية والعليا من جهة أخرى، وقد يفشل أو يصعب على موظف الخط الأمامي إرضاء جميع الأطراف السابقة، كما أن تضارب الأدوار يظهر في الحجم الكبير من الأعمال الكتابية لأداء الأعمال، وعدد موظفي الخط الأمامي اللازم للاتصال بهم لإتمام العمل، كما يظهر التضارب في كفاءة الموظفين ومعرفتهم بأمور العمل والرد على استفسارات الزبائن.

□ **العنصر البشري:** لا تعتمد جودة الخدمة على تلبية رغبات الزبائن ووضع معايير ملائمة فحسب، وإنما تعتمد على قوى عاملة لديها الرغبة والقدرة على أداء العمل وبالمستوى المطلوب، ويمكن تعريف الرغبة أنها حرية التصرف، وأنها الفرق بين الجهود القصوى والجهود الدنيا لأداء العمل المطلوب، أما المقدرة فهي تعني توفر الكفاءات والمهارات اللازمة لأداء العمل، وبالإضافة إلى مقدرة الإدارة على توفير حوافز مادية جيدة لهؤلاء العاملين، وتدريبهم بشكل جيد.

### 6.2.1.2 طرق تحسين جودة الخدمة المصرفية:

من خلال التعرف على مشكلات جودة الخدمة المصرفية والأسباب التي تنشأ عنها، يلاحظ أن بعض هذه المشكلات يمكن تقليلها أو القضاء عليها، وتتلخص طرق تحسين جودة الخدمة المصرفية بما يأتي:

□ **أسس وترميز الجودة: (Institutionalize and Symbolize Quality):** إن أول خطوة لتطوير الجودة المصرفية هي تحديد معايير جودة الخدمة بناءً على توقعات الزبائن،

وهذه المعايير تساعد في تعريف نظام العمل، وهي علامات لتقييم الأداء، وترتيب توقعات الزبائن حسب أهميتها، كما أنه لا بد من التركيز على نوعية هذه المعايير التي تسمح لمقدم الخدمة بفهمها وتطبيقها بشكل جيد.

□ والخطة التالية لتطوير جودة الخدمة المصرفية هي وضع أدوات ووسائل هيكلية (structural means) تساعد على تحويل الأفكار الجيدة إلى عمل ملموس، ومصدر هذه الأفكار يكون من موظفي الخط الأمامي الذين هم على اتصال مباشر مع الزبائن، وإذا ما توفرت هذه الأدوات والوسائل الهيكلية فإنها تدفع الموظفين للتفكير باستمرار عن جودة الخدمة المصرفية والعمل على تقييم لهذه الأفكار والتوصية بها ( Zeithaml & Berry, 2002)

○ شمول جهود المديرين: إن أحد تحديات جودة الخدمة هو المحافظة عليها عبر الزمن، ومدير المصرف هو من يواجه هذا التحدي، فهو الذي يحدد أداء العمل في كل يوم، فمسؤولياته تقف جنباً إلى جنب مع مسؤولية الموظفين، لذلك لا بد من شمولية جهود المديرين في عملية تحسين جودة الخدمة المصرفية. وعليه ومن أجل تحسين جودة الخدمة، فلا بد من التركيز على المديرين إضافة إلى مقدمي الخدمة، وذلك من خلال تقييم التزام المديرين وتقييم مهاراتهم، وضرورة ضمهم في عملية التدريب وقياس الأداء (Zeithaml & Berry, 2002).

○ تحسين مهارات الموظفين: إن أهمية العنصر البشري والدور الهائل الذي يؤديه الأفراد العاملون في المؤسسات الخدمية، يهدف إلى تقديم خدمة جيدة للزبائن، وخاصة أولئك الذين على اتصال مباشر ومستمر مع العملاء. "ويؤكد ذلك ما توصلت إليه دراسة أجريت على مستوى الولايات المتحدة الأمريكية بواسطة جمعية التسويق المصرفي الأمريكية (Banking marketing association)، فقد أبرزت النتائج أن أكثر من 90% من المستجيبين منهم أوضحوا إن أهم مكون على الإطلاق في برنامج إدارة جودة الخدمة في المصارف والمؤسسات المالية يكمن في موظف المصرف وتعامله الفعلي مع الزبائن، وكذلك التدريب المستمر والمنظم لفئة الموظفين ممن هم على احتكاك مباشر مع الزبون (الحداد، 1991). كما لا بد أن ينظر إلى الموظفين كعملاء داخليين للمصرف، حيث إنهم السوق الأول للمصرف، ورضاهم عن عمله سيوفر الدافعية لجذب عملاء خارجيين. وربما يكون هذا الموظف هو الشخص إن لم يكن الوحيد الذي يتصل مع الزبون قبل عملية الشراء وبعده، وهو الذي يتحكم بمستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة، وفي هذه الحالة يمثل موظف الخط الأمامي علاقة

المدير مع الزبون، كما يعتبر موظفو الخط الأمامي مصدراً حيوياً للمعلومات عن الزبون واحتياجاتهم، ويوفرون رؤياً لتقييم أداء الخدمة المصرفية المدركة من وجهة نظر العملاء (Stephen & Teresa, 2003). إن الزبائن يسعون إلى التزام طويل الأجل مع مصرفهم، بهدف تقليل التكاليف المتغيرة والمنافع المستقبلية غير الأكيدة، ومنافع أخرى عديدة غير متوفرة في علاقات التبادل قصيرة الأجل، كما أنهم يرغبون في الحصول على أداء خال من الأخطاء، والخطأ هنا لا يعني معايير ثابتة وأداء خالياً من الخطأ، ولكنها تعني أداء مرضياً للزبائن من وجهة نظرهم (Marry, Bernad & Mohr, 2000).

○ ومن أجل تطوير جهود الخدمة المصرفية لا بد من التركيز على رغبة الموظفين في أداء العمل، ومقدرتهم على الأداء، الأمر الذي يتمثل في تطوير معرفة الموظفين ومهاراتهم، كما لا بد من التركيز على التدريب المستمر، والمركزية واللامركزية في تطوير المهارات، لأن ذلك سيؤدي إلى زيادة رضا الزبائن، وتحسين مستوى الخدمات المقدمة، وتعزيز الرضا الوظيفي لدى الموظفين، وزيادة عدد الموظفين المؤهلين، وتقليل الرضا الوظيفي لدى الموظفين، وزيادة عدد الموظفين المؤهلين، وتقليل معدل دورانهم، وزيادة الإنتاجية والمبيعات.

○ حل مشكلات العملاء كاستثمار: تعمل المصارف على الاستثمار السريع الكفاء في حل مشكلات الزبائن، وهو أحد الخطوات الفعالة التي يمكن إن يتخذها المصرف لبناء سمعة الجودة. كما أن الاستثمار يتطلب زبائن متعلمين وموظفين مدربين وذوي مهارات وكفاءات مناسبة، وأخيراً فإنه يحتاج إلى النظرة طويلة الأجل لتغيير الاتجاهات والعادات والمهارات، بدلاً من النظرة القصيرة الأجل في زيادة الأرباح.

○ حلقات الجودة والخدمة المصرفية: تتكون حلقات الجودة من مجموعة من الأفراد (من ثلاثة إلى خمسة عشر فرداً، وعادة ثمانية أفراد) يؤدون عملاً متشابهاً في المنظمة، وتتطوع هذه المجموعة للاجتماع على نحو منظم ساعة كل أسبوع مثلاً لتحديد وتحليل وحل المشكلات المتعلقة بمجال عمل أعضائها وتحليلها وحلها، وتتكون الحلقة من لجنة التنسيق جميعهم من الإدارة العليا، بالإضافة إلى المسهل الذي يكون من خارج الإدارة، ويقوم بمتابعة سير الاجتماعات التي يتولى إدارتها قائد الحلقة الذي يكون في العادة المشرف المباشر على وحدة العمل التي يتبعها أعضاء الحلقة، (وليام، وهريت مور، 1991). وتبدأ حلقات الجودة اجتماعها بعملية العصف الذهني (Brain Storming) لقائمة المشكلات التي يريدون حلها، والتي تبدو أيضاً أكثر تطبيقاً في الواقع العملي، وعند الوصول إلى الحل المقترح للمشكلة، تعرض التوصيات على الإدارة، وثم يبدأ

تطبيق الحال. وتتمثل الأهداف الأساسية لأنشطة حلقة الجودة بما يأتي: (وليام، وهريت مور، 1991):

- المساهمة في تحسين مستوى الأداء وتطوير المنظمة.
  - مراعاة الجانب الإنساني، وإقامة ورش عمل مفعمة بالبهجة والحيوية.
  - الحرص التام على إبراز القدرات الإنسانية، وبالتالي إظهار عدد من الإمكانيات.
- وتنطلق حلقات الجودة من عشر قواعد أساسية هي:

- التطوير الذاتي.
- التطوع.
- العمل بشكل جماعي.
- مشاركة الجميع.
- استخدام أساليب مراقبة الجودة.
- ارتباط النشاطات بشكل وثيق بورش العمل.
- تعزيز نشاطات حلقات الجودة والحرص على استمرارها.
- التطوير الجماعي المتبادل.
- الابتكار والإبداع.
- الوعي بالجودة، والتنبه للمشكلات والوعي بتحسين الأداء.

إن نجاح حلقات الجودة يتطلب دعماً متواصلًا من جانب الإدارة والعاملين، كما أنه يتطلب التزاماً طويلاً الأجل، فتنفيذها يتطلب وقتاً وميزانية مناسبة وتخطيطاً استراتيجياً دقيقاً، كما إن حلقات الجودة تحقق عائدات كبيرة.

o تجزئة سوق المصرف: لا يمكن للمصرف خدمة كل فئات الزبائن الموجودة في موقع السوق على حد سواء، لاختلاف احتياجاتهم وعاداتهم الشرائية، لذلك تسعى إدارة المصرف إلى دراسة زبائن المصرف وتقسيمه بهدف خدمته بفاعلية أكبر، ويقوم مفهوم تجزئة السوق على فكرة التجانس وعدم التجانس، حيث إن هناك تجانساً بين رغبات الزبائن واحتياجاتهم في مجمل السوق في حده الأدنى، وتظهر فئات من الزبائن لهم رغبات متماثلة ومتجانسة أكثر من تجانسها مع بقية الزبائن في سوق الخدمة المصرفية، لذلك تعتبر تلك الفئة جزءاً سوقياً يمكن خدمته على أساس أنه أكثر تجانساً

من غيره. وتستند التجزئة على ثلاثة معايير رئيسة هي (البساط، هشام، 1988، ص 37-38):

- أ أن يكون بالإمكان قياس متغيرات التجزئة (الجغرافية، الديمغرافية، الاقتصادية، الاجتماعية) بسهولة وبكلفة متدنية نسبياً.
- ب إمكانية الوصول إلى كل جزء من أجزاء السوق.
- ج أن يكون حجم كل جزء مجدياً اقتصادياً، أو يستحق الخدمة.

ومن مزايا اعتماد إستراتيجية التجزئة أن المصرف يستعمل طاقاته وموارده بفاعلية أكبر طالما أن هناك مجموعات من الزبائن ترغب في خدمة متميزة، وهي على استعداد للدفع لقاء ذلك، كما أنها تمكنه من إيجاد الفرص السوقية والاستفادة منها أكثر، مما يساعد في الوصول إلى أهدافه وإرضاء زبائنه وتعزيز ولائهم له.

كما يمكن تجزئة السوق بناء على معايير اجتماعية كالتقاليد والمعتقدات، ومعايير نفسية كالحاجات والدوافع للخدمة المصرفية، فيستطيع البنك تجزئة السوق بناء على واحد أو أكثر من المعايير السابقة، ويقرر الابتكار والإبداع في الخدمة المصرفية والخطط التسويقية اللازمة، وهناك توجه جديد للتجزئة قائم على مفهوم تفصيل الخدمة المصرفية حسب احتياجات كل زبون على حدة، أي معاملة كل زبون كجزء سوقي مستقل وبمزيج تسويقي مختلف، وهذا ما يطلق عليه بـ (Customizing The Service).

لقد انحصر اهتمام المصارف في السابق بجزء محدد من الزبائن هم المؤسسات والشركات، ولم ينظر إلى الزبائن الأفراد إلا كمودعين، ولكن هذا الوضع قد تغير كلياً، وأصبح ينظر إليهم كمورد مالي، ولا بد من الابتكار والإبداع في تقديم خدمات مرضية لهم وذات جودة مناسبة، في ظل ظروف المنافسة القائمة بين المصارف، حيث أصبح الزبائن يميزون بين نوعية الخدمة المقدمة لهم وجودتها.

### 3.1.2. ولاء الزبائن:

لقد أثار تعريف ولاء الزبائن جدلاً بين الباحثين، وولد لبساً وغموضاً؛ لأن الولاة مصطلح مفاهيمي في طبيعته، ويمكن تفسيره بعدة طرق، فيمكن استخدامه مخرجاً ونتيجة لقرار الزبون في الشراء،



ومدخلاً كسبب في قرار الشراء للزبون. وتعرف إحدى الدراسات الولاء أنه يقوم على تتابع الشراء من علامة تجارية معينة، وتطرح أربعة نماذج للولاء هي (David & Bitta, 1993. P.565):

- ولاء غير مقسم متتابع، ويمثل بعمليات الشراء من علامة تجارية معينة "AAAA".
- ولاء مقسم متتابع، ويمثل بعمليات الشراء من علامة تجارية معينة "ABABAB".
- لا يوجد ولاء لعلامة تجارية، ويمثل بعملية الشراء "ABCDEF".

ولكنه لا يسهل المقارنة بين ولاء الزبائن لعلامة تجارية معينة، لاختلاف سلوك تكرار الشراء، فقد تكون حقيقة السلوك تفضيل الزبون لعلامة تجارية، أو تفضيله لسعر أقل، أو عدم توفر بديل آخر للعلامة التجارية الحالية المستخدمة.

كما عرّف البعض الآخر الولاء أنه "الدرجة التي يحمل بها الزبون اتجاهًا موجباً لعلامة معينة وملتزمًا بها وبنوي الشراء منها مستقبلاً"، وهذا التعريف يشير إلى أن الولاء يتأثر مباشرة بحالة الرضا أو عدم الرضا عن العلامة التجارية المستخدمة عبر الزمن، كما أنه يتأثر بالإدراك لجودة الخدمة (Mokhtar, 2011, p. 33).

وأحدث التعاريف الموسّعة للولاء تصفه بأنه: يمثل اتجاهًا موجباً لعلامة تجارية معينة، وهو ليس عشوائياً بل يمثل استجابة سلوكية، ومعبر عنه لفترات زمنية، وينفذ من وحدات اتخاذ القرار، كما أنه يعطي بديلاً أو مجموعة من البدائل للعلامة التجارية (Ndubisi, 2011, p.99).

إن التعريف السابق الموسع له عدة مساهمات لإدارة المصرف، فإذا كان ولاء الزبون ليس عشوائياً فإن الإدارة تستطيع تركيز جهودها الترويجية عليه وعزلة عن جهود المنافسين، وسلوك الزبائن لا بد أن يرفق معه الشراء الفعلي وسلوك تكرار الشراء خلال فترة زمنية محددة، وإن الزبون قد يكون له ولاء لأكثر من علامة تجارية وبسبب صعوبة معرفة سبب الشراء، كأن تكون الخدمة سهلة المنال، أو بسبب السعر، وأخيراً إن الولاء للعلامة التجارية ينتج من تقييم نتائج الشراء السابقة.

### 1.3.1.2. العوامل المؤثرة في الولاء:

لقد أوضحت نتائج إحدى الدراسات أن أهم العوامل المؤثرة على درجة الولاء للمصرف هي كما يلي (Meidan, 1994, P137-138):

- انتشار الفروع والتغطية الجغرافية لها: فقد وجد أن الزبون المستقر في منطقة جغرافية واحدة، يكون احتمال بقاءه مع المصرف أفضل نسبياً من العميل المتنقل، حيث إن تغطية الفروع في الحالة الأخيرة لا يكون لها أثر على الولاء.
- الجنس: لقد وجد أن الذكور لديهم ولاء أكبر بدرجة للبقاء مع نفس المصرف من الإناث، وأحد الأسباب المحتملة لذلك أن النساء يتحولن إلى مصارف أزواجهن.
- الاقتراض من المصرف: فقد وجد أن الزبون يبقى في المصرف فترة اقتراضية من المصرف.
- استمرارية التعامل مع المصرف: فالزبون يبقى مع المصرف مدة أطول إذا وجد ما يفي احتياجاته.

### 2.3.1.2. رضا الزبائن:

إن الجودة في الخدمات المصرفية الجيدة هو الذي يلبي احتياجات الزبائن أو تزيد عليها، وإن على إدارة المصرف السعي لتحقيق الجودة فيه لاكتساب رضا الزبائن، والكادر الوظيفي المدرب والمدعوم من إدارته، يجب أن يشعر بمسؤولياته تجاه الوفاء بالجودة وتقديمها للعملاء بأفضل مستوياتها.

وتظهر أهمية التركيز على الرضا في أنه يمثل المحور الأساسي لقيام الزبون بتكرار الشراء من نفس المصرف، كما أنه يعيد عنصراً ترويجياً هاماً، عن طريق اتصال العملاء مع الآخرين، الأمر الذي يدعم سمعة المصرف ويساعد في اختياره من قبل الآخرين.

إن الإدارة المصرفية الكفوءة التي تسعى إلى تحسين جودة خدماتها، حتماً هي إدارة بعيدة النظر لتصل إلى رضا عملائها ثم ولائهم، فهي تدرك أن المستويات العليا من جودة الخدمة ستؤدي إلى مستويات عليا من رضا العملاء وولائهم (Wong et al., 2009).

### 3.3.1.2. أهمية رضا الزبون:

تتبع أهمية رضا الزبون من أهمية استمرار المصرف وتحقيقه للربح وكسبه لميزة تنافسية، فعلى الإدارة أن تعرف إذا ما كان هدفها اكتساب رضا الزبون، أم أنها تسعى لتقديم خدمات ذات جودة عالية، ومن الواضح أن رضا الزبون وجودة الخدمة المقدمة المصرفية أصبحا هدفاً مؤسسياً بشكل متزايد لدى جميع المصارف. وتعد شكاوي الزبائن مؤشراً مهماً لعدم رضاهم عن الخدمة المقدمة، وقد أوضحت معظم الدراسات أن الزبائن غير الراضين لا يشكون، وإن 65% - 90% من هؤلاء الزبائن لن يتعاملوا مرة أخرى مع المصرف، الأمر الذي يعيق معرفة سبب ترك هؤلاء الزبائن المصرف، فإذا لم يقم المصرف بإرضاء الزبون، فإنه سيجد عاجلاً أم آجلاً مصرفاً آخر يفعل ذلك، وإذا أَرْضَى المصرف زبونه فسيعود مرة أخرى أو ربما يقنع شخصاً آخر بذلك، وإذا أراد المصرف أن يعود الزبون إليه، فلا بد من إرضائه، وطريقة إرضائه هي تقديم شيء له لم يتوقعه (لويد دوبينز، كليركراوورد، 1997، ص32).

كما أشارت إحدى الدراسات إلى أن الإدارة كانت مسؤولة عن 80% من حالات فقدان الزبائن، حيث أن الكثير من المصارف تهمل دور العلاقات العامة مع الزبائن، لعدم إدراكها للآثار التي يمكن أن يعكسها هذا الإهمال على أعمال المصرف وسمعته والمشكلات التي يمكن أن يحدثها، فعلى الإدارة ضرورة الاهتمام بالتغذية الراجعة للعملاء ومعالجة الشكاوي والاقتراحات التي يتقدم بها العملاء.

### 4.3.1.2. علاقة الولاء برضا الزبون:

إن جودة الخدمة تؤدي إلى رضا الزبون، وإن الرضا بدوره يؤدي إلى الولاء، فالرضا يتوسط جودة الخدمة والولاء، وعدم الرضا عن معاملة مصرفية واحدة لا يتسبب في تحول ولاء العميل، وبالمقابل فإن معاملة مصرفية وحيدة لا تؤدي إلى ولائه، لأن الزبائن يتعرضون لضغوط مختلفة حول الخدمة، وعلى ضوء هذه الضغوط، يرسمون الصورة المشرفة للخدمة، فإذا حُقِّقت الجودة في الخدمة الرضا للزبون، فإن ولاء الزبون وسلوك تكرار الشراء يرتفع بسرعة ويحدث العكس إذا لم يتحقق الرضا عن الخدمة المقدمة، فالمستويات العالية من الرضا تخلق نوعاً من الرباط العاطفي الكبير بين المصرف والزبون، فهي ليست علاقة تفضيل فحسب ولكنها تخلق نوع من الولاء والتقدير، والاستمرار في التعامل مع المصرف نتيجة إدراك الزبائن للجودة التي يقدمها المصرف (Wong et al., 2009).

### 5.3.1.2. العوامل المؤثرة على إدراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المصرفية :

يدرك الزبون جودة الخدمات المصرفية من خلال :

- ▣ الحصول على عدالة المعاملة المصرفية كغيره من زبائن الخدمة المصرفية.
- ▣ الأداء الفعلي للخدمة المصرفية ومودته.
- ▣ التعاطف معه ومودته.

