

تحليل جودة خدمات القطاع البنكي في الجزائر  
-دراسة مقارنة بين القطاعين العام والخاص-

Analysis of the quality of banking services in Algeria

- a comparative study between public and private banks -

جمعة زكرياء<sup>1</sup>

Djemmaa zakaria<sup>1</sup>

جامعة تلمسان (الجزائر)،<sup>1</sup> djemmaa\_z@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2022-9-21

تاريخ القبول: 2022-8-19

تاريخ الاستلام: 2022-4-19

**ملخص:**

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تحليل ومقارنة جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر الزبائن بين البنوك العمومية والخاصة بالاعتماد على مقياس "servperf" ومحاولة معرفة أيهما يُقدم خدمات ذات جودة أفضل؛ حيث تم الاعتماد على الاستبانة كأداة في جمع البيانات، وبرمجية spss من أجل التحليل الإحصائي لها. أهم ما توصلت إليه الدراسة في الأخير هو أن البنوك الخاصة تقدم خدمات ذات جودة أفضل مقارنة بالبنوك العمومية حسب رأي الزبائن في العينتين المدروستين؛ حيث كان هناك حياد عام في تقييم مستوى جودة الخدمة البنكية وفق أبعاد الجودة مجمعة حسب نظر زبائن البنوك العمومية، ورضى عن جودة الخدمة المقدمة من طرف البنوك الخاصة حسب الزبائن المبحوثين في هذا القطاع. **كلمات مفتاحية:** جودة الخدمة البنكية، قياس جودة الخدمة، أبعاد الجودة، البنوك العمومية، البنوك الخاصة.

تصنيفات JEL : G2,G21,L15

**Abstract:**

This paper aims to compare the quality of banking service from the point of view of customers between public and private banks, using "servperf" scale, and try to find out which one provides better quality services. The questionnaire was relied upon as a tool for data collection, and the spss software for statistical analysis.

The most important result is that private banks provide better quality services compared to public banks, according to the opinion of customers in the two studied samples, where there was general impartiality in evaluating the level of quality of banking service according to the view of public banks customers, and satisfaction with the quality of service provided by private banks according to the surveyed customers in this sector.

**Keywords:** quality of banking service, measurement of service quality, dimensions of quality, public banks, private banks.

**JEL Classification Codes:** G2, G21, L15

<sup>1</sup>المؤلف المرسل: جمعة زكرياء، الإيميل: djemmaa\_z@yahoo.fr

djemmaa zakaria, djemmaa\_z@yahoo.fr

## 1-المقدمة:

لقد شهدت العقود الأخيرة اهتماما متزايدة بعامل "الجودة" كأحد أهم الركائز التي أصبحت تستند عليها مختلف منظمات الأعمال على المستوى العالمي، صناعية كانت أو خدمية، ومع اشتداد المنافسة في بيئة الأعمال من جهة وتطور الاقتصاد العالمي من جهة أخرى نجد أن قطاع الخدمات أضحى يقود هذا الاقتصاد؛ ولقد صاحب ذلك تطور فيما يخص نوعية وجودة الخدمة المقدمة.

لم يكن القطاع المصرفي العالمي في منأى عن هذا التطور خاصة مع التطور المالي والتكنولوجي الهائل المصاحب لهذا القطاع، وهو ما زاد من مستوى التحديات ودفع بالبنوك، التي تلعب دوراً رئيسياً في النسيج الاقتصادي، كغيرها من المؤسسات الخدمية، إلى حتمية مواكبة هذا التطور والعمل على تحقيق متطلبات الزبائن وتلبية حاجياتهم وفق ما ينتظرونه من خلال تطوير وتنوع منتجاتها المقدمة والأهم من ذلك تقديمها بالجودة المطلوبة.

### 1-1-إشكالية الدراسة:

تسعى هذه الورقة البحثية إلى الإجابة على السؤال التالي: ما مستوى جودة الخدمات التي تُقدمها البنوك في الجزائر بالمقارنة بين العمومية منها والخاصة؟

### 2-1- فرضية الدراسة:

ليس هناك فرق في جودة الخدمة البنكية المقدمة بين القطاعين العام والخاص.

### 2-المنهجية المتبعة:

في دراستنا تم الاعتماد على المنهج الوصفي، حيث أنه يراعي وصف وتحليل البيانات المجمعة حول الموضوع من خلال عينة الدراسة بغرض تحديد وتحليل النتائج، بالإضافة إلى المنهج التحليلي الاستقرائي من خلال تحليل واستقراء تقييم جودة الخدمات البنكية في القطاعين العمومي والخاص بالجزائر تحت فرضية أن ليس ثمة فرق في جودة الخدمة المقدمة بين القطاعين.

### 3- الدراسات السابقة:

✓ دراسة مكي الحاج وآخرون سنة 2019 بعنوان (أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضى الزبون المصرفي-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عين وسارة-)، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10/العدد 03، 2019. كان هدف الدراسة هو التعريف بأهمية جودة الخدمات المصرفية وتأثيرها على مستوى رضى الزبون المصرفي في الجزائر بالخصوص؛ وما يمكن أن تحققه جودة الخدمات المصرفية من مزايا للمؤسسات المصرفية بالتطبيق على

بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عين وسارة. وقد توصل الباحثون إلى أن جودة الخدمات المصرفية لها أثر إيجابي على رضى الزبون.

✓ دراسة بن يمينة فاطمة الزهراء، أ.د بوزيان عثمان سنة 2018 بعنوان (نموذج الأداء الفعلي SERVPERF لقياس جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر الزبون-دراسة عينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية عين تموشنت -)، مجلة السياسات الاقتصادية في الجزائر، مجلد 06، العدد 01، 2018. حيث سعت هذه الدراسة إلى قياس وتقييم مستوى جودة الخدمات المقدمة من طرف البنوك الجزائرية من وجهة نظر الزبائن، وذلك عن طريق استخدام نموذج "SERVPERF" الذي يركز على الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمات؛ ومن جملة نتائجها اختلاف الأهمية النسبية من بعد لآخر من أبعاد الجودة الخمسة عند قياس مستوى جودة الخدمة البنكية المقدمة لهم فعليا من طرف البنك لعينة الدراسة.

