

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا

العميل: دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

The quality of banking services as an input for developing job performance and its reflection on customer satisfaction: a field study on a sample of banking agencies for the state of Ghardiaحميدي زقاي¹، بلقاسم بن علال²، عبد اللطيف أولاد حيمودة³

جامعة مولاي الطاهر سعيدة (الجزائر) ، zegai20@gmail.com

المركز الجامعي نور البشير البيض (الجزائر)، b.benallal@cu-elbayadh.dz

جامعة غرداية (الجزائر)، ouladhaimouda@univ-ghardaia.dz

تاريخ النشر: 2023/06/18

تاريخ القبول: 2023/06/12

تاريخ الاستلام: 2020/03/15

Abstract:

This study aims to identify the role of job performance in improving the relationship between the quality of banking services and customer satisfaction. This study was conducted on a sample of 196 employees belonging to some banking agencies of the state of Ghardaia. The results of this study recommended the need to improve the quality of banking services and raise the performance of employees, and work more to achieve customer satisfaction and know their opinions through interviews and questionnaires and the system of suggestions and complaints.

Key words: Job performance, quality of banking services, customer satisfaction, banking agencies.

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الأداء الوظيفي في تحسين العلاقة بين جودة الخدمات البنكية ورضا العميل. وأجريت هذه الدراسة على عينة مكونة من 196 موظف ينتمون لبعض الوكالات البنكية لولاية غرداية. وأوصت نتائج هذه الدراسة بضرورة تحسين جودة الخدمات البنكية ورفع من الأداء الموظفين، والعمل أكثر على تحقيق رضا العملاء ومعرفة آرائهم من خلال المقابلات والاستبيانات ونظام الاقتراحات والشكاوى.

الكلمات المفتاحية: أداء وظيفي، جودة الخدمات البنكية، رضا العميل، وكالات بنكية.

1. مقدمة:

تعيش إدارة البنوك اليوم عصرا سمته التجديد والبحث عن مزيد من الكفاءة والإبداع والتميز في الأداء الوظيفي، حيث يشهد الوقت الراهن تغيرات وتطورات سريعة ومتلاحقة في كافة المجالات وخاصة الخدمية منها، لذا تجد إدارة البنوك نفسها من وقت لآخر أمام العديد من التحديات أهمها: ازدياد حدة المنافسة على المستويين المحلي والعالمي، التطور التكنولوجي السريع، الانفتاح الاقتصادي العالمي وظاهرة العولمة، نقص الموارد المالية، زيادة وعي العملاء وقدرتهم على التميز في جودة المقدمة لهم فضلا عن التحديات التي تفرضها المتغيرات الاقتصادية والسياسية. هذه التحديات جميعها جعلت إدارة البنوك تسعى إلى تغيير في نظمها وأساليبها الإدارية التقليدية التي لا تتناسب مع ما تواجهه هذه البنوك، وتبني مفاهيم إدارية حديثة تواكب ما تطلبه المرحلة الراهنة من أجل التكيف معها. فجودة الخدمات هي إحدى الأساليب والنظم المتبعة لمواجهة هذه التحديات باعتبارها من المفاهيم الإدارية الحديثة التي تقوم على مجموعة من الأفكار والمبادئ الإرشادية والفلسفية، والتي يمكن لأي بنك الأخذ بها من أجل الارتقاء بأداء موظفيه مما ينعكس إيجابا على رضا عملائه الأمر الذي يضمن له البقاء والاستمرار في السوق البنكية.

وتهدف هذه الدراسة على وجه التحديد إلى محاولة التعرف على دور الأداء الوظيفي في تحسين العلاقة بين جودة الخدمات البنكية ورضا العميل بالبنوك الجزائرية، حيث تم إجراء هذه الدراسة على عينة مكونة من 196 موظف ينتمون لوكالات بنكية لولاية غرداية: البنك الوطني الجزائري (BNA)، القرض الشعبي الجزائري (CPA) وبنك البركة الجزائري (alBaraka). وعليه، حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة الإشكالية التالية: ما هو أثر الأداء الوظيفي كمتغير وسيط للعلاقة بين جودة الخدمة البنكية ورضا العميل بالوكالات البنكية قيد الدراسة؟

ويمكن تجزئة هذه الإشكالية إلى مجموعة من التساؤلات التي تسعى الدراسة إلى

الإجابة عنها، وهي كالآتي:

- ✓ كيف يقيم عملاء الوكالات البنكية قيد الدراسة جودة الخدمات المقدمة لهم؟
- ✓ ما مدى اهتمام إدارة الوكالات البنكية قيد الدراسة بمستوى أداء موظفيها؟
- ✓ ما هو مستوى رضا عملاء الوكالات البنكية قيد الدراسة على الخدمات المقدمة لهم؟

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا العميل: دراسة ميدانية
على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

- ✓ هل توجد علاقة ارتباط بين متغيرات الدراسة (جودة الخدمة البنكية، الأداء الوظيفي ورضا العميل)؟
- ✓ هل تؤثر جودة الخدمة البنكية على رضا العميل؟ وهل يتغير مستوى هذا التأثير بوجود متغير الأداء الوظيفي كمتغير وسيط؟
- وللإجابة على إشكالية الدراسة ومن خلال النموذج الدراسة التي تم استخدامه تم وضع الفرضيات التالية:
- ✓ H01: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة (جودة الخدمات البنكية، الأداء الوظيفي ورضا العميل).
- ✓ H02: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات البنكية على الأداء الوظيفي.
- ✓ H03: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للأداء الوظيفي على رضا العميل.
- ✓ H04: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات البنكية على رضا العميل.
- ✓ H05: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات البنكية على رضا العميل بوجود الأداء الوظيفي كمتغير وسيط.
- وتهدف هذه الدراسة على العموم إلى ما يلي:
- ✓ معرفة الأسس النظرية لمفهوم ومضمون جودة الخدمات في المؤسسات البنكية من حيث التطرق إلى مختلف أبعاده.
- ✓ تقييم مستوى الأداء الوظيفي بالبنوك محل الدراسة.
- ✓ التعرف على مستوى رضا العميل في البنوك قيد الدراسة.
- ✓ التأكيد على أهمية العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة المقدمة من قبل البنوك محل الدراسة ورضا العميل مع وجود الأداء الوظيفي متغير وسيط.
- ✓ محاولة التوصل إلى بعض النتائج والاقتراحات التي من الممكن أن تساهم في إبراز مدخل ومفهوم الجودة الخدمات البنكية لتطوير وتحسين الأداء الوظيفي في البنوك الجزائرية والارتقاء بها للتنافس على الصعيد المحلي والعالمي من أجل كسب رضا عملائها.

