

محددات الجودة المدركة من الخدمة المصرفية: دراسة حالة زبائن بنك CPA
Determinants of Perceived Quality of Banking Service: A Case Study of CPA Bank Customers

أ.د. بن أشنهو سيدي محمد، المخبر **Mecas**، جامعة تلمسان، benach_med@yahoo.fr

د. قصاص زكية، المخبر **Mecas**، جامعة مستغانم، z.kessas@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2023/10/31 تاريخ القبول: 2024/11/26 تاريخ النشر: 2024/12/31

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على إدراكات الزبائن لجودة الخدمة المصرفية باستخدام أبعاد نموذج SERVQUAL. فبعد قيامنا بمسح أدبي، قمنا بإجراء دراسة تجريبية على عينة مكونة من 174 زبون لبنك الـ CPA بتلمسان. و قد قمنا بدراسة أثر خمس أبعاد على الجودة المدركة من طرف الزبون باستخدام طريقة SEM. اكدت النتائج أن أبعاد الجودة المقترنة من نموذج SERVQUAL لها أثر إيجابي على الجودة المدركة من طرف زبائن البنك. و بينت النتائج أيضا انه على البنك أن يحسن من جودته و يهتم أكثر بزبائنه ليصل إلى مستوى تطلعاتهم. الكلمات المفتاحية : الخدمات المصرفية؛ SERVQUAL ؛ أبعاد الجودة، الجودة المدركة .

تصنيف JEL : M31, C52

Abstract:

The purpose of this study is to investigate customers' perceived of banking service quality using dimensions of SERVQUAL model. After a short literature review, we conducted an empirical study on a sample of 174 CPA Banks customers. Where we studied the effect of five dimensions on customer perceived quality using SEM method. The results obtained confirmed that the dimensions of quality have a positive impact on the perceived quality by CPA bank customers. The results also showed that the bank must improve its quality and care more about its customers in order to reach the level of their aspirations.

Keyword: Banking services, SERVQUAL dimensions of service quality. SERVQUAL, perceived quality.

المؤلف المرسل: بن أشنهو سيدي محمد

الايمل: benach_med@yahoo.fr

1. مقدمة:

يتميز قطاع الخدمات عن القطاعات الأخرى بالتنوع الكبير في المجالات التي ينشط فيها، علاوة على ذلك، إن عدد المؤسسات الخدمية هو في تزايد مستمر و يدعوها إلى بذل المزيد من الجهد في تلبية احتياجات و توقعات الزبائن و تقديم خدمات مصرفية بمستوى عالي من الجودة في المكان و الوقت المناسب مقابل قيمة مالية مناسبة و تنافسية (Culiberg & Rojsek, 2010). و في ظل تشبع الأسواق و المنافسة الشرسة التي يعرفها القطاع المصرفي أصبح جذب زبائن جدد و كسب ثقتهم و تحقيق رضاهم أمراً في غاية التعقيد، كل هذا دفع المؤسسات إلى المحافظة على زبائنهم من خلال التركيز على الجانب العلائقي و تقديم خدمات ذات جودة تتوافق مع توقعاتهم (Swartz & Brown, 1989). في الواقع لا يختلف الوضع كثيراً في القطاع المالي عن القطاعات الأخرى حيث تبذل البنوك و المؤسسات المصرفية جهوداً كبيرة لزيادة حصتها في السوق و ضمان بقائها، و التركيز على تحسين جودة خدماتها من أجل بلوغ توقعات الزبائن و إرضائهم و المحافظة عليهم. يتميز السوق المصرفي بنوع من التعقيد لكونه موجه بشكل مزدوج إلى الزبائن، ففي نفس الوقت يستقبل الودائع و يمنح القروض. لذلك إذا أراد البنك المنافسة يجب عليه دراسة سلوك المستهلك المصرفي و فهم ردود أفعاله، و لا يقتصر الأمر بتلبية توقعات الزبائن فقط بل يجب وضع استراتيجيات يتمكن من خلالها البنك من خلق قيمة للزبون على المدى البعيد (Vrotis, Webere, & E., 2013).

إشكالية البحث

إن الهدف الرئيسي لأي مؤسسة خدمية مصرفية هو فهم احتياجات الزبائن فيما يتعلق بالجودة المدركة من الخدمة من أجل تلبيةها على أحسن وجه من خلال فهم إدراكاتهم و توقعاتهم و أن تحرص على كسبهم أطول مدة ممكنة. تم تعريف جودة الخدمة على أنها درجة التوافق بين توقعات الزبائن وإدراكاتهم للخدمة المقدمة (Al-Fawzan, 2005). فالجودة المدركة للخدمة الفعلية للمؤسسة تنتج من خلال مقارنة التوقعات و إدراكات الزبائن و هذا يدفع المؤسسة لمعرفة و تحديد أهم الأبعاد التي تحدد هذه الجودة (Akhtar, 2011). في هذا البحث، سنعتمد على أبعاد الجودة الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التأكيد و التعاطف) المقتبسة من نموذج الفجوات المعروف بالـ SERVQUAL كتقنية لقياس جودة الخدمة المقدمة في بنك القرض الشعبي الجزائري CPA. و على ضوء ما ذكرنا سابقاً سنقوم بطرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هي محددات جودة الخدمة المصرفية و ما طبيعة علاقتها بالجودة المدركة من قبل الزبون البنكي؟

للإجابة على هذه الإشكالية قسمناها إلى أسئلة فرعية نذكر منها:

- ماذا نقصد بجودة الخدمة و كيف تطورت بفضل نموذج SERVQUAL ؟
- كيف تتشكل الجودة المدركة من الخدمة المصرفية؟
- ما هي طبيعة العلاقة بين أبعاد الجودة لنموذج SERVQUAL و الجودة المدركة من الخدمة المصرفية ؟

فرضيات الدراسة

سعى منا لمحاولة الإجابة على إشكالية الدراسة قمنا بطرح الفرضية الرئيسية الآتية:
هناك علاقة إيجابية بين أبعاد جودة الخدمة المتمثلة في: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التأكيد و التعاطف و الجودة المدركة من طرف زبائن بنك القرض الشعبي الجزائري CPA.