✓ دراسة عبد الكريم حساني، د. جبار بوكثير، سنة 2018 بعنوان (تقييم أبعاد جودة الخدمة البنكية وأثرها على رضا الزبائن -دراسة حالة وكالة بنك BADR بأم البواقي -)، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الخامس، العدد الأول، جوان 2018. رمت إلى استكشاف أثر أبعاد جودة الخدمة البنكية على رضا الزبائن في القطاع البنكي الجزائري، وتوصلت إلى أن كسب رضا الزبائن من أولويات أي بنك والسبيل لذلك هو تقديم خدمة ذات جودة عالية وتقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمة البنكية المقدمة كان متوسطا بالنسبة لهذا البنك.

✓ دراسة م.م أحمد خضير أحمد سنة 2019 بعنوان (جودة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة - دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد -)، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 03، العدد رقم 01، مارس 2019. تمثل هدف البحث الرئيسي في تحديد دور مفهوم جودة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف العراقية الخاصة، ثم خلصت في الأخير إلى أن مستوى توفر جودة الخدمات المصرفية في المصارف الخاصة جاء كبيرا، وكانت أكثر الأبعاد توفرا الجوانب الملموسة تليها السرية والخصوصية، تليها سهولة الحصول على الخدمة، فالتعاطف وجاء في المرتبة الأخيرة الاعتمادية.

✓ Abdelhalim LACHACHE, Houssam eddine ABDELHAFID, The role of banking service quality in achieving customers' satisfaction: Evidence from the banks located in Algeria, Economic Researcher Review, Volume:7 /Issue 11 (2019).

فمن خلال هذه الدراسة سعى الباحثان أساساً إلى التعرف على واقع الجودة المصرفية بالجزائر وتوضيح العلاقة بين الجودة المصرفية والعملاء ليتوصلا إلى أن المؤسسات المالية في مجال

الدراسة تتميز بقدرتها على تطبيق أبعاد الجودة المصرفية، وهي الاستجابة والسلامة والتعاطف، مما يؤكد الدور الكبير الذي يلعبه هذا البعد في تحقيق رضا العملاء. بعد الاطلاع على هذه الدراسات نجدنا تلتقي كلها في شقها النظري ومعالجتها لموضوع الجودة وأدبياته، أما من الناحية التطبيقية وجدنا معظمها يسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تكاد تكون مشتركة وتتمثل أساساً في الرغبة في قياس وتقييم جودة الخدمة البنكية بصفة عامة من خلال التعرف على اتجاهات الزبون وتقييمه لجودة الخدمة المقدمة وتقييم مستوى رضاه عن الخدمات المقدمة إليه.

ومنه فإن هذه الدراسات تتفق مع الدراسة الحالية إلى حد بعيد من مفاهيم عن موضوع جودة الخدمة وأبعادها وأهميتها والطرق والمنهجية المتبعة في قياسها وطرق تحليل معطيات الاستبيان في الإطار التطبيقي، كما أن هذه الدراسات تسعى مع دراستنا إلى هدف عام يتمثل في قياس وتقييم ومن ثم تطوير وتحسين جودة خدمات المؤسسات محل الدراسة ك مجال للتميز ومحاولة التعرف على حاجيات ورغبات الزبائن والعمل على تلبيتها.

إلا أن ما تنفرد به دراستنا عن تلك الدراسات وما يُميزها هو أنها لم تقتصر على دراسة بنك واحد فقط بل شملت مجموعة من البنوك، هذا من جهة كما أنها تميزت من حيث هدفها الرئيس من جهة أخرى، وهو المقارنة بين جودة الخدمات البنكية بين قطاعين مختلفين العام والخاص ما لم نجده في الدراسات السابقة.

#### 4-أداة الدراسة:

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة وجمع البيانات كونها الأداة الأكثر انتشاراً وذات مصداقية وفاعلية في بحوث من هذا النوع، ثم قمنا بتحليل المعلومات والبيانات المحصل عليها ببرنامج spss نسخة 25.

#### 5-الإطار النظري.

#### 1-5-مفهوم الخدمة:

اختلف تعريف الخدمة باختلاف اتجاهات المفكرين والباحثين مما جعل من الصعب إعطاء تعريفاً موحد لها؛ فبينما يذكر (حميد و بشير ، 2009) أن الخدمة هي "النشاطات غير الملموسة والتي تحقق منفعة للزبون والعمل"؛ عرفها kotler بأنها " نشاط أو أداء يخضع للتبادل أساساً، غير ملموس ولا يتيح الفرصة لأي انتقال في الملكية، يمكن لهذا النشاط أن يشترك أو لا يشترك مع سلعة مادية" (مساوي و مليكي، 2016).

أما جمعية التسويق الأمريكية فكان تعريفها للخدمة كالتالي "الخدمات هي منتجات غير ملموسة، يتم تبادلها من المنتج إلى المستعمل، ولا يتم نقلها أو تخزينها وهي تقريباً تفتى بسرعة،

ويصعب في الغالب تحديدها أو معرفتها لأنها تظهر للوجود في نفس الوقت التي يتم شراءها واستهلاكها، فهي تتكون من عناصر غير ملموسة ومتلازمة وغالباً ما تتضمن مشاركة الزبون بطريقة هامة، حيث لا يتم نقل ملكيتها وليس لقب أو صفة" (كورتل، 2009). وعلى الرغم من إنتاج واستهلاك الخدمة في نفس الوقت لكن يمكن بعد الحصول عليها، الشعور بنتائجها أو تأثيرها فيما بعد.

#### 2-2-5-الخدمة البنكية وخصائصها:

#### 1-2-5-مفهوم الخدمة البنكية:

إن مفهوم الخدمة البنكية لا يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بصفة عامة، فاصطلاحاً تعرف الخدمة البنكية على أنها: "مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي والاستثماري، الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة وغير الملموسة التي يدرکہا العملاء من خلال دلائلها وقيمتها النفعية وتشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، كما تشكل مصدراً لربحية البنك من خلال العلاقة المتبادلة بين الطرفين" (معلا وذيب، 2011). كما تُعرف الخدمة البنكية حسب (مكي، خليفي، ونسيلى، 2019) على أنها "عبارة عن جزء من النشاط الإداري الذي يهدف إلى إشباع رغبات العملاء أي تحديد استراتيجيات معينة من أجل استقطاب العديد من الزبائن الجدد والمحافظة على القدماء حيث أصبح البنك الناجح هو القادر على تلبية الحاجات للعملاء بشكل واضح وأن يتفهم بموضوعية نقاط قوة وضعف العملاء".