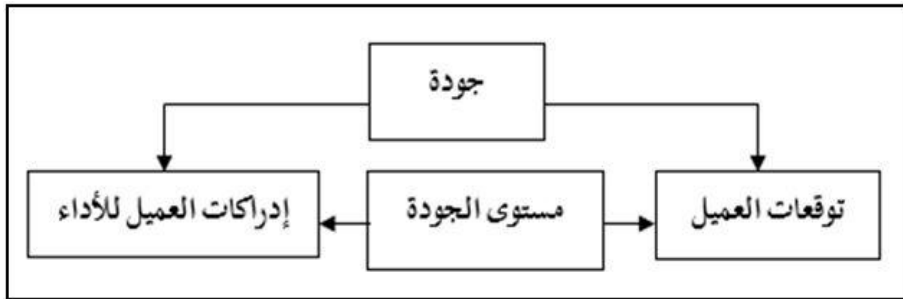
تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي لتوضيح وإبراز المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة المتمثلة في كل من متغير جودة الخدمة البنكية، الأداء الوظيفي ورضا العميل. كما تم الاعتماد على الأسلوب الكمي لمعرفة مختلف التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لمتغيرات الدراسة، حيث تم الاستعانة بالبرامج الإحصائية (SPSS, V22) و (AMOS, V22) مع استعمال عدد من الأدوات والأساليب الإحصائية كالمعادلات الهيكلية.

2. الإطار النظري للدراسة:

1.2 مفهوم وأبعاد جودة الخدمات البنكية:

أصبح موضوع الجودة مدخل أساسي لمواجهة التحديات الداخلية والخارجية التي بدأت في مواجهتها البنوك، خاصة بعد ظهور التكتلات الاقتصادية فضلا عن التطورات التكنولوجية المتلاحقة والاهتمام بقضايا البيئة، والتغير الحاصل في سلوك المستهلك والذي بدأ ينظر للجودة كمعيار أساسي لتقييم واختيار ما يشبع حاجاته وريغياته، ومن هنا وجب على البنوك ألا تحكم على جودة خدماتها حسب ما تراه هي، ولكن أن يكون الحكم عليها من طرف العملاء ومختلف الأطراف المتعاملة في هذه السوق (Goyhenetche, Bernard- Bouissières, & Loup, 2007, p. 28)، وهذا الاهتمام أدى إلى تباين واختلاف وصعوبة في تحديد مفهوم الجودة، وترجع هذه الصعوبة إلى الخصائص العامة المميزة للخدمات قياسا إلى السلع المادية، وتميل غالبية التعريفات الحديثة لجودة الخدمة على أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة، وذلك على النحو الذي يعرضه الشكل التالي:

الشكل 1: مفهوم جودة الخدمة



المصدر: عوض بدير الحداد (1999)، ص 337.

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا العميل: دراسة ميدانية
على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

ويمكن التعبير عن ذلك رياضيا كالتالي:

جودة الخدمة = إدراك العميل للأداء الفعلي - توقعات العميل لمستوى الأداء

وعلى ضوء المعادلة السابقة يمكن تصور ثلاث مستويات للخدمة وهي (المحياوي،

2006، صفحة 24):

✓ الخدمة العادية: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتساوى إدراك العميل لأداء الخدمة مع توقعاته المسبقة عنها.

✓ الخدمة الرديئة: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتدنى الأداء الفعلي للخدمة عن مستويات التوقعات بالنسبة لها.

✓ الخدمة المتميزة: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يفوق أو يتجاوز الأداء الفعلي للخدمة توقعات العملاء بالنسبة لها.

ويمكن حصر التعريفات المقدمة في مجال جودة الخدمة في ثلاث مجموعات أساسية

وهي (عبد الرحمان، 2006، صفحة 18):

✓ مجموعة التعريفات التي تحاول أن تركز على جودة الخدمة وتحتوي في طياتها على طبيعة الخدمة وبالتالي تقوم بتقسيمها إلى مجموعة من الأبعاد.

✓ مجموعة التعريفات التي قامت بالتركيز على عملية أداء الخدمة ذاتها، فالجودة أو عدم الجودة تعرف بأنها مدى وجود فجوات بين المنظمة وبين جمهورها، وتسعى المنظمات دائما إلى تحقيق الجودة وإغلاق هذه الفجوات.

✓ مجموعة التعريفات الموجهة للعملاء سواء بشكل ضمني أو بشكل صريح ويركز التعريف بشكل عام على أن الهدف النهائي هو أن تعمل المنظمة على إرضاء وإسعاد العميل.

وبتطبيق مفهوم التسويق الحديث، فإننا نميل إلى تبني وجهة النظر المجموعة الثالثة،

التي ترى أن مفهوم جودة الخدمة يكمن في إدراك العملاء، لأنها تعتمد في أساسها على فكرة الجودة النسبية الملموسة لدى العميل، وتقاس الجودة على أساس كونها تمثل قدرة المؤسسة على تلبية احتياجات العميل وإشباعها بشكل أفضل من المنافسين.

وتشير الدراسات إلى أن هناك أسلوبين لقياس جودة الخدمة ينسب أولهما إلى (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985, pp. 41-50) وزملائه حيث تمكنوا من تصميم مقياسهم الشهير (SERVQUAL) وهو الذي يستند على توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراكهم لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل، ومن ثم تحديد الفجوة بين هذه التوقعات والإدراك، حيث حددوا في البداية عشر أبعاد لقياس جودة الخدمة وهي: الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، المصدقية، الكفاءة، المجاملة، الاتصال، الجوانب المادية الملموسة، معرفة العميل، إمكانية الوصول إلى الخدمة.

