

قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة

رشاد خليل شعت

جامعة فلسطين

zzee112@hotmail.com

حازم أحمد فروانة

جامعة تلمسان

atiaf_1998@hotmail.com

Received: 30/10/2018

Accepted: 30/11/2018

Published: 30/12/2018

ملخص:

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

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، البنوك، التسهيلات المالية، الثقة.

تصنيف JEL: L84, G21.

Abstract:

We have begun to implement our task of combating degradation in the fight against deterioration in the fight against consequences and the prevention of noncommunicable and muscular diseases. The study included a sample of 166 bank customers in the Gaza Strip. The study concluded that customer expectations should be understood in order to provide better banking service and satisfaction. In addition, the measurement of the quality of banking service and the recognition of customers is the main approach to improving the quality of services Al-Qudt Bank for Amoy. Here are some examples? Any aid-focused earpieces that hinder aid-blocking aid hampering already-strained concentrations hampering aid-blocking funds.

Keywords: Quality of service, banks, financial facilities, trust.

JEL Classification: L84, G21.

*مرسل المقال: حازم أحمد فروانة

اهتم العديد من الباحثين بدراسة الجوانب المختلفة لجودة الخدمة المصرفية من حيث مفهوما ومحدداتها وأبعادها وطرق قياسها بالإضافة إلى العلاقة بين مقدم الخدمة (البنك) وبين المستفيد منها (عملاء البنك - المعتمد) وذلك بهدف رفع مستوى جودة الخدمة المقدمة لتتناسب مع أو تزيد عن توقعات العملاء. إن الهدف الرئيس من هذا البحث هو التعرف على قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة حيث تهتم هذه البنوك برفع مستوى جودة خدماتها المقدمة للعملاء. قياس جودة الخدمة المصرفية.

ولقد أدى عقد مؤتمر مدريد أكتوبر عام 1991 وتوقيع إعلان المبادئ سبتمبر 1991 إلى حدوث تغيير جوهري في الجهاز المصرفي الفلسطيني حيث اعتبر عام 1994 نقطة انطلاق حقيقية حيث أصبح الجهاز المصرفي الفلسطيني ولأول مرة متكاملًا (الفليت، 2004) حيث بلغ عدد البنوك العاملة في فلسطين في عام (2003)

(22 بنكاً) منها (10 بنوك) وطنية، (11 بنك عربي) ما بين بنوك أردنية ومصرية، و (1) أجنبي (سلطة النقد الفلسطينية، 2004). وبلغت شبكات وفروع ومراكز البنوك الرئيسية (131) فرعاً منها (35) فرعاً في قطاع غزة و (96) فرعاً في الضفة الغربية ويمكن تقسيم البنوك العاملة في فلسطين حسب جنسيتها إلى (10) بنوك وطنية هي: فلسطين المحدود، التجاري المصري، الاستثمار الفلسطيني، الإسلامي العربي، القدس للتنمية والاستثمار، فلسطين الدولي، الإسلامي الفلسطيني، الأقصى الإسلامي، العربي الفلسطيني للاستثمار، بشبكة فروع قدرها (50) فرعاً، (11) بنك أردني بشبكة فروع (88) فرعاً، بنكان مصريان ولهما (8) فروع (أبو معمر، 2002). ولقد بلغ حجم ودائع العملاء في عام (2003) حوالي (3.624) مليار دولار وبلغ المستثمر منه حوالي (1.072) مليار دولار، وعليه فإن حجم التسهيلات إلى الودائع أقل من 30% الأمر الذي يجعل البنوك العاملة في فلسطين تهتم أكثر بجودة الخدمة المصرفية المقدمة.

الجودة المصرفية في البنوك:

تعتبر جودة الخدمة من الأساسيات التي تسبق إرضاء العملاء وفي المقابل فإن رضى العملاء يؤثر على قرار الشراء المستقبلي للعميل وإدراكه (Cronin and Taylor:1992). كذلك فإن جودة الخدمة المصرفية تعتبر شرطاً أساسياً لاشباع رغبة العميل وللاحتفاظ به.

(Howcroft,1991; Cronin and Taylor,1992; Taylor and Baker,1994)

أضف إلى ذلك فإنه بسبب مشاكل الجودة تم تحويل 40% من العملاء إلى مؤسسات مصرفية أخرى في الإمارات (Raddon,1987) و 25% من حسابات البنوك تم إغلاقها (Grubbs and Reidenbech,1991). ولعل الحفاظ على العميل له مردود ذو دلالة على ربحية البنك (Newman and Cowling,1996). وبسبب أهمية الجودة المصرفية كميزة تنافسية أساسية تكاد لا تجد مصرفاً واحداً لا يحاول تطوير الخدمة المصرفية التي يقدمها (Steriou and Stavrinides,2000).