إن العامل الأكثر أهمية من العوامل السابقة هو جودة الخدمة المصرفية- أو الأداء الفعلي للخدمة المصرفية المقدمة، فعند الحصول على جودة مصرفية عليه سيكون مستوى الولاء مرتفعاً.

### 6.3.1.2. علاقة ولاء الزبائن بجودة الخدمة المصرفية:

يرى بعض الباحثين أنّ الولاء ينحصر في تقييم جودة الخدمة والتأثير الذي تحدثه، كما تم إيضاحه في بعض التعاريف إلا أن هناك اتفاقاً بين الباحثين على أن مفهوم الولاء والجودة منفصلان، وإنهما تراكيب متميزة ومترابطة من حيث أن الجودة هي انطباع الزبون الكلي عن المصرف وخدماته السيئة أو الجيدة.

كما ركزت غالبية الأبحاث وبشكل كثيف على جودة الخدمة المصرفية المقدمة وولاء الزبائن عند تقييم الخدمة، كما أن العديد من الدراسات أوضحت العلاقة بينهما في صورة نوايا الشراء، حيث أنّ المستويات العليا من جودة الخدمة ستؤدي إلى زيادة ولاء العملاء وبالتالي تكرار عمليات الشراء من نفس المصرف، وتوصلت بعض هذه الدراسات إلى نتائج متضاربة تمثل هذا الاختلاف في اعتبار الرضا سابقاً أو لاحقاً لجودة الخدمة. (Taylor, Thomas & Baker, 1994 p.166) إلا أنّ الدراسات توصلت مؤخراً أنّ جودة الخدمة المصرفية تؤدي إلى ولاء الزبائن وليس العكس، كما أوضح البعض الآخر أن العلاقة بين جودة الخدمة وولاء الزبائن هي علاقة قريبة تتمثل في: العلاقة السببية بين الجودة والولاء، ومعايير المقارنة بين المناسبة للتوقعات والتأكد من التوقع بحدوثه.

ويخلص الباحث إلى أنّ المستويات العالية من جودة الخدمة ستؤدي إلى ولاء الزبائن وتكرار عمليات الشراء من نفس المصرف، ولا بد من الالتفات إلى أهمية الولاء وما يمكن أن يحققه من أرباح.

ومن هنا فإن جودة الخدمات المصرفية تؤدي إلى تحقيق رضا الزبائن، ثم يحصل المصرف على ولاء الزبائن له.

## 2.2 القطاع المصرفي في فلسطين

يعد القطاع المصرفي من أهم القطاعات الاقتصادية، حيث لا تتصور حدوث عملية تنمية اقتصادية حقيقية في غياب دور فاعل لهذه المصارف، فالمصارف تلعب دور الوسيط المالي بين المستثمرين والمدخرين، كما تقوم بتقديم العديد من الخدمات المالية والمصرفية الأخرى التي تساعد على تسهيل العمليات التجارية في البلاد وتسرع وسائل الدفع والشراء، وتسهل عملية تسوية الاستيراد والتصدير، وبشكل عام تعمل على تسهيل النشاط الاقتصادي وزيادة كفاءته وتسريع نموه. ولعل أهم مدخل اقتصادي يقدمه القطاع المصرفي هو التمويل، فالتمويل مدخل اقتصادي يساهم في العملية الإنتاجية لكافة القطاعات الاقتصادية المختلفة، وهو الذي يساعد على إنشاء المشروعات الجديدة، و توسيع وتطوير المشروعات القائمة، ما ينعكس إيجاباً على الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية للمواطنين.

وتعرّف المصارف بأنها "منشآت مالية تقوم بتجميع وتوظيف الأموال فهي شأنها في ذلك شأن المنشآت المالية الأخرى" كشركات التأمين.... الخ"، وتعد أداة فعالة للادخار وفي ذات الوقت مصدراً رئيساً للتمويل وذلك في ظل النظم الاقتصادية المختلفة، يزيد على ذلك أنها أصبحت إحدى أدوات الرقابة والمتابعة للنشاط الاقتصادي ووحداته الإنتاجية في ظل النظم الاقتصادية المخططة.

وبشكل عام يرتبط تعريف المؤسسة المصرفية بما حدده القانون، ويرجع ذلك لصعوبة إيجاد خصائص مشتركة تضم جميع المؤسسات المصرفية يمكن الوصول من خلالها إلى مفهوم مبسط لها. فكل من قانون سلطة النقد وقانون المصارف الفلسطيني يعرف في مادته الأولى المصرف بأنه " أي مصرف رخص له إجراء المعاملات المصرفية و وفق أحكام قانون المصارف".

أما تعريف المصرف التجاري، فهي المؤسسة التي تقبل ودائع الأفراد، حيث تمثل الودائع المصدر الأساسي لمواردها وتقوم بتوظيف تلك الودائع في قروض، كما تقوم أيضاً ولحساب عملائها بأعمال أخرى من بينها: تحصيل الأوراق التجارية، وخصم وقبول الكمبيالات، وشراء وبيع العملات الأجنبية، وفتح الاعتمادات المستندية، وإصدار خطابات الضمان، وشراء وبيع الأوراق المالية، وتحصيل الكوبونات، وغير ذلك من الوظائف (الموقع الإلكتروني لسلطة النقد الفلسطينية، [www.pma.ps](http://www.pma.ps)).

## 1.2.2. البنك العربي:

البنك العربي بنك أردني، أسسه عبد الحميد شومان في القدس، فلسطين عام 1930، ابتداءً بسبعة من حملة الأسهم بقيمة 15,000 جنيه فلسطيني، وبعد أكثر من 70 عاماً أصبح البنك مؤسسة عالمية وأحد أضخم المصارف العربية بأصول بلغت سنة 2005 27.31 مليار دولار فيما بلغت الأرباح 310 مليون دولار. وتنتشر فروعه اليوم في خمس قارات حول العالم. ويعد البنك العربي ومقره عمان أول مؤسسة مالية تابعة للقطاع الخاص في العالم العربي، وقد صنّف البنك العربي من ضمن أكبر المؤسسات المالية العالمية. في عام 2008 أكدت Standard & Poor's و Moody's و Fitch على التصنيف طويل الأجل للبنك العربي بالعملة الأجنبية A- و A3 و A- بالترتيب، إضافة إلى قيام شركة Moody's بتأكيد تصنيفها A2 بما يخص القوة والملاءة المالية للبنك العربي .

وبنهاية حزيران 2009، بلغت أرباح مجموعة البنك العربي قبل الضرائب، وبعد المخصصات 452 مليون دولار أمريكي فيما يبلغ إجمالي الموجودات 48.4 مليار دولار، وبلغت قاعدة رأس مال البنك العربي 7.7 مليار دولار أمريكي.

ويتمتع البنك العربي بشبكة فروع لا تضاهيه فيها مؤسسة أخرى في العالم العربي حيث تبلغ فروعه 500 فرع موزعة في 30 دولة في 5 قارات، كما يحتل البنك مكانة بارزة في الأسواق والمراكز المالية الرئيسية كلندن ونيويورك ودبي وسنغافورة وزيوريخ وباريس وفرانكفورت وسيدني والبحرين .

يقدم البنك العربي مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات التي تشمل أربعة مجالات رئيسية هي: الأعمال المصرفية الشخصية، وخدمة الشركات والعمليات المصرفية الاستثمارية، وإدارة الثروات، وأعمال الخزينة، وُجِدت لخدمة احتياجات الأفراد والشركات والوكالات الحكومية وغيرها من المؤسسات المالية العالمية.

ومن الجدير بالذكر أن البنك العربي تلقى جوائز أخرى عديدة خلال العام 2011، من بينها جائزة أفضل ممول تجاري في الشرق الأوسط وأفضل بنك للخدمات المصرفية عبر الإنترنت و جائزة أفضل بنك في مجال تداول العملات في الأردن من مجلة غلوبال فاينانس، إضافةً إلى جائزة أفضل بنك في الأردن من مجلة يوروموني. وفيما يلي ملخص لأهم المنتجات والخدمات المصرفية التي يقدمها البنك العربي :

## 1.1.2.2. خدمات الأفراد :

### القروض

- o القرض السكني
- o القرض الشخصي
- o قرض السيارة
- o قرض تحسين المنزل
- o القرض السكني للمغتربين الفلسطينيين

### البطاقات

- o بطاقة فيزا إلكترون
- o بطاقة التسوق عبر الانترنت
- o بطاقة فيزا سلفر الائتمانية
- o بطاقة فيزا جولد الائتمانية
- o بطاقة فيزا بلاك الائتمانية
- o بطاقة فيزا البنك العربي - جوال الائتمانية

### الحسابات

- o الحساب الجاري
- o حساب التوفير
- o جيل العربي
- o حساب الودائع
- o حساب اكسترا

### خدمات التحويل

- o شراء وبيع العملات الأجنبية
- o سحبات صادرة
- o شراء / تحصيل السحوبات

○ حوالات صادرة وواردة

□ بنكي معي

□ شباب

### 2.1.2.2. خدمات الشركات

□ القروض والتسهيلات

○ جاري مدين

○ قروض متجددة

○ قروض التجمع

□ الخدمات التجارية

○ الاعتمادات المستندية (الاستيراد والتصدير)

○ الكفالات

○ بوالص التحصيل الصادرة والواردة

### 3.1.2.2. طرق التعامل مع البنك:

يتم تقديم الخدمات في البنك العربي من خلال : شبكة الفروع ، شبكة الصرافات الآلية، عربي أون لاين، هلا عربي، SMS إكسبرس، مركز الخدمة الهاتفية، فريق البيع المباشر (الموقع الإلكتروني للبنك العربي في فلسطين [www.arabbank.ps](http://www.arabbank.ps)).

### 2.2.2. بنك فلسطين:

بنك فلسطين هو البنك الوطني الأول وأكبر البنوك الوطنية، تأسس عام 1960، وبأشر أعماله بتاريخ 21 شباط / فبراير 1961 بإعطاء قروض صغيرة للمشاريع والأعمال وقروض شخصية محدودة قصيرة الأجل، ويعتبر بنك فلسطين الأكثر انتشاراً في فلسطين من خلال شبكة مصرفية مكونة من 45 فرعاً ومكتباً ممتدة من جنين شمالاً حتى رفح جنوباً، يقدم بنك فلسطين العديد من



الخدمات المصرفية المتميزة التي تلبي حاجات الزبائن وتوقعاتهم، منها الخدمات المصرفية التي تتعلق بالأفراد وخدمات الشركات، يعمل في البنك حالياً أكثر من 1000 موظف وموظفة، تم إدراج البنك في بورصة فلسطين عام 2005 كشركة مساهمة عامة، وفي نهاية العام 2006 أسس بنك فلسطين شركة الوساطة للأوراق المالية الزراع الاستثماري للبنك التي أصبح لها ثلاثة فروع، الأول في مدينة غزة والثاني في مدينة رام الله والفرع الثالث في خانيونس، وخلال فترة قصيرة استطاعت الشركة أن تصبح الشركة الأولى من حيث زيادة عدد الحسابات المفتوحة، والثالثة من حيث حجم التداول من بين عشر شركات وساطة مالية موجودة في فلسطين.

### 1.2.2.2. الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين :

الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين، ملخصة فيما يأتي:

#### ▣ خدمات الأفراد :

##### ○ الحسابات

- ┌ الحساب الجاري
- ┌ حساب التوفير
- ┌ حساب الودائع المربوطة لأجل
- ┌ الودائع الادخارية

##### ○ القروض :

- ┌ القروض الجامعية
- ┌ قروض الإسكان
- ┌ القروض الشخصية
- ┌ قروض السيارات
- ┌ برنامج إقراض موظفي القطاع العام (الحكومي)
- ┌ برنامج القروض الإنتاجية
- ┌ الجاري مدين دوار

o بطاقات الائتمان والخصم

o بطاقة الخصم الدولية Visa Electron

o بطاقات الائتمان Visa & MasterCard

o بطاقة التقسيط المريح

o نقاط البيع

o الخدمات المصرفية الإلكترونية

o خدمة التسديد الآلي

o خدمة الرسائل القصيرة

o الخدمة المصرفية عبر الهاتف

o الإنترنت البنكي

o الحوالات المالية الدولية

o الحوالات الدولية (سويفت)

o موني جرام

o صناديق الأمانات

o خدمات الشركات :

o الاعتمادات المستندية

o خطابات الضمانات - الكفالات

o تمويل الصفقات التجارية

o مستندات التحصيل

o التسهيلات

o التحويلات المالية الدولية

o خدمات الخزينة (الموقع الإلكتروني لبنك فلسطين

([www.bankofpalestine.com](http://www.bankofpalestine.com))

## 4.2 الدراسات السابقة

مسح الباحث الدراسات العربية والأجنبية التي أشارت إلى موضوع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن، وفيما يلي عرض للدراسات العربية والأجنبية:

### 1.4.2. الدراسات العربية :

دراسة معلا (1998): بعنوان " قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن (دراسة ميدانية)"هدفت الدراسة إلى قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن، وأجريت على عملاء البنوك التجارية في الأردن البالغ عددها 19 مصرفاً من خلال توزيع 1000 استبانة تم إعادة (627) منها بهدف قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية في الأردن . وقد خلصت الدراسة إلى أن تقييم عملاء المصارف التجارية لمستوى لأداء الفعلي للخدمات المصرفية المقدمة لهم كان سلبياً، كذلك أظهرت الدراسة أن الجودة المتوقعة من قبل عملاء المصادر التجارية العاملة في الأردن في الخدمات المصرفية. التي تقدمها تلك المصارف كانت عالية. أضف إلى ذلك فإن جودة الخدمات المتوقعة من المصارف أعلى من الجودة الفعلية التي تقدمها البنوك. كذلك أظهرت الدراسة أنه لا يوجد أي اختلاف بين نتائج قياس جودة الخدمات المصرفية باستخدام مقياس الأداء الفعلي وبين نتائج القياس باستخدام مقياس نظرية الفجوة (الفرق بين الجودة الفعلية والجودة المتوقعة)، حيث كانت نتائج القياس في كلتا الحالتين سلبية، وأوصت الدراسة بزيادة الاهتمام بعملاء البنوك، والعمل بجد أكبر على تحقيق رغباتهم.

دراسة أبو موسى (2000): بعنوان " أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية" . هدفت الدراسة إلى التأكد من وجود علاقة بين جودة الخدمة المقدمة وزيادة الربحية ممثلة بمعدل العائد على الاستثمار، واستخدم الباحث سعر الخدمة لقياس جودة الخدمة، كما استخدم معايير أخرى لقياس مهارات وكفاءة الخط الأمامي من الموظفين، واستخدم كذلك عدة مقاييس لقياس الرضا مثل نوع الخدمات والأسعار، ومعاملة الموظفين، وجاءت النتائج لتشير إلى وجود علاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل، وبين رضا العميل وولاءه، كما بينت عدم وجود علاقة بين جودة الخدمة والربحية، وبين رضا العملاء والربحية، وأوصت الدراسة بتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن، كي يعود ذلك بفائدة أكبر على البنوك.

دراسة حداد وجودة (2003) بعنوان "أثر دوافع تعامل العملاء مع المصارف التجارية على درجة ولائهم لها - دراسة ميدانية على عملاء المصارف التجارية في الأردن". تمت الدراسة على عملاء

المصارف التجارية في الأردن بهدف التعرف على دوافع العملاء نحو التعامل مع المصارف التجارية في الأردن ومعرفة مدى تأثير العوامل الديمغرافية للعملاء على درجة ولائهم لها ومدى تأثير درجة الولاء تجاه المصارف من حيث: الدوافع الشخصية، و سمعة المصرف ومركزه المالي، وجودة خدماته المصرفية، وقد خلصت الدراسة إلى عدم وجود اختلافات ذات دلالة إحصائية في درجة ولاء العملاء اتجاه المصارف تعزى إلى الجنس والمستوى التعليمي وطبيعة العمل، في حين يوجد اختلافات ذات دلالة إحصائية بين درجة الولاء والعمر والدخل الشهري، كما أظهرت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مجموعة الدوافع الشخصية التي تدعو العملاء للتعامل مع المصارف وبين درجة الولاء ووجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سمعة المصرف ومركزه المالي وجودة خدماته المصرفية وبين ولاء العملاء. وأوصت الدراسة بضرورة نشر بيانات المصرف ومعلوماته، كي يزداد ولاء العملاء له.

دراسة أبو معمر (2005) بعنوان " قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة" تهدف هذه الدراسة للتعرف على أفضل المقاييس لقياس جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها البنوك العاملة في قطاع غزة ومعرفة الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة لجودة الخدمة المصرفية بالإضافة إلى اختبار العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية وكل من الرضا ونية الشراء. ولقد اشتملت الدراسة على عينة من عملاء البنوك العاملة في قطاع غزة مقدارها (166) عميلاً وخلصت الدراسة إلى ضرورة تفهم توقعات العميل من أجل تقديم خدمة مصرفية أفضل وتحقيق الرضا لديهم، بالإضافة إلى أن قياس جودة الخدمة المصرفية وإدراك العملاء لها هو المدخل الرئيس لتطوير وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء. وأوضحت الدراسة وجود علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وجودة الخدمة المصرفية المقدمة، وخلصت أيضاً إلى أن استمرار العملاء في التعامل مع البنوك وأن زيادة ولائهم يعتمد بشكل أساس على تقييمهم لجودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم. وأوصت الدراسة بتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء في فروع البنوك المنتشرة في أرجاء القطاع.

دراسة شعشاعة (2005) بعنوان " قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود من وجهة نظر العملاء". هدفت الدراسة إلى قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود من وجهة نظر عملاء البنك، وقد استند البحث على نظرية الفجوة باستخدام نموذج القياس SERVQUAL وقد تم استقصاء (1249) عميل من عملاء البنك موزعين على جميع فروع البنك العاملة في قطاع غزة وفي الضفة الغربية وموزعين أيضاً على جميع فئات العملاء. وأشارت

نتائج الدراسة إلى أن تقييم العملاء لجودة الخدمات الفعلية إيجابياً وجيداً إلا أنه لا يصل إلى مستوى توقعاتهم، مما يعني أن هناك فرصاً لتحسين وتطوير جودة الخدمات المقدمة في البنك، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن العملاء يعطون أهمية نسبية أكبر لبعد الاعتمادية عند تقييمهم لجودة الخدمات المقدمة، وجاء في المرتبة الثانية بعد الاستجابة ثم بعد الثقة، ثم التعاطف وأخيراً العناصر الملموسة، وأشارت نتائج الدراسة أيضاً إلى تأثير متغير عدد مرات التعامل على تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمات المقدمة، بينما لم يوجد هذا التأثير بالنسبة لمتغير عدد المصارف المتعامل معها و متغير عدد سنوات التعامل. وأوصت الدراسة بإيلاء أهمية أكبر للجودة المقدمة للخدمات.

دراسة وادي وعاشور (2005) بعنوان "تقييم جودة خدمات المصارف العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر العملاء". هدفت الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر العاملين في الجامعات (العملاء)، وذلك بتطبيق نظرية الفجوة باستخدام مقياس SERVQUAL لقياس الجودة؛ حيث تقوم مشكلة الدراسة على محاولة تقييم جودة الخدمة المصرفية المقدمة؛ من حيث الفرق ما بين ما يتوقعه العملاء من خدمة مصرفية وبين ما يتلقونه فعلاً، تم جمع بيانات البحث باستخدام الاستبيان الذي صممه Parasuraman وآخرون. وقد أمكن جمع 280 استبانة صالحة للتحليل، وأشارت نتائج الدراسة أن هناك فجوة في جميع أبعاد الجودة الخمسة (العناصر الملموسة، الأمان، الاعتمادية، التعاطف، الاستجابة)، وأن توقع العاملين في الجامعات أعلى مما يدركونه حقيقة من خدمة مما يدل على أن هناك مجالاً لتحسين الخدمات المصرفية، وأوصت الدراسة بتحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء، وتفصي أرائهم في الخدمات أولاً بأول.

دراسة جودة والسعدي (2007) بعنوان "قياس مستوى جودة خدمة الإقراض لدى صندوق التنمية والتشغيل من وجهة نظر متلقي الخدمة". هدفت الدراسة إلى قياس مستوى جودة خدمة الإقراض لدى صندوق التنمية والتشغيل من وجهة نظر متلقي الخدمة، والتعرف على الجهود المبذولة لتوفير مقومات الحياة، وتحقيق مستوى معيشي أفضل للفئات الأكثر حرماناً في الأردن، ولتحقيق أهداف الدراسة، تم تطوير استبانة وتم توزيعها على عينة عشوائية من (260) مقترضاً، وأظهرت النتائج وجود مستوى مقبول من جودة خدمة الإقراض لدى صندوق التنمية والتشغيل، ومتغيرات البعد المادي للقرض، والشروط والضمانات المطلوبة، والإجراءات المتبعة، ومعاملة الموظفين، والمرافق والتسهيلات، كما وضحت الدراسة وجود علاقة إيجابية بين العوامل الديمغرافية كالعمر والجنس والتعليم ومجال العمل ونوع القرض وطبيعة المشروع، ومستوى جودة خدمة الإقراض، وأوصت الدراسة بتحسين نوعية الخدمات المقدمة للمقترضين، وتخفيض نسبة القروض.

