

قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك الأجنبية العاملة بالجزائر: دراسة ميدانية في بنك ABC و
بنك Société Générale

إلهام عطاوي: مخبر تسيير المؤسسات، جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، الجزائر
محمد بن سعيد: مخبر تسيير المؤسسات، جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، الجزائر
إيمان مناد: جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، الجزائر
سماعين نسرين: جامعة جيلالي ليابس، سيدي بلعباس، الجزائر

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة فعليا في الأجنبية العاملة في الجزائر من وجهة نظر العملاء. فقد اعتمدت الدراسة على مقياس SERVPERF لقياس الأداء الفعلي للخدمة المقدمة.

ولتحقيق أهداف الدراسة، تم تطوير استبانة لجمع المعلومات المطلوبة من العملاء، حيث تم توزيع 100 استبانة على عملاء كل بنك في منطقة سيدي بلعباس

فقد توصلت الدراسة إلى وجود مستوى مرتفع لجودة الخدمة المصرفية المقدمة في المصارف الأجنبية من وجهة نظر العملاء، كما بينت نتائج الدراسة اختلاف في الأهمية النسبية التي يوليها عملاء كلا المصرفين للمعايير التي يستخدمونها عند تقييمهم لمستوى جودة الخدمات الفعلية المقدمة.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية، جودة الخدمة، المصارف الأجنبية، ABC، Société Générale

Abstract

The study aims to measure the quality of services provided in foreign Algerian banks level through customer's opinion, So this study is based on SERVPERF to measure the quality of service.

To achieve the objectives of this study was to develop a questionnaire where. 100 questionnaires were distributed in these banks in the city of Sidi Bel Abbas.

The results, indicating a high level of service quality in foreign Algerian banks. Thus, our results also show a difference in the relative importance attached by customers of foreign Algerian banks to the criteria they use to assess the quality of services actually provided.

Key word: Banking services, quality of service, Foreign Algerian banks, ABC Bank, Société générale

مقدمة

يعتبر موضوع جودة الخدمات - وتحديدًا جودة الخدمات المصرفية - وقياسها، من المواضيع التي تصدرت اهتمامات الباحثين وقد نتج عن ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع من جوانبه المختلفة، فبالرغم من اتفاقهم على ضرورة قياس جودة الخدمة كأحد المداخل الأساسية لتطوير الجودة وتحسينها في المؤسسات الخدمية، إلا أنهم لم يتفقوا على كيفية قياسها والمتغيرات المرتبطة بها. لقد جذبت مقاييس جودة الخدمة منذ الثمانينيات من القرن الماضي انتباه العديد من الباحثين، وتركزت جهودهم على محاولة إيجاد المنهجية المناسبة لقياس جودة الخدمات. وتعتبر الدراسة التي قام بها **Parasuraman et al. (1985)**، أول وأهم دراسة في هذا المجال، حيث وضعوا نموذجًا لقياس جودة الخدمة أطلقوا عليه اسم (ServQual) أو نموذج جودة الخدمة يعتمد على قياس الفجوة ما بين توقعات العملاء وإدراكاتهم حول ما قدم لهم من خدمات، والذي كان الأساس لظهور نماذج أخرى كنموذج أداء الخدمة (ServPerf) **(Taylor and Cronin, 1992)**، بحيث يعتبر هاذين النموذجين أهم وأكثر مقاييس جودة الخدمة جدلا وتطبيقا عبر مختلف دول العالم (معلا، 2007).

و إذا كان من الضروري اللجوء إلى مقاييس جودة الخدمة والاستعانة بها من أجل تحسين وتطوير الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه، فإنه يتوجب عليه قياس وتقييم جودة هذه الخدمات اعتمادا على آراء هؤلاء العملاء واتجاهاتهم إزاء ما يقدم لهم من خدمات، لأن مفهوم جودة الخدمة في هذا الاتجاه يمكن البنك من الحصول على المعرفة اللازمة التي تسمح له بإعادة تصميم وتشكيل خدماته بما يلبي حاجات ورغبات العملاء ويتجاوز توقعاتهم، وصولا إلى رضاهم، واستمرارية تعاملهم مع البنك في المدى البعيد.

1. مشكلة الدراسة

يمكن صياغة مشكلة الدراسة بالتساؤلات التالية :

1. ما مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الأجنبية العاملة في الجزائر من وجهة

نظر العملاء؟

2. هل هناك اختلاف في الأهمية النسبية التي يوليها عملاء البنوك الأجنبية العاملة في الجزائر

للمعايير التي يستخدمونها عند تقييمهم لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم ؟

2. فرضيات الدراسة

بناءً على التساؤلات المطروحة تم وضع الفرضيات التالية:

1. الفرضية الأولى: يوجد مستوى مرتفع لجودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الأجنبية

العاملة في الجزائر من وجهة نظر العملاء.