الهدف من الدراسة

الهدف من هذه الورقة هو دراسة أبعاد جودة الخدمة التي تقدمها أحد البنوك العمومية في الجزائر. علاوة على ذلك نسعى إلى تحديد طبيعة العلاقات الموجودة بين أبعاد جودة الخدمة [الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التأكيد و التعاطف] المقترنة من نموذج الفجوات SERVQUAL و الجودة المدركة للخدمة و ذلك من خلال مسح أدبي للدراسات السابقة ثم محاولة التحقق من الفرضيات المطروحة عن طريق الدراسة الميدانية في بنك عمومي جزائري.

منهجية و نموذج الدراسة

لمحاولة الإجابة على إشكالية دراستنا ارتأينا أن نتبنى منهج وصفي تحليلي من خلال طرح إطار نظري نتناول فيه المسح الأدبي للدراسات السابقة التي درست جودة الخدمة و أبعادها المشتقة من نموذج الفجوات "SERVQUAL" و كيف تؤثر في الجودة المدركة من قبل الزبون البنكي. كما في الفصلين الأول و الثاني و التي تتعلق بموضوع محددات الجودة المدركة من الخدمة المصرفية اعتمدنا على تطبيق المنهج الوصفي و المنهج التحليلي، و للتحقق من فرضيات الدراسة اعتمدنا منهجا تجريبيا من خلال إجراء دراسة ميدانية على زبائن بنك القرض الشعبي الجزائري (CPA) وكالة تلمسان و قد عمدنا فيه بتوزيع استمارة لجمع البيانات التي قمنا بتحليلها باستخدام التحليل العاملي الاستكشافي [برنامج SPSS.22] و التوكيدي باستخدام طريقة النمذجة

بالمعادلات الهيكلية [برنامج Statistica.08]. و في الأخير سنستعرض نتائج البحث و نقدم توصيات إلى مدراء البنوك و المتعاملين الاقتصاديين.

الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تحققت من تأثير أبعاد جودة الخدمة الخمسة لنموذج SERVQUAL على الجودة المدركة من طرف الزبون و بالخصوص الدراسات التي أجريت بالقطاع المصرفي و نخص بالذكر: دراسة Ilyas و آخرون (2013) في باكستان و دراسة Javadi و آخرون (2012) في إيران و دراسة Safakli (2007) في قبرص و دراسة Markovic و آخرون (2015) في كرواتيا و دراسة Ciripin و Sarika (2014) في تركيا و دراسة Najar و Bishou (2006) في الولايات المتحدة الأمريكية و دراسة Al-Fawzan (2005) في السعودية؛ و دراسة Zhou (2004) في الصين.

2. المسح النظري للدراسة:

لقد حظيت مسألة إدارة الجودة في الخدمات المصرفية باهتمام كبير خلال السنوات القليلة الماضية التي تميزت بتغيرات كبيرة في البيئة، و من أجل المحافظة على قدرتها التنافسية سعت المؤسسات المصرفية إلى الاهتمام بالجودة المصرفية التي تركز على تحقيق توقعات الزبائن (Al-Fawzan, 2005)، و من أجل ضمان بقاءها في قطاع شديد التنافسية، تحتاج البنوك إلى تحديد العوامل التي تضمن النجاح على المدى الطويل (Markovic, Dorcic, & Katusic, 2015). لذلك سنحاول فيما يلي التعرف على جودة الخدمة و على محدداتها المستتبطة من نموذج الفجوات.

1.1. جودة الخدمة:

تتميز جودة البضائع ملموسة بأنه بالإمكان قياسها بمؤشرات موضوعية مثل الأداء والميزات والمتانة، و لكن الأمر ليس كذلك بالنسبة لجودة الخدمة التي تتميز بانها غير ملموسة، لذلك يتم دراسة جودة الخدمة في الأدبيات من حيث العناصر الذاتية، والموقف، والإدراك. في هذا الصدد أوضح (Zeithaml, 1987) أن "جودة الخدمة هي حكم المستهلك على التميز أو التفوق الشامل للمنتج. و هي بذلك تعد شكل من أشكال السلوك، وتنتج عن مقارنة التوقعات بإدراكات الأداء". (Najjar و Bishu, 2006). في هذا الصدد توصل Parasuraman و آخرون (1988) على النتائج التالية حول مفهوم جودة الخدمة:

1. يدرك الزبائن جودة الخدمة من خلال مقارنة توقعاتهم قبل حصولهم على الخدمة وتجاربهم بعد حصولهم على الخدمة. إذا تم تلبية توقعاتهم، فإن الخدمة المقدمة مرضية.

2. إن طرق توصيل الخدمة للزبون هو أمر مهم جداً بالنسبة له.
3. يعد التفاعل بين الزبون وممثل الشركة وفعالية ممارسات الشركة في حل المشكلات أمراً ذا أهمية لإدراك الجودة.

2.2. محددات جودة الخدمة:

يعد مقياس جودة الخدمة المعروف بـSERVQUAL كأداة رئيسية في أدبيات تسويق الخدمات لتقييم الجودة (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1991). تم استخدام هذه الأداة على نطاق واسع من قبل كل من المديرين والأكاديميين (Carman, 1990) (Babakus & Boller, 1992) لتقييم إدراكات الزبائن حول جودة الخدمة لمجموعة متنوعة من الخدمات (مثل البنوك وشركات بطاقات الائتمان والإصلاح وشركات الصيانة) (Safakli, 2007). ولقد قدم (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1985) قائمة بمحددات جودة الخدمة على غرار: الوصول، التواصل، الكفاءة، المجاملة، المصادقية، الموثوقية، الاستجابة، الأمن، التفاهم، والأشياء الملموسة. وقد أجرى فريق البحث سلسلة من الدراسات التجريبية ووجدوا درجة عالية من الارتباط بين التواصل والكفاءة والمجاملة والمصادقية والأمن. كما أثبتوا أيضاً وجود علاقة بين الوصول والفهم، لذلك، قاموا بدمجها في بعدين واسعين من الأمان والتعاطف، وتحصلوا في الأخير على خمسة أبعاد موحدة التالية (Najjar & Bishu, 2006):

- الموثوقية: القدرة على أداء الخدمة الموعودة بشكل موثوق ودقيق.
 - الاستجابة: الرغبة في مساعدة الزبائن وتقديم الخدمة السريعة.
 - الضمان: أو الأمان بمعنى معرفة الموظفين ولطفهم وقدرتهم على نقل الثقة والاطمئنان.
 - التعاطف: الاهتمام والاهتمام الفردي المقدم للزبائن.
 - الأشياء الملموسة: مظهر المرافق المادية، والمعدات، والموظفين، ومواد الاتصالات.
- ثم استخدموا هذه الأبعاد الخمسة كأساس لأداة قياس جودة الخدمة المكونة من 22 بنداً والتي كانت تستخدم في الأصل لتقييم تصورات الزبائن حول جودة الخدمة في المؤسسات الخدمية وتجارة التجزئة (Parasuraman, Zeithaml, and Berry 1994a). بالنسبة لكل عنصر، تم تعريف درجة الفرق Q (التي تمثل الجودة المدركة على طول هذا العنصر) على أنها $Q=P-E$ ، حيث P و Ear هي التصنيف على بيانات الإدراك والتوقعات المقابلة، على التوالي.