وفي دراسة لاحقة تمكنوا (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, pp. 12-40)

من دمج هذه الأبعاد العشرة في خمسة أبعاد كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول 1: أبعاد جودة الخدمة حسب PZB 1985-1988

تعريف	سنة 1988	سنة 1985	
تقيس توافر حداثة الشكل في تجهيزات البنك، والرؤية الجذابة للتسهيلات المادية، والمظهر الأنيق لموظفين.	الجوانب المادية الملموسة Tangible physical aspects	1	1 الجوانب المادية الملموسة
تقيس وفاء البنك بالتزامه بوعوده لعملائه، واهتمامه بحل مشاكلهم، وحرصه على تحري الدقة في أداء الخدمة، واحتفاظه بسجلات دقيقة خالية من الأخطاء.	الاعتمادية Reliability	2	2 الاعتمادية
تقيس اهتمام البنك بإعلام عملائه بوقت تأدية الخدمة، وحرص موظفيه على تقديم خدمات فورية لهم، والرغبة الدائمة لموظفيه في معاونتهم.	الاستجابة Responsiveness	3	3 الاستجابة
يقيس اهتمام موظفي البنك بالعملاء اهتماما شخصيا، وتفهمهم لحاجاتهم، وملاءمة ساعات عمل البنك لتتناسب جميع العملاء، وحرص على مصلحتهم العليا، والدراية الكافية باحتياجاتهم.	التعاطف Empathy	4	4 الاتصال
			5 المصدقية
			6 الأمان
			7 الكفاءة
			8 المجاملة
يقيس حرص الموظفين على زرع الثقة في نفوس العملاء، وشعور العملاء بالأمان في	الأمان Safety	5	9 فهم/معرفة العميل
			10 إمكانية الوصول

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا العميل: دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

تعاملهم مع الموظفين، وتعامل الموظفين بلباقة معهم، وإمامهم بالمعرفة الكافية للإجابة عن أسئلتهم.	Assurance		إلى الخدمة
--	-----------	--	------------

المصدر: من إعداد الباحثين وبالاعتماد على: Parasuraman, A Parsu; Zeithaml, Valarie (1988), (1985), Leonard L Berry, A;

2.2 مفهوم رضا العميل وعلاقته بجودة الخدمات:

يعتبر رضا العميل من المفاهيم المهمة في مجال تسويق الخدمات، باعتبار أن رضا العملاء في مجال الخدمات أهم منه في مجال السلع المادية وذلك كون العلاقة بينه وبين كل من النمو وتحقيق الأرباح أقوى في الخدمات منه في السلع المادية (Ueltschy, Laroche, Tamilia, & Yannopoulos, 2004, p. 902). وعلى الرغم من وجود علاقة واضحة وأكيدة بين مفهومي رضا العميل وجودة الخدمة إلا أن الباحثين في هذا المجال لم يتفقوا على طبيعة ونوع هذه العلاقة، فمنهم من يرى بأن رضا العميل هو نفسه جودة الخدمة، ومنهم من يرى بأنهما مختلفان. وعلى العموم يمكن تعريف رضا العميل حسب (Kotler & Keller, 2006, p. 174) بأنه: "إحساس إيجابي أو سلبي يشعر به العميل اتجاه تجربة شراء أو استهلاك معينة، والنتيجة عن مقارنة بين توقعاته وأداء المنتج". كما عرفه (الصحن، 2003، صفحة 71) بأنه: "مستوى إحساس الفرد الناجم عن المقارنة بين أداء المنتج المدرك وبين توقعات هذا الفرد". ومن خلال ما سبق يمكن أن نستنتج خاصيتين أساسيتين لمفهوم الرضا وهما:

✓ يعبر الرضا عن شعور معين حاصل عن تجربة معينة لدى الزبون، من خلال المقارنة بين التوقعات وإدراك أداء العملية أو التجربة، فهو يمثل مقارنة بين الخدمة المنتظرة والخدمة المدركة.

✓ يعبر الرضا عن أبعاد شعورية وإدراكية تتبع عملية أو تجربة معينة، كما يتأثر بعوامل خاصة بالزبون التي تختلف من زبون إلى آخر.

3.2 الأداء الوظيفي:

يشير الأداء إلى درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد، وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع الفرد متطلبات الوظيفة، وغالبا ما يحدث تداخل بين الأداء والجهد،

فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة، أما الأداء فهو يقاس على أساس النتائج التي حققها الفرد (راوية، 2001، صفحة 25). ويعبر مفهوم الأداء على مستوى الذي يحققه الفرد العامل عند قيامه بعمله من حيث كمية وجودة العمل المقدم من طرفه. والأداء هو ما يبذله كل من يعمل في المؤسسة من منظمين ومدربين ومهندسين (حمداوي، 2004، صفحة 143). وتم إعطاء تعريفا شاملا للأداء حيث عبر عنه بأنه درجة تحقيق الفرد العامل للمهام الموكلة إليه من حيث الجهد والجودة والنوعية المحققة مع العمل على تخفيض تكاليف الموارد المستخدمة (كلادة، 2002، صفحة 142).