2. الفرضية الثانية : لا تختلف الأهمية النسبية التي يوليها عملاء البنوك الأجنبية العاملة في الجزائر للمعايير التي يستخدمونها عند تقييمهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

3. أهداف الدراسة

يسعى الباحثون من خلال هذا البحث الى تحقيق الأهداف التالية:

1. قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء وتحديد أبعادها. والكشف عن وضعية المنافسة بين البنوك الأجنبية العاملة في الجزائر.
2. معرفة توجهات العملاء نحو جودة الخدمات المصرفية.
3. توفير قاعدة من المعلومات التي تساعد إدارات المصارف في قياس جودة ما تقدمه من خدمات مصرفية وتحديد أهم العوامل التي يوليها العملاء أهمية نسبية عالية خاصة عند تقييمهم لجودة تلك الخدمات وذلك لمعرفة أولويات التطوير عند الحاجة إليه.
4. التعرف على النماذج السائدة لقياس جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العملاء.
5. إظهار كفاءات وطرق جمع البيانات عن العملاء وكيفية توظيفها باستعمال أدوات التحليل والمعالجة الإحصائية الملائمة.

4. منهجية الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لأنه المنهج الذي ينسجم مع طبيعة وأغراض الدراسة. هذا وقد تم جمع البيانات اللازمة لأغراض الدراسة من المصادر الثانوية ممثلة في المراجع العلمية والدراسات السابقة والمصادر الأولية من خلال توزيع الاستبانات على عينة من عملاء المؤسسة العربية المصرفية (ABC) و المؤسسة العامة (Société Générale) بصفتها بنكين أجنبيين.

أ. مجتمع وعينة الدراسة

يشمل مجتمع الدراسة عملاء بنك ABC و بنك Société Générale وقد تم الاعتماد على العينة العشوائية نظرا لرفض البنوك توفير قوائم بأسماء العملاء نظرا لسريتها وقد بلغ حجم العينة 200 عميل لكل البنوك.

ب. أداة جمع البيانات

تم استخدام الاستبانة أداة لجمع البيانات، حيث تضمنت بشكلها النهائي، إضافة إلى صفحة الغلاف التي تعرف العملاء بالدراسة وأهدافها، مجموعة من الأسئلة حول جودة الخدمات المصرفية، حيث تقيس هذه الفقرات الأبعاد والجوانب الخمسة لجودة الخدمة المصرفية.

✓ من الفقرة (1-8) خاصة بالجوانب الملموسة.

✓ من الفقرة (9-12) خاصة بالجوانب الاعتمادية.

✓ من الفقرة (13-18) خاصة بجوانب الاستجابة.

✓ من الفقرة (19-22) خاصة بجوانب الأمان.

✓ من الفقرة (23-27) خاصة بجوانب التعاطف.

وذلك من خلال مقياس لكرت الخماسي، إذ يشير الرقم 1 إلى عدم الموافقة التامة، في حين يشير الرقم 5 إلى الموافقة التامة. ولغايات احتساب مستوى التوجه لكل فقرة قام الباحث بتصميم المسطرة التالية :

✓ من 1 إلى 3.49 مستوى جودة الخدمة المصرفية منخفض

✓ من 3.5 إلى 5 مستوى جودة الخدمة المصرفية مرتفع

ج. أساليب تحليل البيانات

بعد جمع الاستبيانات ومراجعتها، تبين أن 170 استبانته منها صالحة لغايات التحليل أي ما نسبته 85% من الاستبيانات الموزعة، بعد هذا تم تفرغها وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

د. ثبات أداة الدراسة

للتأكد من ثبات أداة الدراسة تم استخراج معامل الثبات بطريقة (كرونباخ ألفا) لمجالات الدراسة (الجوانب الملموسة، جوانب اعتمادية، جوانب الاستجابة، جوانب الأمان، جوانب التعاطف) كل على حدى إلى جانب استخراج معامل كرونباخ ألفا الكلي لجميع فقرات الأداة، جدول رقم (1) يوضح ذلك. جدول رقم (1): معامل الثبات (كرونباخ ألفا) لمجالات الدراسة (الملموسة الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) والأداة ككل

المجال	معامل كرونباخ ألفا في البنوك الأجنبية
الجوانب الملموسة	0.82
جوانب اعتمادية	0.72
جوانب الاستجابة	0.70
جوانب الأمان	0.81
جوانب التعاطف	0.69
الأداة ككل	0.78

يظهر من جدول رقم (1) أن معاملات (كرونباخ ألفا) لمجالات الدراسة تراوحت بين (0.87-0.89) في البنوك الجزائرية و (0.69-0.82) في البنوك الأجنبية وهي قيم مرتفعة، وبلغ معامل (كرونباخ ألفا) للأداة ككل (0.78) و هي نسبة ممتازة في مثل هذا النوع من الدراسات.