ولقد حدد (Parasuraman:1985) عشرة أبعاد لجودة الخدمة في مجال صناعة الخدمات وهي: التجسيد، الأمانة، الاستجابة، المنافسة، المجاملة، المصادقية، الأمن، الحرية، الاتصال، وفهم العميل. وبعدها قام (Parasuraman:1988) بتطوير 22 بند لقياس جودة الخدمة (Servqual) تمثل خمسة أبعاد هي: فارس أبو معمر.

1-الثقة: وتعني القدرة على إنجاز الخدمة بشكل مستقل ودقيق.

2-الاستجابة: وتعني الرغبة في مساعدة العميل وتطوير الخدمة المقدمة.

3-التجسيد: ويعني التسهيلات المادية والمعدات والمظهر الخارجي للموظفين.

4-الأمان: ويعني معرفة الموظفين ومجاملتهم وإعطاء الثقة والأمان للعميل.

5-التعاطف: ويعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي المقدم للعميل.

ويتكون هذا النموذج من جزئين كل منهما يتكون من (22 بنكا) ويقيس الجزء الأول من النموذج جودة الخدمة المتوقعة في قطاع خدمة معينة ويقيس الآخر الخدمة الفعلية المقدمة (Parasuraman:1988,1991) وتكون نتائج جودة الخدمة في قياس الفرق بين جودة الخدمة المتوقعة والمقدمة، وقد لاحظ (Parasuraman:1988,1991) بشكل ثابت أن بعد الثقة له الدلالة الأقوى في معامل الانحدار يليه بعد الأمان والاستجابة وأن بعد التعاطف والتجسيد كان الأضعف في معامل الانحدار.

إن مقياس جودة الخدمة (Servqual) تم استخدامه من قبل مجموعة من الباحثين مثل:

Dabholkar et. al,1996; Hussey:1990; Nielson and Host, 2000; Engelland et. al., 2000; Getz et. al., 2001.

ومع ذلك فقد تم انتقاد هذا المعيار بالعديد من الدراسات من خلال جاهزية العمل بالإضافة إلى غموض بناء التوقعات وعدم ملائمة للصناعات المختلفة.

(Carman, 1990; Babakus and Boller, 1992; Cronin and Taylor, 1992; 1994)

Teas,1993,1994; Brown et. al., 1993; Chase and Stewart, 1994 Kwan and Lee, 1994; Blanche and Galloway, Natarajan et. al.,1999.

الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

الجمال : 1992

لقد تمت الدراسة على عملاء البنوك الأردنية من خلال توزيع 300 استبانة على أفراد العينة بهدف قياس مستوى إدراك المستهلك لجودة الخدمات المصرفية، والأهمية النسبية لمحددات ذلك المستوى وكذلك التعرف على مستوى توقعات المستهلك لجودة الخدمات المصرفية في الأردن وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك مجموعة من العوامل تسهم في تشكيل توقعات وإدراكات العملاء حول الخدمة المصرفية وهذه العوامل هي: الأشياء المادية الملموسة في الخدمة، الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، الاهتمام. قياس جودة الخدمة المصرفية.

1- الصحن : 1994

لقد تمت الدراسة على عملاء البنوك التجارية من الأفراد بمدينة الإسكندرية من خلال توزيع 400 استبانة على أفراد العينة بهدف معرفة الجودة المدركة للخدمات المصرفية وخلصت الدراسة إلى أن بعد (الاعتمادية) أكثر الأبعاد قدرة على تفسير التباين في جودة الخدمة المصرفية كذلك أظهرت الدراسة أن تأثير الجودة أقوى من تأثير الرضا في تحديد نوايا العملاء للتعامل مع البنوك مستقبلياً أضف إلى ذلك فقد أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط طردية بين الرضا وجودة الخدمة.

2- كوكالي : 1994

لقد تمت الدراسة على عملاء البنوك في الأراضي الفلسطينية من خلال توزيع 451 استبانة على أفراد العينة المكونة من العملاء ورجال الأعمال الفلسطينيين في الضفة الغربية وقطاع غزة والقدس بهدف قياس مدى رضى العملاء عن مستوى الخدمات التي تقدمها البنوك العاملة في مناطق السلطة الفلسطينية. وقد أظهرت الدراسة أن نسبة من عملاء البنوك وراضون قليلاً عن الخدمات التي تقدمها البنوك، كذلك أظهرت الدراسة أن مستوى خدمات البنوك العربية العاملة في فلسطين أقل من تلك التي تقدمها البنوك الإسرائيلية.

ثانياً : الدراسات الأجنبية:

1994: Avkiran -1

لقد تمت الدراسة على البنوك الأسترالية التجارية والبالغ عددها (0) بنكا) تم اختيارها بشكل عشوائي وقد تم توزيع (691) استبانة. وقد تم استخدام (27) متغير ثم تم تخفيضها في الدراسة إلى (17) متغير عن طريق (factor analysis) وقد توصلت الدراسة إلى أن أبعاد

الجودة هي: سلوك الموظفين، المصداقية، الاتصال والوصول إلى خدمة الشباك.