بينما يذكر (حساني و بوكثير، 2018) أن الخدمة البنكية "عبارة عن مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للزبون في مجال العمليات البنكية، سواءاً كان ذلك بمقابل مادي أو دونه، فقد يقوم البنك أحياناً بتقديم خدماته مجاناً للزبون".

#### 2-2-5-خصائص وسمات الخدمة البنكية.

تعتبر الفروق الجوهرية بين السلعة والخدمة عامة حسب (كورتل، 2009) الخصائص التي تميز الخدمة، فهي كعملية انتاج تعتبر نقطة اتصال مادي بين العميل والعمليات حيث ينتج عن هذا الاتصال إعطاء منتجات غير ملموسة، وعمليات الإنتاج والاستهلاك تكون في آن واحد. كما يرى (Kotler & Dubois, 2000) في هذا المجال أن الخدمة تتميز بخمسة خصائص أساسية:

#### - اللاملموسية: Intangibility

الخدمة ليست عبارة عن شيء مادي وفي الواقع لا يمكن رؤيتها والإحساس بها ولا حتى لمسها مثل السلعة، ومنه مفهوم الملموسية يحقق بعدين أساسيين تتصف بهما الخدمة: الأول هو بعد

مادي يتمثل في استحالة رؤية ولمس الخدمة والثاني هو بعد معنوي يتمثل في صعوبة أو إدراك أو تصوّر الخدمة.

**- التلازمية: Indivisibility**

التلازمية في الإنتاج والاستهلاك تعني أن المنتج والمستهلك يجب أن يتفاعلا في آن واحد حتى يتم تقديم الخدمة فبخلاف السلع فإن الخدمات لا يمكن إنتاجها بعيدا عن وبدون مشاركة المستهلك (Vargo & Lusch, 2004).

**- عدم التجانس: variability**

تعني هذه الخاصية وفق (كوتلر و جاري، 2007) عدم القدرة على توحيد وتنميط الخدمة المقدمة، إذ تختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون آخر حسب درجة التفاعل بين مقدم الخدمة والزبون، ومكان وزمان تقديمها، وكفاءة وسلوك مقدمي الخدمة، ووفقا لظروف معينة.

**- تقلب الجودة: volatility quality**

تقلب وتغيير جودة الخدمة المقدمة هي خاصية أخرى من خصائص الخدمات لارتباط ذلك بصعوبة تنميط الخدمة وللعوامل الأخرى السابقة (سويدان و حداد، 2003).

**- عدم نقل الملكية: Non Ownership**

لا يمكن تملك بعض الخدمات المصرفية وذلك لأن العميل يمكنه استخدام هذه الخدمات لفترة معينة فقط دون أن يمتلكها (المؤذن، 2011).

**3-5-جودة الخدمة البنكية، أبعادها ونماذج قياسها:**

**1-3-5-جودة الخدمة البنكية:**

لقد أصبح مفهوم جودة الخدمة يجلب انتباه إدارة المنظمات الخدمية بشكل متزايد، فأني تعريف لجودة الخدمة لابد أن يركز وبشكل واضح على ما يمكن أن يتوقعه الزبون من وراء السبب الجوهري لشراء هذه الخدمة (الصميدعي، 2010) : وتعرف جودة الخدمة البنكية حسب ما ذكره (Akhade, Jaju, & Lakhe, 2016) بأنها "إدراك العملاء لمستوى الخدمة البنكية المقدمة الذي يُلي أو يتجاوز توقعاتهم".

**2-3-5-أبعاد جودة الخدمة البنكية:**

تعتبر دراسة كل من «Parrasuramam, Zeithaml and Berry» سنة 1985 من أكثر الدراسات شمولاً وعمقاً في تحديد أبعاد جودة الخدمة المصرفية، حيث تم تحديد في بداية الأمر عشرة أبعاد لهذه الجودة هي: "النواحي المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الاتصال،

المصداقية، الأمان، الجدارة، التعاطف، تفهم احتياجات العملاء، وسهولة التعامل". وفي مرحلة لاحقة تمكنوا في سنة 1988 من دمج الأبعاد العشرة السابقة في خمسة أبعاد فقط هي (عقون، 2014): الملموسية *Tangibility*، الاعتمادية *Reliability*، الاستجابة

*Responsiveness*، الأمان *Assurance*، وفي الأخير التعاطف *Empathy*.

### 3-3-5 نماذج قياس جودة الخدمة البنكية:

لئن كان من السهل تحديد وقياس جودة السلع المادية كونها ملموسة اعتماداً على ما تتميز به من خصائص قابلة للقياس كالوزن، الشكل، الصلابة وغيرها من المواصفات التي يُمكن قياسها بسهولة؛ إلا أن الأمر يختلف لما يتعلق بموضوع الجودة بالخدمة كونها منتج غير مادي وغير ملموس كما أن العنصر البشري يلعب هنا دوراً كبيراً في إنتاج الخدمة إضافة إلى ما يلعبه المستفيد من الخدمة من دور في إنتاجها وتحسينها المستمر.

وتُشير الدراسات والأبحاث السابقة إلى وجود مقياسين رئيسيين لقياس جودة الخدمة (زعباط، 2017) حيث تمكن الثلاثي (Parasuraman, Zeithaml, Berry) من تصميم المقياس الشهير المعروف اختصاراً بـ "SERVQUAL" (مقياس الفجوة)، والذي يعتمد على قياس الفرق أو الفجوة بين توقعات الزبائن لمستوى جودة الخدمة وإدراكاتهم الفعلية لهذه الجودة، وبعد العديد من التجارب تم تطويره سنة 1988؛ لتأتي فيما بعد عدة دراسات أهمها دراسة (Cronin&Taylor) سنة 1992 والتي قدمت نموذجاً جديداً سُمي بـ "SERVPERF" (مقياس الأداء الفعلي) والذي يُركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للعميل في قياس الجودة بالاعتماد على أبعاد جودة الخدمة سالفة الذكر.