دراسة الطالب (2010) " قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية (دراسة تحليلية ميدانية). هدف هذا البحث إلى معرفة آراء وتوجهات عملاء البنوك الإسلامية العاملة في الأردن وذلك باستخدام خمسة متغيرات تعبر عن أبعاد الخدمات من وجهة نظر العملاء والتي استخدمت في قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في الأردن. ولذلك فقد تم تصميم استبيان وتم توزيع (400) عميل من عملاء البنك الإسلامي الأردني والبنك العربي الإسلامي الدولي في مدينتي عمان واربد، وقد أشارت النتائج التي توصل إليها البحث إلى الانطباع الإيجابي عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في مجال الجوانب المادية الملموسة والاستجابة والتعاطف. أما في مجال الاعتمادية والأمان فلم تكن بالدرجة التي ترضي العملاء عينة البحث مما يدل على أن البنوك الإسلامية يقع على عاتقها العمل لتحسين هاتين الناحيتين في مجال تقديم الخدمة. وأوصت الدراسة بتحسين جودة الأمان ضمن المصارف الإسلامية ونشر سياسة تلك المصارف بين العملاء.

دراسة درويش والدميري (2010) " تقويم جودة خدمات المصارف العربية العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر العملاء ". هدفت الدراسة إلى تقويم جودة خدمات المصارف العربية العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر العملاء، وكذلك إلى قياس الجودة الكلية لهذه الخدمة، باستخدام مقياس الأداء (SERVPERF) Service Performance بأبعاده الخمسة، والذي يركز على قياس الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للعميل، وحيث تقوم مشكلة الدراسة على محاولة تقويم جودة الخدمة المصرفية للارتقاء بمستوى جودة الخدمة من خلال تلمس جوانب القصور والضعف فيها والمساعدة في تطويرها ودعمها. وقد كشفت نتائج التحليل الإحصائي عن الانطباع الإيجابي عن الجودة الكلية للخدمات المصرفية المقدمة من المصارف العربية العاملة في محافظة القدس وذلك بنسبة 81.3% من العينة، أما من حيث علاقة الأبعاد الخمسة والمكونة لمقياس جودة الخدمات المصرفية مع الجودة الكلية للخدمة المصرفية، فقد أشارت نتائج التحليل إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد الخمسة وبين مستوى الجودة الكلية للخدمة المصرفية، كما أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات عملاء المصارف نحو أبعاد مقياس (SERVPERF) المتعلقة بالعناصر الملموسة تبعاً لاختلاف الجنس والراتب، والمتعلقة بالاعتمادية تبعاً لاختلاف الراتب، وكذلك المتعلقة بالأمان تبعاً للمستوى التعليمي والراتب. وأوصت الدراسة بتقديم تسهيلات أكبر للعملاء في تعاملاتهم مع البنوك.

## 2.4.2. الدراسات الأجنبية:

دراسة أدامز وآلريد (Addams & Allred, 2000): بعنوان " جودة الخدمات في البنوك ومؤسسات الائتمان : ماذا يقول الزبائن؟" تمت الدراسة من خلال توزيع 143 استبانة على البنوك ومؤسسات الائتمان ولقد خلصت الدراسة إلى مؤسسات الائتمان أفضل من البنوك في ( 11 ) من ( 14)سؤال تتعلق بجودة الخدمة المصرفية وهي حرية الدخول للخدمة، المجاملة، الاتصال، المصداقية، الأمن، التعاطف، الأشياء الملموسة، الخدمات الأساسية، العدالة، تعديل الأخطاء، والضمانات . كذلك أظهرت الدراسة أنه لا البنوك ولا مؤسسات الائتمان تقوم بتجديد احتياجات العملاء أو إيقائهم أضف إلى ذلك فإن % 50 من العينة أجاب بأنه أوقف الاستفادة من الخدمة نظرا لضعف الخدمة المقدمة .ومعظم المجيبين ذكروا بأن ذلك بسبب عدم قدرة البنوك على تقديم خدمة وجودة مناسبة.

دراسة يانجي وهينج و هوي (Yanggyi , Hing, & Hui, 2003): بعنوان " دور الخدمات المصرفية في سمعته ". استهدفت الدراسة توضيح الفرق بين جودة الخدمة المصرفية وجودة المنتجات المصرفية ودورهما المختلف في بناء سمعة المصرف. بلغت مفردات عينة الدراسة (350) فردا من عملاء المصارف، تم اختيارهم من خمسة فروع في شمال الصين. أظهرت نتائج الدراسة أن هناك فروقا جوهرية بين جودة الخدمة وجودة المنتجات التي يقدمها المصرف، أيضا أظهرت الدراسة أن كلا من جودة الخدمة وجودة المنتجات لها تأثير جوهري على سمعة المصرف، وقد توصلت الدراسة أيضا إلى أن الأبعاد الخمسة للجودة لها تأثير متفاوت على كل من جودة الخدمة وجودة المنتجات ، فبينما كان للاستجابة والثقة الأثر الأكبر على جودة الخدمات كان للاعتمادية والعناصر الملموسة الأثر الأكبر على جودة المنتجات.

دراسة الزعبي (Zoubi, 2011) بعنوان " آراء وتوقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة المقدمة من شركات الاتصال الخليوي العاملة في الأردن". هدفت الدراسة إلى قياس رأي العميل، وهو الطالب الجامعي في مستوى جودة الخدمة المقدمة من شركات الاتصال الخليوي الالكتروني العاملة في الأردن، وتقوم بالدرجة الأساسية على قياس مستوى إدراكه وتوقعه لجودة الخدمة المقدمة له. وقد تمت تجزئة هذا الهدف إلى أهداف فرعية، هي :تقييم مستوى الإدراك والتوقع لديه بشكل عام عن الخدمات المقدمة، وتقييم مستوى الإدراك والتوقع تجاه جودة كل مكون من مكونات الخدمة، وقياس الفروق إن وجدت بين إدراك الطالب وتوقعاته تجاه جودة الخدمة بناء على متغيرات ديموغرافية منتقاة وتجاه جودة مكوناتها، وقياس العلاقة بين إدراك الطالب وتوقعاته فيما يتعلق بالجودة. وبناء

على أهداف الدراسة وفرضياتها، فقد تم استخدام الأسلوب الوصفي الميداني من خلال توزيع استمارة من تصميم الباحث؛ بهدف جمع المعلومات المطلوبة من عينة من الطلبة من جامعات حكومية وأهلية ممثلة لجميع الجامعات الأردنية، وقد اعتمدت الدراسة في التحليل الإحصائي على الأساليب المناسبة مثل اختبار (ت)، ومعامل ارتباط بيرسون والانحدار وتحليل التباين. وتم فحص الفرضيات بناء على مدى علاقة بعض المتغيرات الديموغرافية كمتغيرات مستقلة مع المتغيرين التابعين، وهما الجودة المدركة والجودة المتوقعة، وقد كانت النتائج كما يأتي : لقد تبني الطلبة الاتجاه الايجابي من حيث الإدراك والتوقع، ووجد أيضا أن هناك علاقة قوية بين المتغيرين المعتمدين : الإدراك والتوقع الأمر الذي قد يفسر مستوى ايجابيا من الرضا عن جودة الخدمة المنتجة، ولكن وجد بأنه ليس هناك فروق مهمة إحصائيا بين المتغيرات الديموغرافية والتابعة باستثناء العمر، الذي أظهر من خلاله الطلبة فروق في الإدراك فقط.

### 3.4.2. التعقيب على الدراسات السابقة:

لقد تنوعت الدراسات السابقة في بحثها للخدمات المصرفية وجودتها، وعلاقتها بمتغيرات أخرى، لما لجودة الخدمات المصرفية من أثر على العملاء وعلى المصارف أيضاً، مما جعل هذه الدراسة تتشابه مع تلك الدراسات، وتختلف معها وفق متغيرات الدراسة.

فقد بحثت دراسات دراسة معلا (1998)، وأبو معمر (2005)، و شعشاعة (2005)، وادي وعاشور (2005)، والطالب (2010)، ودرويش والدميري (2010)، وأدامز وآلريد (Addams and Allred, 2000)، ويانجي وهينج وهوي (Yanggyi , Hing, and Hui, 2003)، والزعبي (Zoubi, 2011) في قياس جودة الخدمات المصرفية وتقييمها من وجهة نظر المستفيدين.

أما دراسات أبو موسى (2000)، وحداد وجودة (2003)، والسرحان (2005)، وسالم، ومسعود (2007)، وأبو منديل (2008)، ودراسة ياسين (2010)، ودراسة حداد والجياشي (2011) فقد بحثت في أثر ظواهر تتعلق بالمصارف مثل جودة الخدمات المصرفية في رضا العملاء أو ولائهم.

وتتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في:

□ قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء.



▣ اهتمامها في قياس أثر جودة الخدمات المصرفية على متغير مرتبط بالعملاء مثل رضاهم أو ولائهم.

▣ دراستها متغيرات مثل جنس العملاء وعمرهم في علاقتها بجودة الخدمات المصرفية أو ولاء العملاء للمصارف.

ولقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في عدد من الأمور، هي:

▣ تعرف طريقة السير في الإطار النظري، وما الموضوعات التي يجب أن يتضمنها مثل الخدمات المصرفية وجودتها، ورضا الزبائن وولائهم.

▣ بناء أداة الدراسة، بما في ذلك مجالات جودة الخدمات المصرفية والفقرات ضمن كل مجال، وكذلك فقرات ولاء العملاء

▣ الوقوف على نتائج الدراسات السابقة التي تتناول مواضيع ذات علاقة بالدراسة الحالية.

وقد تميزت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة في:

▣ بحثها في أثر جودة الخدمات المصرفية على ولاء الزبائن.

▣ تركيزها على المصارف التجارية الفلسطينية.

▣ كون هذه الدراسة هي دراسة مقارنة بين مصرفين.

▣ التطرق إلى أثر متغيرات تصنيفية لم تبحثها دراسات سابقة مثل عدد المعاملات الشهرية والرصيد البنكي، وبحسب رأي الباحث انه لم يجد دراسات سابقة تطرقت الى تلك المتغيرات.

## الفصل الثالث

### منهجية الدراسة وإجراءاتها

من أجل تحقيق هدف الدراسة، وهو تعزيز ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظرهم (دراسة مقارنة البنك العربي وبنك فلسطين)، وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات الديموغرافية، فقد تضمن هذا الفصل وصفا لمنهج الدراسة ومجتمعها وعينتها كما يعطي وصفا مفصلا لأداة الدراسة وصدقها وثباتها، وكذلك إجراءات الدراسة والمعالجة الإحصائية التي استخدمها الباحث في استخلاص نتائج الدراسة وتحليلها.

#### 1.3 منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي، منهجاً للدراسة، والذي يعرف بأنه المنهج الذي يهدف إلى وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها ويعبر عنها تعبيراً كمياً وكيفياً، بحيث يؤدي ذلك إلى الوصول إلى فهم لعلاقات هذه الظاهرة، إضافة إلى الوصول إلى استنتاجات وتعميمات تساعد في تطوير الواقع المدروس، وإيجاد علاقات بين المتغيرات المدروسة.

#### 2.3 مجتمع الدراسة وعينتها وخصائصها

تكون مجتمع الدراسة من جميع زبائن البنك العربي وبنك فلسطين المحدود في محافظات شمال فلسطين، وقد بلغ عددهم (45000) وفق إحصاءات سلطة النقد الفلسطينية في فترة توزيع أداة الدراسة. قد تم اختيار عينة ملائمة متاحة من مجتمع الدراسة، وذلك من توزيع الاستبانة على زبائن البنكين، وقد بلغ حجم العينة (513) زبوناً، تم اختيارهم وفق عدد زبائن البنكين في محافظات

الضفة الغربية، ووُزعت الاستبانات على أفراد العينة في أماكن تواجدهم وأعمالهم، وقد بلغت نسبة عينة الدراسة من المجتمع (1.1%)، وتبين الجداول (1:3-7:3) توزيع عينة الدراسة تبعاً لمتغيراتها التصنيفية. وأما أهم خصائص عينة المبحوثين فتلخصها الجداول أدناه:

### متغير الجنس: خصائص عينة المبحوثين بحسب متغير الجنس يلخصها جدول (1.3)

جدول 1:3: وصف عينة الدراسة تبعاً لمتغير الجنس

النوع	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	345	67.3
أنثى	168	32.7
المجموع	513	100.0

### متغير العمر: خصائص عينة المبحوثين بحسب متغير العمر يلخصها جدول (2.3)

جدول 2:3: وصف عينة الدراسة تبعاً لمتغير العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من 25 سنة	62	12.1
من 25 - 35 سنة	157	30.6
من 36-45 سنة	103	20.1
من 46-55 سنة	132	25.7
أكثر من 55 سنة	59	11.5
المجموع	513	100.0

### متغير مجال العمل: خصائص عينة المبحوثين بحسب متغير مجال العمل يلخصها جدول (3.3)

### متغير الرصيد البنكي: خصائص عينة المبحوثين بحسب متغير الرصيد البنكي يلخصها جدول (4.3)

جدول 3:3: وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير مجال العمل :

النسبة المئوية %	التكرار	مجال العمل
42.5	218	حكومي
30.8	158	قطاع خاص
20.9	107	أعمال حرة
5.8	30	غير ذلك
100.0	101	المجموع

جدول 4:3: وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير الرصيد البنكي

النسبة المئوية %	التكرار	الرصيد البنكي
22.6	116	أقل من 2000 شيكل
43.1	221	3000-2000
17.0	87	4000-3001
17.3	89	أكثر من 4000
100.0	513	المجموع

▣ متغير المستوى التعليمي: خصائص عينة المبحوثين بحسب متغير المستوى التعليمي  
يلخصها جدول (5.3)

جدول 5:3: وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية %	التكرار	المستوى التعليمي
31.0	159	ثانوية عامة فأقل
24.0	123	دبلوم متوسط
28.7	147	بكالوريوس
10.3	53	دبلوم عالي
4.9	25	ماجستير
1.2	6	دكتوراه
100.0	513	المجموع

متغير عدد المعاملات الشهرية: خصائص عينة المبحوثين بحسب متغير المعاملات الشهرية  
يلخصها جدول (6.3)

جدول 6:3: وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير عدد المعاملات الشهرية

عدد المعاملات الشهرية	التكرار	النسبة المئوية %
معاملة واحدة	138	26.9
معاملات (2-3)	220	42.9
(4 معاملات) فأكثر	155	30.2
المجموع	513	100.0

متغير البنك: خصائص عينة المبحوثين بحسب متغير البنك يلخصها جدول (7.3)

جدول 7:3: وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير البنك

البنك	التكرار	النسبة المئوية %
العربي	284	55.4
فلسطين المحدود	229	44.6
المجموع	513	100.0

### 3.3 أداة الدراسة

استخدم الباحث في هذه الدراسة الاستبانة، لأجل تحقيق أهدافها، وفيما يلي وصف لأداة الدراسة

#### 1.3.3. الاستبانة:

بعد إطلاع الباحث على عدد من الدراسات السابقة والأدوات المستخدمة فيها، قام بتطوير استبانته خاصة من أجل استجلاء ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية، وقد تكونت الأداة في صورتها النهائية من ثلاثة أجزاء: الأول تضمن بيانات أولية عن المبحوثين، تمثلت في الجنس، والعمر، ومجال العمل، والرصيد البنكي، والمستوى

التعليمي، وعدد المعاملات الشهرية، والبنك، أما الجزء الثاني فقد تكون من الفقرات التي تقيس تعزيز ولاء الزبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية، وأما الثالث فهو سؤال مفتوح عن مقترحات المبحوثين لتعزيز الولاء من منظور جودة الخدمات المصرفية، وبلغ عدد فقرات أداة الدراسة (53) فقرة، وزعت على محورين وسبعة مجالات، والجدول رقم (8:3) يوضح ذلك:

جدول 8:3: توزيع فقرات أداة الدراسة على المحاور الرئيسية لأداة الدراسة ومجالاتها

الرقم	المجال	عدد الفقرات
1	المجال الأول: العناصر الملموسة	6
2	المجال الثاني: الاعتمادية	7
3	المجال الثالث: سرعة الاستجابة	4
4	المجال الرابع: الأمان	5
5	المجال الخامس: الاهتمام	5
6	المجال السادس: التعامل الاجتماعي	6
	مجموع فقرات جودة الخدمات المصرفية	33
	مجموع فقرات تعزيز الولاء	20

هذا وقد تم تصميم المقياس على أساس مقياس ليكرت خماسي الأبعاد، وقد بُنيت الفقرات بالاتجاه الإيجابي، وصُمم سلم الاستجابة على فقرات أداة الدراسة بحيث أخذت درجة كبيرة جداً (5)، ودرجة كبيرة (4)، ودرجة متوسطة (3)، ودرجة منخفضة (2)، ودرجة منخفضة جداً (1).

### 2.3.3. صدق الاستبانة:

استخدم الباحث صدق المحكمين أو ما يعرف بالصدق المنطقي، وذلك بعرض الاستبانة على (9) محكمين من ذوي الاختصاص (مرفق قائمة بأسماء المحكمين) بهدف التأكد من مناسبة الاستبانة لما أعدت من أجلها وسلامة صياغة الفقرات، وانتماء كل منها للمجال الذي وضعت فيه، وقد بلغت نسبة الاتفاق بين المحكمين على عبارات الاستبانة 75%. ويشير الباحث بأن عدد فقرات الاستبانة بصورتها الأولية قبل عرضها على المحكمين قد بلغ (50) فقرة، إلا أن الباحث أخذ بآراء المحكمين الذين أجمعوا بإضافة متغيري الرصيد البنكي، وعدد المعاملات الشهرية، وضرورة زيادة

عدد الفقرات في بعض المجالات، وحذف فقرات أخرى، وحذف فقرات لا تنتمي إلى المجال التي وضعت فيه، وإعادة صياغة عدد من الفقرات، ليصل عدد فقرات الاستبانة النهائية (53) فقرة.

### 3.3.3. ثبات الاستبانة:

قام الباحث باحتساب الثبات الداخلي للاستبانة ومجالاتها، باستخدام معامل (كرونباخ ألفا) (Cronbach Alpha). والجدول (9:3) يبين معاملات الثبات الداخلي بطريقة كرونباخ ألفا على أبعاد الاستبانة المختلفة ودرجتها الكلية:

جدول 9:3: معاملات الثبات الداخلي بطريقة كرونباخ ألفا على مجالات الاستبانة المختلفة

المجال	قيمة معامل الثبات بطريقة ألفا كرونباخ
المجال الأول: العناصر الملموسة	0.87
المجال الثاني: الاعتمادية	0.82
المجال الثالث: سرعة الاستجابة	0.77
المجال الرابع: الأمان	0.86
المجال الخامس: الاهتمام	0.85
المجال السادس: التعامل الاجتماعي	0.86
الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية	0.96
تعزيز الولاء	0.97

يتضح من الجدول (9:3) أن معاملات الثبات الداخلي لمجالات الاستبانة المختلفة بطريقة كرونباخ ألفا على محاور الاستبانة تراوحت بين (0.82-0.97)، تعكس مدى اتساق فقرات الاستبانة مما يُمكنها من قياس وفحص الأسئلة التي ذهبت إليها الدراسة.

### 4.3 نموذج الدراسة

اشتملت هذه الدراسة على المتغيرات المستقلة والتصنيفية والتابعة التالية:

□ المتغير المستقل : وتمثل في جميع الفقرات التي تقيس استجابات المبحوثين في جودة الخدمات المصرفية (العناصر الملموسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الأمان، الاهتمام، التعامل الاجتماعي).

□ المتغيرات التصنيفية:

- الجنس وله مستويان: (ذكر، أنثى)
- العمر وله خمسة مستويات : (أقل من 25 سنة، من 25-35 سنة، من 36-45 سنة، من 46-55 سنة، أكثر من 55 سنة).
- مجال العمل وله أربعة مستويات : (حكومي، قطاع خاص، أعمال حرة، غير ذلك)
- الرصيد البنكي وله أربعة مستويات : (أقل من 2000 شيكل، 2000-3000 شيكل، 3001-4000 شيكل، أكثر من 4000 شيكل)
- المستوى التعليمي وله ستة مستويات : (ثانوية عامة فأقل، دبلوم متوسط، بكالوريوس، دبلوم عالي، ماجستير، دكتوراه)
- عدد المعاملات الشهرية وله ثلاثة مستويات : (معاملة واحدة، (2-3) معاملات، 4 معاملات فأكثر).
- البنك وله مستويان : (البنك العربي، بنك فلسطين المحدود)

□ المتغير التابع : وتمثل في جميع الفقرات التي تقيس استجابات المبحوثين في ولاء الزبائن (ومكوناته).

### 5.3 خطوات تطبيق الدراسة

قام الباحث بالخطوات الآتية:

- التأكد من صدق وثبات أدوات الدراسة.
- أخذ الإذن الخطي بتوزيع الأداة.
- قام الباحث بتطبيق الاستبانة على أفراد عينة الدراسة، وقبل بدء المبحوثين بتعبئة الاستبانة طلب منهم أن يسجلوا المعلومات العامة في القسم الأول من كل استبانة، ثم وضَّح الباحث



هدف الدراسة، وكيفية الإجابة عن فقراتها ومن ثم أتيحت الفرصة للمبحوثين للإجابة عن الفقرات.