3. الدراسات السابقة:

1.3 عرض بعض الدراسات السابقة:

هدفت دراسة (الجياشي و حداد، 2010) إلى اختبار العلاقة السببية بين جودة الخدمة البنكية والولاء بإشراك متغير الخصائص التنظيمية كمتغير معدل لتلك العلاقة إضافة إلى معرفة حالة إدراك الجودة في البنوك التجارية في الأردن ودرجة ولاء الزبون لها بالاعتماد على مقياس (SERVQUAL)، حيث أثبتت النتائج أن هناك علاقة قوية بين إدراك جودة الخدمة وولاء الزبون للبنك ووجود مساهمة ضعيفة للخصائص التنظيمية في تعديل العلاقة بين إدراك الجودة وولاء الزبون. كما سعت دراسة (صديقي، 2011) إلى التعرف على أهم السمات في إعدادات البنك، والتي يمكن استخدامها لاستعراض خصائص البنوك كما يتوقعها العملاء في بنغلاديش، من خلال إجراء دراسة استقصائية لجمع البيانات، حيث تكون حجم العينة من 100، وأظهرت النتائج أن كل صفات جودة الخدمة ترتبط إيجابيا برضا العملاء هذا من جهة، ومن جهة أخرى يؤثر رضا العملاء بشكل إيجابي على ولاء العملاء في إعدادات الخدمات البنكية للأفراد في بنغلاديش، كما تبين أن التعاطف حقق أعلى علاقة إيجابية مع رضا العملاء، بينما الملموسية حققت أقل علاقة إيجابية مع رضا العملاء، كما توصلت هذه الدراسة إلى أن نموذج الفجوة لقياس جودة الخدمة (SERVQUAL) الأداة الأنسب لقياس جودة الخدمة البنكية على مستوى مصارف بنغلاديش. واستخدم (Shariful, 2015, pp. 51-60) النموذج الأساسي (SERVQUAL) مع خمسة مكونات لتقييم تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء بين عملاء البنك برضا العملاء في بنغلاديش عن طريق استخدام المتغيرات الوسيطة التوسط

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا العميل: دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

في هذه المتغيرات مثل الاعتمادية والاستجابة والأمان...، وأظهرت النتائج أن جودة الخدمة يمكن أن تحسن ولاء العملاء من خلال أبعاد جودة الخدمة التي تلعب دورا حيويا في هذه المعادلة هي الاعتمادية والتعاطف والأمان. واعتمدت دراسة (AJMAL, KHAN, & FATIMA, 2018) على الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة (الملموسة والاستجابة والأمان والتعاطف والاعتمادية) لدراسة أثر جودة الخدمة البنكية على رضا 400 العملاء ينتمون لـ4 بنوك بباكستان، حيث تم استخدام مقياس (SERVPERF) المعدل القائم على أداة الاستبيان لجمع البيانات، وخلصت النتائج إلى أن جودة الخدمة البنكية أثر إيجابيا على رضا العملاء بناء على أبعاد الملموسة والتعاطف والأمان، لكن أبعاد الاعتمادية والاستجابة لم هامة لرضا العملاء. كما قام (Pakurár, Hossam, János, József, & Judit, 2019) بفحص أبعاد جودة الخدمة باستخدام نموذج (SERVQUAL) المعدل لقياس رضا العملاء وتأثير الأبعاد (الملموسة، الاستجابة والتعاطف والأمان والاعتمادية والتمكن والجانب المالي وكفاءات الموظفين) على رضا العملاء بالخدمات البنكية في الأردن، وليبانات تشمل 825 عميل في القطاع البنكي الأردني، وبينت النتائج أن أبعاد التمکن والجانب المالي وكفاءات الموظفين هي أجزاء أساسية من أبعاد جودة الخدمة البنكية، وذلك لتحسين رضا العملاء على نطاق أوسع في القطاع البنكي.

2.3 ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تناولت أغلب الدراسات السابقة أثر إدارة الجودة الشاملة على الأداء وركزت على هذا الأثر من جانب الأداء المالي أو أداء العاملين، والذي يختلف على الجانب الذي نحاول التطرق إليه في هذه الدراسة والمتمثل في الأداء الوظيفي من حيث الكفاءة والفعالية البنكية، مع قياس جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر العملاء. كذلك، تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة من حيث الإطار الزمني والمكاني (بنوك في الجزائر لولاية غرداية)، ومن حيث متغيرات الدراسة، فنجد الدراسات السابقة ركزت أغلبها على الأثر ما بين جودة الخدمات البنكية والأداء الوظيفي أو بين جودة الخدمات البنكية ورضا العميل، إلا أنه في هذه الدراسة حاولنا إتباع نموذج (Pakurár, Hossam, János, József, & Judit,

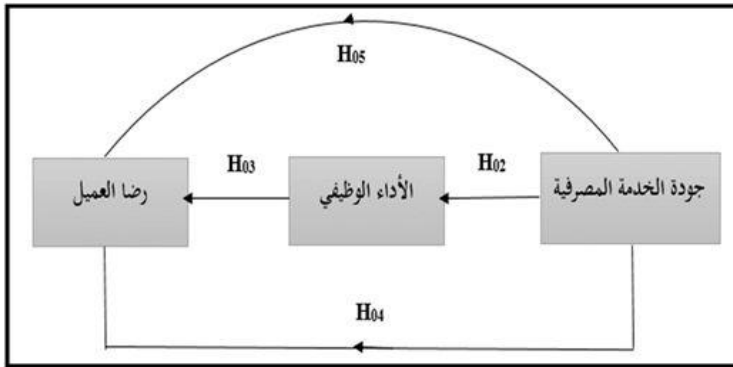
(2019)، وتم الجمع في هذه الدراسة ما بين كل المتغيرات (جودة الخدمات البنكية، الأداء الوظيفي ورضا العملاء) مع إدراج الأداء الوظيفي كمتغير وسيط.

4. الإطار التطبيقي للدراسة:

1.4 النموذج الفرضي للدراسة:

تم في هذه الدراسة اختيار النموذج الوسيط البسيط (Mediation Model) وهو من النماذج الشائعة حيث يتكون من ثلاث أنواع من المتغيرات وهم: المتغير المستقل (Independent Variable)، المتغير الوسيط (Variable Médiator)، المتغير التابع (Dépendent Variable). وتتمثل متغيرات هذه الدراسة في ما يلي: جودة الخدمة البنكية (المتغير المستقل)، الأداء الوظيفي (المتغير الوسيط)، رضا العميل (المتغير التابع).

الشكل 2: النموذج الفرضي للدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين.