### 6- الطريقة و الأدوات.

#### 1-6 مجتمع وعينة الدراسة.

يتكون مجتمع الدراسة من زبائن مختلف البنوك كانت عمومية أو خاصة العاملة بالجزائر؛ ومن أجل إنجاز الدراسة التطبيقية تم إتباع أسلوب المعاينة حيث تم تصميم وتوزيع الاستبيان بصفة عشوائية على زبائن مختلف البنوك بمختلف الطرق الورقية منها والالكترونية. بعد جمع المعطيات وجدنا أن هذه الدراسة شملت مجموعة من زبائن البنوك العمومية التالية: "البنك الوطني الجزائري BNA"، "بنك التنمية المحلية BDL"، "البنك الجزائري للتنمية الريفية BADR"، "القرض الشعبي الجزائري CPA"، "الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP"، "البنك الخارجي الجزائري BEA"؛ أما البنوك الخاصة فقد شملت كل من "بنك الخليج الجزائر AGB"، "بنك البركة" و "بنك Société Générale".

2-6-أداة جمع البيانات، قياس ثباتها وصدقها.

2-6-1-أداة جمع البيانات:

تم الاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة وجمع البيانات كونها الأداة الأكثر انتشارا وذات مصداقية وفاعلية في بحوث من هذا النوع؛ وتم تصميم الاستبيان من جزأين؛ تضمن الأول متغيرات تتعلق بمعلومات وبيانات خاصة بالزبون وهي: الجنس، العمر، مدة التعامل مع هذا البنك. والثاني تضمن مجموعة من الأسئلة والعبارات التي وزعت على شكل فقرات بغرض قياس أبعاد وجوانب جودة الخدمة المقدمة من طرف البنك من وجهة نظر الزبون تمثلت في 22 عبارة تعكس الأبعاد الخمسة الرئيسية للجودة بالاعتماد على مقياس "الأداء الفعلي للخدمة SERVPERF"؛ وقد وزعت عبارات الاستبيان في هذا الجزء كالتالي:

- العبارات من 1 إلى 5 تشير إلى الاعتمادية.
  - العبارات من 6 إلى 9 تعكس الجوانب الملموسة.
  - العبارات من 10 إلى 13 تتعلق بجوانب الاستجابة
  - العبارات من 14 إلى 17 تقيس الأمان.
  - العبارات من 18 إلى 22 تشير إلى التعاطف.
- وكما هو معمول به تم تقييم هذه العبارات حسب مقياس ليكارت الخماسي حيث يشير:

1	2	3	4	5
غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما

2-6-2-ثبات وصدق أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات وصدق أداة الدراسة تم حساب معامل "الفا كرونباخ" الكلي في كل قطاع حيث بلغت قيمة الثبات الكلي 0.948 في القطاع العام و0.942 في القطاع الخاص وهي قيم عالية جداً تعكس ثبات أداة الدراسة وأنها صالحة للتحليل والاعتماد.

3-6-بعض خصائص عينة الدراسة:

3-6-1-توزيع أفراد العينة حسب الجنس والعمر:

أ-حسب متغير الجنس:

الجدول رقم 1: توزيع أفراد العينة حسب الجنس في كل قطاع.

الجنس	القطاع العام		القطاع الخاص	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة



إسم المؤلف: جمعة زكرياء.

70%	70	53%	53	ذكر
30%	30	47%	47	أنثى
100%	100	100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات spss.

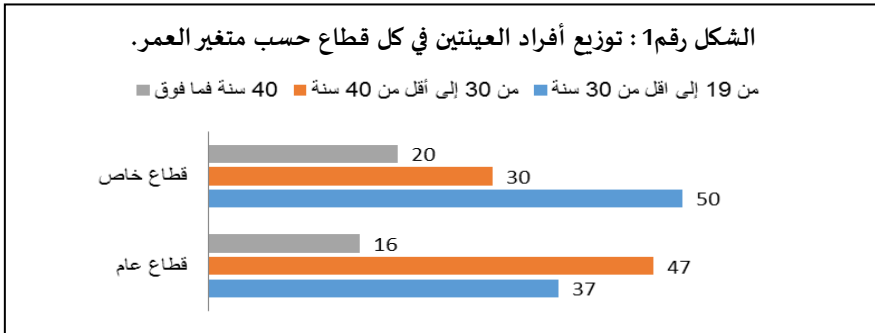
يتبين لنا من الجدول 1 الخاص بمتغير الجنس أن عدد الذكور بالنسبة لزيائن القطاع العام بلغ 53 في حين بلغ عدد الإناث لعينة ذات القطاع 47 أي بنسب قدرت على الترتيب بـ 53% و 47%، وهي معطيات لا تدل على تفاوت كبير في هذه العينة حول هذا المتغير؛ أما بالنسبة لعينة القطاع الخاص فنلاحظ أنه قد طغت عليها سمة الذكور إذ شكل هؤلاء غالبية المستجوبين بعدد 70 وهو ما نسبته 70% من العينة المدروسة لهذا القطاع، بينما كان عدد الإناث 30 أي بنسبة شكلت 30% فقط.

ب- حسب متغير العمر:

الجدول رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب العمر

القطاع الخاص		القطاع العام		فئات العمر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
50%	50	37%	37	من 19 إلى أقل من 30 سنة
30%	30	47%	47	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة
20%	20	16%	16	40 سنة فما فوق
100%	100	100%	100	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات spss.



المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات spss.

نلاحظ من خلال الجدول السابق والشكل الذي يليه أن الفئة العمرية السائدة في عينة القطاع العام هي من 30 إلى أقل من 40 سنة والتي تضمنت تقريبا نصف المستجوبين في هذا القطاع،

## تحليل جودة خدمات القطاع البنكي في الجزائر-دراسة مقارنة بين القطاعين العام والخاص-

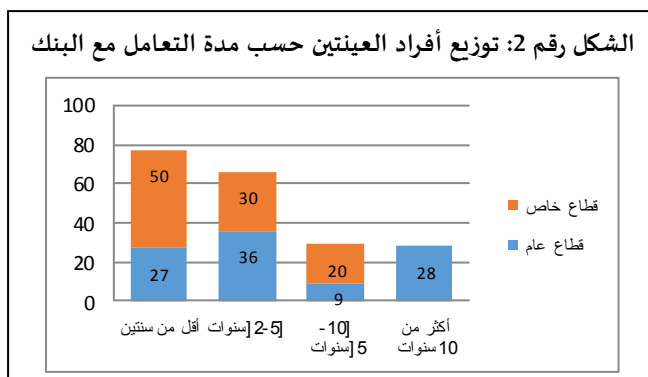
في حين بقية الأفراد كان 37 منهم تقل أعمارهم عن 30 سنة و16 شخص يزيد سنهم عن الأربعين. بينما كان نصف عدد الأفراد من العينة المدروسة في القطاع الخاص أعمارهم من 19 إلى أقل من 30 سنة وهي الفئة العمرية الغالبة هنا حيث ضمت 50 فرداً تليها الفئة من 30 إلى أقل من 40 سنة بـ 30 فرد ثم ما فوق الأربعين سنة بـ 20 فرد.