3. المسح الأدبي للدراسات السابقة

تعتمد الجودة المدركة من قبل الزبون البنكي على عدة عوامل تجعلهم مخلصين للبنك ويؤدي إلى ميزة للبنوك في البيئة التنافسية. في هذا الصدد توصل عدد من الباحثين إلى أن أبعاد جودة الخدمة تؤثر إيجابياً على الجودة المدركة و تؤدي إلى رضا الزبائن. في الصناعة المصرفية الجزائرية، تعتمد جودة الخدمة على العديد من المعايير مثل الضمان والتعاطف والموثوقية والاستجابة والملموسية، لذلك سنحاول في ما يلي عرض مجموعة من الدراسات السابقة في هذا الصدد.

1.3. الدراسات السابقة التي استخدمت نموذج SERVQUAL:

يتم استخدام منهج جودة الخدمة من قبل العديد من الباحثين في مختلف الصناعات لقياس جودة الخدمة. و قد بينت مراجعة الأدبيات أن هذا النموذج يستخدم على نطاق واسع في القطاع الصحي ثم المصرفي و يليه قطاع التعليم. هناك الكثير من الدراسات التي تستخدم هذا المنهج بالذات لتحليل جودة الخدمات المصرفية. وفي دراسة أجريت في قطاع الصناعة المصرفية الإثيوبية وجدت أن جودة خدمة البنوك أثرت على رضا الزبون من خلال كل الأبعاد و كان تأثير بعد "التعاطف" (Rahaman & Abdullah, 2014) (Shanka, 2012) هو الأكثر أهمية . و في دراسة أخرى تناولت الصناعة المصرفية الماليزية ووجدت أن "الموثوقية" هي العامل الأكثر أهمية في تشكيل رضا الزبائن (Chelliah, Munusamy, و Mun, 2010) (Çırpın & Sarica, 2014). كما توصلت الدراسة التي أجراها (Safakli, 2007) على الصناعة المصرفية في شمال قبرص، بأن البعد الأكثر أهمية من التأثير (27.63%) هو الموثوقية. و وجد (Witkowski و Wolfinbarger, 2002) أن الزبائن الألمان والأمريكيين لديهم توقعات مماثلة من القطاع المصرفي؛ ومع ذلك، تختلف درجات تأثير هذه التوقعات على رضا الزبائن. بالنسبة لكلتا مجموعتي الزبائن، تم العثور على العوامل الثلاثة الأعلى تصنيفاً وهي الموثوقية والضمان والتعاطف (Çırpın و Sarica, 2014). و على الرغم من أن نتائج بعض الدراسات تدعم بعضها البعض، إلا أن ذلك لا يمنع من وجود اختلافات فيما بينها و أنه قد تختلف العوامل المؤثرة على رضا الزبائن من بلد إلى آخر. كما هو الحال في جميع الصناعات الأخرى، فإن ملفات تعريف الزبائن في الصناعة المصرفية متنوعة للغاية، وبالتالي، لديهم حتما توقعات مختلفة من الخدمات المصرفية (Çırpın و Sarica, 2014).

بصفة عامة، ترتبط جودة الخدمة في الصناعة المصرفية بالضمان والتعاطف والاستجابة والموثوقية (Johnston, 1995). كذلك تؤثر الموثوقية والضمان في الخدمة تأثيراً قوياً على جودة خدمات القطاع المصرفي ورضا الزبائن (Zhou, 2004). وفي نفس السياق كشفت دراسة عن النظام المصرفي الكندي عن ستة أبعاد لجودة الخدمة وهي الموثوقية، الأصول الملموسة، الوصول، الضمان، والفعالية، ومحفظة الخدمات، بحيث شملت الدراسة 115 زبوناً للبنك، وتم استخدام 31 فقرة وتم استخدام مقياس ليكرت المكون من سبع نقاط في الدراسة و توصلت إلى أن تلك أبعاد أثر على سلوك الزبون و توقعاتهم اتجاه البنك (Bahia & Nantel, 2000).

2.3. النموذج النظري للبحث: يتم استخدام نموذج جودة الخدمة في العديد من الصناعات الخدمية بما في ذلك الصناعة المصرفية لقياس جودة الخدمة. ولقياس هذه الأخيرة أثبتت العديد من الدراسات السابقة التي أسلفنا ذكرها أن الجودة المدركة من الخدمة البنكية تتأثر طردياً بخمس عوامل المرتبطة بأبعاد الجودة المقترنة من نموذج الفجوات SERVQUAL. وبناءً على الدراسات السابقة اقترحنا اختبار خمس فرضيات فحواها أن: الاعتمادية، الموثوقية، التأكيد، الاستجابة والتعاطف تؤثر طردياً على الجودة المدركة من الخدمة البنكية في الجزائر و بذلك نقترح اختبار النموذج النظري الموضح في الشكل 1 الذي يلخص خمس فرضيات.

4. منهجية الدراسة:

لاختبار فرضيات البحث والتحقيق في العلاقات بين أبعاد جودة الخدمة والجودة المدركة من قبل الزبون البنكي، أجرينا فيما يلي تحليل النمذجة بالمعادلات الهيكلية بما في ذلك التحليل التوكيدي و علاقات الانحدار و قبل ذلك قمنا بالتحليل العاملي الاستكشافي للتأكد من موثوقية البيانات.

1.4 مجريات الدراسة الميدانية و طريقة تحليل البيانات قمنا في هذه الدراسة بتقييم النتائج من خلال تطبيق نموذج جودة الخدمة على الخدمات التي يقدمها أحد البنوك العمومية في الجزائر (CPA). و قد تم إجراء الحسابات لتحديد عدد الأشخاص الذين سيرسل إليهم الاستبيان، وتم تحديد حجم العينة المناسبة لتكون 174.