2.4 مجتمع وعينة الدراسة:

نظرا لصعوبة إجراء دراسة مسحية شاملة على كافة موظفي الوكالات البنكية قيد الدراسة والتي يمثل مجتمع الدراسة، اقتصرت هذه الدراسة على عينة من الموظفين والتي تم حسابها بالطريقة التالية: نظرا لعدم معرفتنا لحجم مجتمع الدراسة فقد افترضنا أن نسبة تواجد خصائص المجتمع في العينة المراد حسابها هو $p=0.5$ ، والخطأ المسموح به هو 7% بمستوى ثقة 95%، والتي يقابلها $z=1.96$ (التوزيع الطبيعي لبيانات العينة)، وتطبيق العلاقة التالية:

$$n = \frac{z^2 \cdot p(1-p)}{e^2} \leftrightarrow n = \frac{(1,96)^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{(0,07)^2} = 196$$

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا العميل: دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

وعليه فقد تم توزيع 196 استبيان على موظفي البنوك قيد الدراسة وتم اختيارهم بصورة عشوائية، من طرف كل من المديريات العامة لكل من وكالات البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري وبنك البركة الجزائري على مستوى ولاية غرداية، وقد تم جمع 189 استبيان من مجموع الاستبيانات الموزعة أي ما يعادل نسبة 96.42%، واعتبرت هذه النسبة صالحة للتحليل الإحصائي واعتماد النتائج. والجدول التالي يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية.

الجدول 2: توزيع عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية

النسبة المئوية %	التكرار	الخصائص الشخصية	
58.7	111	ذكر	الجنس
41.3	78	أنثى	
100	189	المجموع	
4.76	09	من 18 إلى 25 سنة	السن
57.24	108	من 26 إلى 40 سنة	
34.98	66	من 41 إلى 55 سنة	
3.18	06	أكثر من 55 سنة	
100	189	المجموع	
1.59	03	متوسط	المستوى التعليمي
17.49	33	ثانوي	
57.24	108	جامعي	
23.85	45	دراسات عليا	
100	189	المجموع	
3.18	06	مدير	مستوى الوظيفي
9.54	18	نائب المدير	
14.31	27	رئيس قسم	
15.90	30	رئيس مصلحة	
9.54	18	رئيس فرع	
47.70	90	مستوى وظيفي آخر أقل	
100	189	المجموع	

23.85	45	أقل من 06 سنوات	الخبرة المهنية
33.39	63	من 06 إلى 10 سنوات	
14.31	27	من 11 إلى 15 سنة	
9.54	18	من 16 إلى 20 سنة	
34.98	36	أكثر من 20 سنة	
100	189	المجموع	
42.93	81	BNA	الوكالات البنكية
25.44	48	CPA	
31.80	60	BBA	
100	189	المجموع	

المصدر: من إعداد الباحثين وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS, V22).

3.4 ثبات أداة الدراسة:

تم استخدام الاستبيان كأداة رئيسة في جمع البيانات من مجتمع الدراسة، حيث احتوت على قسمين:

✓ القسم الأول: يتكون من أسئلة عامة تتعلق بالبيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ويتكون من 06 فقرات (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، الخبرة، الوكالات البنكية).

✓ القسم الثاني: يتكون من 30 فقرة موزعة على ثلاث محاور (جودة الخدمة البنكية، الأداء الوظيفي ورضا العميل).

كما تم التحقق من ثبات الأداة بفحص الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ ويشير الجدول الموالي الذي يلخص مقاييس هذه الدراسة إلى قيمة معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة، حيث يتضح أن قيم معامل الثبات بلغت بالنسبة لمحور جودة الخدمة البنكية 0.67، في حين بلغت بالنسبة لمحور الأداء الوظيفي 0.73، أما محور رضا العميل فقد بلغ 0.87. وبلغ معامل الثبات لجميع الفقرات بلغ 0.91، وجميع هذه القيم جيدة مما يدل على إمكانية ثبات النتائج، وكذلك إمكانية تعميم النتائج التي توصلت لها الدراسة.

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا العميل: دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

الجدول 3: ملخص مقاييس الدراسة

المتغير	البعد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
جودة الخدمة البنكية (QS)	الملموسية	04-01	0.67
	الاعتمادية	09-05	
	الاستجابة	13-10	
	الأمان	17-14	
	التعاطف	22-18	
	الأداء الوظيفي (FU)	26-23	0.73
	رضا العميل (SAT)	30-27	0.87
بالنسبة لجميع الفقرات			0.91

المصدر: من إعداد الباحثين وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS, V22).

5. تحليل النتائج:

1.5 تحليل اتجاه إجابات أفراد العينة حول متغيرات الدراسة:

تم الاعتماد في هذه المرحلة على سلم ليكرت الخماسي (من موافق بشدة كأقصى درجة إلى غير موافق تماما كأدنى درجة) لمعرفة الأوساط الحسابية العامة والانحرافات المعيارية للمتغيرات الرئيسية كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ومستوى الأهمية لمتغيرات الدراسة

المتغير	البعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه الموافقة (%)
أبعاد جودة الخدمة البنكية	الملموسية	2.931	0.734	متوسطة (58.62%)
	الاعتمادية	3.01	0.74	متوسطة (60.2%)
	الاستجابة	3.05	0.80	متوسطة (61%)
	الأمان	3.26	0.75	متوسطة (65.20%)
	التعاطف	2.99	0.77	متوسطة (58.62%)
جودة الخدمة البنكية الكلية (QS)		3.04	0.568	متوسطة (59.8%)
الأداء الوظيفي (FU)		2.70	0.816	متوسطة (54%)
رضا العميل (SAT)		2.28	1.065	منخفضة (45.6%)

المصدر: من إعداد الباحثين وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS, V22).