هـ. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تم الاعتماد على برنامج (SPSS) في تحليل البيانات الخاصة بهذه الدراسة، و قد استخدمت الأساليب الإحصائية التالية لأغراض التحليل:

✓ إيجاد الوسط الحسابي (X) بهدف معرفة تقييم عملاء المصارف لمستوى جودة الخدمة المصرفية المقدمة، و إيجاد الانحراف المعياري لإجابات العملاء، و ذلك بهدف استخدام الانحرافات المعيارية في استخراج قيمة (T).

✓ اختبار الثبات حيث تم من خلال هذا الاختبار حساب معامل كرونباخ الفا (Cronbach–Alpha) بهدف التحقق من الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة.

✓ استخدام اختبار (One Sample T–test) للتعرف على الدلالة الإحصائية لأداة الدراسة ككل و لكل مجال من مجالاتها.

✓ استخدام تحليل التباين (ANOVA) و ذلك لمعرفة الفروقات في آراء أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات المصرفية تبعا لمتغير المصرف.

5. عرض و تحليل النتائج

1. اختبار الفرضية الأولى

نصت الفرضية الأولى على انه: يوجد مستوى مرتفع ودال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($0.05=\alpha$) لجودة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف الأجنبية العاملة في الجزائر من وجهة نظر العملاء.

و قد تم اختبار هذه الفرضية من خلال إجابات عملاء المصارف الأجنبية على العبارات السبعة والعشرين التي تتكون منها الإستبانة المستخدمة في قياس جودة الخدمة المصرفية، حيث تم استخراج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات مجالات الدراسة، ومن تم ترتيبها حسب متوسطها الحسابي و وضع درجة التقييم، بالإضافة إلى اختبار T للمقارنات الثنائية و ذلك للتأكد من الدلالة الإحصائية للنتائج في هذا المجال.

✓ المجال الأول: الملموسية

يبين الجدول رقم (2) المتوسطات الحسابية، و الانحرافات المعيارية لعبارات "الملموسية" و درجة تقييمها.

جدول رقم (2): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات "الملموسية" و درجة تقييمها

الرقم	العبارة	المتوسط	الانحراف	الرتبة	درجة
-------	---------	---------	----------	--------	------

التقييم		المعياري	الحسابي		
مرتفعة	2	0.67	4.54	إن موقع المصرف ملائم و يمكن الوصول إليه بسهولة.	1
مرتفعة	3	0.51	4.44	إن التصميم الداخلي للمصرف مناسب لتقديم الخدمات.	2
مرتفعة	4	0.51	4.43	إن المظهر الخارجي للمصرف يوحي للعميل بالثقة.	3
مرتفعة	1	0.46	4.69	إن المصرف يمتاز بالنظافة، و الإضاءة و التدفئة (التكييف) الجيدة.	4
منخفضة	5	0.58	4.32	يستخدم المصرف معدات و أجهزة تكنولوجية تسهل خدمة العميل و تلبى احتياجاته.	5
منخفضة	8	0.62	1.79	يتوفر لدى المصرف مواقف لسيارات العملاء.	6
مرتفعة	6	0.52	4.26	يتوفر لدى المصرف أماكن للانتظار.	7
منخفضة	7	1.09	1.98	يعتني موظفو المصرف بمظهرهم و هندامهم.	8
مرتفعة		0.23	3.80	المتوسط العام	

يظهر من الجدول (2) أن المتوسطات الحسابية لعبارات الملموسية تراوحت بين (1.79-4.69) حيث كان أعلاها للعبارة (4) " إن المصرف يمتاز بالنظافة، و الإضاءة و التدفئة (التكييف) الجيدة " بدرجة تقييم مرتفعة، وأدناها للعبارة (6) "يتوفر لدى المصرف مواقف لسيارات العملاء" بدرجة تقييم منخفضة. و أن عدد عوامل الملموسية ذات درجة الموافقة المرتفعة من وجهة نظر العملاء بلغ (6) من اصل (8)، و التي يزيد المتوسط الحسابي لكل منها عن (3.5)، و عدد العوامل التي كان تقييمها ضعيف بلغ (2) من اصل (8)، أي انه يوجد موافقة بدرجة مرتفعة لعوامل الملموسية ككل (3.80).