□ تم فرز الاستبانة المستوفية لشروط الاستجابة والصالحة للتحليل، والبالغ عددها (513) استبانة.

□ بعد أن تمت إجراءات تطبيق الاستبانة قام الباحث بتفريغ استجابات المبحوثين تمهيداً لمعالجتها وتحليلها باستخدام الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) بعد استخلاص النتائج، قام الباحث بتفسيرها ومناقشتها، وثم صاغ التوصيات المناسبة.

### 6.3 المعالجات الإحصائية

بعد أن تم جمع البيانات تم إدخالها في الحاسوب ومعالجتها إحصائياً باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وذلك باستخدام المعالجات الإحصائية الآتية:

- المتوسطات الحسابية، والنسب المئوية، والتكرارات.
- فحص ثبات الاستبانة باستخدام معامل كرونباخ ألفا.
- اختبار "ت" للعينات المستقلة (Independent Samples-T-Test) لفحص الفرضيات المتعلقة بمتغيري الجنس والدرجة الوظيفية والمستوى التعليمي والتخصص.
- تحليل التباين الأحادي (One-Way Analysis of Variance) لفحص الفرضيات المتعلقة بمتغيرات العمر، والخبرة الوظيفية، ومكان العمل.
- اختبار شيفيه للمقارنة البعدية (Scheffe Post Hoc Test) بين المتوسطات في الفرضيات التي تم رفضها باستخدام تحليل التباين الأحادي.
- اختبار تحليل الانحدار الخطي المتعدد Multiple Linear Regression لفحص أثر جودة الخدمات المصرفية على تعزيز ولاء الزبائن.

## الفصل الرابع

### نتائج الدراسة ومناقشتها

#### 1.4 نتائج الدراسة

هدفت هذه الدراسة إلى قياس تعزيز ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظرهم، إضافة إلى تحديد أثر كل من متغيرات الجنس، والعمر، ومجال العمل، والرصيد البنكي، والمستوى التعليمي، وعدد المعاملات الشهرية، والبنك، على تعزيز ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية، وبعد عملية جمع البيانات عولجت إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وفيما يلي عرضاً للنتائج التي توصلت إليها الدراسة:

##### 1.1.4. النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الأول:

ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية؟ ويتفرع عنه الأسئلة الفرعية الآتية :

- ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال العناصر الملموسة؟
- ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاعتمادية؟

- ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال سرعة الاستجابة؟
- ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الأمان؟
- ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاهتمام؟
- ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال التعامل الاجتماعي؟

من أجل الإجابة عن السؤال الأول للدراسة، والأسئلة الفرعية المنبثقة عنه، استخدمت المتوسطات الحسابية والنسب المئوية ودرجة الواقع، والجداول (2.4، 3.4، 4.4، 5.4، 6.4، 7.4) تبين ذلك، ولتقدير استجابات المبحوثين على واقع جودة الخدمات المصرفية، فقد استخدم الباحث المعيار الآتي:

جدول 1.4: معيار تقدير استجابات المبحوثين على واقع جودة الخدمات المصرفية

النسبة المئوية	تقدير الواقع
أقل من 50%	منخفض جداً
من 50-59.9%	منخفض
من 60-69.9%	متوسط
من 70-79.9%	مرتفع
80% فأكثر	مرتفع جداً

#### 1.1.1.4. مجال العناصر الملموسة:

ونص السؤال : ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال العناصر الملموسة؟

يتضح من خلال الجدول (2:4) أن واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال العناصر الملموسة، كان مرتفعاً جداً في الفقرات (1، 2، 3، 4، 5، 6)، حيث بلغت النسب المئوية لاستجابات المبحوثين عليها (92.6، 92.8، 93.2، 95.0، 92.6، 92.8، 93.2، 95.0).

92.4، 92.0) على التوالي، أما الدرجة الكلية لمجال العناصر الملموسة، فقد كانت مرتفعة جداً حيث بلغت النسبة المئوية الكلية لاستجابات المبحوثين على هذا المجال (93.0).

جدول 2.4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال العناصر الملموسة مرتبة تنازلياً حسب تقدير الواقع

التسلسل	الرقم في المجال	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير الواقع
1	1	توفر معدات وأجهزة تقنية متطورة.	4.75	0.66	95.0	مرتفع جداً
2	5	مناسبة المظهر العام للبنك لنوعية الخدمات.	4.66	0.77	93.2	مرتفع جداً
3	2	كون الصالات ملائمة وجذابة.	4.64	0.67	92.8	مرتفع جداً
4	3	توفر مرافق صحية.	4.63	0.77	92.6	مرتفع جداً
5	4	تمتع العاملين بحسن الهندام والمظهر.	4.62	0.72	92.4	مرتفع جداً
6	6	مناسبة المظهر العام للبنك لطبيعة الخدمات.	4.60	0.79	92.0	مرتفع جداً
		<b>الدرجة الكلية لمجال العناصر الملموسة</b>	<b>4.65</b>	<b>0.57</b>	<b>93.0</b>	<b>مرتفع جداً</b>

ويمكن تفسير الدرجة المرتفعة جداً لمجال العناصر الملموسة، إلى كون المصارف تتمتع برواق جمالي متناسق، فمراقفه نظيفة وبراقة دائماً، ومعداته وأجهزته حديثة وقلمها تتعطل، وموظفو المصرف يتمتعون بلباس جميل، ويبدو للناظر أن هناك تكاملاً للمصرف مع الموظفين به، بالإضافة إلى وجود بعض العناصر الجمالية مثل اللوحات الجدارية أو الزهور البلاستيكية.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة الطالب (2010) في توفر انطباع إيجابي لدى الزبائن عن الجوانب المادية الملموسة، بينما تختلف مع دراسة شعشاعة (2005) في اعتبار العناصر الملموسة المرتبة الأخيرة في جودة الخدمات المصرفية.

#### 2.1.1.4. مجال الاعتمادية:

ونص السؤال : ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاعتمادية؟

### يشير الجدول 3.4 إلى نتائج الإجابة على السؤال

جدول 3.4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاعتمادية مرتبة تنازلياً حسب تقدير الواقع

التسلسل	الرقم في المجال	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير الواقع
1	1	الالتزام بتنفيذ الأعمال في الأوقات المحددة.	4.63	0.67	92.6	مرتفع جداً
2	6	توفر أنظمة للتوثيق الدقيق.	4.62	0.72	92.4	مرتفع جداً
3	7	توفر أنظمة لحفظ السجلات.	4.55	0.84	91.0	مرتفع جداً
4	5	تقديم الخدمة في المواعيد التي تم تحديدها.	4.53	0.74	90.6	مرتفع جداً
5	2	الاهتمام بمشكلات الزبائن.	4.51	0.67	90.2	مرتفع جداً
6	3	الإجابة عن استفسارات الزبائن.	4.48	0.66	89.6	مرتفع جداً
7	4	الحرص على تقديم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة.	4.41	0.78	88.2	مرتفع جداً
		<b>الدرجة الكلية لمجال الاعتمادية</b>	<b>4.53</b>	<b>0.51</b>	<b>90.6</b>	<b>مرتفع جداً</b>

يتضح من خلال الجدول (3:4) أن واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاعتمادية، كان مرتفعاً جداً في الفقرات (1، 6، 7، 5، 2، 3، 4)، حيث بلغت النسب المئوية لاستجابات المبحوثين عليها (92.6، 92.4، 91.0، 90.6، 90.2، 89.6، 88.2) على التوالي، أما الدرجة الكلية لمجال الاعتمادية فقد كانت مرتفعة جداً حيث بلغت النسبة المئوية الكلية لاستجابات المبحوثين على هذا المجال (90.6).

وتعكس الدرجة المرتفعة جداً لمجال الاعتمادية إلى أن موظفي المصارف يعالجون قضايا الزبائن ويجيبون على أسئلتهم مباشرة دون انتظار إذا توفرت الإجابة، ويبدون استعداداً وتعبيرات لتقديم الإجابات والحلول المقترحة، ويقومون بالاتصال ببعضهم البعض والاستفسار عن قضية الزبون، ولا يمكن تجاهل استخدام التقنية الحديثة التي تمكن من استرداد أو تسجيل المعلومات التي يريدها الزبون بسرعة فائقة.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة شعشاعة (2005) في وجود نسبة أكبر لُبُعد الاعتمادية، وتختلف مع نتائج دراسة الطالب (2010) في انطباع الزبائن السلبي عن الاعتمادية.

#### 3.1.1.4. مجال سرعة الاستجابة:

ونص السؤال : ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال سرعة الاستجابة؟ ويشير الجدول 4.4 إلى نتائج الإجابة على السؤال

جدول 4.4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال سرعة الاستجابة مرتبة تنازلياً حسب تقدير الواقع:

التسلسل	الرقم في المجال	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير الواقع
1	1	إعلام الزبائن بدقة عن موعد تقديم الخدمة.	4.61	0.75	92.2	مرتفع جداً
2	3	الاستعداد الدائم لمساعدة الزبائن.	4.54	0.73	90.8	مرتفع جداً
3	2	تقديم الخدمة بشكل فوري.	4.51	0.72	90.2	مرتفع جداً
4	4	عدم انشغال العاملين عن تلبية الطلبات الفورية للزبائن.	4.48	0.81	89.6	مرتفع جداً
<b>الدرجة الكلية لمجال سرعة الاستجابة</b>						
			<b>4.54</b>	<b>0.58</b>	<b>90.8</b>	<b>مرتفع جداً</b>

يتضح من خلال الجدول (4:4) أن واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال سرعة الاستجابة، كان مرتفعاً جداً في الفقرات (1، 3، 2، 4)، حيث بلغت النسب المئوية لاستجابات المبحوثين عليها (92.2، 90.8، 90.2، 89.6) على التوالي، أما الدرجة الكلية لمجال سرعة الاستجابة، فقد كانت مرتفعة جداً حيث بلغت النسبة المئوية الكلية لاستجابات المبحوثين على هذا المجال (90.8).

ويفسر الباحث الدرجة المرتفعة جداً لمجال سرعة الاستجابة إلى تقديم الخدمات بسرعة إلى الزبائن، وإعلامهم مباشرة عن مسار معاملاتهم أولاً بأول، ومحاولة إنجازها بأقل وقت ممكن. وتتفق نتائج

هذه الدراسة مع نتائج دراسة الطالب (2010) في الانطباع الإيجابي عن سرعة الاستجابة، وتختلف مع نتائج دراسة أبو شيخة (2005) في الاتجاهات السلبية نحو سرعة الاستجابة

#### 4.1.1.4. مجال الأمان:

ونص السؤال : ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الأمان؟ ويشير الجدول 5.4 إلى نتائج الإجابة على السؤال

جدول 5.4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الأمان مرتبة تنازلياً حسب تقدير الواقع:

التسلسل	الرقم في المجال	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير الواقع
1	5	توفر المعرفة الكافية للإجابة على أسئلة الزبائن.	4.66	0.77	93.2	مرتفع جداً
2	2	شعور الزبائن بالأمان في التعامل مع العاملين.	4.64	0.57	92.8	مرتفع جداً
3	4	تمتع العاملين باللباقة.	4.64	0.69	92.8	مرتفع جداً
4	1	سلوك العاملين يُشعر الزبائن بالثقة.	4.58	0.73	91.6	مرتفع جداً
5	3	تمتع العاملين بالأحاسيس الإنسانية.	4.57	0.77	91.4	مرتفع جداً
		الدرجة الكلية لمجال الأمان	<b>4.62</b>	<b>0.57</b>	<b>92.4</b>	مرتفع جداً

يتضح من خلال الجدول (5:4) أن واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الأمان، كان مرتفعاً جداً في الفقرات (5، 2، 4، 1، 2)، حيث بلغت النسب المئوية لاستجابات الباحثين عليها (93.2، 92.8، 92.8، 91.6، 91.4) على التوالي، أما الدرجة الكلية لمجال الأمان، فقد كانت مرتفعة جداً حيث بلغت النسبة المئوية الكلية لاستجابات الباحثين على هذا المجال (92.4). ويعزو الباحث الدرجة المرتفعة جداً لمجال الأمان، إلى حسن معاملة الموظفين للزبائن، والإجابة عن أسئلتهم واستفساراتهم بلطف، واستخدام كلمات دافئة وودية، تُوحي للزبون بالألفة والإنسانية.

وتختلف نتائج هذه الدراسة عن نتائج دراسة الطالب (2010) في عدم وجود انطباع إيجابي لدى الزبائن عن الأمان.

#### 5.1.1.4 مجال الاهتمام

ونص السؤال : ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاهتمام؟ ويشير الجدول 6.4 إلى نتائج الإجابة على السؤال

جدول 6.4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاهتمام مرتبة تنازلياً حسب تقدير الواقع

التسلسل	الرقم في المجال	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير الواقع
1	1	اهتمام العاملين بالزبائن اهتماماً شخصياً.	4.77	0.60	95.4	مرتفع جداً
2	2	ملاءمة ساعات العمل لجميع الزبائن.	4.65	0.72	93.0	مرتفع جداً
3	3	امتلاك العاملين القدرة على الاهتمام الشخصي بالزبائن.	4.65	0.75	93.0	مرتفع جداً
4	5	الدراية باحتياجات الزبائن.	4.64	0.64	92.8	مرتفع جداً
5	4	وضع المصلحة العليا للزبائن نصب العين.	4.53	0.79	90.6	مرتفع جداً
		الدرجة الكلية لمجال الاهتمام	4.65	0.55	93.0	مرتفع جداً

يتضح من خلال الجدول (6:4) أن واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاهتمام، كان مرتفعاً جداً في الفقرات (1، 2، 3، 4، 5)، حيث بلغت النسب المئوية لاستجابات الباحثين عليها (95.4، 93.0، 93.0، 92.8، 90.6) على التوالي، أما الدرجة الكلية لمجال الاهتمام، فقد كانت مرتفعة جداً حيث بلغت النسبة المئوية الكلية لاستجابات الباحثين على هذا المجال (93.0).

ويفسر الباحث الدرجة المرتفعة جداً لمجال الاهتمام، إلى أن البنوك تفتح أبوابها لفترتين أغلب أيام



الأسبوع، مما يوسع من تقديم خدمات للزبائن الذين لا يستطيعون القدوم في الفترة الصباحية، بالإضافة إلى عرض كل البدائل الممكنة للزبون في حال رغبته في الاستفادة من خدمات البنك.

#### 6.1.1.4. مجال التعامل الاجتماعي:

ونص السؤال : ما واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال التعامل الاجتماعي؟ ويشير الجدول 7.4 إلى نتائج الإجابة على السؤال

جدول 7.4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال التعامل الاجتماعي مرتبة تنازلياً حسب تقدير الواقع

التسلسل	الرقم في المجال	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير الواقع
1	1	امتلاك العاملين مهارات الحوار مع الزبائن لتكوين صورة مشرفة عن البنك.	4.61	0.67	92.2	مرتفع جداً
2	2	متابعة البنك حاجات الزبائن باستمرار.	4.57	0.61	91.4	مرتفع جداً
3	3	تقصي البنك تفضيلات الزبائن باستمرار.	4.50	0.70	90.0	مرتفع جداً
4	4	تميز العاملين بحسن الاستماع للزبائن.	4.49	0.63	89.8	مرتفع جداً
5	6	رغبة البنك في بناء علاقات مع الزبائن.	4.48	0.72	89.6	مرتفع جداً
6	5	تركيز البنك على إيجاد نظم تسليم للخدمة ذات صفة شخصية.	4.47	0.73	89.4	مرتفع جداً
		<b>الدرجة الكلية لمجال التعامل الاجتماعي</b>	<b>4.52</b>	<b>0.52</b>	<b>90.4</b>	<b>مرتفع جداً</b>

يتضح من خلال الجدول (7:4) أن واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال التعامل الاجتماعي، كان مرتفعاً جداً في الفقرات (1، 2، 3، 4، 6، 5)، حيث بلغت النسب المئوية لاستجابات المبحوثين عليها (92.2، 91.4، 90.0، 89.8، 89.6، 89.4) على التوالي، أما الدرجة الكلية لمجال التعامل الاجتماعي، فقد كانت مرتفعة جداً حيث بلغت النسبة المئوية الكلية لاستجابات المبحوثين على هذا المجال (90.4). ويعزو الباحث الدرجة المرتفعة جداً لمجال التعامل الاجتماعي، إلى عرض المصارف لكثير من العروض التي

تقابل حاجات الزبائن على مختلف أعمارهم واهتماماتهم، مما يشعر الزبون بأن أحد تلك العروض أو أكثر يناسبه أو قد وُضع لأجله، ويسوق موظفو المصارف تلك العروض بمهارات تسويقية تجعل الزبائن يفتنون بالعرض ويشاركون فيه. ووتنقق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراستي الطالب (2010)، وياسين (2010) في إحساس الزبائن الملموس بتعاطف البنوك معهم.

#### 7.1.1.4. ترتيب المجالات والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية.

يبين الجدول (8:4) ترتيب المجالات والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية

جدول 8.4: ترتيب المجالات والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية:

الترتيب	المجالات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير الواقع
1	العناصر الملموسة	4.65	0.57	93.0	مرتفع جداً
5	الاهتمام	4.65	0.55	93.0	مرتفع جداً
4	الأمان	4.62	0.57	92.4	مرتفع جداً
3	سرعة الاستجابة	4.54	0.58	90.8	مرتفع جداً
2	الاعتمادية	4.53	0.51	90.6	مرتفع جداً
6	التعامل الاجتماعي	4.52	0.52	90.4	مرتفع جداً
	الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية	4.58	0.48	91.6	مرتفع جداً

يتضح من خلال الجدول (8:4) ما يأتي:

□ إن الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، كانت مرتفعة جداً، حيث بلغت النسبة المئوية الكلية لمتوسط استجابات المبحوثين على جميع الفقرات لجميع المجالات (91.6).

□ إن ترتيب المجالات تبعاً لدرجاتها الكلية في واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، كما يأتي:

- المرتبة الأولى: العناصر الملموسة
- المرتبة الأولى: الاهتمام
- المرتبة الثالثة: الأمان
- المرتبة الرابعة: سرعة الاستجابة
- المرتبة الخامسة: الاعتمادية
- المرتبة السادسة: التعامل الاجتماعي

ويفسر الباحث الدرجة المرتفعة جداً لجودة الخدمات المصرفية، إلى كون المصرف مؤسسة متكاملة في المرافق والموظفين والمعاملة، فزبائن المصارف يشعرون باختلاف كبير في بيئاتها، فبمجرد الدخول إلى المصرف، تبدو ظروف المكان مغرية للزبون، بالإضافة إلى النظام والإجراءات السهلة والواضحة التي يتبعها الزبون للوصول إلى الخدمة، وبمجرد البدء بتلقي الخدمة يُقابل الزبون باستقبال لائق واجتماعي من قبل موظف المصرف، والذي يبدو أنه تدرّب جيداً على التعامل مع الزبون، ويؤدي الموظف معاملة الزبون بلباقة وبسرعة ممكنة. كما أنّ العمولة التي تتلقاها المصارف منخفضة، وذلك بضغط من سلطة النقد، وانخفاض العمولة إلى حد منخفض جداً، يُشجّع الزبائن على التعامل مع المصارف.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسات أبو معمر (2005)، وشعشاعة (2005)، وجودة والسعدي (2007)، ودرويش والدميري (2010)، والزعبي (Zoubi, 2011) في توفر مستوى مرتفع من جودة الخدمات المصرفية.

وتختلف مع نتائج دراسات معلا (1998)، وادي وعاشور (2005) وأدامز وآلريد (Addams and Allred, 2000) في الانطباع السلبي عن جودة الخدمات المصرفية.

#### 2.1.4 النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثاني:

ما واقع ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية؟ ويشير الجدول 9.4 إلى نتائج الإجابة على السؤال

جدول 9.4-أ: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية، لواقع ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية مرتبة تنازلياً حسب تقدير الواقع .

التسلسل	الرقم في المجال	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير الواقع
1	1	أفضل التعامل مع هذا البنك.	4.73	0.65	94.6	مرتفع جداً
2	5	أحدثت للآخرين بإيجابية حول البنك الذي أتعامل معه.	4.65	0.82	93.0	مرتفع جداً
3	3	أوصى الآخرين بالتعامل مع هذا البنك.	4.64	0.76	92.8	مرتفع جداً
4	2	أنا على قناعة كبيرة برأيي في التعامل مع هذا البنك.	4.63	0.74	92.6	مرتفع جداً
5	13	يبتبأ البنك بما أحتاجه من خدمات.	4.63	0.77	92.6	مرتفع جداً
6	4	أحتاج إلى سبب كبير لتغيير تعاملي مع هذا البنك.	4.60	0.79	92.0	مرتفع جداً
7	12	يقدم البنك لي أكثر مما أتوقع.	4.58	0.78	91.6	مرتفع جداً
8	14	البنك صادق في تعامله معي.	4.58	0.76	91.6	مرتفع جداً
9	7	لدى النية في الاستمرار بالتعامل في هذا البنك.	4.56	0.84	91.2	مرتفع جداً
10	17	يتعامل البنك مع الزبائن بعدالة.	4.55	0.84	91.0	مرتفع جداً
11	11	يفي البنك بالتزاماته نحوي.	4.53	0.79	90.6	مرتفع جداً
12	8	علاقة البنك معي قوية لدرجة أنني لا أنظر إلى بنك آخر.	4.50	0.85	90.0	مرتفع جداً
13	6	أقوم بالدفاع عن البنك في حالة أي اتهامات توجه ضده.	4.49	0.80	89.8	مرتفع جداً
14	10	يقوم البنك بالتحسين المستمر لخدماته.	4.48	0.81	89.6	مرتفع جداً
15	15	الخدمات التي يقدمها البنك أفضل من البنوك الأخرى.	4.48	0.86	89.6	مرتفع جداً
16	16	يهتم البنك بالشكاوى التي يتقدم بها الزبائن.	4.48	0.90	89.6	مرتفع جداً
17	19	يعد البنك رضا الزبائن أساساً في تعامله معهم.	4.46	0.83	89.2	مرتفع جداً
18	18	يجري البنك دراسات لمعرفة رضا الزبائن.	4.44	0.78	88.8	مرتفع جداً

جدول 9.4-ب: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية، لواقع ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية مرتبة تنازلياً حسب تقدير الواقع .