2.4 وسيلة جمع البيانات: الاستبيان لجمع البيانات و قياس متغيرات الدراسة استخدمنا فقرات الاستبيان المبينة في الملحق و التي تم اقتباسها من قبل (Zeithaml, Parasuraman, و Berry, 1988) و اختبارها ميدانياً من طرف دراسات سابقة، بحيث قمنا بترجمتها إلى اللغة العربية و تكييف سياقها اللفظي مع واقع الخدمات البنكية الجزائرية. و للتعبير عن درجة الموافقة

على الفقرات كان أمام المستجوبين سبع درجات لـ *Likert* [1] بالتأكيد موافق إلى 7 بالتأكيد غير موافق]. ولقد بلغ مجموع الفقرات المستخدمة في الاستبيان 32 فقرة تم توزيعها كما على النحو الآتي: 05 فقرات لقياس الملموسية و 06 لقياس الاعتمادية و لقياس بعد الاستجابة و التأكيد و التعاطف تم أيضاً استخدام 05 فقرات لكل واحد منهم، و أخيراً خصص 06 فقرات لقياس الجودة المدركة من الخدمة. كما اختتم الاستبيان بالبيانات السوسيو ديموغرافية المرتبطة بعينة الدراسة.

3.4 الخصائص الوصفية للعينة المدروسة: نوعها و طبيعتها يعتمد مجتمع هذه الدراسة على جميع الزبائن الذين يتلقون الخدمات المصرفية في بنك CPA في وكالة بمدينة تلمسان. عملياً من غير الممكن دراسة إجمالي زبائن البنك محل الدراسة بسبب عددهم الكبير لذلك، تم توزيع أكثر من 200 استبياناً على زبائن بنك CPA خلال فترة زمنية تقارب ثلاثة أشهر و بعد ذلك قمنا بفرز و اقضاء الاستثمارات الغير صالحة.

جدول 1: البيانات الوصفية للعينة المدروسة

بيانات ديموغرافية		التكرار	(%)
نوع الجنس	ذكور	89	51.15
	إناث	85	48.85
الأعمار (سنة)	24 ≤	06	3.44
	25-30	64	36.78
	31-49	69	39.65
	0 ≥ 50	35	20.13
الدخل الشهري (دينار جزائري)	30 >	35	20.11
	30-40	45	25.86
	40-50	56	32.19
	> 50	38	21.84

مصدر: من إعداد الباحثين (N=174).

تحصلنا على 174 استبيان صالح للدراسة بمعدل استجابة يفوق 80%. يظهر الهيكل الاجتماعي والديموغرافي للعينة في الجدول 1. كان التركيب الجنسي للمستجيبين في هذه الدراسة متساوياً تقريباً بين الإناث (48.85%) والذكور (51.15%). ومن حيث التوزيع العمري، فإن ما يقرب من 76% من المشاركين تتراوح أعمارهم بين 25 و 49 سنة. ووفقاً لنتائج التحليل يمكن

ملاحظة أن غالبية المشاركين كانوا موظفين بنسبة تقارب (60%) و يتراوح راتبهم الشهري ما بين 30 ألف و 50 ألف دج.

5. نتائج الدراسة

تم استخدام تحليل المكون الرئيسي مع دوران varimax لاستخلاص العوامل من سمات الخدمة المصرفية المرتبطة بأبعاد جودة الخدمة لمقياس SERVQUAL. تم حساب معاملات الثبات و الموثوقية الانحدار باستخدام برنامج SPSS.22. كما قمنا باختبار التوزيع الطبيعي للبيانات و تحليل معاملات الانحدار بطريقة النمذجة بالمعادلات الهيكلية باستخدام برنامج STATISTICA.08. الجدول 2. يلخص نتائج موثوقية و ثبات الفقرات.

1.5 نتائج التحليل الاستكشافي و تحليل المكون الرئيسي

تم إجراء تحليل العوامل الاستكشافية لتحديد العوامل الرئيسية التي تفسر بشكل أفضل أبعاد جودة الخدمة وتصورتهم حول جودة الخدمة المصرفية. يشير الجدول 2 إلى قيم KMO ونتائج اختبار Bartlett's Sphericity Test لكلا المقياسين. كروية بارتلليت كان معنوي (Bartlett's χ^2 -2) الذي اختباره معنوي تحت مستوى 5%) وكفاية أخذ عينات كايزر-ماير-أولكين (KMO) سجل أكبر من 0.8 بالنسبة لجل متغيرات الدراسة و بالتالي نتائجه نقول عنها أنها ممتازة. كذلك يعرض الجدول 2 نتائج تحليل العوامل والموثوقية لإدراك الجودة من قبل زبائن البنك. بالإضافة إلى ذلك تؤكد قيمة إحصائيات F أن النموذج العام مهم. وقد أظهر التحليل أن المتغيرات الستة فسرت أكثر من 73% من إجمالي التباين في البيانات. كما تراوحت معاملات ألفا كرونباخ للعوامل المستخرجة من 0.90 إلى 0.95. يوصي الباحثين أن يكون المعامل α أعلى من 0.7 (Nunnally، 1978) و بالتالي نقول عنها أنها جيدة جداً. من جانب آخر سجل متوسط الموافقة على الفقرات نتائج تتراوح ما بين 3.76 و 3.92 (تقرب من 4 وفقاً لسلم Likert)، و بالتالي نقول عنها أنها معقولة. كذلك إن اختبار معنوية F لـ Ficher من جدول ANOVA أوضحت أن أغلب نتائج الاختبارات كانت معنوية. إجمالاً يمكننا القول أن المقاييس (الفقرات) المستخدمة في الاستبيان ترتبط ارتباط وطيد فيما بينها و هي موثوقة.

جدول 2: نتائج تحليل المكون الرئيسي و التحليل الاستكشافي

كروية Bartlett. $\chi^2_{(1)}$	F اختبار Fisher	تباين مفسر $V(x)$	α كرونباخ cronbach	KMO	المتغيرات الكامنة المتوسط
822,16	9,49	79,76	,93	,84	3,84
1331,7	14,46	83,17	,95	,89	3,90
613,15	8,95	73,5	,90	,83	3,76
973,30	12,549	81,47	,94	,869	3,92
1083,7	24,200	85,37	,95	,866	3,90
769,29	11,37	79,09	,93	,822	3,58

مصدر: من إعداد الباحثين باعتماد على مخرجات SPSS.22. [N=174].