تبين أن متوسط أبعاد جودة الخدمة البنكية لنتائج اتجاه إجابات أفراد العينة بلغ 3.04 أي بدرجة موافقة كلية بلغت 59.8% من متوسطات استجابات العينة، وبانحراف معياري 0.568. أما من حيث الأبعاد الفرعية الخمسة للمقياس فإن متوسط الأبعاد يمتد ما بين 2.93 لبعده الملموسية إلى 3.26 لبعده الأمان. وبالتالي فإن معظم إجابات المستجوبين كانت نحو اتجاه متوسط وفقا لسلم ليكرت الخماسي. وفيما يتعلق بقياس مستوى الأداء الوظيفي، فقد بينت نتائج التحليل أن متوسط الحسابي لنتائج اتجاه إجابات أفراد العينة قد بلغ 2.70 أي بدرجة موافقة كلية بلغت 54% من متوسطات استجابات أفراد العينة وبانحراف معياري 0.816. وبالتالي فإن معظم إجابات المستجوبين كانت كذلك متوسطة. أما مقياس رضا العملاء فقد حصل على درجة منخفضة بمتوسط حسابي بلغ 2.28 بنسبة معنوية 45.6%. ويمكن أن يعود ذلك لعدم إعطاء أهمية لأبعاد جودة الخدمات البنكية مما انعكس سلبا على الأداء الوظيفي والذي أثر بدوره على الانخفاض الواضح لرضا العميل للخدمات المقدمة من طرف البنوك قيد الدراسة.

2.5 اختبار فرضيات الدراسة:

- اختبار فرضية علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة: يتخصص هذا الجزء بعرض إحصائي يجري من خلاله اختبار وتحليل علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة (جودة الخدمة، الأداء الوظيفي ورضا العميل)، حيث تبين من خلال الجدول 5 أن هناك علاقة ارتباط معنوية وموجبة بين جودة الخدمة البنكية والأداء الوظيفي، وبين جودة الخدمات البنكية ورضا العميل إذ بلغت قيم معاملات الارتباط بينهما على التوالي (**0.401)، (**0.598) عند مستوى معنوية (0.01). كما أشارت النتائج أيضا إلى أن هناك علاقة ارتباط معنوية وموجبة بين الأداء الوظيفي ورضا العميل إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (**0.444)، وهذا ما يدعم قبول الفرضية الأولى (H01) التي تنص على وجود علاقة ارتباط بين متغيرات الدراسة.

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا العميل: دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

الجدول 5: نتائج معامل الارتباط بين متغيرات الدراسة

رضا العميل	الأداء الوظيفي	جودة الخدمة البنكية	
-	-	1	جودة الخدمة البنكية
-	-	-	
-	1	0.401**	الأداء الوظيفي
-	-	0.000	
1	0.444**	0.598**	رضا العميل
-	0.000	0.000	

$P^{**} \leq 0.01$; $p^* \leq 0.05$; $n=189$

المصدر: من إعداد الباحثين وبالإعتماد على مخرجات برنامج (SPSS, V22).

- الفرضيات المتعلقة باختبار التأثير بين متغيرات البحث: بهدف اختبار فرضيات التأثير فإنه توجد ثلاث فرضيات لتأثير مباشر، وفرضية واحدة خاصة بالتأثير الغير المباشر، حيث كانت نتائج هاته الفرضيات كالتالي:

فرضية التأثير المباشر الأولى (H02): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات البنكية على الأداء الوظيفي، حيث يتضح من خلال نتائج الجدولين 6 و 7 لتحليل التباين بأن قيمة R2 تساوي 0.161 وهي تشير إلى تفسير جودة الخدمة البنكية لأداء الوظيفي بنسبة 16.1% والباقي يعود إلى متغيرات أخرى، كما أن مستوى المعنوية يساوي 0.00 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة القائلة إنه يوجد أثر لجودة الخدمة البنكية على الأداء الوظيفي.

الجدول 6: نتائج تحليل التباين (Anova)، أثر جودة الخدمة البنكية على الأداء الوظيفي

النموذج	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	R ²	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	1	19.057	19.057	0.161	35.990	0.00
الخطأ التجريبي	187	99.015	0.529			
التباين الكلي	188	118.071				

المتغير المستقل: الأداء الوظيفي

المصدر: من إعداد الباحثين وبالإعتماد على مخرجات برنامج (SPSS, V22).

الجدول 7: العلاقات بين جودة الخدمة البنكية والأداء الوظيفي

مستوى المعنوية	T	Beta	معاملات الانحراف المعياري		النموذج
			معامل B	الخطأ المعياري	
0.00	10.987		0.192	2.108	الثابت
0.00	5.999	0.402	0.068	0.407	جودة الخدمة البنكية

المتغير المستقل: الأداء الوظيفي

المصدر: من إعداد الباحثين وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS, V22).
فرضية التأثير المباشر الثانية (H03): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للأداء الوظيفي على رضا العميل، حيث يتضح من خلال نتائج الجدولين 8 و9 لتحليل التباين بأن قيمة R2 تساوي 0.197 وهي تشير إلى تفسير الأداء الوظيفي لرضا العميل بنسبة 19.7% والباقي يعود إلى متغيرات أخرى، كما أن مستوى المعنوية يساوي 0.00 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة القائلة إنه يوجد أثر للأداء الوظيفي على رضا العميل.

الجدول 8: نتائج تحليل التباين (Anova)، أثر الأداء الوظيفي على رضا العميل

مستوى المعنوية	F المحسوبة	R ²	متوسط المربعات	مجموع المربعات	درجة الحرية	النموذج
0.00	45.896	0.197	23.268	23.268	1	بين المجموعات
			0.507	94.803	187	الخطأ التجريبي
				118.071	188	التباين الكلي

المتغير المستقل: رضا العميل

المصدر: من إعداد الباحثين وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS, V22).

الجدول 9: العلاقات بين الأداء الوظيفي ورضا العميل

مستوى المعنوية	t	Beta	معاملات الانحراف المعياري		النموذج
			معامل B	الخطأ المعياري	
0.00	9.477		0.201	1.901	الثابت
0.00	6.775	0.444	0.062	0.421	الأداء الوظيفي

المتغير المستقل: رضا العميل

المصدر: من إعداد الباحثين وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS, V22).