1999: Stanley, and Tyler -2

لقد تمت الدراسة من خلال عمل مقابلات مع (16) شركة تجارية تتعامل مع البنوك وتمثل عدة قطاعات اقتصادية، ومعظمهم له علاقات مع البنوك منذ فترة طويلة تصل إلى (27) سنة. وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:-

• المصداقية: وقد ثبت أن متغيرات المصداقية مهم جداً لزيادة جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن. قياس جودة الخدمة المصرفية.

• كذلك فقد خلصت الدراسة إلى تقسيم رغبات الشركات التي تتعامل مع البنوك إلى قسمين : خدمة تقنية وخدمة وظيفية . وتتمثل الخدمة التقنية في الخدمات المباشرة مثل تقليل الأخطاء، المعرفة بالخدمة والتوقيت في تقديم الخدمة دون الرجوع إلى الزبون (الشركة) بالإضافة إلى تقليل الروتين التقليدي في عملية تصحيح الأخطاء التي قد تحدث. أما الخدمة الثانية فهي خدمة وظيفية مثل : فعالية البنك خلال تقديم الخدمة، الثقة، الشراكة، الرغبة في الاتصال بأمانة واكتمال، بالإضافة إلى فهم احتياجات العميل وتقدير معرفته العالية.

2000: Nantaland Bahia -3

لقد تمت الدراسة من خلال توزيع 360 استبانة تم إرسالها بالبريد إلى عملاء البنوك الكندية وقد تم إرجاع 115 استبانة وقد خلصت الدراسة إلى اقتراح نموذج لقياس الخدمة المدركة

في البنوك يتكون من 6 أبعاد وهي : 1- الفعالية والتأمين 2- الوصول 3- السعر 4- الملموس 5- محفظة الخدمة 6- المصداقية.

1998: Bejou-4 وآخرين

لقد تمت الدراسة من خلال إرسال 1994 استبانة بالبريد وتم إرجاع 568 استبانة فقط. وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك دوراً لمستوى المبيعات الشخصي على رضا العملاء عن الجودة المدركة. أضف إلى ذلك فقد أوضح البحث أهمية الثقة على رضا العملاء كذلك فإن أخلاق البيع الشخصي والذي يتميز عن توجيه العملاء لا يساهم في رضا العملاء عن الخدمة المقدمة. في المقابل فإن معرفتهم بالخدمات المالية تساهم بشكل فعال في تحقيق الرضا عن الجودة المدركة.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى :

1- التعرف على تقييم عملاء المصارف في قطاع غزة لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم سواء من ناحية توقعاتهم أو إدراكهم لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم فعلياً .

2- التوصل إلى أفضل المقاييس لقياس جودة الخدمة المصرفية في قطاع غزة وتقييم مدى قدرة هذه المقاييس على تفسير التباين في جودة الخدمة المدركة بالإضافة إلى اختبار درجة صدقها وثباتها.

3- تحديد الأهمية النسبية للابعاد المختلفة لجودة الخدمات المصرفية.

4- اختبار العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية وكل من الرضا ونية الشراء.

فرضيات الدراسة:

بناء على الدراسات السابقة في مجال جودة الخدمة المصرفية فقد تمت صياغة مجموعة

الفرضيات التالية لاختبارها وهي:

1- لا تختلف الأهمية النسبية لمحددات الجودة في التأثير على توقعات عملاء البنوك.

2- لا يوجد اختلافات في قدرة مقياس الإدراك /التوقعات، ومقياس الأداء الفعلي (سواء المرجح أو دون ترجيح) على تفسير التباين في جودة الخدمة المصرفية.

3- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المصرفية من ناحية ودرجة رضا العملاء عن هذه الخدمة وكذلك نوايا العملاء للشراء من ناحية أخرى.

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة من عملاء البنوك التجارية العاملة في قطاع غزة من الأفراد وقد تم الاعتماد على العينة الحكومية نظراً لرفض البنوك توفير قوائم بأسماء العملاء نظراً لسريتها وقد روعي أن يكون العميل أكثر من عام في تعامله مع البنك وأن يكون البنك الذي يتعامل معه العميل بنكا رئيسيا وقد بلغ حجم العينة 200 مفردة.

محددات الدراسة:

لقد تم توزيع الاستبانة في أكتوبر 2015 المصارف العاملة في قطاع غزة حيث تم جمع الاستبانات وتفريغها وإدخال البيانات في الحاسوب باستخدام SPSS ومن ثم تحليل البيانات. وقد واجهت الباحثة مجموعة من الصعوبات منها:

1- رفض البنوك توفير قوائم بأسماء العملاء.

2- رفض البنوك توفير معلومات حول العملاء.

3- صعوبة الاتصال بالعملاء إلا من خلال البنوك.