2.5 نتائج التحليل العاملي التوكيدي و اختبار التوزيع الطبيعي

كمنهج إحصائي لاختبار الفرضيات إن طريقة النمذجة بالمعادلات الهيكلية تقتضي التأكد من جودة مطابقة البيانات و أيضاً التأكد من التشبعات العاملية λ (أكبر من 0.3) و كذلك التأكد من توزيعها الطبيعي (يقترّب من 0) الجدول 3 يلخص لنا أبرز هذه المعاملات. نلاحظ ان جميع قيم التشبعات اكبر من 0.8 محصورة بين [0.859 و 1] اذا و كما سبق و اشرنا سابقا فان هذه النتائج مقبولة لانها محصورة بين 0 و 1 و اكبر من 0.3. كما أن معظم معاملات الالتواء محصورة ما بين [2+ و -2] و كذلك معاملات التفرطح محصورة ما بين [8+ و -8] و تقترب كلها تقترب من الصفر، مما يعني أن البيانات متقاربة و غير متباينة (غير مختلفة) و بالتالي تتوزع توزيعاً طبيعياً الذي يعد شرط يجب أن يتحقق قبل اختبار الفرضيات.

جدول 3. التشبعات العاملية لمجموعة المتغيرات الكامنة

معامل التفرطح	معامل الالتواء	قيم λ_i للتشبعات	المتغيرات المقاسة	معامل التفرطح	معامل الالتواء	قيم λ_i للتشبعات	المتغيرات المقاسة
-1,26	0,25	0,81	[safe1]	-1,31	0,05	0,94	[fiab1]
-1,27	0,26	0,93	[safe2]	-1,26	0,36	0,86	[fiab2]
-1,58	-0,06	1,00	[safe3]	-1,20	0,34	0,94	[fiab3]
-1,71	-0,07	1,00	[safe4]	-1,62	0,05	1,00	[fiab4]
-1,81	-0,06	1,00	[safe5]	-1,70	0,01	0,98	[fiab5]
-1,63	0,01	1,00	[empt1]	-1,58	-0,04	1,00	[tang1]
-1,68	-0,02	1,00	[empt2]	-1,70	-0,07	1,00	[tang2]
-0,91	0,36	0,85	[empt3]	-1,23	0,15	0,90	[tang3]
-1,51	0,04	1,00	[empt4]	-1,25	0,31	0,87	[tang4]
-1,57	-0,02	1,00	[empt5]	-1,34	0,28	0,92	[tang5]

[tang6]	0,99	-0,08	-1,75	[qualp1]	1,00	0,04	-1,40
[resp1]	0,91	0,09	-1,30	[qualp2]	1,00	-0,06	-1,53
[resp2]	0,86	0,28	-1,31	[qualp3]	1,00	0,40	-0,99
[resp3]	0,90	-0,01	-1,59	[qualp4]	1,00	0,34	-0,70
[resp4]	0,88	0,33	-1,12	[qualp5]	1,00	0,24	-0,76
[resp5]	0,96	0,19	-1,30				

مصدر: من إعداد الباحثين باستخدام مخرجات حزمة Statistica.08. [N=174]

بعدما تم إجراء الاختبار الاحصائي باستخدام طريقة المعادلات الهيكلية تحصلنا على معاملات الانحدار (β_i) الموضحة في العمود الثاني من الجدول 4. يفيد هذا المعامل في قياس شدة تأثير المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة. نلاحظ أن قيمه محصورة ما بين [0.422 و 0.47]. تمكننا هذه النتيجة من كتابة معادلات الانحدار المتعدد للجودة المدركة للخدمة من طرف زبائن البنك CPA.

$$\text{QualP} = 0.435.\text{fiab} + 0.47.\text{tang} + 0.422.\text{resp} + 0.451.\text{safe} + 0.456.\text{epmt} + 0,000$$

تُظهر معاملات β (ذات قيمة $p > 0.05$) المقدار الذي تؤثر به أبعاد جودة الخدمة (الملموسية والاستجابة والضمان وموثوقيتهم والتعاطف) بشكل إيجابي على الجودة المدركة من الخدمة. يتضح من المعادلة أن جودة المدركة (QualP) التي تلعب دور المتغير التابع تتأثر بخمس متغيرات مستقلة التي تشكل أبعاد جودة الخدمة لنموذج Servqual. بحيث أنه إذا زادت المتغيرات المستقلة بوحدة واحدة فإنها ستؤثر في الجودة المدركة من الخدمة البنكية على التوالي: 43.5% بالنسبة للاعتمادية؛ 47% بالنسبة للملموسية؛ 42.2% بالنسبة للاستجابة؛ 45.1% بالنسبة للأمان و 45.6% للتعاطف.

جدول 4: نتائج علاقة الانحدار بين متغيرات الدراسة /OLS/

المتغيرات الكامنة	معاملات الانحدار β_i
(FIAB)-64->(QUALP)	0,435
(TANG)-65->(QUALP)	0,470
(RESP)-66->(QUALP)	0,422
(SAFE)-67->(QUALP)	0,451
(EMPT)-68->(QUALP)	0,456

مصدر: من إعداد الباحثين باستخدام مخرجات حزمة Statistica.08. [N=174]

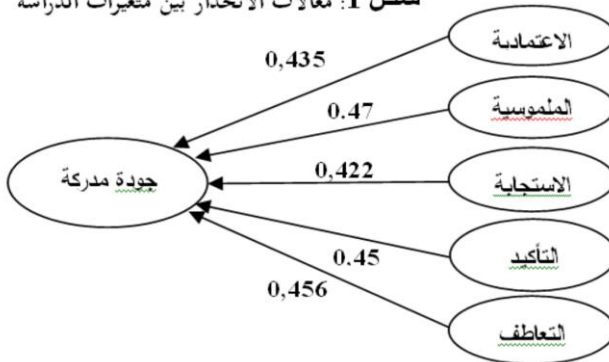
6. مناقشة النتائج

تبحث الدراسة في آثار الخدمات المصرفية الأساسية و أبعاد جودة الخدمة على الجودة المدركة من الخدمة المقدمة في بنك القرض الشعبي الجزائري. تم استخدام الاستبيان لجمع

البيانات من زبائن البنك. لتأكيد أو نفي الفرضيات اخترنا تحليل المسار ضمن طريقة النمذجة بالمعادلات الهيكلية. بعد إجراء الاختبار استنتجنا أن جميع الفرضيات مؤكدة، بحيث كان لأبعاد جودة الخدمة البنكية تأثير إيجابي على الجودة المدركة من خدمة المقدمة من قبل بنك القرض الشعبي الجزائري. كما هو مبين في الشكل.1.