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا العميل: دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

فرضية التأثير المباشر الثالثة (H04): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات البنكية على رضا العميل، حيث يتضح من خلال نتائج الجدولين 10 و 11 لتحليل التباين بأن قيمة R2 تساوي 0.358 وهي تشير إلى تفسير جودة الخدمة البنكية لرضا العميل بنسبة 35.8% والباقي يعود إلى متغيرات أخرى، كما أن مستوى المعنوية يساوي 0.00 وهو أقل من 0.05 مستوى الدلالة الإحصائية المعتمدة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية، ونقبل الفرضية البديلة القائلة إنه يوجد أثر لجودة الخدمة البنكية على رضا العميل.

الجدول 10: نتائج تحليل التباين (Anova)، أثر جودة الخدمة البنكية على رضا العميل

النموذج	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	R ²	F المحسوبة	مستوى المعنوية
بين المجموعات	1	24.981	24.981	0.358	104.206	0.00
الخطأ التجريبي	187	44.828	0.240			
التباين الكلي	188	69.809				

المتغير المستقل: رضا العميل

المصدر: من إعداد الباحثين وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS, V22).

الجدول 11: العلاقات بين جودة الخدمة البنكية ورضا العميل

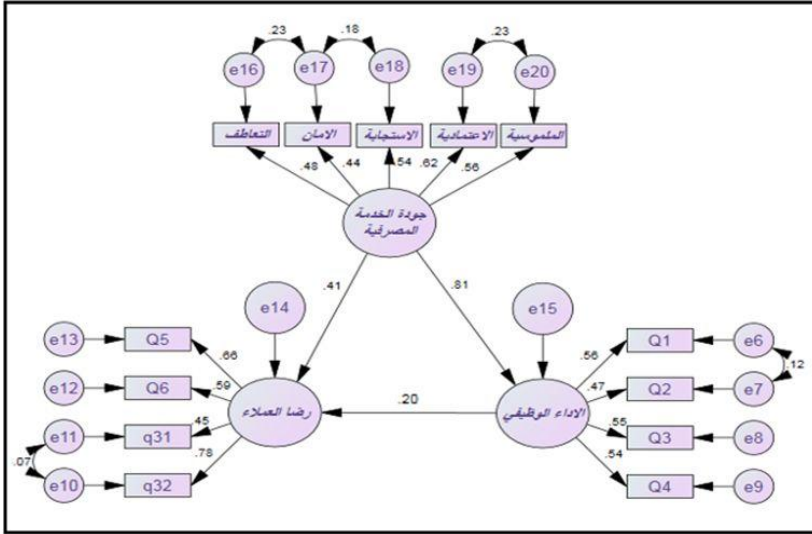
النموذج	معاملات الانحراف المعياري		Beta	t	مستوى المعنوية
	معامل B	الخطأ المعياري			
الثابت	1.345	1.345		8.022	0.00
جودة الخدمة البنكية	0.520	0.520	0.598	10.208	

المتغير المستقل: رضا العميل

المصدر: من إعداد الباحثين وبالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS, V22).

فرضية التأثير غير المباشر الرابعة (H05): يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات البنكية على رضا العميل بوجود الأداء الوظيفي كمتغير وسيط. ولاختبار صحة هذه الفرضية، تم استعمال نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM)، من خلال استخدام البرنامج الإحصائي (AMOS, V22) الخاص بقياس التأثير غير المباشر بين المتغير المستقل (جودة الخدمة) البنكية على المتغير التابع (رضا العميل) بوجود الأداء الوظيفي كمتغير وسيط كما هو موضح في الشكل 3 التالي:

الشكل 3: الأداء الوظيفي كمتغير وسيط بين جودة الخدمة البنكية ورضا العميل



المصدر: من إعداد الباحثين وبإعتماد على مخرجات برنامج (AMOS, V22).

ومن خلال خريطة المسار الموضحة في الشكل 3 ونتائج الجدول 12 نلاحظ أن قوة التأثير المعياري المباشر للمتغير المستقل على المتغير التابع بلغت 20، وهي أقل من علاقة التأثير المعياري غير المباشر والبالغة 0.33 فيما لو دخل الأداء الوظيفي كمتغير وسيط في العلاقة بين جودة الخدمة البنكية ورضا العميل. زيادة على ذلك، ومن خلال المؤشرات حسن المطابقة (Goodness of Fit) فإن النموذج الهيكلي يتميز بجودة المطابقة حيث أن حاصل قسمة (Chi2) على درجة الحرية بلغ 3.67 وهو أقل من 5، كما أن قيمة مؤشر حسن المطابقة (Goodness of Fit Index) بلغت 0.922 وهو أعلى من القيمة المعيارية، كما أن مؤشر حسن المطابقة المقارن (Comparative Fit Index) بلغ 0.913 وهو أعلى من القيمة المعيارية، كذلك وكانت قيمة الجذر التربيعي لمربع الخطأ التقريبي (Root Mean Square Error of Approximation) تساوي 0.063 وهي أقل من القيمة المعيارية 0.08. مما يدعم صحة فرضية الرابعة ويؤكد أن المتغير الأداء الوظيفي قد حسن العلاقة بين جودة الخدمة البنكية ورضا العميل.

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا العميل: دراسة ميدانية على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

الجدول 12: نتائج اختبار الفرضية لتأثير غير المباشرة

الفرضية	تأثير مباشر	تأثير غير مباشر	RMSEA	GFI	CFI	Chi2/df	مستوى الدلالة P	النتيجة
H ₄	0.20	0.33	0.063	0.922	0.913	3.67	0.00	قبول
القيم المعيارية			أقل من 0.08	0.90	0.90	أقل من 5	0.05	

المصدر: من إعداد الباحثين وباعتماد على مخرجات برنامجي (SPSS, V22) و (AMOS, V22).