✓ المجال الثاني: الاعتمادية

يبين الجدول رقم (3) المتوسطات الحسابية، و الانحرافات المعيارية لعبارات "الاعتمادية" و درجة تقييمها.

جدول رقم (3): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات "الاعتمادية" و درجة تقييمها

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقييم
1	يفي المصرف بجميع وعوده للعملاء و في الأوقات المحددة.	3.73	0.72	4	مرتفعة
2	يقدم المصرف خدمات دقيقة و خالية من الأخطاء تقريبا.	4.00	0.79	2	مرتفعة

مرتفعة	3	0.62	3.79	موظفو المصرف يمكن الإعتماد عليهم في أداء الخدمة بشكل جيد.	3
مرتفعة	1	0.80	4.02	يحرص المصرف على حل المشاكل التي تواجه العملاء المتعلقة بالخدمات المقدمة لهم.	4
مرتفعة		0.58	3.88	المتوسط العام	

يظهر من الجدول (3) أن المتوسطات الحسابية لعبارات الاعتمادية تراوحت بين (3.73-4.02) حيث كان أعلاها للعبارة (4) "يحرص المصرف على حل المشاكل التي تواجه العملاء المتعلقة بالخدمات المقدمة لهم." بدرجة تقييم مرتفعة، وأدناها للعبارة (1) "يفي المصرف بجميع وعوده للعملاء و في الأوقات المحددة" بدرجة تقييم مرتفعة كذلك. و أن عدد عوامل الاعتمادية التي كان تقييمها مرتفع بلغ (4) من اصل (4)، مما انعكس على درجة الموافقة لعوامل الاعتمادية ككل التي كانت مرتفعة (3.88).

✓ المجال الثالث: الاستجابة

يبين الجدول رقم (4) المتوسطات الحسابية، و الانحرافات المعيارية لعبارات "الاستجابة" و درجة تقييمها.

جدول رقم (4): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات "الاستجابة" و درجة تقييمها

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقييم
1	يقدم المصرف خدمات سريعة و فورية لعملائه.	4.01	0.65	3	مرتفعة
2	يستجيب الموظفون لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم.	3.89	0.96	4	مرتفعة
3	يستجيب موظفو و إدارة المصرف لشكاوي و استفسارات العملاء.	3.65	0.60	5	مرتفعة
4	يقدم الموظفون الخدمة حسب أولوية دخول العملاء للمصرف و بدون تجاوز للعميل الحالي.	4.32	0.64	1	مرتفعة
5	يتوفر لدى المصرف لوحات إرشادية إلكترونية لتسريع خدمة العميل.	4.11	0.61	2	مرتفعة
6	يتوفر لدى المصرف العدد الكافي من الموظفين لأداء الخدمات.	1.27	0.63	6	منخفضة
	المتوسط العام	3.54	0.39		مرتفعة

يظهر من الجدول (4) أن المتوسطات الحسابية لعبارات الاستجابة تراوحت بين (1.27-4.32)، أي كلها تجاوزت (3.5) ما عدا العبارة 6 . حيث عدد عوامل الاستجابة التي كان تقييمها مرتفع بلغ (5) من اصل (6)، و درجة الموافقة لعوامل الاستجابة ككل كانت مرتفعة (3.54).
و يظهر من خلال الانحراف المعياري للعبارات المختلفة، في أنه هناك اتفاقا نسبيا بين المستجيبين عن العبارات المتعلقة بالاستجابة، حيث بلغ الانحراف المعياري أقل من نصف المتوسط الحسابي لجميع العبارات المذكورة.

✓ المجال الرابع: الأمان

يبين الجدول رقم (5) المتوسطات الحسابية، و الانحرافات المعيارية لعبارات "الأمان" و درجة تقييمها.

جدول رقم (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات "الأمان" و درجة تقييمها

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقييم
1	يشعر العملاء بالإطمئنان في التعامل مع المصرف.	3.82	0.55	2	مرتفعة
2	يمتلك موظفو المصرف المعرفة و المهارة لتقديم الخدمات للعملاء.	3.91	0.87	1	مرتفعة
3	يتابع موظفوا المصرف الإجراءات الخاصة بالعملاء و لغاية حصولهم على الخدمة.	3.10	1.29	3	منخفضة
4	يتوفر لدى المصرف الأجهزة الأمنية الكافية لحماية مدخرات العملاء.	1.64	0.95	4	منخفضة
	المتوسط العام	3.11	0.43		منخفضة

يظهر من الجدول (5) أن المتوسطات الحسابية لعبارات الأمان تراوحت بين (1.64-3.91) حيث كان أعلاها للعبارة (2) " يمتلك موظفو المصرف المعرفة و المهارة لتقديم الخدمات للعملاء " بدرجة تقييم مرتفعة، وأدناها للعبارة (4) "يتوفر لدى المصرف الأجهزة الأمنية الكافية لحماية مدخرات العملاء"، و أن عدد عوامل الأمان ذات درجة التقييم المرتفعة بلغ (2) من اصل (4)، حيث يوجد درجة موافقة منخفضة لعوامل الأمان جميعا (3.11).