سجل معامل الانحدار قيم إيجابية و طردية بين الجودة المدركة [QUALP] الذي يلعب دور المتغير التابع و بين المتغيرات المستقلة أي أبعاد جودة الخدمة المتمثلة في الاعتمادية $[\beta \text{ FIAB}: 1=0,435]$ و الملموسية $[\beta \text{ TANG}: 2=0,47]$ و الاستجابة $[\beta \text{ RESP}: 3=0,422]$ و التأكيد $[\beta \text{ SAFE}: 4=0,451]$ و لبعد التعاطف، تشير بذلك إلى العلاقات الطردية المسجل بينهم.

شكل 1: معالات الانحدار بين متغيرات الدراسة



كما نلاحظ من الجدول.4 تحصلت الأبعاد الخمسة المدروسة المستنبطة من نموذج الفجوات على معاملات إنحدار متوسطة تقترب من 50%، مما يعني وجوب بذل المزيد من الجهد و العمل على تحسين الجودة المدركة للزبائن عن الخدمات المصرفية الأساسية المقدمة من طرف البنك. وفقا لذلك تم العثور أيضا على نفس النتائج من قبل بعض الباحثين السابقين [أمثال: دراسة Ilyas و آخرون (2013) في باكستان و دراسة Javadi و آخرون (2012) في إيران و دراسة Safakli (2007) في قبرص و دراسة Markovic و آخرون (2015) في كرواتيا و دراسة Ciripin و Sarika (2014) في تركيا و دراسة Najar و Bishou (2006) في الولايات المتحدة الأمريكية

و دراسة Al-Fawzan (2005) في السعودية؛ و دراسة Zhou (2004) في الصين] مما يؤكد توافق نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة.

7. الخاتمة:

تشير نتائج الدراسة الحالية إلى العديد من الآثار المترتبة على استخدام جودة الخدمة في مجال الخدمات المصرفية. تتمتع هذه الدراسة بالقدرة على تقديم مساهمات نظرية ومنهجية وإدارية (توصيات) لتحليل جودة الخدمة.

من الجانب النظرية، تم اقتراح نموذج مفاهيمي لقياس جودة الخدمة في القطاع المصرفي بعد مناقشة مجموعة مكونة من خمسة أبعاد تعبر عن الجودة المتمثلة في: الاعتمادية، الملموسية، الاستجابة، التعاطف و الأمان المقتبسة من نموذج الفجوات المسمى SERVQUAL و الجودة المدركة من طرف الزبائن. وتعتمد هذه الأبعاد في النموذج المقترح على الأدبيات والأبحاث السابقة في المجالات ذات الصلة. قد يكون للأبعاد المقترحة تأثير على جودة الخدمة، لذلك أكدت العديد من الدراسات على الحاجة إلى تطوير مقاييس صالحة وموثوقة لجودة خدمة البنوك [Parasarman و آخرون 1988، دراسة Ilyas و آخرون. 2013 و دراسة Javadi و آخرون. 2012 و دراسة Safakli. 2007 و دراسة Markovic و آخرون. 2015 و دراسة Ciripin و Sarika. 2014 و دراسة Najar و Bishou. 2006 و دراسة Al-Fawzan. 2005 و دراسة Zhou. 2004]. لقد بذل معظمهم الكثير من الجهود لتطبيق جودة الخدمة، وهو مقياس شائع الاستخدام، نظراً لأن العديد من الشركات استخدمت هذا النموذج بكثافة للتفاعل مع شركائها وزبائنهم التجاريين، فقد أصبحت جودة الخدمة التي تقدمها هي الاهتمام الرئيسي في مجال الأعمال التجارية. أظهرت دراستنا أن أبعاد جودة الخدمة هي عوامل مؤثرة على الجودة المدركة من الخدمة المصرفية، ومن المثير للاهتمام أن تلك الأبعاد أثر متوازن على الجودة.

من الجانب المنهجي، تم إجراء الدراسة الميدانية لتحديد الجودة المدركة من قبل الزبون عن جودة الخدمات المصرفية على أساس أبعاد جودة الخدمة. لذلك قمنا باستخدام تحليل الموثوقية، التحليل العاملي و النمذجة بالمعادلات الهيكلية. كشفت نتائج تحليل الموثوقية أن البيانات "مقبولة" للتحليل. و قد تم إجراء تحليل العوامل وقياس أثر أبعاد الجودة على الجودة المدركة من الخدمة. أظهرت نتيجة تحليل الانحدار العلاقات الإيجابية بين الجودة المدركة من الخدمة المقدمة من قبل موظفي البنك الشعبي الجزائري وكل أبعاد جودة الخدمة. من بين جميع الأبعاد، كانت الجودة

المدركة من الخدمة تعتمد بشكل كبير على الملموسية، التأكيد و التعاطف و بشكل أقل نسبيا بالنسبة لبعدي الاعتمادية و الاستجابة. علاوة على ذلك، تم قبول جميع الفرضيات الخمسة الموضحة في نموذج البحث مما يكشف التأثير المهم لأبعاد جودة الخدمة على الجودة المدركة من قبل زبائن البنك الشعبي الجزائري.

ومن الجانب الإدارية، يوفر هذا البحث لمديري الشركات مقياسا لتقييم جودة خدماتهم من منظور الأبعاد الخمسة الأساسية لنموذج الفجوات. توفر هذه الدراسة أيضا لمديري التسويق، نظرة ثاقبة لفهم كيفية زيادة مستوى الإدراك الإيجابي للجودة من خلال تحسين أبعاد جودة الخدمة. علاوة على ذلك، أصبحت البنوك العمومية الجزائرية الآن أكثر وأكثر في مواجهة مباشرة مع البنوك الأجنبية، لذلك تعد جودة الخدمة أحد أهم العوامل التي تجذب الزبائن نحوها مما يكسبها ميزة تنافسية و يدفعها لكسب وفاء الزبون أطول مدة ممكنة.