متغيرات الدراسة وأسلوب القياس:

اعتمدت الدراسة بصفة أساسية على قياس الجودة الكلية المدركة الذي اقترحه Parasurman وزملائه والمعروف باسم مقياس جودة الخدمة servqual ويشمل هذا المقياس اثنين وعشرين مفردة تمثل اثنين وعشرين خاصية صممت لقياس خمسة أبعاد تعكس جودة الخدمة. وقد تم تصميم استبانة من جزئين، يعكس الأول توقعات العملاء (ما ينبغي أن تكون عليه الخدمة) بينما يقيس الجزء الثاني إدراك العملاء للأداء الفعلي للخدمة ويمثل الفرق بين إدراك العملاء وتوقعاتهم جودة الخدمة المدركة. وقد تم الاعتماد على هذا المقياس لتمتعه بقبول عام من قبل الباحثين واجتيازه للاختبارات المتكررة للصدق والثبات (تراوح معامل الثبات الفا بين 87% و 94%) بالإضافة إلى عمومية تطبيقه على قطاع الخدمات. لذلك فقد تم الاعتماد على ما اقترحه (Cronin and Taylor 1992) في قياس إدراك العملاء عن الأداء الفعلي للخدمة واعتباره كافياً لتقييم الجودة الكلية للخدمة وهو ما يعرف ب (servperf) وقد تم قياس جودة الخدمة باستخدام كل من المقياسين وذلك في ظل تساوي الأهمية النسبية في كل بعد من أبعاد جودة الخدمة وفي ظل الترجيح بالأوزان وفقاً للأهمية النسبية من وجهة نظر العملاء لأبعاد هذه الجودة. وفيما يتعلق بقياس متغيرات الرضا والنوايا للشراء والتقييم المباشر للجودة الإجمالية للخدمة فقد تم الاعتماد على مقياس ليكارت المكون من خمسة نقاط ويتراوح المدى من (5) راض للغاية إلى قياس جودة الخدمة المصرفية.

2(ا) غير راض على الإطلاق. فذلك بالنسبة لمتغير النوايا للشراء (أي التعامل مستقبلاً مع البنك) فإن المقياس تراوح من (5) دائم وبشكل متكرر إلى (1) لن أتعامل على الإطلاق. وقد تم سؤال المستقصى منهم عن جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك ويتراوح المدى من (5) ممتازة إلى (1) سيئة للغاية.

أسلوب جمع البيانات:

تم اعتماد أسلوب الاستقصاء من خلال المقابلة الشخصية حيث قام الباحث باستجواب العملاء بأسلوب عشوائي وتم شرح الهدف من الدراسة وكيفية ملء الاستبانة ونظراً لأنشغال بعض العملاء فقد تم إعطائهم الاستبانة ومن ثم إعادتها في وقت لاحق. وقد تم توزيع (200) استبانة شملت عملاء البنوك في قطاع غزة وقد تم إعادة (166) استبانة قابلة للتحليل أي بنسبة (83%).

تحليل البيانات ومناقشة النتائج:

يوضح هذا الجزء من البحث تحليل البيانات المستقاة من العملاء بهدف اختبار فرضيات البحث ومناقشة النتائج والتوصل إلى بعض الدلالات والتطبيقات على المستوى العلمي والعملية بالإضافة إلى بعض الاقتراحات. وفي ضوء أهداف الدراسة وفروضها وطبيعة المتغيرات وأساليب قياسها تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل البيانات وهي على النحو التالي:

1. معامل الارتباط ألفا للتحقق من درجة ثبات مقياس الإدراك / التوقعات، ومقياس الأداء بالإضافة إلى استخدام مصفوفة الارتباط وأسلوب التحليل العاملي للتحقق من درجة صدق مقياس الاستخدام.

2. (sample K_S 1) الطبيعي التوزيع اختبار

3. مقياس النزعة المركزية (الوسط الحسابي والانحراف المعياري) بهدف تقييم العميل لكل بعد من أبعاد جودة الخدمة ولتحديد الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية.

4. أسلوب تحليل الانحدار المتعدد باستخدام برنامجي (Enter) والخطوات المتتالية (Stepwise) لتحديد قدرة المقاييس المستخدمة على تفسير التباين في جودة الخدمة المصرفية.

5. أسلوب الارتباط لتحديد نوع العلاقة وقوتها بين متغيرات الرضا وجودة الخدمة والنوايا للشراء.

وفيما يلي تحليلاً للبيانات ومناقشة لنتائج التحليل وفق الفروض التي تم وضعها:

التحقق من درجة ثبات وصدق مقياس الجودة:

إن الخطوة الأولى لتحديد مدى ملائمة المقاييس المستخدمة في البحث لقياس جودة الخدمة المتوقعة والفعلية وتحديد أفضلها تتمثل في اختبار (K_S) لمعرفة في ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وقد بينت النتائج أن قيمة الاختبار (1.077) وقيمة مستوى الدلالة (0.196) وهي أكبر من (5%) وهذا يؤكد أن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي حيث سيتم اختيار الاختبارات غير المعلمية لتحليل النتائج. بالإضافة إلى ذلك فقد تم اختبار درجة ثبات وصدق هذه المقاييس، وللتحقق من ذلك تم استخدام معامل الارتباط ألفا لبيان درجة الاتساق الداخلي بين محتويات المقياس في كل بعد من أبعاده والخاصة بكل من التوقعات وكذلك الجودة الفعلية المدركة للخدمة ويوضح الجدول رقم (1) نتائج معامل الارتباط ألفا في بعدي التوقعات والإدراك. كذلك يوضح الجدول رقم (1) أن درجة الاتساق الداخلي لمحتويات الجزء الأول من القائمة والمتعلق بتوقعات العميل يقع في المدى المقبول (0.15 – 0.74) وبلغ معامل ألفا 0.78 باستثناء بعد الأمان حيث درجة الاتساق فيه بلغت 0.25، في حين بلغت درجة الإتسان الداخلي لمحتويات الجزء الثاني والمتعلقة بالأداء الفعلي بلغت بين (0.74 – 0.82) وبلغ معامل الارتباط 0.93 ألفا.

ومما سبق يمكن القول بأن كلا المقياسين يمكن الاعتماد عليهما في قياس جودة الخدمة

الابعاد الجودة	التوقعات	الأداء الفعلي
التجسيد	0.69	0.75
الاعتمادية	0.65	0.76
الاستجابة	0.51	0.74
الأمانة	0.25	0.81
التعاطف	0.74	0.82
الاجمالي	0.78	0.93
اجمالي	0.56	0.85

وفيما يتعلق بالتحقق من صدق المقياس فقد تم استخدام أسلوب صدق البناء Validity Construct وقد تم تقدير كل من الصدق التقاربي convergent والصدق التمايزي discriminant حيث يتعلق الصدق التقاربي بالمدى الذي يرتبط فيه المقياس إيجابيات مقاييس أخرى صممت لقياس نفس البناء وباختيار مصفوفة معاملات الارتباط (جدول رقم 2) بين كل قياس جودة الخدمة المصرفية.

العناصر المستخدمة في الدراسة تبين وجود ارتباط موجب ذي دلالة إحصائية (sig.0.001) بين المقاييس الأربعة المستخدمة. ومن ناحية أخرى فإن الصدق التمايزي يتعلق بالمدى الذي لا يكون فيه القياس مرتبطاً مع المفاهيم الأخرى (الأبنية)، والتي من المفترض أن يكون هناك اختلاف فيما بينها، بالنظر إلى مصفوفة الارتباط (جدول رقم 2) يتبين أن مقاييس جودة الخدمة ترتبط فيما بينها بدرجة ارتباطاً على كثيراً من ارتباطها بمتغيرات الدراسة الأخرى (مثل الرضا والنوايا للشراء) ولهذا يمكن القول بأن المقاييس الأربعة لجودة الخدمة تتصف بالصدق سواء فيما يتعلق بالصدق التقاربي أو التمايزي. ويتضح من تحليل درجة صدق المقاييس تجاوزها لاختبارات الصدق مما يؤكد إمكانية استخدامها في مجال بحوث جودة الخدمة المصرفية.

مقياس الادراك- التوقعات	مقياس الادراك التوقعات المرجع	المقياس الأداء	مقياس الأداء المرجع	النوايا للشراء	جودة الخدمة	الرضا
مقياس الادراك-التوقعات	1.00					
مقياس الادراك-التوقعات المرجع	0.597	1.00				
مقياس الأداء	0.612	0.703	1.00			
مقياس الأداء المرجع	0.532	0.612	0.746	1.00		
النوايا للشراء	0.532	0.612	0.746	0.848	1.00	
جودة الخدمة	0.783	0.853	0.903	0.856	0.848	1.00
الرضا	0.671	0.681	0.738	0.668	0.628	0.797

* دال إحصائياً عند (Sig. 0.001)

أضف إلى ذلك فقد تم استخدام أسلوب التحليل التكاملي لبيان مدى تحميل العناصر الواحد والعشرين في القائمة على الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة وقد اتضح من التحليل أنه بالنسبة لقائمة التوقعات أمكن تحميل (21 عنصراً) على خمسة عوامل تطابق الأبعاد الخمسة المفترضة لقياس جودة الخدمة المصرفية.

قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة

جدول رقم (3) Factor analysis

أبعاد الجودة	الأسئلة	المتوقع	الفعلي
أولاً : التجسيد	1-توفر معدات وتكنولوجيا 0	0.825	0.828
	2- جاذبية ومظهر المكان	0.769	0.441
	3- تميز العاملين وأناقتهم	0.806	0.498
	4 – المظهر العام للبنك	0.683	0.389
ثانياً : الاعتمادية	5 – الالتزام بالوقت لأداء المهنة	0.840	0.708
	6 – تعاطف البنك مع العميل	0.889	0.113-
	7 – تأدية البنك للخدمة من أول مرة	0.934	0.460
	8 – احتفاظ البنك بسجلات دقيقة	0.821	0.609
ثالثاً : الاستجابة	9 – تحديد البنك لوقت انجاز الخدمة	0.725	0.846
	10 – تقديم الخدمة الفورية للعملاء	0.892	0.749
	11 – استعداد الموظف لمساعدة العملاء	0.821	0.777
	12 – تلبية طلبات العملاء فوراً	0.735	0.809
	13 – ثقة العملاء في موظفي البنك	0.751	0.669
رابعاً : الأمان	14 – شعور العملاء بالأمان	0.877	0.223
	15 – السلوك المهذب للعاملين	0.815	0.745
	16 – المساندة الكافية من قبل البنك	0.821	0.849
خامساً : التعاطف	17 – الاهتمام الفردي لكل عميل	0.806	0.501
	18 – الاهتمام الشخصي لكل عميل	0.913	0.679
	19 – معرفة احتياجات العميل	0.814	0.710
	20 – تقديم مصلحة العملاء	0.855	0.497
	21 – توفير ساعات عمل ملائمة	0.768	0.531

كذلك فيما يتعلق بقائمة الأداء الفعلي فإن كل العناصر وقعت تحت الأبعاد الخاصة بها ومن ثم فإن النتائج توضح أنه لم يتم استبعاد أي عنصر من العناصر أو إعادة تخصيصية تحت أي بعد آخر. أضف إلى ذلك فإن الجدول (3) يوضح أنه فيما يتعلق بالتجسيد فإن تحميل العناصر على الأبعاد المختلفة أعلى في قائمة التوقعات عنها في قائمة الأداء، كذلك أيضاً فيما يتعلق بالاعتمادية، وكذلك الاستجابة باستثناء العنصر رقم (9) المتعلق بتحديد وقت إنجاز الخدمة حيث أن الأداء الفعلي أصبح أعلى من المتوقع. قياس جودة الخدمة المصرفية.

كذلك أيضاً فيما يتعلق بالأمان، فإن عناصر التحميل على الأبعاد المختلفة أعلى في قائمة التوقعات عنها في قائمة الأداء باستثناء العنصر رقم (16) المتعلق بحصول الموظفين على المساندة الكافية قبل البنك لأداء عملهم فأصبح الأداء الفعلي أعلى من المتوقع. أضف إلى ذلك ما يتعلق بالتعاطف فإن التوقعات أعلى من الأداء الفعلي.

اختبار الفرضيات

سيناقش هذا الجزء من البحث مدى قبول أو رفض فرضيات البحث:

اختبار الفرضية الأولى والمتعلقة بأبعاد جودة الخدمة المصرفية وهي:

لا تختلف الأهمية النسبية لمحددات الجودة في التأثير على توقعات عملاء البنوك. تمثل أبعاد جودة الخدمة المصرفية المعايير التي يستخدمها العملاء في تقييم الجودة وهناك اتفاق بين غالبية الباحثين على استخدام الأبعاد المقترحة من بارسيرمان وزملائه وهي التجسيد والاعتمادية والاستجابة والتعاطف وتم التعبير عن هذه الأبعاد في 22 متغير تعكس جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العملاء وقد تم احتساب الأهمية النسبية لهذه الأبعاد من خلال تخصيص 100 درجة توزع من جانب المستقصى منهم على الأبعاد الخمس.

الترتيب	القيمة المتوسطة	
الأول	0.212	الاعتمادية
الثاني	0.211	الأمان
الثالث	0.207	التجسيد
الرابع	0.197	الاستجابة
الخامس	0.172	التعاطف

ويتضح من الجدول رقم (4)، أن بعد الاعتمادية احتل الترتيب الأول من وجهة نظر عملاء البنوك في تقييمهم لجودة الخدمة المصرفية يليه الأمان بينما احتل التعاطف الترتيب الأخير في الأهمية النسبية.

وتتفق نتائج هذا البحث مع معظم نتائج الدراسات الأخرى حيث احتلت الاعتمادية الأهمية النسبية القصوى من وجهة نظر العملاء على اختلاف نوع الخدمات التي يقومون باستخدامها حيث جاءت هذه النتيجة متسقة مع طبيعة الخدمات المصرفية حيث يستلزم تقديمها السرعة والدقة والسرية وخلو السجلات والحسابات من الخطأ وغيرها وكل هذه العناصر تعبر عن بعد الاعتمادية والذي يعكس جودة مخرجات الخدمة ويمثل في نفس الوقت الخدمة الأساسية التي يتلقاها العميل والتي يحكم من خلالها على جودة الخدمة المقدمة له.

وبناء على ذلك فإنه يتم رفض الفرضية الصفرية المتعلقة بعدم وجود اختلاف بين الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدمة. اختبار الفرضية الثانية والمتعلقة بتفسير التباين في جودة الخدمة المصرفية وهي:

لا يوجد اختلافات في قدرة مقياس الإدراك/التوقعات، ومقياس الأداء الفعلي (سواء المرجح أو دون ترجيح) على تفسير التباين في جودة الخدمة المصرفية.

