



كلية الدراسات العليا والبحث العلمي برنامج إدارة الأعمال

جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل:
دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية

**The Quality of Banking Services of The Palestinian Banks Operating in
the City of Hebron: A comparative Study between Islamic Banks and
Commercial Banks**

إعداد:

دياب ماهر أبو ميزر

إشراف:

د. ناصر جرادات

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في
إدارة الأعمال

1440هـ/2019م

إجازة الرسالة

جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل: دراسة

مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية

إعداد:

دياب ماهر أبو ميزر

إشراف:

د. ناصر جرادات

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت من لجنة المناقشة

يوم الخميس بتاريخ 2019/10/10 الموافق 1440هـ

التوقيع

أعضاء لجنة المناقشة

..... : (مشرفاً ورئيساً) د. ناصر جرادات
..... : (ممتحناً خارجياً) د. محمد عمرو
..... : (ممتحناً داخلياً) د. محمد الجعبري

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

(وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ)

صدق الله العظيم.

(سورة التوبة آية: 105)

الملخص

" جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل: دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل من خلال المقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية من وجهة نظر العملاء، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام المنهج الكمي من خلال أسلوب "دراسة مقارنة"، وقد اعتمد الباحث على الإستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من 390 شخصاً من عملاء البنوك السبعة التي تعمل في مدينة الخليل، استرجع منها 371 استبانة بنسبة استرداد بلغت 95%. خلصت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها: لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين البنوك التجارية والإسلامية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

قدمت الدراسة مجموع من التوصيات من أهمها: تحديد البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن بصورة أكثر دقة، قيام سلطة النقد الفلسطينية بإصدار قرارات تلزم البنوك بمراجعة جودة الخدمات المصرفية بشكل دائم، عمل دراسات مقارنة خاصة بجودة الخدمات المصرفية بين البنوك العاملة في فلسطين والبنوك الإقليمية.

Abstract

The Quality of Banking Services of The Palestinian Banks Operating in the City of Hebron: A comparative Study between Islamic Banks and Commercial Banks

The study aimed to identify the quality of banking services in the Palestinian banks operating in the city of Hebron through a comparison between Islamic banks and commercial banks from the point of view of customers. To achieve the objective of the study, the quantitative approach was used through the "comparative study" method. The study was conducted on a sample of 390 persons from the customers of the seven banks operating in the city of Hebron, retrieving 371 questionnaires with a 95% recovery rate.

The study concluded that there are no statistically significant differences in the level of significance between commercial and Islamic banks in the quality of banking services offered.

The study presented a number of recommendations, the most important of which are the identification of the Islamic and commercial banks operating in the city of Hebron at the time of completion of the banking service to customers more accurately. The Palestinian Monetary Authority is recommended to issue a decisions obliging banks to review the quality of banking services on a permanent basis. Conduct comparative studies on the quality of banking services between banks operating in Palestine and regional banks.

إهداء

إلى من أفخر بحمل اسمه...قدوتي ومعلمي وسندي...والذي العزيز

إلى من سهرت لأجلي الليالي...نبع الحنان...أمي الحنونة

إلى من شاركتني عسرة الحياة قبل حلوها...زوجتي الغالية

إلى من عشت معهم أجمل أيام طفولتي... إخواني وأخواتي

أهدي عملي المتواضع هذا

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي هدانا إلى هذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله، والصلاة والسلام على أشرف الخلق نبينا ومعلمنا محمد صلى الله عليه وسلم، لا يسعني في هذا المقام إلا أن أتقدم بعظيم الشكر والامتنان...إلى الله العلي القدير... الذي وفقني لأتم بحثي، فله الحمد وله الشكر.

كما أتقدم بالشكر الجزيل إلى الهرم العلمي الكبير...جامعة الخليل...والى جمع أعضاء هيئة التدريس الذين لم يخلوا علي يوماً من علمهم، وأتقدم أيضاً بجميل الشكر والعرفان إلى الدكتور ناصر جرادات الذي تكرم بقبول الإشراف على رسالتي وقدم لي النصح والإرشاد لأتم رسالتي هذه.

وأشكر أيضاً جميع من حكم استبانة بحثي (د. سمير أبو زنيد، د. محمد الجعبري، د. أسامة شهوان، د. محمد فخري حسونة، د. إسماعيل الرومي، د. عدنان قباجة، د. ياسر شاهين، د. هاشم أبو سنينة)، فلهم مني كل شكر والتقدير.