التوصيات

ومن خلال النتائج التي توصلنا إليها يمكننا تقديم التوصيات التالية:

1. يجب على مديري البنوك العمومية مساعدة الزبائن على أن يكونوا موثوقين، والوفاء بوعودهم، والدقة في إنهاء خدماتهم، وحل مشاكلهم، والإصرار على سجل خالٍ من الأخطاء؛
2. يجب على موظفي البنك تقديم خدمة ملموسة للزبائن؛
3. إذا لم يكن لدى الزبائن ثقة في الخدمات المصرفية، فلا فائدة من الحديث عن حسن نية البنك، فيجب على البنك أن يهتم بزبائنه لتحقيق أهدافه؛
4. الزبائن مهمون جداً لنجاح أي عمل تجاري و استدامته في السوق، لذلك ينبغي منح الزبائن احتراماً كبيراً، ومنحهم اهتماماً جدياً و أن يكونوا ودودون معهم؛
5. ومن خلال مراعاة جل أبعاد جودة الخدمة، قد تحتاج البنوك العمومية إلى التركيز على الاختيار الاستراتيجي وتقديم منتجات بنكية مبتكرة للحصول على ميزة تنافسية.

نقاىص البحث و محدوديته و آفاقه المستقبلية

بناءً على النتائج التي توصلنا إليها، فمن المستحسن أن تقوم البنوك العمومية بتوفير المزيد من المنتجات والخدمات لجذب المزيد من الزبائن ويجب على البنك المركزي الإشراف على جوانب الامتثال ومساعدتها. وفي الوقت الحاضر، أصبحت السوق المستهدفة المحتملة للبنوك العمومية متاحة حيث لا يوجد أمامها خيار سوى تطوير رضا الزبائن وجذبهم والاحتفاظ بهم. يمكن إجراء الأبحاث المستقبلية من خلال جمع المزيد من المعلومات من المدن الجزائرية الأخرى فيما يتعلق

بجودة الخدمة ورضا الزبائن لتمثيل الجزائر بأكملها. كذلك ينبغي على الأبحاث المستقبلية تحديد الفئة المستهدفة بشكل دقيق حتى تكون الدراسة أكثر دقة فكلما كان عدد سنوات التعامل مع البنك لأفراد العينة اكبر كانت الإجابة على الفقرات أكثر دقة و مصداقية. ينبغي على الدراسات المستقبلية أن تدرج ضمن أبحاثها أبعادا أخرى من أبعاد جودة الخدمات غير التي ذكرناها في بحثنا كأبعاد جودة الخدمات البنكية الالكترونية مثلا. كما ينبغي عليها أيضا دراسة متغيرات أخرى على غرار رضا، الثقة، صورة المؤسسة و الوفاء.

قائمة المراجع:

- Akhtar, J .(2011) .Determinants of service quality and their relationship with behavioural outcomes: empirical study of the private commercial banks in Bangladesh .*International Journal of Business and Management* .146-156 : (11)6٠.
- Al-Fawzan, M. A .(2005) .Assessing Service Quality in a Saudi Bank . *Journal. King Saud Un* ، Vol. 18, Eng. Sei. (1), pp. 101-115.
- Babakus, E & Boller, G.W .(1992) .An Empirical Assessment of the SERVQUAL Scale .*Journal of Business Research* ، Vol. 24: 253-68. Cited by Safakli, O, V. (2007).
- Bahia, K & Nantel, J .(2000) .A reliable and valid measurement scale for the perceived service quality of banks .*International Journal of Bank Marketing* .84-91 ,18 ، Cited by Ilyas et al, (2013).
- Carman, J M .(1990) .Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions . ,”*Journal of Retailing* ، ، Vol. 66, Spring, pp. 33-55. Cited by Safakli, O, V. (2007).
- Çırpın, B K & Sarica, K .(2014) Measurement of service quality in banking industry: A case study from Turkey .*Istanbul University Journal of the School of Business* ، .,Vol:43, No:2, 205-217.
- Culiberg, B & Rojsek, I .(2010) .Identifying service quality dimensions as antecedents to customer satisfaction in retail banking .*Economic and Business Review*.151-166:(3)12 .
- Johnston R .(1995) .The determinants of service quality :satisfiers and dissatisfiers . .*International Journal of Service Industry Management* ، .6,53-71Cited by Ilyas et al, (2013)
- Markovic S & Dorcic J & G Katusic .(2015) .Service Quality Measurement in Croatian Banking Sector: Application of SERVQUAL Model . *Management international conference, Portoroz Slovenia* ، . pp.209-218.

- Munusamy, J; Chelliah, S & Mun H.W. (2010) .Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia .*International Journal of Innovation, Management and Technology* , (4)1, 398- 404Cited by Çırpın B K & Sarica, (2014).
- Najjar, L & Bishu, R R .(2006) .Service Quality: A Case Study of a Bank .*Quality Management Journal*.35-44 ,13:3 .
- Parasuraman, A ; Zeithaml V & Berry L .(1985) .A conceptual model of service quality and its implications for future research .*Journal of Marketing* 49 ‘ Fall): 41-50. Cited by Najjar, L & Bishu, R R. (2006).
- Rahaman M.M & Rahman M.& Abdullah A. .(2014) .Measuring Service Quality using SERVQUAL ModelA Study on PCBs (Private Commercial Banks) in Bangladesh . .*Business Management Dynamics* ‘ , . 01-11 ,1 ,1Cited by Çırpın B K & Sarica Köksal, (2014).
- Safakli O, V .(2007) .Measuring service quality of commercial banks towards smes in northern cyprus . *Journal of Yasar University*827- ,(8)2 , .839
- Shanka M.S. .(2012) .Bank Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty in Ethiopian Banking Sector .*Journal of Business Administration and Management Sciences Researchs* . 001-009 ,1 ,1 ‘ ,Cited by Çırpın B K & Sarica Köksal, (2014)
- Swartz T.A & Brown S.W .(1989) .Consumer and Provider Expectations and Experiences in Evaluating Professional Service Quality .*Journal of the Academy of Marketing Science*.189-195 :(2) 17 ‘
- Vrotis, D; Webere, Y & Tsoukeatos, E .(2013) .Comparisone Of Servqual, Servper, Bsqq&Bankqual Scale In Banking Sector . *ProcedingsEuroMed Academy of Business*.. ‘
- Witkowski T.H ‘& Wolfinbarger M.F .(2002) .Comparative Service Quality :German and American Ratings across Service Settings .*Journal of Business Research* .881 –875 ,55 ‘ ,Cited by Çırpın B K & Sarica Köksal, (2014).
- Zeithaml V .(1987) .Defining and relating price, perceived quality, and perceived value .*Cambridge, Mass.Marketing Science Institute* ‘ Report no. 87-101 . .Cited by Najjar, L & Bishu, R R. (2006).
- Zhou, L .(2004) .A dimension-specific analysis of performance-only measurement of service quality and satisfaction in China’s retail banking . *Journal of Services Marketing* ,534-546 ,18 ‘ Cited by Ilyas et al, (2013).