التسلسل	الرقم في المجال	الفقرة	المتوسط	الانحراف المعياري	النسبة المئوية	تقدير الواقع
19	20	يهتم البنك برأيي عن الخدمة باستمرار.	4.42	0.92	88.4	مرتفع جداً
20	9	يُقدّم البنك لي النصيحة المناسبة.	4.39	0.92	87.8	مرتفع جداً
		الدرجة الكلية لواقع ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية	<b>4.54</b>	<b>0.62</b>	<b>90.8</b>	مرتفع جداً

يتضح من خلال الجدول (9:4) أن درجة واقع ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، كانت مرتفعة جداً على الفقرات (1، 5، 3، 2، 13، 4، 12، 14، 7، 17، 11، 8، 6، 10، 15، 16، 19، 18، 20، 9)، حيث بلغت النسبة المئوية لاستجابات المبحوثين عليها (94.6، 93.0، 92.8، 92.6، 92.6، 92.0، 91.6، 91.6، 91.2، 91.0، 90.6، 90.0، 89.8، 89.6، 89.6، 89.6، 89.2، 88.8، 88.4، 87.8، 87.8) على التوالي، أما الدرجة الكلية لواقع ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، فقد كانت مرتفعة جداً حيث بلغت النسبة المئوية الكلية لاستجابات المبحوثين على هذا المجال (90.8).

ويفسر الباحث الدرجة المرتفعة جداً لولاء الزبائن إلى تعود الزبائن على البنوك التي يتعاملون معها، واستفادة الزبائن من خدمات البنوك، ودعوتهم الآخرين والمعارف لفتح حساباتهم أو تحويلها على البنوك التي يتعاملون معها، ويُضاف لذلك أن معاملة البنك للزبائن لا تفرق بينهم، مما يزيد من رضا الزبائن عن خدمات البنوك.

### 3.1.4. النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثالث:

ما تأثير جودة الخدمات المصرفية على ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية؟ ولمعرفة تأثير جودة الخدمات المصرفية على ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، فقد قام الباحث باستخدام تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Linear Regression) على المتغير (ولاء الزبائن) كمتغير تابع، ومجالات جودة الخدمات المصرفية (العناصر الملموسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الأمان، الاهتمام، التعامل الاجتماعي) كمتغيرات مستقلة، والجدول

(10:4) تبين نتائج الإجابة على سؤال الدراسة.

جدول 10.4 : نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتأثير جودة الخدمات المصرفية على ولاء الزبائن

Adjusted R Square	R Square	R	Sig	قيمة (t)	Std. Error	المعامل (β)	المتغير
0.627	0.631	0.795	0.300	1.038-	0.167	0.174-	(الثابت)
			0.001*	4.202	0.054	0.226	العناصر الملموسة
			0.031*	2.157	0.064	0.137	الاعتمادية
			0.001*	4.657	0.044	0.203	سرعة الاستجابة
			0.751	0.317-	0.068	0.021-	الأمان
			0.001*	6.735	0.055	0.368	الاهتمام
			0.027*	2.222	0.051	0.113	التعامل الاجتماعي

تمثل نتائج الجدول (10.4) المعادلة التي تربط بين ولاء الزبائن، وجودة الخدمات المصرفية، والتي تعبر عن علاقة خطية بين المتغير التابع (ولاء الزبائن)، والمتغيرات المستقلة (مكونات جودة الخدمات المصرفية، وتمثل هذه العلاقة كما يأتي :

ولاء الزبائن =  $0.174 - + 0.226$  العناصر الملموسة +  $0.137$  الاعتمادية +  $0.203$  سرعة الاستجابة -  $0.021$  الأمان +  $0.368$  الاهتمام +  $0.113$  التعامل الاجتماعي

وتشير نتائج الجدول (10.4) إلى وجود علاقة إيجابية دالة بين (ولاء الزبائن)، وبين مجالات جودة الخدمات المصرفية (العناصر الملموسة، والاعتمادية، وسرعة الاستجابة، والاهتمام، والتعامل الاجتماعي)، كما تشير نتائج الجدول (10.4) إلى أن قيمة  $R^2 = 0.631$ ، و المعدلة =  $0.627$ ، وهذا يعني أن جودة الخدمات المصرفية في هذه الدراسة تفسر 62.7% من ولاء الزبائن. ويفسر الباحث العلاقة الإيجابية بين جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن، والأثر الكبير لجودة الخدمات المصرفية على ولاء الزبائن، إلى سعي البنوك إلى تلبية كافة احتياجات الزبائن بأفضل صورة ممكنة وفي أقل وقت وفي ظل ظروف اجتماعية مريحة وفي مكان مناسب مريح للزبون، مما

يجعل الزبون يشعر بأهميته ومكانته لدى البنك، لما يلقاه من عناية واحترام، وهذا يدفع بالزبون إلى تكوين انطباع جيد عن البنك، وتزداد رغبته في التعامل معه، وبالتالي يزداد ولاءه للبنك. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسات أبو موسى (2000)، وحداد وجودة (2003)، وأبو معمر (2005)، والسرحان (2005)، وسالم ومسعود (2007)، وياسين (2010)، وحداد والجياشي (2011)، ويانجي وهينج وهوي (Yanggyi , Hing and Hui, 2003) في أثر جودة الخدمات التي تقدمها البنوك أو الشركات على ولاء الزبائن، ورضاهم.

#### 4.1.4. النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة:

نتائج اختبار الفرضيات ملخصة ادناه:

##### 1.4.1.4. النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير الجنس. ومن أجل فحص الفرضية، استخدم الباحث اختبار (ت) لعينتين مستقلتين (Independent t-test) ونتائج الجدول (11:4) تبين ذلك:

جدول 11.4: نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الجنس :

مستوى الدلالة	(ت) المحسوبة	أنثى (ن=168)		ذكر (ن=345)		الجنس المجال
		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
*0.018	2.364	0.45	4.74	0.62	4.61	العناصر الملموسة
*0.045	2.013	0.43	4.60	0.54	4.50	الاعتمادية
0.758	0.308	0.57	4.52	0.58	4.54	سرعة الاستجابة
0.086	1.719	0.52	4.68	0.59	4.59	الأمان
0.095	1.675	0.52	4.71	0.57	4.62	الاهتمام
0.191	1.310	0.56	4.48	0.50	4.54	التعامل الاجتماعي
0.205	1.269	0.43	4.62	0.50	4.56	الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية
*0.029	2.193	0.60	4.63	0.62	4.50	ولاء الزبائن

\* دال إحصائياً عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )، وبدرجة حرية (511)

يتضح من الجدول (11:4) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \leq \alpha$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير الجنس، في مجالات سرعة الاستجابة، والأمان، والاهتمام، والتعامل الاجتماعي، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، حيث بلغت قيم الدلالة الإحصائية على التوالي (0.758، 0.086، 0.095، 0.191، 0.205)، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \leq \alpha$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير الجنس، في مجالات العناصر الملموسة والاعتمادية، وولاء الزبائن، حيث بلغت قيم الدلالة الإحصائية على التوالي (0.018، 0.045، 0.029)، وهذه الفروق هي لصالح الإناث.

ويفسر الباحث عدم وجود فروق جوهرية في جودة الخدمات المصرفية، إلى عناية البنك واهتمامه الكبير بزبائنه، وعدم تفرقه بين الزبائن على أساس جنسهم، فالخدمات التي تقدمها البنوك لا تفرق بين ذكر أو أنثى. بينما يفسر البنك وجود فروق جوهرية في مجالات العناصر الملموسة والاعتمادية وولاء الزبائن، ولصالح الإناث، ربما يعود إلى أن الإناث أكثر ملاحظة للعناصر الخارجية التي تكون مظهر البنك، كما أنهن قد يتأثرن أكثر بالمعاملة الجيدة والسرعة التي تُتجز بها المعاملات، مما يُشكل رضا أكثر وولاء أعمق للبنك.

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة جودة والسعدي (2007) في وجود فرق في ولاء العملاء تبعاً لجنسهم، وتتفق مع نتائج دراسة درويش والدميري (2010) في وجود فرق في مجال العناصر الملموسة وفق جنس الزبون. وتختلف مع نتائج دراسات حداد وجواد (2003)، وأبو منديل (2008) في جودة الخدمات المصرفية، وتختلف مع نتائج دراسة ياسين (2010) في عدم وجود فرق في ولاء العملاء يُعزى لجنسهم.

#### 2.4.1.4. النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \leq \alpha$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير العمر. ومن أجل فحص الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية تبعاً لمتغير العمر، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)



للتعرف على دلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير العمر، والجدولان (12:4) و(13:4) تبين ذلك:

جدول 12.4-أ: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر	المجال
0.60	4.41	62	أقل من 25 سنة	العناصر الملموسة
0.71	4.61	157	من 25 - 35 سنة	
0.30	4.84	103	من 36-45 سنة	
0.54	4.60	132	من 46-55 سنة	
0.44	4.79	59	أكثر من 55 سنة	
0.43	4.59	62	أقل من 25 سنة	الاعتمادية
0.56	4.52	157	من 25 - 35 سنة	
0.39	4.61	103	من 36-45 سنة	
0.55	4.49	132	من 46-55 سنة	
0.52	4.48	59	أكثر من 55 سنة	
0.63	4.36	62	أقل من 25 سنة	سرعة الاستجابة
0.62	4.56	157	من 25 - 35 سنة	
0.36	4.75	103	من 36-45 سنة	
0.55	4.44	132	من 46-55 سنة	
0.67	4.48	59	أكثر من 55 سنة	
0.47	4.63	62	أقل من 25 سنة	الأمان
0.64	4.59	157	من 25 - 35 سنة	
0.47	4.69	103	من 36-45 سنة	
0.57	4.57	132	من 46-55 سنة	
0.59	4.66	59	أكثر من 55 سنة	
0.54	4.55	62	أقل من 25 سنة	الاهتمام
0.50	4.73	157	من 25 - 35 سنة	
0.51	4.68	103	من 36-45 سنة	
0.58	4.61	132	من 46-55 سنة	
0.66	4.55	59	أكثر من 55 سنة	

جدول 12.4-ب: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	العمر	المجال
0.53	4.45	62	أقل من 25 سنة	التعامل الاجتماعي
0.50	4.62	157	من 25 - 35 سنة	
0.42	4.68	103	من 36-45 سنة	
0.57	4.35	132	من 46-55 سنة	
0.48	4.42	59	أكثر من 55 سنة	
0.41	4.50	62	أقل من 25 سنة	الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية
0.51	4.60	157	من 25 - 35 سنة	
0.37	4.70	103	من 36-45 سنة	
0.51	4.51	132	من 46-55 سنة	
0.48	4.56	59	أكثر من 55 سنة	
0.82	4.42	62	أقل من 25 سنة	ولاء الزبائن
0.58	4.54	157	من 25 - 35 سنة	
0.63	4.51	103	من 36-45 سنة	
0.56	4.57	132	من 46-55 سنة	
0.58	4.64	59	أكثر من 55 سنة	

جدول 13.4-أ: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر:

المجال	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
العناصر الملموسة	بين المجموعات	8.677	4	2.169	6.907	*0.0001
	داخل المجموعات	159.565	508	0.314		
	المجموع	168.242	512			
الاعتمادية	بين المجموعات	1.260	4	0.315	1.223	0.300
	داخل المجموعات	130.859	508	0.258		
	المجموع	132.118	512			

جدول 13.4-ب: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر:

المجال	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
سرعة الاستجابة	بين المجموعات	8.099	4	2.025	6.324	*0.0001
	داخل المجموعات	162.645	508	0.320		
	المجموع	170.743	512			
الأمان	بين المجموعات	1.111	4	0.278	0.866	0.484
	داخل المجموعات	162.837	508	0.321		
	المجموع	163.948	512			
الاهتمام	بين المجموعات	2.516	4	0.629	2.082	0.082
	داخل المجموعات	153.523	508	0.302		
	المجموع	156.039	512			
التعامل الاجتماعي	بين المجموعات	8.840	4	2.210	8.575	*0.0001
	داخل المجموعات	130.917	508	0.258		
	المجموع	139.757	512			
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	2.684	4	0.671	3.018	*0.018
	داخل المجموعات	112.930	508	0.222		
	المجموع	115.614	512			
ولاء الزبائن	بين المجموعات	1.642	4	0.410	1.075	0.368
	داخل المجموعات	193.996	508	0.382		
	المجموع	195.638	512			

\*دال إحصائيا عند مستوى (0.05 ≤ □)

يتضح من الجدول (13:4) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05 ≤ α) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجالات الاعتمادية، والأمان، والاهتمام، وولاء الزبائن، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة المحسوبة على التوالي (0.368، 0.082، 0.484، 0.300).

بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العامة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجالات العناصر الملموسة، وسرعة الاستجابة، والتعامل الاجتماعي، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة المحسوبة على التوالي (0.0001، 0.0001، 0.0001، 0.018)، ولتعرف مصدر الفروق، فقد استخدم الباحث اختبار شيفيه للمقارنة البعدية Scheffe Post Hoc Test، والجدول (14.4) يبين نتائج المقارنة

جدول 14.4-أ: نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات العناصر الملموسة، وسرعة الاستجابة، والتعامل الاجتماعي، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية وفق متغير العمر

المجال	العمر	المتوسط	أقل من 25 سنة	من 25 - 35 سنة	من 36 - 45 سنة	من 46 - 55 سنة	أكثر من 55 سنة
العناصر الملموسة	أقل من 25 سنة	4.41		0.194-	-	0.190-	*0.371-
	من 25 - 35 سنة	4.61			*0.228	0.005	0.177-
	من 36 - 45 سنة	4.84				*0.223	0.051
	من 46 - 55 سنة	4.60					<b>0.182-</b>
	أكثر من 55 سنة	4.79					
سرعة الاستجابة	أقل من 25 سنة	4.36		0.203-	-	0.084-	0.120-
	من 25 - 35 سنة	4.56			0.188-	0.119	0.083
	من 36 - 45 سنة	4.75				*0.307	0.271
	من 46 - 55 سنة	4.44					0.036-
	أكثر من 55 سنة	4.48					
التعامل الاجتماعي	أقل من 25 سنة	4.45		0.168-	0.231-	0.097	0.036
	من 25 - 35 سنة	4.62			0.063-	*0.265	0.205
	من 36 - 45 سنة	4.68				*0.328	*0.268
	من 46 - 55 سنة	4.35					0.060-
	أكثر من 55 سنة	4.42					

جدول 14.4-أ: نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات العناصر الملموسة، وسرعة الاستجابة، والتعامل الاجتماعي، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية وفق متغير العمر

المجال	العمر	المتوسط	أقل من 25 سنة	من 25 - 35 سنة	من 36-45 سنة	من 46-55 سنة	أكثر من 55 سنة
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	أقل من 25 سنة	4.50		0.097-	0.199-	0.005-	0.058-
	من 25 - 35 سنة	4.60			0.103-	0.092	0.039
	من 36-45 سنة	4.70				*0.195	0.142
	من 46-55 سنة	4.51					0.053-
	أكثر من 55 سنة	4.56					

\*دال إحصائية عند مستوى (0.05 ≤ α)

يشير الجدول (4 : 14) إلى:

□ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجال العناصر الملموسة، بين فئتي العمر (أقل من 25)، و(36-45)، ولصالح فئة العمر (36-45).

□ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجال العناصر الملموسة، بين فئتي العمر (أقل من 25)، و(أكثر من 55)، ولصالح فئة العمر (أكثر من 55).

□ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجال العناصر الملموسة، بين فئتي العمر (25-35)، و(36-45)، ولصالح فئة العمر (36-45).

□ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في

الصفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجال العناصر الملموسة، بين فئتي العمر (36-45) و (46-55)، ولصالح فئة العمر (36-45).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجال سرعة الاستجابة، بين فئتي العمر (أقل من 25)، و (36-45)، ولصالح فئة العمر (36-45).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجال سرعة الاستجابة، بين فئتي العمر (36-45) و (46-55)، ولصالح فئة العمر (36-45).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجال التعامل الاجتماعي، بين فئتي العمر (25-35) و (46-55)، ولصالح فئة العمر (25-35).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجال التعامل الاجتماعي، بين فئتي العمر (36-45) و (46-55)، ولصالح فئة العمر (36-45).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في مجال التعامل الاجتماعي، بين فئتي العمر (36-45) و (أكثر من 55)، ولصالح فئة العمر (36-45).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر، في الدرجة الكلية لواقع الخدمات المصرفية، بين فئتي العمر (36-45)، و (46-55)، ولصالح فئة العمر (36-45).

ويفسر الباحث وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية، ولصالح الفئة الأكبر عمراً، ربما إلى خبرتهم الواسعة في التعامل مع البنوك، والألفة التي نشأت مع مرور الوقت، وربما يشعرون بشدة الاحترام الذي يتلقونه في البنك.

وتتفق النتائج مع نتائج دراستي جودة والسعدي (2007)، و الزعبي (Zoubi, 2011) في وجود فروق جوهرية في جودة الخدمات المصرفية وفق العمر. وتتفق أيضاً مع نتائج دراستي أبو مندیل (2008) وياسين (2010) الى عدم وجود فروق في ولاء الزبائن بالنسبة لأعمارهم. وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة حداد وجودة (2003) في اختلاف ولاء العملاء بالنسبة لأعمارهم.

#### 3.4.1.4. النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل. ومن أجل فحص الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية تبعا لمتغير مجال العمل، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي ( One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير مجال العمل، والجدولان (15:4) و(16:4) يبينان ذلك:

جدول 15.4-أ: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل:

المجال	مجال العمل	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
العناصر الملموسة	حكومي	218	4.59	0.65
	قطاع خاص	158	4.66	0.57
	أعمال حرة	107	4.73	0.39
	غير ذلك	30	4.73	0.55
الاعتمادية	حكومي	218	4.51	0.57
	قطاع خاص	158	4.53	0.47
	أعمال حرة	107	4.56	0.40
	غير ذلك	30	4.60	0.53
سرعة الاستجابة	حكومي	218	4.43	0.64
	قطاع خاص	158	4.59	0.56
	أعمال حرة	107	4.63	0.42
	غير ذلك	30	4.65	0.56

جدول 15.4-ب: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل:

المجال	مجال العمل	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الأمان	حكومي	218	4.59	0.62
	قطاع خاص	158	4.65	0.54
	أعمال حرة	107	4.60	0.50
	غير ذلك	30	4.75	0.53
الاهتمام	حكومي	218	4.67	0.51
	قطاع خاص	158	4.65	0.63
	أعمال حرة	107	4.57	0.53
	غير ذلك	30	4.79	0.51
التعامل الاجتماعي	حكومي	218	4.59	0.49
	قطاع خاص	158	4.44	0.59
	أعمال حرة	107	4.43	0.44
	غير ذلك	30	4.72	0.53
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	حكومي	218	4.57	0.50
	قطاع خاص	158	4.58	0.49
	أعمال حرة	107	4.58	0.39
	غير ذلك	30	4.70	0.50
ولاء الزبائن	حكومي	218	4.55	0.59
	قطاع خاص	158	4.52	0.61
	أعمال حرة	107	4.57	0.56
	غير ذلك	30	4.47	0.97

يتضح من الجدول (16.4) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \leq \alpha$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل، في مجالات العناصر الملموسة، والاعتمادية، والأمان، والاهتمام، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة المحسوبة على التوالي (0.163، 0.758، 0.453، 0.230، 0.535، 0.861)، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $0.05 \leq \alpha$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في



المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل، في مجالي سرعة الاستجابة، والتعامل الاجتماعي، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة المحسوبة على التوالي (0.004، 0.002)، ولتعرف مصدر الفروق، فقد استخدم الباحث اختبار شيفيه للمقارنة البعدية Scheffe Post Hoc Test، والجدول (4. 17) يبين نتائج المقارنة

جدول 16.4-أ: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل

المجال	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
العناصر الملموسة	بين المجموعات	1.683	3	0.561	1.715	0.163
	داخل المجموعات	166.559	509	0.327		
	المجموع	168.242	512			
الاعتمادية	بين المجموعات	0.305	3	0.102	0.393	0.758
	داخل المجموعات	131.813	509	0.259		
	المجموع	132.118	512			
سرعة الاستجابة	بين المجموعات	4.339	3	1.446	4.424	*0.004
	داخل المجموعات	166.405	509	0.327		
	المجموع	170.743	512			
الأمان	بين المجموعات	0.842	3	0.281	0.876	0.453
	داخل المجموعات	163.106	509	0.320		
	المجموع	163.948	512			
الاهتمام	بين المجموعات	1.313	3	0.438	1.440	0.230
	داخل المجموعات	154.726	509	0.304		
	المجموع	156.039	512			
التعامل الاجتماعي	بين المجموعات	4.042	3	1.347	5.053	*0.002
	داخل المجموعات	135.716	509	267.		
	المجموع	139.757	512			
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	0.495	3	0.165	0.729	0.535
	داخل المجموعات	115.119	509	0.226		
	المجموع	115.614	512			

جدول 16.4-أ: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل

المجال	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
ولاء الزبائن	بين المجموعات	0.288	3	0.096	0.250	0.861
	داخل المجموعات	195.350	509	0.384		
	المجموع	195.638	512			

\*دال إحصائيا عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )

جدول 17.4: نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالي سرعة الاستجابة، والتعامل الاجتماعي وفق متغير مجال العمل

المجال	مجال العمل	المتوسط	حكومي	قطاع خاص	أعمال حرة	غير ذلك
سرعة الاستجابة	حكومي	4.43		0.162-	-	0.220-
	قطاع خاص	4.59			0.041-	0.058-
	أعمال حرة	4.63				0.017-
	غير ذلك	4.65				
التعامل الاجتماعي	حكومي	4.59		0.148	0.156	0.131-
	قطاع خاص	4.44			0.008	0.279-
	أعمال حرة	4.43				*0.288-
	غير ذلك	4.72				

\*دال إحصائيا عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )

يشير الجدول (17. 4) إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل، في مجال سرعة الاستجابة، بين مجالي العمل الحكومي والأعمال الحرة، ولصالح الأعمال الحرة.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل، في مجال التعامل الاجتماعي، بين مجالي الأعمال الحرة وغير ذلك، ولصالح غير ذلك.