لقد تم استخدام أسلوب الانحدار المتعدد باستخدام برنامجي الانحدار المتعدد الكلي (enter) وطريقة الانحدار ذي الخطوات المتتابعة (stepwise) لتحديد أكثر المقاييس قدرة على تفسير التباين في جودة الخدمة المصرفية وقد تمثلت المتغيرات المستقلة في أبعاد جودة الخدمة في كل مقياس، بينما تم قياس المتغير التابع من خلال إدراك العملاء للجودة الكلية للخدمات المصرفية كما يوضح الجدول رقم (5).

كذلك يتضح من الجدول رقم (5)، والجدول رقم (6) أن مقياس الأداء (servperf.) يعتبر أفضل من مقياس الجودة (servqual) في قياس جودة الخدمة المصرفية وتفسير التباين فيها حيث إن مقياس الأداء (servperf.) غير المرجح قد فسر 67% من التباين في جودة الخدمة المصرفية.

قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في قطاع غزة

مقياس الجودة				
مرجح		غير مرجح		
المعنوية	R2	المعنوية	R2	
				التجسيد
0.00	0.103	0.00	0.108	الاعتمادية
0.00	0.259	0.00	0.263	الاستجابة
				الأمان
				التعاطف
0.00	0.362	0.00	0.371	اجمالي
58.555		19.844		قيمة F
0.513		0.329		معامل الارتباط
0.00		0.00		مستوى المعنوية

كذلك فإن مقياس الأداء المرجح قد فسر 66% من التباين في جودة الخدمة المصرفية في حين أن مقياس التوقعات (servqual) غير المرجح قد فسر فقط 37% من التباين في جودة الخدمة المصرفية كذلك فإن مقياس التوقعات المرجح قد فسر 36%. أضف إلى ذلك فقد أظهر الجدول رقم (5)، الجدول رقم (6) أن بعد الاعتمادية والاستجابة من أكثر أبعاد الجودة قدرة على تفسير التباين في جودة الخدمة المصرفية في ظل المقاييس الأربعة حيث فسر لوحده 14% وفق مقياس الاداء، و 10.8% و 10.3% وفقاً لمقاييس الإدراك والتوقعات على التوالي كذلك أيضاً فإن بعد الاستجابة قد فسر لوحده 25.9 ، 26.3% وفقاً لمقاييس الإدراك غير المرجح والمرجح على التوالي في حين أنه فسر 16.6% من التباين وفق مقياس الأداء.

مقياس الأداء				
مرجح		غير مرجح		
المعنوية	R2	المعنوية	R2	
		0.00	0.14	التجسيد
		0.00	0.14	الاعتمادية
		0.00	0.166	الاستجابة
		0.00	0.1323	الأمانة
		0.00	0.126	التعاطف
0.00	0.661	0.00	0.671	اجمالي
0.819		140.416		قيمة F
0.819		0.679		معامل الارتباط
0.00		0.00		مستوى المعنوية

ويلاحظ من الجدول رقم (6) أيضاً أن في ظل مقياس الأداء غير المرجح بالأوزان تم الإبقاء على الأبعاد الخمسة كلها تفسير التباين في جودة الخدمة المصرفية، وبذلك يمكن رفض الفرضية الصفرية الثانية المتعلقة بعدم وجود اختلافات بين مقياس الإدراك ومقياس الأداء الفعلي في تفسير جودة الخدمة المدركة. إختبار الفرضية الثالثة والمتعلقة بالعلاقة بين جودة الخدمة وكل من الرضاوية الشراء وهي:

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة المصرفية من ناحية ودرجة رضا العملاء عن هذه الخدمة وكذلك نوايا العملاء للشراء من ناحية أخرى. لقد هدف البحث دراسة طبيعة العلاقة بين متغير الجودة وكل من متغيري الرضا والنوايا للشراء في محاولة لتحديد تأثير الجودة المدركة على الرضا ومدى تأثيرها على نوايا الشراء المستقبلية للعملاء للتعامل مع ذات البنك كذلك يوضح الجدول رقم (2) تحليل الارتباط أظهر وجود علاقة ارتباط طردية قوية ذات دلالة إحصائية ($\text{sig } 0.00$) بين جودة الخدمة المصرفية والرضا حيث كان معامل الارتباط 0.797 وبذلك يمكن رفض الفرضية الصفرية الثالثة والمتعلقة بعدم وجود علاقة ارتباط بين جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء عن هذه الخدمة.

كذلك أظهر الجدول رقم (2) وجود علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية ($\text{sig } 0.00$) الجودة المصرفية المقدمة وبين نوايا الشراء بمعامل ارتباط قدره 0.848 وبين الرضا ونوايا الشراء بمعامل ارتباط قدره 0.628 . وبناء على ما سبق فإنه يمكن رفض الفرضية الصفرية الثالثة المتعلقة بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ونوايا الشراء.