### 2-3-6-توزيع أفراد العينة حسب مدة التعامل مع البنك:

الجدول رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب مدة التعامل مع البنك.

القطاع الخاص		القطاع العام		مدة التعامل مع البنك
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%50	50	%49.5	27	أقل من سنتين
%30	30	%30.5	36	من [2-5]سنوات
%20	20	%20	09	من [5-10]سنوات
-	-	%28	28	أكثر من 10 سنوات
<b>%100</b>	<b>100</b>	<b>%100</b>	<b>100</b>	<b>المجموع</b>

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات spss.



المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات spss.

بدراستنا لتوزيع أفراد العينة في كل قطاع حسب مدة التعامل مع البنك نلاحظ أن 36 فرد من متعاملي البنوك العمومية كانت مدة تعاملهم مع البنك تتراوح من سنتين إلى أقل من خمس، ثم 28 فرداً تزيد هذه المدة بالنسبة لهم عن العشر سنوات يلي ذلك الذين لا يزيد تعاملهم مع البنك عن السنتين بـ 27 فرد وفي الأخير تسعة أفراد فقط تراوحت مدة تعاملهم مع البنك من 5 إلى أقل من عشر سنوات. أما زبائن البنوك الخاصة فالملحوظ أن غالبيتهم لا تزيد مدة تعاملهم مع البنك عن السنتين وهم 50 فرداً ويشكلون نصف المستجوبين، أي 50%، ثم 30 فرد

تعاملوا مع البنك بين سنتين إلى أقل من خمس سنوات وهم يمثلون نسبة 30% ليأتي بعد ذلك 20 شخص بمدة تراوحت بين خمس إلى أقل من عشر سنوات في حين لم يكن هناك من زاد عن العشر سنوات، ويبدو هذا التوزيع منطقياً ربما لحدثة انتشار وتوسع البنوك الخاصة في الجزائر.

#### 7-نتائج الدراسة ومناقشتها:

تم حساب كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارات الاستبيان وفقراته ثم للاستبيان ككل بهدف معرفة تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم وتوجهاتهم إزاء ذلك.

ومن أجل القيام بذلك تم أولاً تحويل مقياس "ليكارتر الخماسي" إلى فترات كالتالي:

5	موافق	4.2	موافق	3.4	محايد	2.6	غير موافق	1.8	غير موافق	1
	تماما								تماما	

#### 1-7-تحليل نتائج آراء الزبائن لبعدها الاعتمادية:

الجدول رقم 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الاعتمادية واتجاه تقييمها.

البيانات	القطاع العام			القطاع الخاص		
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
01	3.34	1.056	محايد	3.40	0.921	موافق
02	3.28	1.026	محايد	3.50	0.810	موافق
03	2.80	1.146	محايد	3.60	0.804	موافق
04	3.28	1.111	محايد	4.10	1.142	موافق
05	3.22	1.097	محايد	4.30	0.785	موافق تماما

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات spss.

بالنظر إلى الجدول 4 نلاحظ بالنسبة للعبارة الأولى أن المتوسطات الحسابية كانت 3.34 للقطاع العام و3.40 للقطاع الخاص، وعليه فإن تقييم المستجوبين لهذه العبارة كان بالحياد في البنوك

العمومية حيث لم يُعبر المستجوبين في عينة هذا القطاع صراحة عن رأيهم وكانوا محايدين اتجاه ذلك، بينما كان مستجوبي البنوك الخاصة موافقين إجمالاً على هذه العبارة وهو ما يدل، حسب رأيهم، أن البنوك الخاصة تلتزم بتقديم الخدمة التي تعد بها في الوقت المناسب. كما يُمكن من خلال الجدول السابق دائماً أن نصل إلى نفس الاستنتاج فيما يخص بقية عبارات هذه الفقرة كما هو ملاحظ حيث كانت كلها بالحياد لدى العينة المدروسة في القطاع العام وبالموافقة لدى عينة القطاع الخاص بل كانت بالموافقة التامة في آخر عبارة (العبارة الخامسة) في القطاع الخاص حيث كان المتوسط هنا 4.30 مما يدل على أن زبائن البنوك الخاصة هنا كانوا موافقين تماماً على أن البنك يُظهر نية صادقة في تقديم الأفضل لزبائنه. وعليه يمكننا القول من خلال عبارات هذه الفقرة أن البنوك الخاصة حازت على مؤشرات واتجاهات إيجابية فيما يخص تقييم بعد الاعتمادية مقارنة مع القطاع العام.

#### 2-7- تحليل نتائج آراء الزبائن لبعده الملموسية:

الجدول رقم 5: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الملموسية واتجاه تقييمها.

العبارات	القطاع العام			القطاع الخاص		
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
06 يتميز موظفو البنك بحسن المظهر والاستقبال الجيد	3.55	1.242	موافق	3.40	1.206	موافق
07 يمتلك البنك معدات حديثة	2.84	1.253	محايد	3.70	1.010	موافق
08 التسهيلات المادية في البنك جذابة	2.74	1.194	محايد	3.50	0.503	موافق
09 يتوفر البنك على الوسائل المادية وظروف الراحة التي تُمكنه من تقديم أفضل خدمة لزبائنه	2.75	1.290	محايد	3.60	0.804	موافق

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات spss.