ويفسر الباحث عدم وجود فروق جوهرية في جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن وفق مجال العمل، إلى رعاية البنك لزيائنه كافة، وتقديم الخدمات لكل من يحتاجها بغض النظر عن طلبها.

ويفسر الباحث وجود فروق جوهرية في مجال سرعة الاستجابة، ولصالح الأعمال الحرة، أن هذه الفئة غالباً ما يكون لها مسار خاص في البنك، لتسريع أعمالهم خاصة فيما يتعلق بإيداع الشيكات أو سحبها، إذ أن طبيعة عملهم تحتاج إلى سرعة في إنجاز مثل تلك المعاملات.

ويفسر الباحث وجود فروق جوهرية في مجال التعامل الاجتماعي، ولصالح فئة (غير ذلك)، ربما إلى كون تلك الفئة قد تأتي للبنوك ربما من استلام رواتب مخصصة مثل تلك الرواتب المخصصة للحالات الاجتماعية أو البطالة، وهذا قد يشعرهم بتعاطف موظفي البنك معهم.

وتتفق نتيجة هذه الدراسة مع نتائج دراسة حداد وجودة (2003) في عدم وجود اختلاف في ولاء الزبائن وفق طبيعة العمل. وتختلف مع نتائج دراسة جودة والسعدي (2007) في وجود اختلاف في جودة الخدمات المصرفية وفق مجال العمل

#### 4.4.1.4. النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي.

ومن أجل فحص الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية تبعاً لمتغير الرصيد البنكي، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف

التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير الرصيد البنكي، والجدولان (18:4) و(19:4) يبينان ذلك:

جدول 18.4-أ: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي:

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الرصيد البنكي	المجال
0.64	4.48	116	أقل من 2000	العناصر الملموسة
0.62	4.69	221	2000-3000	
0.16	4.93	87	3001-4000	
0.50	4.49	89	أكثر من 4000	
0.53	4.47	116	أقل من 2000	الاعتمادية
0.54	4.54	221	2000-3000	
0.28	4.76	87	3001-4000	
0.49	4.37	89	أكثر من 4000	
0.70	4.30	116	أقل من 2000	سرعة الاستجابة
0.52	4.56	221	2000-3000	
0.27	4.89	87	3001-4000	
0.58	4.43	89	أكثر من 4000	
0.62	4.48	116	أقل من 2000	الأمان
0.59	4.66	221	2000-3000	
0.19	4.91	87	3001-4000	
0.53	4.40	89	أكثر من 4000	
0.67	4.48	116	أقل من 2000	الاهتمام
0.49	4.74	221	2000-3000	
0.19	4.94	87	3001-4000	
0.56	4.34	89	أكثر من 4000	
0.64	4.38	116	أقل من 2000	التعامل الاجتماعي
0.50	4.57	221	2000-3000	
0.26	4.83	87	3001-4000	
0.40	4.29	89	أكثر من 4000	
0.54	4.44	116	أقل من 2000	الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية
0.47	4.62	221	2000-3000	
0.17	4.87	87	3001-4000	
0.44	4.38	89	أكثر من 4000	

جدول 18.4-أ: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى للرصيد البنكي:

المجال	الرصيد البنكي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ولاء الزبائن	أقل من 2000	116	4.28	0.80
	2000-3000	221	4.65	0.48
	3001-4000	87	4.82	0.48
	أكثر من 4000	89	4.34	0.59

جدول 19.4-أ: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي

المجال	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط الانحراف	ف"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
العناصر الملموسة	بين المجموعات	13.187	3	4.396	14.430	*0.0001
	داخل المجموعات	155.055	509	0.305		
	المجموع	168.242	512			
الاعتمادية	بين المجموعات	7.350	3	2.4500	9.995	*0.0001
	داخل المجموعات	124.768	509	0.245		
	المجموع	132.118	512			
سرعة الاستجابة	بين المجموعات	18.321	3	6.107	20.394	*0.0001
	داخل المجموعات	152.422	509	0.299		
	المجموع	170.743	512			
الأمان	بين المجموعات	14.501	3	4.834	16.463	*0.0001
	داخل المجموعات	149.447	509	0.294		
	المجموع	163.948	512			
الاهتمام	بين المجموعات	20.811	3	6.937	26.111	*0.0001
	داخل المجموعات	135.228	509	0.266		
	المجموع	156.039	512			
التعامل الاجتماعي	بين المجموعات	16.099	3	5.366	22.089	*0.0001
	داخل المجموعات	123.658	509	0.243		
	المجموع	139.757	512			

جدول 19.4-ب: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي.

المجال	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	13.542	3	4.514	22.509	*0.0001
	داخل المجموعات	102.072	509	0.201		
	المجموع	115.614	512			
ولاء الزبائن	بين المجموعات	20.798	3	6.933	20.182	*0.0001
	داخل المجموعات	174.840	509	0.343		
	المجموع	195.638	512			

\*دال إحصائيا عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )

يتضح من الجدول (19:4) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجالات العناصر الملموسة، والاعتمادية، وسرعة الاستجابة، والأمان، والاهتمام، والتعامل الاجتماعي، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة المحسوبة على التوالي (0.0001، 0.0001، 0.0001، 0.0001، 0.0001، 0.0001، 0.0001، 0.0001)، ولتعرف مصدر الفروق، فقد استخدم الباحث اختبار شيفيه للمقارنة البعدية Scheffe Post Hoc Test، والجدول (4 : 20) يبين نتائج المقارنة

جدول 20.4-أ: نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن، وفق متغير الرصيد البنكي

المجال	الرصيد البنكي	المتوسط	أقل من 2000	-2000 3000	-3001 4000	أكثر من 4000
العناصر الملموسة	أقل من 2000	4.48		*0.215-	-	0.014-
	2000-3000	4.69			*0.243	*0.202
	3001-4000	4.93				*0.444
	أكثر من 4000	4.49				

جدول 20.4-ب: نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن، وفق متغير الرصيد البنكي

المجال	الرصيد البنكي	المتوسط	أقل من 2000	-2000 3000	-3001 4000	أكثر من 4000
الاعتمادية	أقل من 2000	4.47		0.071-	- *0.290	0.101
	3000-2000	4.54			- *0.219	0.172
	4000-3001	4.76				*0.319
	أكثر من 4000	4.37				
سرعة الاستجابة	أقل من 2000	4.30		*0.255-	- *0.587	0.126-
	3000-2000	4.56			- *0.332	0.129
	4000-3001	4.89				*0.461
	أكثر من 4000	4.43				
الأمان	أقل من 2000	4.48		*0.182-	- *0.432	0.083
	3000-2000	4.66			- *0.249	*0.266
	4000-3001	4.91				*0.515
	أكثر من 4000	4.40				
الاهتمام	أقل من 2000	4.48		*0.259-	- *0.451	0.145
	3000-2000	4.74			- *0.192	*0.405
	4000-3001	4.94				*0.596
	أكثر من 4000	4.34				
التعامل الاجتماعي	أقل من 2000	4.38		*0.192-	- *0.453	0.090
	3000-2000	4.57			- *0.261	*0.282
	4000-3001	4.83				*0.543

				4.29	أكثر من 4000	
0.055	- *0.432	*0.187-		4.44	أقل من 2000	الدرجة الكلية
*0.242	- *0.245			4.62	3000-2000	لواقع جودة الخدمات المصرفية
*0.487				4.87	4000-3001	
				4.38	أكثر من 4000	
0.064-	- *0.539	*0.372-		4.28	أقل من 2000	ولاء الزبائن
*0.308	0.166-			4.65	3000-2000	
*0.475				4.82	4000-3001	
				4.34	أكثر من 4000	

\*دال إحصائيا عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )

يشير الجدول (20.4) إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال العناصر الملموسة، بين (أقل من 2000) و(3000-2000)، ولصالح (3000-2000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال العناصر الملموسة، بين (أقل من 2000) و(4000-3001)، ولصالح (4000-3001).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال العناصر الملموسة، بين (2000-3000) و(4000-3001)، ولصالح (4000-3001).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال العناصر الملموسة، بين (2000-3000) و(أكثر من 4000)، ولصالح (3000-2000).



وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال العناصر الملموسة، بين (3001-4000) و (أكثر من 4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الاعتمادية، بين (أقل من 2000) و (3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الاعتمادية، بين (2000-3000) و (3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الاعتمادية، بين (3001-4000) و (أكثر من 4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال سرعة الاستجابة، بين (أقل من 2000) و (2000-3000)، ولصالح (2000-3000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال سرعة الاستجابة، بين (أقل من 2000) و (3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال سرعة الاستجابة، بين (2000-3000) و (3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في

الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال سرعة الاستجابة، بين (3001-3000-4000) و(أكثر من 4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الأمان، بين (أقل من 2000) و(3000-2000)، ولصالح (3000-2000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الأمان، بين (أقل من 2000) و(3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الأمان، بين (3000-2000) و(3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الأمان، بين (3000-2000) و(أكثر من 4000)، ولصالح (3000-2000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الأمان، بين (3001-4000) و(أكثر من 4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الاهتمام، بين (أقل من 2000) و(3000-2000)، ولصالح (3000-2000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الاهتمام، بين (أقل من 2000) و(3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الاهتمام، بين (2000-3000) و(3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الاهتمام، بين (2000-3000) و(أكثر من 4000)، ولصالح (3000-2000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال الاهتمام، بين (3001-4000) و(أكثر من 4000)، ولصالح (4000-3001).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال التعامل الاجتماعي، بين (أقل من 2000) و(3000-2000)، ولصالح (3000-2000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال التعامل الاجتماعي، بين (أقل من 2000) و(3001-4000)، ولصالح (4000-3001).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال التعامل الاجتماعي، بين (2000-3000) و(3001-4000)، ولصالح (4000-3001).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال التعامل الاجتماعي، بين (2000-3000) و(أكثر من 4000)، ولصالح (3000-2000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في

الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في مجال التعامل الاجتماعي، بين (3001-4000-3000) و (أكثر من 4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، بين (أقل من 2000) و (3000-2000)، ولصالح (3000-2000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، بين (أقل من 2000) و (3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، بين (3000-2000) و (3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، بين (3000-2000) و (أكثر من 4000)، ولصالح (3000-2000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، بين (3001-4000) و (أكثر من 4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في واقع ولاء الزبائن، بين (أقل من 2000) و (3000-2000)، ولصالح (3000-2000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في واقع ولاء الزبائن، بين (أقل من 2000) و (3001-4000)، ولصالح (3001-4000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في واقع ولاء الزبائن، بين (2000-3000) و (أكثر من 4000)، ولصالح (2000-3000).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي، في واقع ولاء الزبائن، بين (3001-4000) و (أكثر من 4000)، ولصالح (3001-4000).

ويفسر الباحث وجود فروق جوهرية في جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن وفق الرصيد البنكي، ولصالح الفئات متوسطة الرصيد تقريباً، بأن هذه الفئات هي تقريباً من الموظفين الحكوميين، والذي يعتبرون ذلك الرصيد على أنه الدخل، واستحقاقه بسرعة وبلطف من قبل موظفي البنك، يجعل تقدير الموظف للبنك أعلى وكذلك ولاءه. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة درويش والدميري (2010) في وجود اختلاف في جودة الخدمات المصرفية وفق الراتب أو الدخل، كما تتفق مع نتائج دراسات حداد وجودة (2003) وأبو منديل (2008)، وياسين (2010) في وجود اختلاف في ولاء العملاء وفق اختلاف رواتبهم أو دخلهم الشهري.

#### 5.4.1.4. النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير المستوى التعليمي. ومن أجل فحص الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العامة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير المستوى التعليمي، والجدولان (21:4) و (22:4) يبينان ذلك:

جدول 21.4-أ: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي

المجال	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
العناصر الملموسة	ثانوية عامة فأقل	159	4.68	0.50
	دبلوم متوسط	123	4.66	0.48
	بكالوريوس	147	4.57	0.75
	دبلوم عالي	53	4.68	0.49
	ماجستير	25	4.70	0.42
	دكتوراه	6	5.00	0.00
الاعتمادية	ثانوية عامة فأقل	159	4.62	0.38
	دبلوم متوسط	123	4.57	0.47
	بكالوريوس	147	4.44	0.62
	دبلوم عالي	53	4.46	0.60
	ماجستير	25	4.48	0.42
	دكتوراه	6	4.71	0.22

جدول 21.4-ب: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي

المجال	المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
سرعة الاستجابة	ثانوية عامة فأقل	159	4.48	0.50
	دبلوم متوسط	123	4.67	0.40
	بكالوريوس	147	4.46	0.71
	دبلوم عالي	53	4.49	0.77
	ماجستير	25	4.64	0.28
	دكتوراه	6	4.83	0.13
الأمان	ثانوية عامة فأقل	159	4.71	0.44
	دبلوم متوسط	123	4.74	0.34
	بكالوريوس	147	4.40	0.76
	دبلوم عالي	53	4.65	0.65
	ماجستير	25	4.54	0.33

0.00	5.00	6	دكتوراه	الاهتمام
0.48	4.69	159	ثانوية عامة فأقل	
0.32	4.78	123	دبلوم متوسط	
0.65	4.57	147	بكالوريوس	
0.81	4.51	53	دبلوم عالي	
0.48	4.50	25	ماجستير	
0.31	4.60	6	دكتوراه	
0.48	4.50	159	ثانوية عامة فأقل	التعامل الاجتماعي
0.44	4.61	123	دبلوم متوسط	
0.63	4.47	147	بكالوريوس	
0.55	4.57	53	دبلوم عالي	
0.36	4.51	25	ماجستير	
0.17	4.22	6	دكتوراه	
0.38	4.62	159	ثانوية عامة فأقل	
0.31	4.66	123	دبلوم متوسط	الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية
0.63	4.49	147	بكالوريوس	
0.59	4.56	53	دبلوم عالي	

جدول 21.4-ج: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	المستوى التعليمي	المجال
0.35	4.56	25	ماجستير	الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات
0.02	4.72	6	دكتوراه	
0.64	4.44	159	ثانوية عامة فأقل	ولاء الزبائن
0.39	4.66	123	دبلوم متوسط	
0.72	4.51	147	بكالوريوس	
0.71	4.43	53	دبلوم عالي	
0.32	4.86	25	ماجستير	
0.00	5.00	6	دكتوراه	

جدول 22.4-أ: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي:

المجال	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
العناصر الملموسة	بين المجموعات	1.940	5	0.388	1.183	0.316
	داخل المجموعات	166.302	507	0.328		
	المجموع	168.242	512			
الاعتمادية	بين المجموعات	3.159	5	0.632	2.484	*0.031
	داخل المجموعات	128.960	507	0.254		
	المجموع	132.118	512			
سرعة الاستجابة	بين المجموعات	4.572	5	0.914	2.790	*0.017
	داخل المجموعات	166.171	507	0.328		
	المجموع	170.743	512			
الأمان	بين المجموعات	10.960	5	2.192	7.264	*0.0001
	داخل المجموعات	152.988	507	0.302		
	المجموع	163.948	512			



جدول 22.4-ب: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي:

المجال	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
الاهتمام	بين المجموعات	4.964	5	0.993	3.332	*0.006
	داخل المجموعات	151.075	507	0.298		
	المجموع	156.039	512			
التعامل الاجتماعي	بين المجموعات	2.014	5	0.403	1.483	0.194
	داخل المجموعات	137.743	507	0.272		
	المجموع	139.757	512			
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	2.494	5	0.499	2.236	*0.050
	داخل المجموعات	113.120	507	0.223		
	المجموع	115.614	512			
ولاء الزبائن	بين المجموعات	8.217	5	1.643	4.446	*0.001
	داخل المجموعات	187.421	507	0.370		
	المجموع	195.638	512			

\*دال إحصائياً عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )

يتضح من الجدول (22:4) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجالي العناصر الملموسة، والتعامل الاجتماعي، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة المحسوبة على التوالي (0.316، 0.194)، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجالات الاعتمادية، وسرعة الاستجابة، والأمان، والاهتمام، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة المحسوبة على التوالي (0.031، 0.017، 0.0001، 0.006، 0.050، 0.001)، ولتعرف مصدر الفروق، فقد استخدم الباحث اختبار شيفيه للمقارنة البعدية Scheffe Post Hoc Test، والجدول (4 : 23) يبين نتائج المقارنة.

جدول 23.4-أ: نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات الاعتمادية وسرعة الاستجابة، والأمان والاهتمام، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، وفق متغير المستوى التعليمي:

المجال	المستوى التعليمي	المتوسط	1	2	3	4	5	6
الاعتمادية	ثانوية عامة فأقل (1)	4.62		0.053	0.179	0.164	0.139	0.095-
	دبلوم متوسط (2)	4.57			0.125	0.110	0.086	0.149-
	بكالوريوس (3)	4.44				0.015-	0.040-	*0.274-
	دبلوم عالي (4)	4.46					0.024-	*0.259-
	ماجستير (5)	4.48						*0.234-
	دكتوراه (6)	4.71						
سرعة الاستجابة	ثانوية عامة فأقل (1)	4.48		0.191-	0.025	0.006-	0.156-	*0.349-
	دبلوم متوسط (2)	4.67			0.216	0.184	0.035	0.159-
	بكالوريوس (3)	4.46				0.031-	0.181-	*0.374-
	دبلوم عالي (4)	4.49					0.149-	*0.343-
	ماجستير (5)	4.64						0.193-
	دكتوراه (6)	4.83						
الأمان	ثانوية عامة فأقل (1)	4.71		0.026-	*0.308	0.067	0.168	0.288-
	دبلوم متوسط (2)	4.74			*0.334	0.093	0.194	0.262-
	بكالوريوس (3)	4.40				0.241-	0.140-	*0.596-

جدول 23.4-ب: نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات الاعتمادية وسرعة الاستجابة، والأمان والاهتمام، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، وفق متغير المستوى التعليمي:

المجال	المستوى التعليمي	المتوسط	1	2	3	4	5	6
الأمان	دبلوم عالي (4)	4.65					0.101	*0.355-
	ماجستير (5)	4.54						*0.456-
	دكتوراه (6)	5.00						
الاهتمام	ثانوية عامة فأقل (1)	4.69		0.098-	0.117	0.176	0.182	0.086
	دبلوم متوسط (2)	4.78			0.215	0.274	*0.280	0.184
	بكالوريوس (3)	4.57				0.059	0.065	0.031-
	دبلوم عالي (4)	4.51					0.005	0.091-
	ماجستير (5)	4.50						0.096-
	دكتوراه (6)	4.60						
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	ثانوية عامة فأقل (1)	4.62		0.047-	0.130	0.059	0.057	0.101-
	دبلوم متوسط (2)	4.66			0.177	0.105	0.104	0.054-
	بكالوريوس (3)	4.49				0.071-	0.073-	*0.231-
	دبلوم عالي (4)	4.56					0.001-	0.160-
	ماجستير (5)	4.56						0.158-
	دكتوراه (6)	4.72						

جدول 23.4-ج: نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات الاعتمادية وسرعة الاستجابة، والأمان والاهتمام، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، وفق متغير المستوى التعليمي:

المجال	المستوى التعليمي	المتوسط	1	2	3	4	5	6
ولاء الزبائن	ثانوية عامة فأقل (1)	4.44		0.227-	0.076-	0.008	*0.426-	*0.562-
	دبلوم متوسط (2)	4.66			0.151	0.235	0.199-	*0.335-
	بكالوريوس (3)	4.51				0.085	0.350	*0.486-
	دبلوم عالي (4)	4.43					0.435-	*0.571-
	ماجستير (5)	4.86						0.136-
	دكتوراه (6)	5.00						

\*دال إحصائياً عند مستوى (0.05 ≤ □)

يشير الجدول (4 : 23) إلى:

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال الاعتمادية، بين البكالوريوس والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال الاعتمادية، بين الدبلوم العالي والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال الاعتمادية، بين الماجستير والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال سرعة الاستجابة، بين دبلوم ثانوية عامة فأقل والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال سرعة الاستجابة، بين البكالوريوس والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال سرعة الاستجابة، بين الدبلوم العالي والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال الأمان، بين ثانوية عامة فأقل وبكالوريوس، ولصالح ثانوية عامة فأقل.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال الأمان، بين دبلوم متوسط، وبكالوريوس، ولصالح دبلوم متوسط.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال الأمان، بين البكالوريوس والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال الأمان، بين الدبلوم العالي والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال الأمان، بين الماجستير والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في مجال الاهتمام، بين دبلوم متوسط والماجستير، ولصالح دبلوم متوسط.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، بين البكالوريوس والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في ولاء الزبائن، بين ثانوية عامة فأقل، وماجستير، ولصالح ماجستير.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في

الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في ولاء الزبائن، بين ثانوية عامة فأقل،  
ودكتوراه، ولصالح دكتوراه.

□ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات  
المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في  
الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في ولاء الزبائن، بين دبلوم متوسط،  
والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

□ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات  
المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في  
الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في ولاء الزبائن، بين البكالوريوس  
والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

□ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات  
المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في  
الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي، في ولاء الزبائن، بين الدبلوم العالي  
والدكتوراه، ولصالح الدكتوراه.

ويفسر الباحث وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن،  
ولصالح حملة الدكتوراه، ربما إلى الاحترام البالغ والتعامل الراقي الذي يلقاه حملة الدكتوراه في  
البنوك، وإلى اعتبارهم نخبة فكرية قيادية، وربما قد يكون موظفو البنك كانوا طلبة على مقاعد  
الدراسة، وتعلموا عند أولئك حملة الدكتوراه، مما يدعو إلى استقبالهم بحفاوة وزيادة الاهتمام بهم.  
وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة جودة والسعدي (2007) في وجود فرق في جودة  
الخدمات وفق مستوى التعليم، وتتفق كذلك مع نتائج دراسة أبو منديل (2008) في اختلاف ولاء  
الزبائن باختلاف مؤهلاتهم العلمية.

وتختلف نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراستي حداد وجودة (2003) وياسين (2010) في عدم  
وجود اختلاف في ولاء العملاء وفق مستواهم التعليمي.

#### 6.4.1.4. النتائج المتعلقة بالفرضية السادسة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات  
المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة

في الضفة الغربية، تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية. ومن أجل فحص الفرضية تم استخراج المتوسطات الحسابية تبعاً لمتغير عدد المعاملات الشهرية، ومن ثم استخدم تحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA) للتعرف على دلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، والجدولان (24:4) و(25:4) يبينان ذلك:

جدول 24.4-أ: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية

المجال	عدد المعاملات الشهرية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
العناصر الملموسة	معاملة واحدة	138	4.52	0.55
	معاملات (3-2)	220	4.71	0.57
	(4 معاملات) فأكثر	155	4.67	0.59
الاعتمادية	معاملة واحدة	138	4.46	0.54
	معاملات (3-2)	220	4.56	0.49
	(4 معاملات) فأكثر	155	4.55	0.51
سرعة الاستجابة	معاملة واحدة	138	4.42	0.62
	معاملات (3-2)	220	4.56	0.52
	(4 معاملات) فأكثر	155	4.60	0.61
الأمان	معاملة واحدة	138	4.58	0.52
	معاملات (3-2)	220	4.64	0.55
	(4 معاملات) فأكثر	155	4.63	0.63
الاهتمام	معاملة واحدة	138	4.56	0.54
	معاملات (3-2)	220	4.77	0.46
	(4 معاملات) فأكثر	155	4.56	0.65
التعامل الاجتماعي	معاملة واحدة	138	4.50	0.47
	معاملات (3-2)	220	4.58	0.47
	(4 معاملات) فأكثر	155	4.45	0.62
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	معاملة واحدة	138	4.51	0.44
	معاملات (3-2)	220	4.64	0.43
	(4 معاملات) فأكثر	155	4.57	0.55



جدول 24.4-ب: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية

المجال	عدد المعاملات الشهرية	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
ولاء الزبائن	معاملة واحدة	138	4.42	0.75
	معاملات (2-3)	220	4.64	0.47
	معاملات (4) فأكثر	155	4.51	0.65

جدول 25.4-أ: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية:

المجال	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
العناصر الملموسة	بين المجموعات	3.131	2	1.565	4.835	*0.008
	داخل المجموعات	165.112	510	0.324		
	المجموع	168.242	512			
الاعتمادية	بين المجموعات	0.902	2	0.451	1.752	0.174
	داخل المجموعات	131.217	510	0.257		
	المجموع	132.118	512			
سرعة الاستجابة	بين المجموعات	2.500	2	1.250	3.790	*0.023
	داخل المجموعات	168.243	510	0.330		
	المجموع	170.743	512			
الأمان	بين المجموعات	0.312	2	0.156	0.487	0.615
	داخل المجموعات	163.635	510	0.321		
	المجموع	163.948	512			
الاهتمام	بين المجموعات	5.439	2	2.720	9.210	*0.0001
	داخل المجموعات	150.600	510	0.295		
	المجموع	156.039	512			
التعامل الاجتماعي	بين المجموعات	1.633	2	0.816	3.015	*0.050
	داخل المجموعات	138.124	510	0.271		
	المجموع	139.757	512			

جدول 25.4-ب: نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية:

المجال	مصدر التباين	مجموع مربعات الانحراف	درجات الحرية	متوسط الانحراف	"ف" المحسوبة	مستوى الدلالة
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	1.424	2	0.712	3.179	*0.042
	داخل المجموعات	114.190	510	0.224		
	المجموع	115.614	512			
ولاء الزبائن	بين المجموعات	4.479	2	2.2400	5.975	*0.003
	داخل المجموعات	191.159	510	0.375		
	المجموع	195.638	512			

\*دال إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$

يتضح من الجدول (25:4) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$  في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، في مجال الاعتمادية والأمان، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة المحسوبة على التوالي  $(0.174, 0.615)$ ، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$  في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، في مجالات العناصر الملموسة، وسرعة الاستجابة، والاهتمام، والتعامل الاجتماعي، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، حيث بلغت قيم مستوى الدلالة المحسوبة على التوالي  $(0.008, 0.023, 0.0001)$ ، ولتعرف مصدر الفروق، فقد استخدم الباحث اختبار شيفيه للمقارنة البعدية Scheffe Post Hoc Test، والجدول (4 : 26) يبين نتائج المقارنة.

يشير الجدول (26.4) إلى:

□ وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$  في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، في مجال العناصر الملموسة، بين

معاملة واحدة، و(3-2) معاملات، ولصالح (3-2) معاملات.

جدول 26.4: نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات العناصر الملموسة، وسرعة الاستجابة، والاهتمام، والتعامل الاجتماعي، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، وفق متغير عدد المعاملات الشهرية:

المجال	عدد المعاملات الشهرية	المتوسط	معاملة واحدة	(3-2) معاملات	(4 معاملات) فأكثر
العناصر الملموسة	معاملة واحدة	4.52		*0.189-	0.148-
	(3-2) معاملات	4.71			0.041
	(4 معاملات) فأكثر	4.67			
سرعة الاستجابة	معاملة واحدة	4.42		0.142-	*0.173-
	(3-2) معاملات	4.56			0.032-
	(4 معاملات) فأكثر	4.60			
الاهتمام	معاملة واحدة	4.56		*0.211-	0.006-
	(3-2) معاملات	4.77			*0.205
	(4 معاملات) فأكثر	4.56			
التعامل الاجتماعي	معاملة واحدة	4.50		0.085-	0.045
	(3-2) معاملات	4.58			*0.130
	(4 معاملات) فأكثر	4.45			
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية	معاملة واحدة	4.51		*0.129-	0.067-
	(3-2) معاملات	4.64			0.062
	(4 معاملات) فأكثر	4.57			
ولاء الزبائن	معاملة واحدة	4.42		*0.224-	0.090-
	(3-2) معاملات	4.64			0.133
	(4 معاملات) فأكثر	4.51			

\*دال إحصائية عند مستوى (0.05 ≤ α)

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، في مجال سرعة الاستجابة، بين معاملة واحدة، و(4 معاملات فأكثر)، ولصالح (4 معاملات فأكثر).

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، في مجال الاهتمام، بين معاملة واحدة، و(3-2) معاملات، ولصالح (3-2) معاملات.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، في مجال الاهتمام، بين (3-2) معاملات و(4 معاملات فأكثر)، ولصالح (3-2) معاملات.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، في مجال التعامل الاجتماعي، بين (3-2) معاملات و(4 معاملات فأكثر)، ولصالح (3-2) معاملات.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، في الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، بين معاملة واحدة، و(3-2) معاملات، ولصالح (3-2) معاملات.

وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية، في ولاء الزبائن، بين معاملة واحدة، و(3-2) معاملات، ولصالح (3-2) معاملات.

ويفسر الباحث وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية، ولصالح الذين ينجزون معاملتين أو ثلاث معاملات شهرياً، ربما إلى كون هذه الفئة قد تأتي إلى المصارف في فترات غير فترة الضغط (فترة الرواتب)، مما يعني أن بيئة المصارف تكون أكثر هدوء والموظفون لا يعانون من ضغط، وهذا يكون اهتمام وعناية أكبر بتلك الفئة من المعاملات. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة شعشاعة (2005) في تأثير عدد مرات التعامل مع المصرف على تقييم العملاء لجودة الخدمات المصرفية.

#### 7.4.1.4 النتائج المتعلقة بالفرضية السابعة:

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العامة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المصرف. ومن أجل فحص الفرضية، استخدم الباحث اختبار (ت) لمجموعتين مستقلتين (Independent t-test) ونتائج الجدول (27:4) تبين ذلك:

جدول 27.4: نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير البنك:

المجال	البنك	البنك العربي (ن=284)		بنك فلسطين المحدود (ن=229)		مستوى الدلالة
		المتوسط	الانحراف	المتوسط	الانحراف	
العناصر الملموسة		4.69	0.53	4.60	0.62	0.080
الاعتمادية		4.59	0.46	4.47	0.55	*0.008
سرعة الاستجابة		4.57	0.50	4.50	0.66	0.165
الأمان		4.68	0.48	4.54	0.56	*0.006
الاهتمام		4.74	0.40	4.53	0.68	*0.0001
التعامل الاجتماعي		4.57	0.47	4.46	0.58	*0.012
الدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية		4.64	0.39	4.51	0.56	*0.003
ولاء الزبائن		4.61	0.49	4.45	0.74	*0.002

\* دال إحصائياً عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ )، وبدرجة حرية (511)

يتضح من الجدول (27:4) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العامة في الضفة الغربية، تعزى لمتغير المصرف، في مجالي العناصر الملموسة وسرعة الاستجابة، حيث بلغت قيم الدلالة الإحصائية على التوالي (0.080، 0.165)، بينما توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) في متوسطات إجابات المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العامة في

الضفة الغربية، تعزى لمتغير المصرف، في مجالات الاعتمادية والأمان، والاهتمام، والتعامل الاجتماعي، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، حيث بلغت قيم الدلالة الإحصائية على التوالي (0.008، 0.006، 0.0001، 0.012، 0.003، 0.002)، وهذه الفروق هي لصالح البنك العربي. ويفسر الباحث وجود فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن، ولصالح البنك العربي، ربما يعود إلى الخبرة الكبيرة التي يتمتع بها البنك العربي في التعامل مع الزبائن، وكثرة الخدمات التي يقدمها وتنوع تلك الخدمات، بالإضافة إلى كونه مصرفاً ذا فروع كثيرة وفي مناطق مختلفة، مما يُسهل تقديم الخدمات لعدد كبير من الزبائن في ظل قربهم من أماكن سكنهم، وليس بغريب أن يكون البنك العربي هو البنك الأكبر عدداً في زبائنه. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع نتائج دراسة سالم ومسعود (2007) في اختلاف ولاء العملاء وفق المؤسسة التي يتعاملون معها.

#### 5.1.4 النتائج المتعلقة بالسؤال المفتوح:

□ أولاً: ما هي مقترحاتك لتعزيز الولاء من منظور جودة الخدمات المصرفية؟ استجاب (208) مبحوثاً على السؤال المفتوح، وقد تم تصنيف استجاباتهم كما في الجدول 28.4 :

جدول 28.4 : تكرارات مقترحات المبحوثين لتعزيز الولاء من جودة الخدمات المصرفية

التكرار	المقترح
97	تقديم خدمات ترضي جميع الزبائن بطريقة سهلة
112	التعامل مع الزبائن بعدالة أكثر
57	اهتمام المصرف بالموظفين ومراقبتهم حتى يتم تقديم أفضل الخدمات
83	تحسين الخدمات المتعلقة بالقروض
45	زيادة عدد الصناديق
73	استمرار تواصل البنك والزبون على نشرات أو رسائل SMS
26	إجراء الدراسات والأبحاث التي يقوم بها البنك لتحسين خدماته
78	العمل على زيادة الحوافز التشجيعية للزبائن
83	الاهتمام بالعملاء من ناحية الوقت
116	توفير التسهيلات للموظفين الحكوميين والسماح بنظام السلفات لهم
68	توفير أنظمة معينة وتنوعات سريعة لمساعدة الزبائن أثناء الازدحام
39	توفير مرافق صحية

ويفسر الباحث هذه المقترحات التي اقترحها الزبائن رغم تمتع المصارف بجودة مرتفعة جداً في خدماتها المصرفية إلى حرص الزبائن على المصارف التي يتعاملون معها، وكذلك الرغبة في أن تقدم المصارف خدمات أفضل في ظروف معينة، خاصة في فترة ضغط الرواتب، مما يدفع بالزبائن إلى انتظار أكبر من المعهود، سواء في صفوف الانتظار في المصرف أو أمام الصرافات الآلية، ويتلزم هذا الانتظار في المصرف مع عدم استخدام المرافق الصحية، مما يتطلب وجود مرافق صحية خاصة بالزبائن، كما أن عدداً من الصرافات الآلية ينتهي رصيدها خلال صرف الراتب الشهري، مما يدفع بالزبائن إلى الضجر، أو قد يتعطل الصراف الآلي في فترة إغلاق أبواب المصرف، وهذا كله يجعل الزبون يطالب بخدمات أحسن.

ويرى الباحث أنّ هناك اتفاقاً بين مقترحات المبحوثين ونتائج أسئلة الدراسة، إذ يميل الزبائن إلى رؤية المصارف التي يتعاملون معها بصورة أفضل، وذلك لأجل تلبية رغباتهم، وقضاء حوائجهم.

## الفصل الخامس

### استنتاجات الدراسة وتوصياتها

هدفت هذه الدراسة إلى تعزيز ولاء الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظرهم (دراسة مقارنة بين البنك العربي وبنك فلسطين)، وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات الديموغرافية، وبعد عملية جمع البيانات عولجت إحصائياً باستخدام برنامج الرزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، وفي ضوء ما أنت به الدراسة من نتائج، فيورد الباحث استنتاجات الدراسة، والتوصيات المقترحة في ضوء نتائج الدراسة واستنتاجاتها.

### 1.5 ملخص نتائج الدراسة

أشارت نتائج الدراسة إلى توفر مستوى مرتفع جداً من جودة خدمات مصرفية، وكذلك مستوى ولاء مرتفع جداً لولاء زبائن البنكين العربي وفلسطين لهما، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أثر كبير لجودة الخدمات المصرفية على ولاء الزبائن. وأظهرت نتائج فرضيات الدراسة أثر متغيراتها على استجابات المبحوثين في جودة الخدمات المصرفية ومستوى ولائهم.

### 2.5 استنتاجات الدراسة

خرجت الدراسة بالاستنتاجات الآتية :

□ هناك درجة عالية جداً من ولاء الزبائن للمصارف التجارية.



- يتوفر مستوى مرتفع جداً من جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الفلسطينية ممثلة بالبنك العربي وبنك فلسطين.
- تؤثر جودة الخدمات المصرفية تأثيراً كبيراً في ولاء الزبائن لمصارفها.
- يزداد رضا الزبون عن المصرف، كلما شعر الزبون بأهميته عند تعامله مع المصرف.
- تسعى المصارف إلى تقديم خدمات متنوعة لزبائنهم، بما يحقق حاجاتهم ورغباتهم.
- يرى زبائن المصارف أنّ هناك حاجة لزيادة عدد من الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف، ليتم مراعاة الوقت الذي يحتاجه الزبون للخدمة وكذلك مراعاة مكان تواجده وسكنه.

### 3.5 توصيات الدراسة

في ضوء ما أنتت به الدراسة من نتائج واستنتاجات، فإن الباحث يوصي بما يأتي :

- تأسيس فروع أو أجهزة صراف آلي في مناطق ذات تجمعات سكانية وبعيدة عن مركز المصارف، لما في ذلك من تسهيل لخدمة عدد كبير من الزبائن.
- زيادة عدد الموظفين وصناديق الصرف لحظات الزيادة الكبيرة في عدد الزبائن، بما يساعد في تقديم خدمة أسرع، ومراعاة أفضل لوقت الزبون.
- إنشاء مرافق صحية تتعلق بالزبائن.
- تقديم الخدمات المصرفية بشكل إلكتروني، كي يستطيع الزبون التعامل مع المصرف والإطلاع على حساباته ومعاملاته وقت احتياجه ذلك.
- ان تقوم المصارف باجراء دراسات تتعلق بمستوى رضا الزبائن عن مستوى الخدمات المصرفية، بالإضافة إلى دراسة حاجات الزبائن وتفضيلاتهم.
- تحسين خدمات القروض والتخفيف من نسبة الضرائب المترتبة على ذلك.

## المراجع

### المراجع العربية

- أبو شيخة، ن. (2005). إدراك عملاء شركة الاتصالات الأردنية لجودة خدماتها "، مجلة " الاقتصاد والإدارة "، كلية الاقتصاد والإدارة، جامعة الملك عبد العزيز المجلد (19)، العدد الثاني.
- أبو معمر، ف. (2005). قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة. مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية) المجلد الثالث عشر، العدد الأول، ص 77 - 105.
- أبو منديل، م. (2008). "واقع استخدام المزيج التسويقي و أثره على ولاء الزبائن دراسة حالة شركة الاتصالات الفلسطينية (من وجهة نظر الزبائن في قطاع غزة)". رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية، غزة.
- أبو موسى، ر. (2000). "أثر جودة الخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الأردنية" رسالة ماجستير. جامعة آل البيت، المفرق. الأردن.
- أحمد، أ. (2001). تسويق الخدمات المصرفية : مدخل نظري تطبيقي. دار البركة، عمان، الأردن.
- إدريس، ث. (1996). قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت. المجلة العربية للعلوم الإدارية، المجلد 4، العدد 1، ص 52-68
- البساط، هـ. (1988). الاتجاهات الحديثة في التسويق المصرفي. اتحاد المصارف العربية.
- جودة، ج.، والسعدي، ب. (2007). قياس مستوى جودة خدمة الإقراض لدى صندوق التنمية والتشغيل من وجهة نظر متلقي الخدمة. المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية. 10(2). ص 283 - 302.
- حداد، ش. والجياشي، ع. (2011). معايير اختيار الوكالة الإعلانية وانعكاساتها على رضا منظمات الأعمال (دراسة ميدانية على قطاع شركات الاتصالات الخلوية في الأردن). قسم التسويق/ كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية- جامعة العلوم التطبيقية الخاصة.