✓ المجال الخامس: التعاطف

يبين الجدول رقم (6) المتوسطات الحسابية، و الانحرافات المعيارية لعبارات "التعاطف" و درجة تقييمها.

جدول رقم (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات "التعاطف" و درجة تقييمها

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقييم
1	تعرف إدارة و موظفي المصرف إحتياجات العملاء و تسعى لتلبيتها.	3.79	0.55	2	مرتفعة
2	تولي إدارة و موظفي المصرف إهتمام فردي لكل عميل.	3.56	0.84	3	مرتفعة
3	تضع إدارة المصرف مصلحة العميل في قمة أولوياتها.	3.90	1.03	1	مرتفعة
4	يظهر الموظف المعرفة الشخصية بالعميل، ويحرص على الترحيب به.	3.41	0.92	4	منخفضة
5	يقوم الموظف بملء البيانات المطلوبة في المعاملات المصرفية عوضا عن العميل.	1.44	0.86	5	منخفضة
	المتوسط العام	3.22	0.62		منخفضة

يظهر من الجدول (6) أن المتوسطات الحسابية لعبارات التعاطف تراوحت بين (1.44-3.90) حيث كان أعلاها للعبارة (3) "تضع إدارة المصرف مصلحة العميل في قمة أولوياتها" بدرجة تقييم مرتفعة، وأدناها للعبارة (5) "يقوم الموظف بملء البيانات المطلوبة في المعاملات المصرفية عوضا عن العميل" بدرجة تقييم منخفضة، و أن عدد عوامل التعاطف التي كان تقييمها مرتفع بلغ (3) من اصل (5)، حيث أن درجة الموافقة لعوامل التعاطف ككل كانت منخفضة (3.22)، يقل المتوسط الحسابي عن (3.5).

✓ ملخص مستوى جودة الخدمة المصرفية في البنوك الأجنبية العاملة في الجزائر

تم استخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتقديرات عينة الدراسة، لجودة الخدمة ككل و أبعادها الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، و التعاطف)، حيث يوضح ذلك الجدول رقم (7).

جدول رقم (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمة ككل و أبعادها الخمس

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقييم
1	الملموسية	3.80	0.23	2	مرتفعة
2	الاعتمادية	3.88	0.58	1	مرتفعة
3	الاستجابة	3.54	0.39	3	مرتفعة
4	الأمان	3.11	0.43	5	منخفضة
5	التعاطف	3.22	0.62	4	منخفضة
	المتوسط العام	3.51	0.31		مرتفعة

يظهر من الجدول (14) أن المتوسطات الحسابية لمجالات الدراسة تراوحت بين (3.11-3.88) بدرجة تقييم مرتفعة لمجال الاعتمادية و الملموسية و الاستجابة و درجة تقييم منخفضة لمجال الامان و التعاطف، وبلغ المتوسط الحسابي العام (3.51) بدرجة تقييم مرتفعة.

✓ اختبار (One Sample T-test) لمجالات الدراسة

وللتعرف على الدلالة الإحصائية لمجالات الدراسة (أبعاد جودة الخدمة الخمس) و جودة الخدمة ككل تم تطبيق اختبار (One Sample T-test)، جدول (8) يوضح ذلك.

جدول رقم (8): نتائج تطبيق اختبار (One Sample T-test) لمجالات الدراسة وجودة الخدمة

ككل

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	درجات الحرية	الدلالة الإحصائية
1	الملموسية	3.80	0.23	34.17	165	0.00
2	الاعتمادية	3.88	0.58	15.17	165	0.00
3	الاستجابة	3.54	0.39	13.68	165	0.00
4	الأمان	3.11	0.43	2.67	165	0.00
5	التعاطف	3.22	0.62	3.53	165	0.00
	جودة الخدمة ككل	3.51	0.31	16.41	165	0.00

يظهر من الجدول (8) أن قيم (T) المحسوبة لمجالات الدراسة تراوحت بين (2.67-34.17)، و قيمة (T) لجودة الخدمة ككل (16.41)، وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.00)، أي أنها

دالة على مستوى ثقة مقداره (100%) و كون هذا المستوى اكبر من مستوى الثقة المعتمد في هذه الدراسة و البالغ (95%) فانه يعتبر دال احصائيا، و بما أن المتوسط العام لجودة الخدمة (3.51) اكبر من (3.5) فانه يتم قبول الفرضية الثانية التي تشير إلى انه يوجد مستوى مرتفع لمستوى لجودة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف الأجنبية العاملة في الجزائر من وجهة نظر العملاء.