يُلخص الجدول 5 آراء واتجاهات الزبائن حول بعد الملموسية لدى البنوك أين نلاحظ أن اتجاهات زبائن البنوك العمومية كانت حيادية بالنسبة للعبارات السابعة، الثامنة والتاسعة، أما في العبارة السادسة فقد كان الزبائن موافقين على أن موظفو البنك يتميزون بحسن المظهر والاستقبال الجيد. وهو ما يُعطي الانطباع في الأخير، حول هذا الجانب، أن البنوك العمومية تعاني ربما من نقص في التسهيلات المادية وليس في العنصر البشري حيث لا يلمس زبائن هذه

البنوك صراحة معدات حديثة أو جذابة بالبنك أو وسائل وظروف الراحة التي تساعد على تقديم خدمة أفضل.

بخلاف ما نلاحظه عند قراءتنا لنتائج اتجاهات الزبائن لدى البنوك الخاصة ما يدل على موافقة أفراد العينة المستجوبة في هذا القطاع على كل عبارة من عبارات هذه الفقرة، فبالإضافة إلى موافقتهم على أن موظفي البنك يتميزون بحسن المظهر و الاستقبال الجيد نجدهم يوافقون كذلك على أن هذه البنوك الخاصة لها من الإمكانيات و التسهيلات المادية ما يجعلها حديثة و جذابة إضافة إلى توفرها على وسائل و ظروف الراحة التي تُمكن من تقديم أفضل خدمة للزبائن؛ وهذا كله يصب بدوره في صالح هذه البنوك إذا ما قارناها مع البنوك العمومية التي لم تكن كذلك.

### 3-7-تحليل نتائج اراء الزبائن لبعء الاستجابة:

الجدول رقم 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الاستجابة واتجاه تقييمها.

القطاع الخاص		القطاع العام			العبارات		
الاتجاه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	المتوسط الحسابي			الانحراف المعياري
موافق	0.927	3.50	محايد	1.086	3.05	10	موظفو البنك يُقدمون لك خدمة فورية
موافق	1.119	3.40	محايد	1.038	3.15	11	يقوم موظفو البنك بالرد دائما عليك وخدمتك
موافق	1.193	3.70	محايد	1.288	2.83	12	يُخبرك البنك (برسالة نصية أو غيرها) عن إنجاز الخدمة
موافق	0.921	3.60	محايد	0.957	3.15	13	موظفو البنك على استعداد دائم من أجل مساعدتك

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات spss.

عند دراستنا لآراء الزبائن حول بعء الاستجابة وبالنظر في نتائج الجدول 6 السابق نجد أن الحكم لا يختلف حيث نلاحظ أن الاتجاه كان "الحياد" لدى القطاع العام بالنسبة لكل العبارات ولم يكن هناك تعبير صريح للرأي من طرف الزبائن عامة، وما نلاحظه هو أن المتوسطات الحسابية الخاصة بالعبارة الأولى، الثانية والرابعة كانت متقاربة ومرتفعة نوعاً ما بخلاف العبارة الثالثة التي كان وسطها 2.83 مما يدل أن الزبائن هنا يشعرون بنقص أكثر من هذا الجانب حيث لا يخبرهم البنك (برسالة نصية أو غيرها) عن إنجاز الخدمة.

## تحليل جودة خدمات القطاع البنكي في الجزائر-دراسة مقارنة بين القطاعين العام والخاص-

وعلى عكس تقييم المستجوبين في القطاع العام لهذا البُعد، نجد أن زبائن العينة المستجوبة في القطاع الخاص أبدوا "الموافقة" على جميع العبارات حيث انحصرت جميع المتوسطات الحسابية لكل عبارة من العبارات المعنية في حدود الموافقة، فقد كان زبائن البنوك الخاصة المشمولين بالدراسة موافقين على أن موظفو البنك يُقدمون لهم خدمة فورية وبالرد دائما عليهم وخدمتهم، وعلى استعداد دائم من أجل مساعدتهم بالإضافة إلى أن البنك يخبرهم (برسالة نصية أو غيرها) عن إنجاز الخدمة.

### 4-7-تحليل نتائج آراء الزبائن لبعده الأمان:

الجدول رقم 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الأمان واتجاه تقييمها.

القطاع الخاص		القطاع العام		العبارات			
الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه			الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
موافق	1.119	3.40	محايد	1.210	3.01	14	تصرف موظفو البنك وسلوكهم يجعلك تثق بهم
موافق	0.541	4.10	محايد	1.038	3.35	15	تشعر بالأمان والاطمئنان في تعاملك مع هذا البنك
موافق	1.082	3.80	محايد	1.083	3.33	16	تلمس من الموظفين المعاملة بلطف ولباقة
محايد	0.835	3.10	محايد	1.038	3.15	17	موظفو البنك مؤهلون ولديهم دراية تامة للتكفل بانشطالاتك

المصدر: من إعداد الباحث اعتمادا على مخرجات spss.

نلاحظ بالنسبة للعبارة الأولى أن درجة تقييم المستجوبين كانت بالحياد في البنوك العمومية حيث لم يعبروا عن صراحة رأيهم حول ما إذا كان تصرف موظفو البنك وسلوكهم يجعلهم يثقون بهم أم لا، بينما كانت درجة تقييم المستجوبين في البنوك الخاصة بالموافقة على هذه العبارة مما يوحي على أن تصرف موظفو البنك في هذا القطاع الخاص وسلوكهم يجعل الزبائن يثقون بهم. ونفس الحكم يُمكن الوصول إليه فيما يخص العبارة الثانية والثالثة من هذا البعد حيث كان زبائن البنوك العمومية محايدين هنا كذلك بخلاف زبائن البنوك الخاصة الذين كانوا موافقين عليها فهم يشعرون بالأمان والاطمئنان في تعاملهم مع البنك الخاص كما أنهم يلمسون من الموظفين المعاملة بلطف ولباقة. أما بالنسبة للعبارة الرابعة والأخيرة من هذا البعد فقد كان نفس الاتجاه في كلا القطاعين وهو الحياد مما ما يدل على أن الزبائن في كلتا العينتين

على غير دراية فيما إذا كان موظفو البنك مؤهلون ولديهم دراية تامة للتكفل بانشغالاتهم ولا يمكنهم الحكم على ذلك صراحة.

#### 5-7- تحليل نتائج آراء الزبائن لبعء التعاطف:

الجدول رقم 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات التعاطف واتجاه تقييمها.