الملاحق:

السلام عليكم: نقوم حالياً بدراسة تأثير جودة الخدمات المقدمة من طرف **موظفي** بنك القرض الشعبي الجزائري، لذلك من فضلك (ي) حدد (ي) لنا درجة **موافقتك** (ي) أو **عدم موافقتك** (ي) مستعملاً فقط علامة X على السلم الموجود في الجدول. نحيطكم علماً أن الإجابات التي ستفيدونا إياها من خلال هذه الاستمارة ستبقى في السر .

الرقم	الفقرات	غير موافق بشدة	غير موافق	غير موافق قليلا	متحيد	موافق قليلا	موافق	موافق تماما
1.1.الاعتمادية:ضرورة تقديم خدمات بنكية موثوقة								
1.1	بنك القرض الشعبي الجزائري يحترم المواعيد المحددة خلال تقديمه للخدمات.							
2.1	في الحالة العامة يحرص بنك القرض الشعبي الجزائري على تقديم خدمات ذات جودة.							
3.1	عموماً يقوم موظفو بنك القرض الشعبي الجزائري بتقديم خدمات مميزة وبكفاءة للزبائن.							
4.1	إن احتفاظ بنك القرض الشعبي الجزائري بالمعلومات المرتبطة بزيارته هو أمر غاية في الأهمية.							
5.1	من الضروري أن يتم استخدام نظام دقيق للمعلومات من طرف مختلف أقسام هذا البنك							
2.الملموسية (المادية):ضرورة إعطاء أهمية لكل ما هو مادي بالبنك								
1.2	إن توفر بنك القرض الشعبي الجزائري على اللوحات الداخلية و الشاشة و معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة هو أمر جيد							
2.2	من الضروري أن يكون التنظيم الداخلي للبنك مناسب.							
3.2	إن توفر الأماكن المناسبة للاستقبال والانتظار في بنك القرض الشعبي الجزائري يجعلني لا أحس بالملل							
4.2	إذا المظهر الخارجي لمبنى بنك القرض الشعبي الجزائري جميل و ذا أصالة و ذلك يزيد من إعجابي له							
5.2	بصفة عامة إن اهتمام الموظفين بتوفير جو مرح في البنك هو أمر جيد.							
6.2	حسب رأيي أن النظافة الداخلية و الخارجية للبنك و كذا التدفئة والتبريد والإضاءة أمر ضروري							
3.الاستجابة: الاهتمام بانشغالات و شكاوى الزبائن								
1.3	عموماً، إن موظفي البنك يحرصون على تقديم خدمات فورية للزبائن.							
2.3	بصفة عامة، يلتزم موظفي بنك القرض الشعبي الجزائري بالاستجابة لكل شكاوي و استفسارات الزبائن							
3.3	يجب أن يكون هناك استعداد مستمر من طرف الموظفين للتعاون مع الزبائن و مساعدتهم في تلبية طلبهم							
4.3	تسهل إدارة بنك القروض الشعبي الجزائري على مسالة الإمداد بالخدمات البنكية على مدار ساعات عملها							

5.3	تسعى الأطراف العاملة في البنك قدر المستطاع إلى تقديم خدمات مصرفية جيدة								
4. التأكيد: إعطاء الإهتمام الكافي لجودة الخدمة									
1.4	يتمتع بنك القرض الشعبي الجزائري بمكانة لائقة و سمعة جيدة في السوق								
2.4	إن الموظفين العاملين بالبنك يتميزون بمهارات و خبرات كافية لتقديم أحسن الخدمات								
3.4	إن التنمية المستمرة لمهارات الأطر العاملة ببنك القرض الشعبي الجزائري في مجال جودة الخدمات المصرفية هو أمر غاية في الأهمية								
4.4	يجب على البنك تخصيص كل الأطر العاملة بمسؤولية تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية								
5.4	إن المحافظة على سرية المعلومات المرتبطة بي و المتعلقة بتعاملاتي المصرفية هو أمر لا أتنازل عنه								
5. التعاطف: إعطاء أهمية بالغة للزبون									
1.5	من واجب تقديم العناية الكافية والاهتمام البالغ لكل زبون مهما كانت وضعيته المهنية والاجتماعية								
2.5	إن إعطاء اهتمام كافي لاستفسارات الزبائن و شكاويهم من طرف كل الأطر العاملة بالبنك هو أمر ضرورة								
3.5	بصفة عامة إن موظفو بنك بدر يقدرون ظروف الزبائن و يتفهمون احتياجاتهم								
4.5	ضرورة تقديم مصلحة الزبون هي في مقدمة كل المصالح								
5.5	ضرورة تحلي الأطر العاملة بالبنك بروح المرح والصدقة والاحترام عند تعاملهم مع الزبون								
7. الجودة المدركة العامة من الخدمات المقدمة من طرف البنك بدر									
1.6	عموما، أود أن أقول بأن جودة التفاعل مع موظفين هذا البنك هي جيدة								
2.6	حسب رأيي أن الخدمات المعروضة من طرف هذا البنك هي ذات فائدة.								
3.6	يسعى موظفين هذا البنك قدر المستطاع إلى المحافظة على علاقة جيدة مع الزبائن								
4.6	هذا البنك لديه نظام عادل للتعامل مع انشغالات و شكاوى الزبائن								
5.6	أود أن أقول بأن البيئة المادية لهذا البنك هي جيدة مقارنة مع البنوك الأخرى.								