نتائج الدراسة:

أظهرت الدراسة الحالية العديد من الدلالات والمجالات التي تفيد متخذي القرارات في البنوك والمتعلقة بإدارة جودة الخدمة وقياسها وهي:

- 1- إن تفهم توقعات العميل يعتبر مطلباً أساسياً نحو تقديم خدمة مصرفية أفضل للعملاء وتحقيق الرضا لديهم، فعلى المصارف العاملة في فلسطين أن تتعرف على طبيعة توقعات العملاء في البيئة الفلسطينية حتى يتسنى تقديم خدمة أفضل لتشبع هذه التوقعات وذلك من خلال تصميم أفضل للخدمات وطرق أفضل لتقديمها.
- 2- إن عملية قياس جودة الخدمة وإدراك العملاء لهذه الخدمة هو المدخل الرئيس لتطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء وتحسينها.
- 3- ضرورة تقديم الخدمة المصرفية بشكلها الصحيح ومن أول مرة حيث يمكن القيام بذلك من خلال معرفة توقعات العملاء، حيث إن بعد الاعتمادية احتل قائمة اهتمام العملاء كأهم بعد من أبعاد الجودة. فالعملاء يحكمون على الخدمة من خلال تأديتها بالطريقة الصحيحة بالإضافة إلى التفاعل بين مقدم الخدمة والعملاء. قياس جودة الخدمة المصرفية.
- 4- أوضحت البحث أن هناك علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وجودة الخدمة المصرفية المقدمة.
- 5- إن استمرار العملاء في التعامل مع البنوك وزيادة ولائهم يعتمد بشكل أساسي على تقييمهم لجودة الخدمة المصرفية المقدمة إليهم.

التوصيات:

- 1- ضرورة الاهتمام بزيادة الثقة بين البنك وعملائه وذلك من خلال:
 - الاستماع للعملاء وتلقي شكواهم ومقترحاتهم وسرعة حلها.
 - الاهتمام بالتسويق المصرفي وشرح سياسات البنوك بعملائها.
 - توفير المعلومات عن الخدمات التي تمنحها البنوك وتدريب العملاء على استخدامها.
 - سرعة الاستجابة لرغبات العملاء وتوقعاتهم.
- 2- ضرورة القيام بدراسات عملية للتعرف على مقياس إدراك العملاء للخدمات المصرفية.
- 3- ضرورة الاهتمام بالسرعة والدقة في تقديم الخدمة بالإضافة إلى الالتزام بما يتم وعد العميل به بالإضافة إلى التأكد من خلو السجلات المتعلقة بالعملاء من الأخطاء.

4- ضرورة الاهتمام بتحقيق الرضا الكامل للعملاء من خلال تحقيق الرضا الكلي للعملاء وذلك من خلال التركيز على جودة الخدمة المصرفية وكيفية تسليمها لتتمشى مع أوتفوق توقعات العملاء.

5- ضرورة تركيز البنوك على تدريب الموظفين المتصلين مباشرة مع العملاء لضمان الاهتمام بجوانب الخدمة سواء المتعلقة بالأداء النهائي أو المتعلقة بلحظات الصدق أثناء التفاعل بين مقدم الخدمة المصرفية والعميل.

المراجع

1. أبو معمر، فارس (2002)، "دور البنوك في الاستثمار في فلسطين للفترة (2000 - 1999م)" مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد العاشر، العدد الأول، كانون الثاني، غزة، فلسطين.
2. الجمل، غانم (1992)، "إدراك المستهلك لجودة الخدمات المصرفية في الأردن"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، الأردن.
3. حداد، شفيق وجوده، محفوظ (2003)، "أثر دوافع تعامل العملاء مع المصارف التجارية على درجة ولائهم لها - دراسة ميدانية على عملاء المصارف التجارية في الأردن"، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، العلوم الإنسانية، المجلد السادس، العدد الثاني، 23-1 ص.
4. سلطة النقد الفلسطينية، (2004)، النشرة الإحصائية عدد الفروع والمكاتب العاملة في الضفة والقطاع في 31/8/2004 موزعة حسب المناطق.
5. الصحن، محمد فريد (1994)، "الجودة المدركة للخدمات المصرفية : دراسة ميدانية لإختبار محدداتها والنماذج المستخدمة في قياسها"، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، ملحق العدد الثاني، المجلد الواحد والثلاثون، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية.
6. كوكالي، نبيل (1998)، "استطلاع لرأي عملاء البنوك حول الخدمات التي تقدمها البنوك العاملة في أراضي السلطة الوطنية الفلسطينية، المركز الفلسطيني لاستطلاع الرأي، بيت ساحور، فلسطين.
7. الفليت، خلود (2004) "أثر التسهيلات المصرفية على قطاعات الاقتصاد المختلفة - دراسة تطبيقية على المصارف العاملة في فلسطين" رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة.
8. معلا، ناجي (1998)، "قياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في الأردن (دراسة ميدانية)"، دراسات، العلوم الإدارية، المجلد 25، العدد 2.