	القطاع الخاص			القطاع العام			العبارات
	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	
18	محايد	0.752	3.20	محايد	1.101	2.67	يوليك البنك اهتماماً فردياً
19	موافق	1.119	3.40	محايد	1.149	3.25	ساعات عمل البنك (أو وكالته) ملائمة لزيائته
20	موافق	0.752	3.80	محايد	1.022	2.84	يتفهم البنك حاجات زبائنه ويُقدِّرها
21	محايد	1.101	3.00	غير موافق	1.056	2.58	يعمل البنك على معرفة حاجاتك الخاصة
22	محايد	1.049	3.10	غير موافق	1.105	2.47	يضع البنك مصالحتك في مقدمة اهتماماته

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات spss.

فيما يخص بُعء التعاطف، ومن خلال الجدول أعلاه، نلاحظ في القطاع العام أنه بالنسبة للعبارات الأولى، الثانية والثالثة لم يُعبر الزبائن صراحة عن رأيهم وكان الاتجاه بـ"الحياد" حول كل عبارة من هذه العبارات؛ أما اتجاه هؤلاء الزبائن، في القطاع العام دائماً، إزاء العبارتين الرابعة والخامسة فقد كان "عدم الموافقة" حيث أن الأفراد لا يعتقدون صراحة أن البنك يعمل على معرفة حاجاتهم الخاصة ويضع مصالحتهم في مقدمة اهتماماته. أما زبائن القطاع الخاص فقد كانوا محايدين هم بدورهم في الحكم على كل من العبارة الأولى، الرابعة والخامسة، والتي كانت تدور حول الاهتمام الفردي، العمل على معرفة الحاجات الخاصة للزبون ووضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمام البنك، بينما كانوا موافقين على عبارتين اثنتين هما الثانية والثالثة اللتين جاءت أوساطها الحسابية عالية بعض الشيء 3.40 و3.80 تالياً مما يُمكن من القول أن ساعات عمل البنك ملائمة بالنسبة لهم و أن البنك يتفهم حاجاتهم ويُقدِّرها.

#### 6-7- تحليل أبعاد جودة الخدمة:

الجدول رقم 9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الجودة في كل قطاع.

تحليل جودة خدمات القطاع البنكي في الجزائر-دراسة مقارنة بين القطاعين العام والخاص-

البيد	القطاع العام			القطاع الخاص	
	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	3.1840	0.8741	محايد	3.7800	0.6989
2	2.9700	0.9823	محايد	3.5500	0.6236
3	3.0450	0.8663	محايد	3.5500	0.6908
4	3.2100	0.8938	محايد	3.6000	0.7881
5	2.7620	0.8498	محايد	3.3000	0.6801

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات spss.

يظهر من الجدول أعلاه بالنسبة لكل بُعد من الأبعاد الخمسة للجودة في القطاع العام أسفر عن تقييم "محايد" بالنسبة لجميع الأبعاد في هذا القطاع، وبالتالي فإن الزبائن هنا لم يعبروا صراحة عن رأيهم اتجاه جودة الخدمة البنكية المقدمة لهم مما يدل كذلك على أنه لم يكن ثمة ما يدفع هؤلاء الزبائن لإبداء مستوى رضى أكبر عن هذه الجودة.

بينما يُمكن أن نستنتج، دائماً بقراءة مخرجات الجدول السابق، فيما يخص النتائج المحصل عليها في القطاع الخاص للأبعاد الأربعة الأولى كان اتجاه التقييم بالموافقة من طرف الأفراد المبحوثين في عينة البنوك الخاصة على كل بُعد من هذه الأبعاد، وهو ما يُعد مؤشراً إيجابياً عن مستوى جودة الخدمة المقدمة من طرف هذه البنوك لزبائنها إذا ما قارنا ذلك مع النتائج المحصل عليها سلفاً في القطاع العام. أما فيما يخص آخر بُعد (التعاطف) فقد كان اتجاه تقييم الزبائن له بالحياد إذ لم يُبد المستجوبون رأيهم صراحة حول هذا البعد، لكنه رغم ذلك يظل مستوى تقييمه مرتفعاً مقارنةً بنظيره في القطاع العام حيث كان المتوسط في هذا الأخير 2.7620 بينما في القطاع الخاص 3.30 كما نلاحظه.

#### 7-7- التحليل العام لجودة الخدمة:

الجدول رقم 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية الكلية للاستبيان.

القطاع الخاص	القطاع العام	
3.5545	3.0286	المتوسط الحسابي
0.5994	0.7758	الانحراف المعياري
موافق	محايد	الاتجاه العام

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات spss.

كما كان متوقعاً بتحليلنا لمختلف النتائج المفصلة المحصل عليها سابقاً، سواءً تلك الخاصة بالعبارات أو الأبعاد، و من خلال قراءة مخرجات الجدول الختامي أعلاه يظهر أن المتوسطات



الحسابية العامة لمجالات الدراسة بالنسبة لكل قطاع على حدى كانت متباينة عن بعضها البعض حيث كان المتوسط الحسابي الكلي في القطاع العام 3.0286 و في القطاع الخاص 3.5545؛ وبناء عليه فإن الاتجاه العام لدى زبائن البنوك العمومية كان بالحياد في تقييمهم مستوى جودة الخدمة المقدمة لهم ، في حين كان هناك اتجاه عام لدى زبائن البنوك الخاصة بـ "الموافقة" على مستوى جودة الخدمة التي ينالونها ما يُعطي الأفضلية في ذلك لهذه الأخيرة و لعل ما يُفسر هذا التفاوت في جودة الخدمة المقدمة بين القطاعين هو كون البنوك الخاصة تُريد إثبات و إبراز مكانتها في السوق المصرفي الجزائري بعدما شهد هذا القطاع من نوع من التعثر في السابق من خلال إبداء تنافسية أكبر مقارنة بالقطاع العام الذي يظل يستقطب الشريحة الواسعة من المتعاملين الذين قد لا يُعبرون صراحة عن رأيهم اتجاه جودة الخدمة المقدمة لهم بل يرجع ذلك إلى عوامل غير ملموسة بالأساس يأتي في طليعتها عنصر الثقة كونه بنك حكومي يميلون إليه.