6. خاتمة:

حاولنا من خلال هذه الدراسة معرفة دور الأداء الوظيفي كمتغير وسيط في تأثير علاقة بين جودة الخدمة البنكية ورضا العميل وذلك بالاعتماد على دراسة ميدانية أجريت بالبنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري وبنك البركة الجزائري على مستوى وكالات ولاية غرداية، حيث تمكنا من الخروج بجملة من النتائج والاقتراحات التي نوجزها في النقاط التالية:

- ✓ أظهرت النتائج أن مستوى تقييم عينة قيد الدراسة لمستوى جودة الخدمات البنكية المقدمة كان متوسطا حيث بلغ 59.8%.
- ✓ أشارت النتائج كذلك أن مستوى أداء الوظيفي للبنوك قيد الدراسة كان كذلك متوسطا حيث بلغ 54%.
- ✓ أظهرت إجابات عينة الدراسة انخفاض نسبي في اهتمام بنوك قيد الدراسة بمستوى رضا العملاء، حيث بلغ المتوسط الحسابي لهذا البعد 45%.
- ✓ أكدت نتائج الدراسة على وجود علاقة ارتباط معنوية وموجبة بين متغيرات الدراسة، ومن هنا نستنتج أن اهتمام البنوك قيد الدراسة بتقديم خدمات بنكية بالجودة المطلوبة من شأنه أن يرفع من مستوى الأداء الوظيفي مما ينعكس إيجابا على رضا العملاء.
- ✓ أشارت النتائج إلى وجود علاقة تأثير إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة البنكية ورضا العملاء.

✓ تبين من خلال هذه الدراسة أن الأداء الوظيفي يلعب دورا وسيطا في تحسين العلاقة بين جودة الخدمة البنكية ورضا العملاء.

وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها خلصت الدراسة إلى الاقتراحات التالية:

✓ ضرورة اهتمام البنوك قيد الدراسة على تحسين في جودة الخدمات البنكية وبصفة خاصة أبعاد الجودة التي أظهرت فيها عينة البحث مستوى متدني ونقصد بها بعد الملموسية والتعاطف، وذلك من خلال توفير التجهيزات الحديثة والتقنيات المناسبة، والاهتمام بمرافق البنوك من قاعات الاستقبال والأماكن المخصصة للسيارات...، إلى جانب الاهتمام بالعملاء واحترامهم ووضع مصلحتهم في مقدمة أولويات الإدارة.

✓ التقييم المستمر لمستوى جودة الخدمات البنكية التي تقدمها البنوك قيد الدراسة بكافة أبعادها لضمان رضا العملاء.

✓ الاهتمام بتحسين الأداء الوظيفي من خلال وضع برامج وتوفير الوسائل لتدريب وتأهيل العاملين وتحفيزهم والاطلاع على كل ما هو جديد في مجال الصناعة البنكية.

✓ ضرورة الاهتمام بالأساليب والتوجهات التسويقية الحديثة في التعامل مع العملاء والاستماع إلى صوتهم والتركيز عليهم، لأنهم محور كل العمليات البنكية، ويكون ذلك عن طريق المقابلات الشخصية والاستبيانات، ونظام الاقتراحات والشكاوى.

7. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

- إدريس ثابت عبد الرحمان، كفاءة وجود الخدمات اللوجستية - مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006؛
- راوية محمد حسن، إدارة الموارد البشرية: رؤية مستقبلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001؛
- طاهر محمود كلالدة، الاتجاهات الحديثة في القيادة الإدارية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002؛
- عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1999؛
- قاسم نايف علوان الحياوي، إدارة الجودة في الخدمات - مفاهيم وعمليات وتطبيقات -، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006؛
- محمد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2003؛

جودة الخدمات البنكية كمدخل لتطوير الأداء الوظيفي وانعكاسها على رضا العميل: دراسة ميدانية
على عينة من وكالات بنكية لولاية غرداية

- وسيلة حمداوي، إدارة الموارد البشرية، مديرية النشر لجامعة قلمة، الجزائر، 2004؛

- Goyhenetche, Michel; Bernard-Bouissières, Jacques; Loup, Philippe, *La gestion de la relation client pour la maîtrise du marché : le pilotage par la valeur perçue*, Collection Lavoisier Finance, gestion, management, 2007 ;

- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane, *Marketing Management Pearson Prentice Hall*, 2006 ;

● المقالات:

- علي عبد الرضا الجياشي، شفيق إبراهيم حداد، نمذجة العلاقة بين ادراك جودة الخدمة وولاء الزبون: دراسة ميدانية في قطاع البنوك التجارية في الأردن، مجلة دراسات العلوم الإدارية، المجلد 37، العدد 2، عمان، الأردن، 2010؛

- كازي عمر صديقي، العلاقات المتبادلة بين سمات جودة الخدمة، رضا العملاء، ولاء العملاء في قطاع الخدمات المصرفية للأفراد في بنغلاديش، المجلة العالمية في إدارة الأعمال، كندا، 2011؛

- Hussnain AJMAL, Raza Ali KHAN & Maham FATIMA, *Impact of service quality on customer satisfaction in banking industry of Pakistan: A case study of Karach*, Journal of Social and Administrative Sciences, Volume 05, Issue 03, 2018;

- Pakurár Miklós, Hossam Haddad, János Nagy, József Popp and Judit Oláh, *The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector*, Sustainability, Volume 11, Issue 04, 2019;

- Parasuraman, A Parsu; Zeithaml, Valarie A; Berry, Leonard L, *A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research (SERVQUAL)*, Journal of Marketing, Volume 49, 1985 ;

- Parasuraman, A Parsu; Zeithaml, Valarie A; Berry, Leonard L, *SERVQUAL: A multiple- Item Scale for measuring consumer perceptions of service quality*, Journal of Retailing, Volume 64, Issue 1, 1988 ;

- Shariful Islam, *Impact of service quality on customer loyalty: a case study of commercial banks in Dhaka, Bangladesh*, International Journal of Business, Management and Social Research, Volume 01, Issue 02, 2015;

- Ueltschy, Linda C.; Laroche, Michel; Tamilia, Robert D.; Yannopoulos, Peter, *Cross-cultural invariance of measures of satisfaction and service quality*, Journal of Business Research, Volume 57, Issue 8, 2004 ;