- ▣ حداد، ش. وجوده، م. (2003)، "أثر دوافع تعامل العملاء مع المصارف التجارية على درجة ولائهم لها - دراسة ميدانية على عملاء المصارف التجارية في الأردن"، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، العلوم الإنسانية، المجلد السادس، العدد الثاني، ص ص 1-23.
- ▣ الحداد، ع. (1991). تحليل إدراك عملاء وموظفي البنوك لمستوى الخدمات المصرفية، دراسة ميدانية بالتطبيق على البنوك المصرية، المجلة العلمية لكلية التجارة، جامعة أسيوط، العدد 11، ص ص 36-52.
- ▣ درويش، م والدميري، ا. (2010). تقويم جودة خدمات المصارف العربية العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر العملاء. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات. العدد الثامن عشر، ص ص 11-42.
- ▣ دوبينز، ل وكرافورد، ك. (1997). إدارة الجودة والتقدم والحكمة وفلسفة ديمينج. ترجمة حسين عبد الواحد، الجمعية المصرية لنشر المعرفة، القاهرة، مصر.
- ▣ السرحان، ع. (2005). دور الابتكار والإبداع التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الأردنية. أطروحة دكتوراه. جامعة عمان العربية للدراسات العليا. عمان، الأردن.
- ▣ السيد، ع. (2003). تسويق الخدمات المصرفية: الأسس والتطبيق العملي في البنوك. اتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان.
- ▣ شعشاعة، ح. (2005). قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود من وجهة نظر العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة.
- ▣ الطالب، ص. (2010). قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية (دراسة تحليلية ميدانية). كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية. جامعة جرش الأهلية.
- ▣ معلا، ن. (1998) : قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن. دراسة ميدانية، مجلة الدراسات العلوم الإدارية ، العدد 25
- ▣ معلا، ن. (1994). أصول التسويق المصرفي. مطابع الصفوة، عمان، الأردن.
- ▣ مور و.، ومور، م.، هـ. (1991). حلقات الجودة تغيير انطباعات الأفراد في العمل. ترجمة زين العابدين عبد الرحمن الحفظي. معهد الإدارة العامة، الرياض.
- ▣ النعسة، و. (2011). التسويق المصرفي. دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، ط1. عمان، الأردن.

□ وادي، ر. وعاشور، ي. (2005). تقويم جودة خدمات المصارف العربية العاملة في قطاع غزة من وجهة نظر العملاء. مجلة جامعة الأزهر. ص ص 1-21.

□ ياسين، م. (2010). واقع ممارسات التسويق بالعلاقات وأثرها في بناء الولاء كما يراها عملاء البنوك التجارية في محافظة إربد. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة اليرموك.

#### المراجع الأجنبية

- Al-Hawari, M., Hartely, N., & Ward, T., (2005). Measuring Banks' Automated Service Quality: A Confirmatory Factor Analysis Approach. **Marketing Bulletin**, 2005, 16, Article 1.
- Allred, A.T. and Addams, H.L. (2000), "Service quality at banks and credit union: what do their customers say?", **International Journal of Bank Marketing**, 18(4), pp. 200-207.
- Casalo L V, Flavian C and Guinaliu M .2010. Relationship Quality, Community promotion And Brand Loyalty In Virtual Communities: Evidence From Free Software Communities. International. **Journal of Information Management**, pp.1-11.
- Cronin, J. J., and Taylor, S. A. (2002), Measuring service quality : A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56 (July). 55-68.
- David L., & Bitta, A. (1993). **Consumer Behavior** (4th ed.). McGraw Hill, USA.
- Lovelock, .C. (2002). **Service Marketing: People, Technology, Strategy**, Prentice-Hall NJ, P. 407.
- Mary J.,, Bernard H., & Mohr. A (2000), "Critical Service Encounters: The Employee's View," **Journal of Marketing**, 58, 95-106.
- Meidan, A., (1994). **Bank Marketing Management**. Photostatting, Hong Kong.
- Mokhtar, S. (2011).The Relationship Between Service Quality and Satisfaction on Customer Loyalty in Malaysian Mobile Communication Industry. **School of Doctoral Studies (European Union) Journal**. (2011).
- Ndubisi, N., (2011). Relationship marketing and customer loyalty. **Marketing Intelligence & Planning**, 25(1), 98-106.
- Rust, T & keiningham, I., (2002). Return on Quality : Marketing services Quality Financially Accountable. **Journal of Marketing**, V59.
- Stephen W.; Teresa A. . (2003). A Gap Analysis of Professional Service Quality. **Journal of Marketing**, (53) 2. pp. 92-98.

- ▮ Taylor, S. & Thomas L. Baker (1994), "An Assessment of the Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers' Purchase Intentions," **Journal of Retailing**, 70(2), 163-178.
- ▮ Uncles, M.D., Dowling, G.R., & Hammound, K. (2003). "Customer Loyalty and Customer Loyalty Programs", **Journal of Consumer Marketing**, Vol. 20, No. 4, pp.294-316.
- ▮ Wong Y H, Chan R Y.K, Ngai E.W.T and, Oswald P.(2009). Is Customer Loyalty Vulnerability Based? An Empirical Study Of A Chinese Capital-Intensive Manufacturing Industry. **Industrial Marketing Management**, Vol.38, pp.83-93.
- ▮ Zeithaml , P. & Berry, M., (2000). **Delivering Quality Service : Balancing Customer Perceptions and Expectations** , The free Press, New York.
- ▮ Zeithaml, V. A., Bitner, M. & Gremler, D. D. (2006), "**Services Marketing**", 4th Edition, McGraw Hill.
- ▮ Zoubi, F., (2011). Consumers' Perceptions and Expectations of Mobile Services Quality Provided by the Mobile Companies in Jordan. **Jordan Journal of Business Administration**, 7(1), 179-207.

#### الصفحات الإلكترونية :

- ▮ الموقع الرسمي لسلطة النقد الفلسطينية [www.pma.ps](http://www.pma.ps) بتاريخ 10-1-2012.
- ▮ الموقع الإلكتروني للبنك العربي في فلسطين [www.arabbank.ps](http://www.arabbank.ps) بتاريخ 5-2-2012.
- ▮ الموقع الإلكتروني لبنك فلسطين [www.bankofpalestine.com](http://www.bankofpalestine.com) بتاريخ 6-2-2012.

ملحق 1.3: أسماء المحكمين

الاسم	الجامعة
د. سهير الشوملي	جامعة القدس المفتوحة
د. زياد قنّام	جامعة القدس - أبو ديس
أ.د. طارق الحاج	جامعة النجاح الوطنية
د. عمر أبو عيدة	جامعة القدس المفتوحة
د.سام فقها	جامعة النجاح
د.معتصم مسعود	جامعة النجاح
د.نور ابو الرب	الجامعة العربية الامريكية
د.رائد السعد	الجامعة العربية الامريكية
د.خالد الصويص	جامعة فلسطين التقنية



حضرة الزبون المحترم  
تحية طيبة وبعد،،،

يقوم الباحث بدراسة حول

" نحو تعزيز ولاء زبائن المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية من منظور  
جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظرهم (دراسة مقارنة البنك العربي  
وبنك فلسطين) "

وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في برنامج التنمية المستدامة  
تخصص بناء المؤسسات وإدارة الموارد البشرية في جامعة القدس، ولتحقيق هدف  
الدراسة، فقد قام الباحث بإعداد استبانة معتمداً على الإطار النظري والدراسات السابقة،  
يُرجى التكرم بتعبئتها، علماً بأن الاستجابات ستُعامل بموثوقية وسرية، ولن تُستخدم إلا  
لأغراض البحث العلمي.

شاكراً لكم حسن تعاونكم ،،،

الباحث

أشرف جمال الدنا

القسم الأول:

معلومات عامة :

يحتوي هذا القسم على المعلومات الشخصية الخاصة بك، من فضلك ضع الرقم المناسب بين القوسين أدناه مع الشكر:

1-	الجنس	( )	1-ذكر 2-أنثى
2-	العمر	( )	1-أقل من 25 سنة 2- من 25-35 سنة 3- من 36-45 سنة 4- من 46-55 سنة 5- أكثر من 55 سنة
3-	مجال العمل	( )	1-حكومي 2-قطاع خاص 3- أعمال حرة 4- غير ذلك (حدد :.....)
4-	الرصيد البنكي	( )	1-أقل من 2000 شيكل 2- 2000-3000 3- 3001-4000 4- أكثر من 4000
5-	المستوى التعليمي	( )	1- ثانوية عامة فأقل 2- دبلوم متوسط 3- بكالوريوس 4- دبلوم عالي 5- ماجستير 6- دكتوراه
6-	عدد المعاملات الشهرية	( )	1- معاملة واحدة 2- (2-3) معاملات 3- (4 معاملات) فأكثر
7-	البنك	( )	1- العربي 2- فلسطين المحدود

القسم الثاني

ضع إشارة (X) في المكان المناسب الذي يتفق ورأيك:

أ. جودة الخدمات المصرفية :

الرقم	الفقرة	دائماً	غالباً	أحياناً	نادراً	بنتائاً
<b>المجال الأول: العناصر الملموسة</b>						
1	توفر معدات وأجهزة تقنية متطورة.					
2	كون الصالات ملائمة وجذابة.					
3	توفر مرافق صحية.					



					4	تمتع العاملين بحسن الهندام والمظهر.
					5	مناسبة المظهر العام للبنك لنوعية الخدمات.
					6	مناسبة المظهر العام للبنك لطبيعة الخدمات.
<b>المجال الثاني: الاعتمادية</b>						
					7	الالتزام بتنفيذ الأعمال في الأوقات المحددة.
					8	الاهتمام بمشكلات الزبائن.
					9	الإجابة عن استفسارات الزبائن.
					10	الحرص على تقديم الخدمة بشكل صحيح من أول مرة.
					11	تقديم الخدمة في المواعيد التي تم تحديدها.
					12	توفر أنظمة للتوثيق الدقيق.
					13	توفر أنظمة لحفظ السجلات.
<b>المجال الثالث: سرعة الاستجابة</b>						
					14	إعلام الزبائن بدقة عن موعد تقديم الخدمة.
					15	تقديم الخدمة بشكل فوري.
					16	الاستعداد الدائم لمساعدة الزبائن.
					17	عدم انشغال العاملين عن تلبية الطلبات الفورية للزبائن.
<b>المجال الرابع: الأمان</b>						
					18	سلوك العاملين يُشعر الزبائن بالثقة.
					19	شعور الزبائن بالأمان في التعامل مع العاملين.
					20	تمتع العاملين بالأحاسيس الإنسانية.
					21	تمتع العاملين باللباقة.
					22	توفر المعرفة الكافية للإجابة على أسئلة الزبائن.
<b>المجال الخامس: الاهتمام</b>						
					23	اهتمام العاملين بالزبائن اهتماماً شخصياً.
					24	ملاءمة ساعات العمل لجميع الزبائن.
					25	امتلاك العاملين القدرة على الاهتمام الشخصي بالزبائن.
					26	وضع المصلحة العليا للزبائن نُصب العين.
					27	الدراية باحتياجات الزبائن.
<b>المجال السادس: التعامل الاجتماعي</b>						

					امتلاك العاملين مهارات الحوار مع الزبائن لتكوين صورة مشرفة عن البنك.	28
					متابعة البنك حاجات الزبائن باستمرار.	29
					تقصي البنك تفضيلات الزبائن باستمرار.	30
					تميز العاملين بحسن الاستماع للزبائن.	31
					تركيز البنك على إيجاد نظم تسليم للخدمة ذات صفة شخصية.	32
					رغبة البنك في بناء علاقات مع الزبائن.	33

ب. تعزيز الولاء

الرقم	الفقرة	درجة كبيرة جداً	درجة كبيرة	درجة متوسطة	درجة منخفضة	درجة منخفضة جداً
34	أفضل التعامل مع هذا البنك.					
35	أنا على قناعة كبيرة برأيي في التعامل مع هذا البنك.					
36	أوصى الآخرين بالتعامل مع هذا البنك.					
37	أحتاج إلى سبب كبير لتغيير تعاملي مع هذا البنك.					
38	أتحدث للآخرين بإيجابية حول البنك الذي أتعامل معه.					
39	أقوم بالدفاع عن البنك في حالة أي اتهامات توجه ضده.					
40	لدى النية في الاستمرار بالتعامل في هذا البنك.					
41	علاقة البنك معي قوية لدرجة أنني لا أنظر إلى بنك آخر.					
42	يقدم البنك لي النصيحة المناسبة.					
43	يقوم البنك بالتحسين المستمر لخدماته.					
44	يفي البنك بالتزاماته نحوي.					
45	يقدم البنك لي أكثر مما أتوقع.					
46	يتنبأ البنك بما أحججه من خدمات.					
47	البنك صادق في تعامله معي.					

					الخدمات التي يقدمها البنك أفضل من البنوك الأخرى.	48
					يهتم البنك بالشكاوى التي يتقدم بها الزبائن.	49
					يتعامل البنك مع الزبائن بعدالة.	50
					يجري البنك دراسات لمعرفة رضا الزبائن.	51
					يعد البنك رضا الزبائن أساساً في تعامله معهم.	52
					يهتم البنك برأيي عن الخدمة باستمرار.	53

ما هي مقترحاتك لتعزيز الولاء من منظور جودة الخدمات المصرفية؟

.....

.....

.....

.....

.....

مع وافر الشكر والتقدير

أشرف جمال الدنا

## فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
106	..... أسماء المحكمين	1.3
107	..... الاستبانة	2.3

## فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
40	وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير الجنس.....	1.3
40	وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير العمر.....	2.3
41	وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير مجال العمل.....	3.3
41	وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير الرصيد البنكي.....	4.3
41	وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى التعليمي.....	5.3
42	وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير عدد المعاملات الشهرية.....	6.3
42	وصف عينة الدراسة تبعا لمتغير البنك.....	7.3
44	توزيع فقرات أداة الدراسة على المحاور الرئيسة لأداة الدراسة ومجالاتها.....	8.3
44	معاملات الثبات الداخلي بطريقة ألفا كرونباخ على مجالات الاستبانة المختلفة.....	9.3
48	معيان تقدير واقع جودة الخدمات المصرفية.....	1.4
49	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال العناصر الملموسة مرتبة تنازليا حسب تقدير الواقع	2.4
50	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الاعتمادية مرتبة تنازليا حسب تقدير الواقع.....	3.4
51	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال سرعة الاستجابة مرتبة تنازليا حسب تقدير الواقع..	4.4
52	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الأمان مرتبة تنازليا حسب تقدير الواقع.....	5.4
53	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال الأمان مرتبة تنازليا حسب تقدير الواقع.....	\$.6

	الغربية، في مجال الاهتمام مرتبة تنازليا حسب تقدير الواقع.....	
	لمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب المئوية، لواقع	
54	جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية، في مجال التعامل الاجتماعي مرتبة تنازليا حسب تقدير الواقع	7.4
55	ترتيب المجالات والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية.....	8.4
	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والنسب المئوية، لواقع ولاء	
57	الزبائن للمصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية مرتبة تنازليا حسب تقدير الواقع.....	9.4
	نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتأثير جودة الخدمات المصرفية على ولاء	
59	الزبائن.....	10.4
	نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من	
60	حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الجنس.....	11.4
	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات	
62	المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر.....	12.4
	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات	
63	المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير العمر....	13.4
	نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات العناصر	
65	الملموسة، وسرعة الاستجابة، والتعامل الاجتماعي، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية وفق متغير العمر.....	14.4
	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات	
68	المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل.....	15.4
	ج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين	
70	من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير مجال العمل.....	16.4
	نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالي سرعة	
71		17.4

	الاستجابة، والتعامل الاجتماعي وفق متغير مجال العمل.....	
	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات	
73	المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي.....	18.4
	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات	
74	المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير الرصيد البنكي.....	19.4
	نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات جودة	
75	الخدمات المصرفية وولاء الزبائن، وفق متغير الرصيد البنكي.....	20.4
	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات	
82	المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي.....	21.4
	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات	
84	المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير المستوى التعليمي.....	22.4
	نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات الاعتمادية	
86	وسرعة الاستجابة، والأمان والاهتمام، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، وفق متغير المستوى التعليمي..	23.4
	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لواقع جودة الخدمات	
92	المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية.....	24.4
	نتائج تحليل التباين الأحادي لدلالة الفروق في متوسطات إجابات	
93	المبحوثين من حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير عدد المعاملات الشهرية.....	25.4
	نتائج اختبار شيفيه للمقارنة البعدية بين متوسطات مجالات العناصر	
95	الملموسة، وسرعة الاستجابة، والاهتمام، والتعامل الاجتماعي، والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية، وولاء الزبائن، وفق متغير عدد	26.4

	المعاملات الشهرية.....	
	نتائج اختبار (ت) لدلالة الفروق في متوسطات إجابات المبحوثين من	
97	حيث واقع جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبائن في المصارف	27.4
	التجارية العاملة في الضفة الغربية تعزى لمتغير البنك.....	
98	تكرارات مقترحات المبحوثين لتعزيز الولاء من جودة الخدمات	28.4
	المصرفية.....	



## فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان	الرقم
أ	..... الإقرار	
ب	..... الشكر والعرفان	
د	..... الملخص باللغة العربية	
هـ	..... الملخص باللغة الإنجليزية	
و	..... مصطلحات الدراسة	
<b>1</b>	<b>..... الفصل الأول: مشكلة الدراسة وأهميتها</b>	
1	..... المقدمة	1.1
2	..... مشكلة الدراسة	2.1
3	..... أهداف الدراسة	3.1
3	..... أسئلة الدراسة	4.1
4	..... فرضيات الدراسة	5.1
5	..... أهمية الدراسة	6.1
5	..... مبررات الدراسة	7.1
6	..... حدود الدراسة	8.1
6	..... هيكلية الدراسة	9.1
<b>7</b>	<b>..... الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة</b>	
7	..... أولاً : الإطار النظري	1.2
7	..... مقدمة	.1.1.2
8	..... جودة الخدمة	.2.1.2
8	..... مفهوم خدمة الجودة المصرفية	.1.2.1.2

10	.....أبعاد جودة الخدمة المصرفية.	.2.2.1.2
11	.....أهمية جودة الخدمة المصرفية.	.3.2.1.2
12	.....قياس جودة الخدمة المصرفية.	.4.2.1.2
14	.....مشكلات جودة الخدمة المصرفية.	.5.2.1.2
17	.....طرق تحسين جودة الخدمة المصرفية.	.6.2.1.2
21	.....ولاء الزبائن.	.3.1.2
22	.....العوامل المؤثرة في الولاء.	.1.3.1.2
23	.....رضا الزبائن.	.2.3.1.2
23	.....أهمية رضا الزبون.	.3.3.1.2
24	.....علاقة الولاء برضا الزبون.	.4.3.1.2
24	العوامل المؤثرة على إدراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المصرفية	.5.3.1.2
25	.....علاقة ولاء الزبائن بجودة الخدمة المصرفية.	.6.3.1.2
25	.....القطاع المصرفي في فلسطين.	2.2
26	.....البنك العربي.	.1.2.2
27	.....خدمات الأفراد.	.1.1.2.2
29	.....خدمات الشركات.	.2.1.2.2
29	.....طرق التعامل مع البنك.	.3.1.2.2
29	.....بنك فلسطين.	.2.2.2
30	.....الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين.	.1.2.2.2
31	.....ثانياً : الدراسات السابقة.	2.2
32	.....الدراسات العربية.	.1.4.2
35	.....الدراسات الأجنبية.	.2.4.2
37	.....التعقيب على الدراسات السابقة.	.3.4.2

### **39 ..... الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها.**

39	.....منهج الدراسة.	1.3
39	.....مجتمع الدراسة وعينتها.وخصائصها.	2.3
42	.....أداة الدراسة.	3.3
42	.....الاستبانة.	1.3.3

43	.....صدق الاستبانة.....	2.3.3
44	.....ثبات الاستبانة.....	3.3.3
44	.....نموذج الدراسة.....	4.3
45	.....خطوات تطبيق الدراسة.....	5.3
46	.....المعالجات الإحصائية.....	6.3
<b>47</b>	<b>.....الفصل الرابع: نتائج الدراسة.....</b>	
47	.....نتائج الدراسة.....	1.4
47	.....النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الأول.....	1.1.4
48	.....مجال العناصر الملموسة.....	1.1.1.4
49	.....مجال الاعتمادية.....	2.1.1.4
51	.....مجال سرعة الاستجابة.....	3.1.1.4
52	.....مجال الأمان.....	4.1.1.4
53	.....مجال الاهتمام.....	5.1.1.4
54	.....مجال التعامل الاجتماعي.....	6.1.1.4
55	ترتيب المجالات والدرجة الكلية لواقع جودة الخدمات المصرفية في .....المصارف التجارية العاملة في الضفة الغربية.....	7.1.1.4
56	.....النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثاني.....	2.1.4
58	.....النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثالث.....	3.1.4
60	.....النتائج المتعلقة بفرضيات الدراسة.....	4.1.4
60	.....النتائج المتعلقة بالفرضية الأولى.....	1.4.1.4
61	.....النتائج المتعلقة بالفرضية الثانية.....	2.4.1.4
68	.....النتائج المتعلقة بالفرضية الثالثة.....	3.4.1.4
72	.....النتائج المتعلقة بالفرضية الرابعة.....	4.4.1.4
82	.....النتائج المتعلقة بالفرضية الخامسة.....	5.4.1.4
91	.....النتائج المتعلقة بالفرضية السادسة.....	6.4.1.4
96	.....النتائج المتعلقة بالفرضية السابعة.....	7.4.1.4
98	.....النتائج المتعلقة بالسؤال المفتوح.....	5.1.4

<b>100</b>	..... <b>الفصل الخامس: استنتاجات الدراسة وتوصياتها</b>	
100	.....ملخص نتائج الدراسة	1.5
100	.....استنتاجات الدراسة	2.5
101	.....توصيات الدراسة	3.5
102	..... <b>المراجع</b>	
<b>112</b>	..... <b>فهرس الملاحق</b>	
<b>113</b>	..... <b>فهرس الجداول</b>	
<b>117</b>	..... <b>فهرس المحتويات</b>	