2. اختبار الفرضية الثانية

نصت الفرضية الثانية على أنه : لا تختلف الأهمية النسبية التي يوليها عملاء المصارف الأجنبية العاملة في الجزائر للمعايير التي يستخدمونها عند تقييمهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

يتطلب اختبار هذه الفرضية احتساب المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية للأهمية النسبية للمعايير الخمس لكافة المصارف معا، كما هو موضح بالجدول رقم (9).

جدول رقم (9): المتوسط الحسابي للأهمية النسبية لمجالات الدراسة لكافة المصارف معا

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي للأهمية النسبية	الانحراف المعياري	الرتبة
1	الملموسية	0.76	0.04	2
2	الاعتمادية	0.77	0.11	1
3	الاستجابة	0.70	0.07	3
4	الأمان	0.62	0.08	5
5	التعاطف	0.64	0.12	4

عند مقارنة المتوسط الحسابي للأهمية النسبية للمعايير الخمس لكافة المصارف معا، لوحظ ما يلي:

1. أعطى عملاء المصارف الأجنبية العاملة في الجزائر لمعايير الاعتمادية أعلى تقييم، فقد بلغ متوسط تقييمهم لهذه المعايير (0.77).
 2. كما احتل بُعد الملموسية المركز الثاني، و جاء بُعد الاستجابة في المركز الثالث و بُعد التعاطف في المركز الرابع .
 3. حصل بُعد الأمان على أدنى تقييم لدى عملاء المصارف الأجنبية بمتوسط يعادل (0.62).
- ✓ اختبار (ANOVA) للأهمية النسبية لكل مجال من مجالات الدراسة تبعاً لمتغير المصرف

يظهر من جدول (9) أعلاه أن هناك فروق ظاهرية (اختلاف في الأهمية النسبية) بين المتوسطات الحسابية لمجالات الدراسة (الجوانب الملموسة، جوانب اعتمادية، جوانب الاستجابة، جوانب الأمان، جوانب التعاطف) تبعاً لمتغير المصرف، لمعرفة الدلالة الإحصائية لهذه الفروق تم تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لكل مجال من مجالات الدراسة، كما هو موضح في الجدول رقم (10).

جدول رقم (10): نتائج تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) للأهمية النسبية لكل مجال من

مجالات الدراسة تبعاً لمتغير المصرف

الدالة الإحصائية	قيمة F	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات	المصدر	المجال
0.010	2.727	0.006	1	0.006	بين المجموعات	الأهمية النسبية لمجال الملموسة
		0.002	164	0.216	داخل المجموعات	
			165	0.222	المجموع	
0.009	7.016	0.09	1	0.09	بين المجموعات	الأهمية النسبية لمجال الاعتمادية
		0.013	164	1.257	داخل المجموعات	
			165	1.347	المجموع	
0.002	10.33	0.059	1	0.059	بين المجموعات	الأهمية النسبية لمجال الاستجابة
		0.006	164	0.562	داخل المجموعات	
			165	0.621	المجموع	
0.015	2.05	0.016	1	0.016	بين المجموعات	الأهمية النسبية لمجال الأمان
		0.008	164	0.747	داخل المجموعات	
			165	0.762	المجموع	
0.012	6.624	0.097	1	0.097	بين المجموعات	الأهمية النسبية لمجال التعاطف
		0.015	164	1.44	داخل المجموعات	
			165	1.53	المجموع	
0.037	4.491	0.017	1	0.017	بين المجموعات	الأهمية النسبية لجودة الخدمة ككل
		0.004	164	0.372	داخل المجموعات	
			165	0.389	المجموع	

يظهر من الجدول (10) أن قيم (F) لمجالات الدراسة (الجوانب الملموسة، جوانب اعتمادية، جوانب الاستجابة، جوانب الأمان، جوانب التعاطف، وجودة الخدمة ككل) كانت دالة إحصائياً عند

مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، يعني رفض الفرضية العدمية و قبول بديلتها التي تشير إلى اختلاف الأهمية النسبية التي يوليها عملاء المصارف الأجنبية العاملة في الجزائر للمعايير التي يستخدمونها عند تقييمهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