#### 8-الخاتمة:

في هذا المقال تم التطرق لموضوع جودة الخدمات البنكية وطرق قياسها تطبيق ذلك ميدانياً من خلال إجراء دراسة مقارنة حول جودة الخدمة المقدمة من طرف البنوك العمومية ونظيرتها الخاصة بهدف معرفة أي قطاع بنكي يُقدم خدمة ذات جودة أفضل من وجهة نظر الزبون باستخدام مقياس الأداء الفعلي؛ وفي الأخير يُمكن عرض أهم النتائج التي توصلنا إليها في النقاط التالية:

- يُمكن قياس جودة الخدمة البنكية من خلال تحليل الأبعاد الخمسة للجودة والمستعملة في قياس جودة الخدمة في شكلها العام.
- بتحليل كل بُعد من الأبعاد الخمسة للجودة وآراء الزبائن اتجاه الخدمة المقدمة لهم نستنتج أن تقديم خدمة ذات جودة في مستوى تطلعاتهم يساهم بشكل كبير في تحقيق رضى هؤلاء الزبائن.
- إن أهم ما توصلت إليه الدراسة هو أن البنوك الخاصة تُقدم خدمة ذات جودة أفضل من نظيرتها في القطاع العمومي حيث عبر زبائن بنوك القطاع الخاص صراحة عن رضاهم عن مستوى جودة الخدمة التي يتلقونها بخلاف زبائن البنوك العمومية الذين كانوا حياديين على أقصى تقدير وغير راضون في بعض الأحيان، وبالتالي أقل رضاً عن مستوى

- جودة الخدمة المقدمة لهم؛ مما يؤكد ربما الاعتقاد العام السائد كذلك، في أن بنوك القطاع الخاص تُقدم خدمات ذات جودة أحسن من بنوك القطاع العام.
- وعليه فإننا نقترح بعض التوصيات التي ارتأيناها تساعد في تحسين جودة الخدمة البنكية المقدمة على نحو موال:
- ✓ البحث في كافة الأسباب الكامنة وراء حصول البنوك العمومية على هذا التقييم و العمل على معالجتها؛
  - ✓ العمل على توفير ظروف الراحة والتسهيلات المادية للزبائن خاصة في القطاع العام؛
  - ✓ ضرورة العمل على مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل في القطاع المصرفي عموماً خاصة ما تعلق بالأساليب والأدوات الإلكترونية؛
  - ✓ تطوير الاتساق في أداء وإنجاز الخدمة التي يعد بها البنك زبائنه بشكل دقيق؛
  - ✓ تلبية حاجات الزبائن من خلال المرونة في تقديم الخدمة والسرعة في ذلك؛
  - ✓ العناية بأراء الزبائن عبر توفير الاهتمام الفردي والإنصات لانشغالات الزبون؛
  - ✓ ضرورة العمل على تطوير مستوى جودة الخدمة عموماً وترقيتها من خلال تطبيق نظام إدارة جودة شاملة وتشجيع مختلف الدراسات التي تعنى بالموضوع والأخذ بنتائجها وتوصياتها.

## المراجع:

- حميد الطائي، بشير العلق، إدارة عمليات الخدمة، دار اليازوري للنشر والتوزيع الطبعة العربية، عمان، الأردن، 2009.
- فريد كورتل، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
- حميد الطائي، بشير العلق، تسويق الخدمات (مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، الأردن، 2009.
- د. قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- معلا ناجي، ذيب صالح، «الاصول العلمية للتسويق المصرفي»، الطبعة الثانية، مطابع الصفوة، عمان الأردن، 2011.
- فيليب كوتلر وجاري ارمسترونج، أساسيات التسويق، ترجمة سرور علي سرور إبراهيم سرور الرياض، دار المريخ للنشر، 2007.
- نظام موسى سويدان وشفيق إبراهيم حداد، التسويق مفاهيم معاصرة، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2003.
- محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة ودار العلمية الدولية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2002.
- محمود جاسم الصميدعي، تسويق الخدمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع عمان الأردن، 2010.
- خضير كاظم حمود، إدارة الجودة وخدمات العملاء، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2002.
- زعباط سامي، دور جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبون -دراسة مقارنة-، مجلة المالية والأسواق، المجلد 4، العدد 1، 2017.
- مكي الحاج، خليفي أمينة، نسيلي خديجة، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضى الزبون المصرفي - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وكالة عين وسارة، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10/ العدد 3، 2019.

- عبد الكريم حساني، جبار بوكثير، تقييم أبعاد جودة الخدمة البنكية وأثرها على رضا الزبائن، دراسة حالة وكالة بنك BADR بأم البواقي 324، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد الخامس، العدد الأول، 2018.
- شراف عقون، تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن، دراسة حالة البنك الوطني الجزائري بمدينة قسنطينة، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 1، عدد 42، 2014.
- مساوي مباركة، مليكي سمير بهاء الدين، الخدمات السياحية والفندقية وتأثيرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مجموعة من الفنادق لولاية "مستغانم"، مجلة المالية والأسواق، المجلد 3، العدد 1، 2016.
- بن يمينة فاطمة الزهراء، أ.د بوزيان عثمان، نموذج الأداء الفعلي SERVPERF لقياس جودة الخدمات البنكية من وجهة نظر الزبون-دراسة عينة من زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية عين تموشنت -، مجلة السياسات الاقتصادية في الجزائر، مجلد 06، العدد 01، 2018.
- م.م أحمد خضير أحمد، جودة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة - دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد -، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 03، العدد رقم 01، 2019.
- P.Kotler, B.Dubois, MARKETING MANAGEMENT, Paris:Publi Union , 10ème édition, 2000.
- Vargo,Stephen,L., and Lusch Robert,F. The Four Service Marketing Myths: Remnants of Goods Based, Manufacturing Model, Journal of Service Research,Vol.6,N°4, 2004.
- Akhadel G.N., Jaju S.B., Lakhe R.R. Healthcare Service Quality Dimensions in Various Countries. Journal of Nursing and Health Science, 5(3), 2016.
- Abdelhalim LACHACHE, Houssam eddine ABDELHAFID, The role of banking service quality in achieving customers' satisfaction : Evidence from the banks located in Algeria, Economic Researcher Review, Volume : 7 /Issue 1, 2019.