خاتمة

هدفت الدراسة إلى قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك الأجنبية العاملة في الجزائر، وعليه استخدم الباحثون طرق القياس والتحليل التي تتلائم وأهداف الدراسة، حيث توصلت الدراسة الى العديد من النتائج سيتم عرضها على النحو التالي:

أ. أشارت نتائج الدراسة بالنسبة للبنوك الأجنبية العاملة في الجزائر الى وجود موافقة بدرجة مرتفعة لعوامل الملموسية ككل لجودة الخدمات المصرفية (3.80) و بعد حساب المتوسطات الحسابية التي تراوحت بين (1.79-4.69) جاءت الفقرة رقم (4) والتي تنص على " إن المصرف يمتاز بالنظافة، و الإضاءة و التدفئة (التكييف) الجيدة." في المرتبة الأولى بينما جاءت الفقرة رقم (6) في المرتبة الأخيرة ونصها "يتوفر لدى المصرف مواقف لسيارات العملاء".

ب. درجة الموافقة لعوامل الاعتمادية ككل كانت مرتفعة في (3.88) و بعد حساب المتوسطات الحسابية التي تراوحت بين (3.73-4.02) حيث كان أعلاها للعبارة (4) " يحرص المصرف على حل المشاكل التي تواجه العملاء المتعلقة بالخدمات المقدمة لهم." بدرجة تقييم مرتفعة، وأدناها للعبارة (1) "يفي المصرف بجميع وعوده للعملاء و في الأوقات المحددة" بدرجة تقييم منخفضة.

ج. درجة الموافقة لعوامل الاستجابة ككل كانت مرتفعة (3.54) و بعد حساب المتوسطات الحسابية تراوحت بين (1.27-4.32).

د. عدد عوامل الأمان ذات درجة التقييم المرتفعة بلغ (2) من اصل (4)، حيث يوجد درجة موافقة منخفضة لعوامل الأمان جميعا (3.11). و أن المتوسطات الحسابية لعبارات الأمان تراوحت بين (1.64-3.91) حيث كان أعلاها للعبارة (2) " يمتلك موظفو المصرف المعرفة و المهارة لتقديم الخدمات للعملاء." بدرجة تقييم مرتفعة، وأدناها للعبارة (4) "يتوفر لدى المصرف الأجهزة الأمنية الكافية لحماية مدخرات العملاء".

هـ. درجة الموافقة لعوامل التعاطف ككل كانت منخفضة (3.22) و أن المتوسطات الحسابية لعبارات التعاطف تراوحت بين (1.44-3.90) حيث كان أعلاها للعبارة (3) " تضع إدارة المصرف مصلحة العميل في قمة أولوياتها." بدرجة تقييم مرتفعة، وأدناها للعبارة (5) "يقوم الموظف بملء البيانات المطلوبة في المعاملات المصرفية عوضا عن العميل" بدرجة تقييم منخفضة .

- و. أشارت نتائج الدراسة الى وجود مستوى مرتفع لجودة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف الأجنبية من وجهة نظر العملاء.
- ز. قيمه (T) المحسوبة لمجالات الدراسة بالنسبة للبنوك الأجنبية تراوحت بين (2.67-34.17)، و قيمة (T) لجودة الخدمة ككل (16.41)، وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.00)، أي أنها دالة على مستوى ثقة مقداره (100%) و كون هذا المستوى اكبر من مستوى الثقة المعتمد في هذه الدراسة و البالغ (95%) فانه يعتبر دال احصائياً.
- ح. أشارت نتائج الدراسة أن عملاء المصارف الأجنبية أعطوا لمعايير الاعتمادية أعلى تقييم، فقد بلغ متوسط تقييمهم لهذه المعايير (0.77)، مما يعكس أهمية هذا البُعد في تقييم العملاء لجودة الخدمة و ضرورة اهتمام إدارات المصارف بتحقيقها كما احتل بُعد الملموسية المركز الثاني، و جاء بُعد الاستجابة في المركز الثالث، و بُعد التعاطف في المركز الرابع و حصل بُعد الأمان على أدنى تقييم لدى عملاء المصارف الأجنبية بمتوسط يعادل (0.62).
- ط. أشارت نتائج الدراسة بعد تطبيق تحليل التباين الأحادي (ANOVA) لكل مجال من مجالات الدراسة، إلى اختلاف الأهمية النسبية التي يوليها عملاء المصارف الأجنبية للمعايير التي يستخدمونها عند تقييمهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

المراجع

أولاً - المراجع العربية :

1. أبو معمر، فارس، 2005، " قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة"، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد الثالث عشر، العدد الأول، ص ص 77-105.
2. أبو موسى، رسمية احمد أمين، 2000، "أثر جودة الخدمة على الربحية و رضا العملاء في المصارف الأردنية (دراسة مقارنة بين بنك الإسكان و البنك الإسلامي الأردني)"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل بيت، الأردن.
3. احمد، احمد محمود، 2001، "تسويق الخدمات المصرفية مدخل نظري-تطبيقي"، الطبعة الأولى، دار البركة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
4. اسماعيل، مراد، 2010، "أهمية جودة الخدمة في تعزيز القدرة التنافسية (دراسة حالة مؤسسة الاتصالات الكويتية للهاتف النقال "نجمة")"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجليلي الياض، سيدي بلعباس، الجزائر.

5. الخالدي، أيمن فتحي فضل، 2006، "قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين (من وجهة نظر العملاء)"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
6. درويش، مروان و الدميري، ابتسام، 2010، "تقييم جودة خدمات المصارف العربية العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر العملاء"، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث و الدراسات، المجلد الأول، العدد الثامن عشر، ص ص 11-42.
7. الصرن ، رعد حسن، 2007، "عولمة جودة الخدمات المصرفية"، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع، عمان، الأردن.
8. غيشي، عبد العالي و شمام، عبد الوهاب، 2007، "قياس جودة الخدمات المصرفية في مدينة قسنطينة-الجزائر- دراسة ميدانية"، أبحاث اقتصادية و إدارية، العدد الأول، ص ص 101-121
9. المبيريك، وفاء ناصر، 2004، "العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية"، المجلة العربية للإدارة، السعودية، المجلد الرابع و العشرين، العدد الأول، ص ص 240-256.
10. معلا، ناجي، 2007، "الأصول العلمية للتسويق المصرفي"، طبعة مزيدة و منقحة، الطبعة الثالثة، عمان، الأردن.
11. ناصر، دادي عدون و معراج، هواربي، 2005، "مدى إدراك زبائن المصارف التجارية العاملة بالجزائر لجودة الخدمات المصرفية المقدمة : دراسة ميدانية على زبائن المصارف التجارية بمنطقة غرداية"، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، عدد 2، ص ص 203-232.
12. جبلي، هدى، 2010، "قياس جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة بنك البركة الجزائري"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.

ثانيا - المراجع الأجنبية :

- 1.Aaker, David A and Jacobson, Robert, 1994, "The Financial Information Content Of The Perceived Quality", *Journal of Marketing research*, Vol. XXXI, pp 191-201.
- 2.Akroush, Mamoun N and Khatib, Fahed S., 2009, "The Impact of Service Quality Dimensions on Performance: An Empirical Investigation of Jordan's Commercial Banks", *Journal of Accounting – Business & Management*, Vol. 16, N° 1, pp 22-44.
- 3.Al-Amiri, and Al-Tamimi, 2003, "Analyzing service quality in the UAE banks", *Journal of financial services marketing*, Vol. 8, pp 119-132.
- 4.Anderson, D.R, Sweeney, D.J, and Williams, T.A., 1990, "Statistics for Business and Economics". 4th ed., West Publishing Company.

5. Burch, Edward, Rogers, Hudson P. and Underwood, James, 2004, "Exploring Servperf: an Empirical Investigation of the Importance Performance, Service Quality Relationship in the Uniform Rental Industry", //C:\WINDOWS\Desktop\1995\SWMA\95sma121.htm.
6. Cetorelli, N., 1999, "Competitive Analysis in Banking: Appraisal of the Methodologies", *Economic Perspectives*, Federal Reserve of Chicago, pp 2-15.
7. Cronin, Joseph and Taylor, Steven A., 1992, "Measuring Service Quality: Reexamination And Extention", *Journal of Marketing*, Vol. 56, pp 55-68.
8. Gujarati, Damodar N, 2003, "Basic Econometrics", 3rd ed, Mc Graw-Hill, New York.
9. Jabnoun, N. and Al-tamimi, A.H, 2002, "Measuring Perceived Service Quality At UAE Commercial Banks", *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 20, N° 4, pp 458-472.
10. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L., (1988), "SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, Vol.64, pp12-40.
11. Parasuraman, Berry and Zeithaml, 1990, "An Empirical Examination of Relationships in an Extended Service Quality Model," *Marketing Science Institute Research Program Series*, Report No. pp90-122.
12. Parasurman A, zeithaml Valarie A, and Berry, Leonard L, 1985, "A Conceptual Model Of Service Quality And It's Implications For Future Research", *Journal of Marketing*, vol. 49, pp 41-50.