والله ولي التوفيق

جدول المحتويات

II	إجازة الرسالة
IV	الملخص
V	ABSTRACT
VI	إهداء
VII	الشكر والتقدير
I	جدول المحتويات
IV	فهرس الجداول
1	الفصل الأول
2	1-1- المقدمة
4	1-2- مشكلة الدراسة وأسئلتها
6	1-3- أهمية الدراسة
6	1-4- أهداف الدراسة
7	1-5- حدود الدراسة
7	1-6- مصطلحات الدراسة
9	الفصل الثاني
10	2-1- الخدمات
11	2-1-1- مفهوم الخدمة
12	2-1-2- خصائص الخدمة
13	2-1-3- أصناف الخدمة
14	2-1-4- أنواع الخدمات

15	الخدمات المصرفية	2-2-
16	مفهوم الخدمة المصرفية	-1-2-2
16	خصائص الخدمات المصرفية	-2-2-2
17	أقسام الخدمات المصرفية	-3-2-2
17	تطوير الخدمات المصرفية	-4-2-2
18	دورة حياة الخدمة المصرفية	-5-2-2
19	جودة الخدمات	-3-2
20	مراحل تطور الجودة	-1-3-2
21	مفهوم جودة الخدمة	-2-3-2
21	أهمية جودة الخدمات	-3-3-2
22	خطوات تحقيق جودة الخدمة	-4-3-2
23	البنوك التجارية	-4-2
23	نشأة البنوك التجارية	-1-4-2
23	تعريف البنوك التجارية	-2-4-2
24	وظائف البنوك التجارية	-3-4-2
24	أهداف البنوك التجارية	-1-3-4-2
26	أهمية البنوك التجارية	-2-3-4-2
26	البنوك الإسلامية	-5-2
27	نشأة البنوك الإسلامية	-1-5-2
27	تعريف البنوك الإسلامية	-2-5-2
28	وظائف البنوك الإسلامية	-3-5-2
30	خصائص البنوك الإسلامية	-4-5-2
32	أوجه الشبه والاختلاف بين البنوك التجارية والبنوك الإسلامية	-5-5-2
33	نماذج قياس جودة الخدمة	-6-2
33	نموذج سيرفيكوال (SERVEQUAL)	-1-6-2
35	نموذج سيرفبارف (SERVPERF)	-2-6-2
44	الفصل الثالث	
45	المقدمة	-1-3
46	منهج الدراسة	-2-3

46	3-3- مصادر جمع البيانات
46	3-3-1- المصادر الأولية
47	3-3-2- المصادر الثانوية
47	3-4- ثبات الأداة:
48	3-5- صدق الأداة
52	3-6- مجتمع الدراسة
52	3-7- عينة الدراسة
54	3-8- خطوات تطبيق الدراسة:
54	3-9- متغيرات الدراسة
55	3-10- المعالجة الإحصائية
56	3-11- مفاتيح التصحيح
56	الفصل الرابع
57	4-1- المقدمة
58	4-2- تحليل البيانات الإحصائية الخاصة بأسئلة الدراسة
94	الفصل الخامس
95	5-1- مناقشة نتائج الدراسة
104	5-2- التوصيات
104	5-2-1- توصيات موجهة إلى البنوك
106	5-2-2- توصيات موجهة إلى سلطة النقد الفلسطينية
106	5-2-3- توصيات خاصة بالدراسات المستقبلية الخاصة بجودة الخدمات المصرفية
107	قائمة المصادر والمراجع:
111	قائمة الملاحق
112	ملحق 1: الاستبانة
117	ملحق 2: قائمة بأسماء المحكمين

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
48	معاملات الثبات لمجالات الدراسة	1
49	معاملات الارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لُبعد الملموسية	2
50	معاملات الارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لُبعد الاعتمادية	3
50	معاملات الارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لُبعد الاستجابة	4
50	معاملات الارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لُبعد الأمان	5
51	معاملات الارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لُبعد التعاطف	6
51	معاملات الارتباط بيرسون بين الدرجات الكلية لأبعاد الدراسة والدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية	7
52	خصائص المبحوثين الشخصية والديمغرافية داخل عينة الدراسة	8
56	مفتاح التصحيح	9
58	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجات الكلية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل حسب آراء العملاء	10
59	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الملموسية في البنوك التجارية	11
61	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاعتمادية في البنوك التجارية	12
62	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاستجابة في البنوك التجارية	13
64	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الأمان في البنوك التجارية	14

65	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد التعاطف في البنوك التجارية	15
67	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجات الكلية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل حسب آراء العملاء	16
68	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الملموسية في البنوك الإسلامية	17
70	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاعتمادية في البنوك الإسلامية	18
71	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاستجابة في البنوك الإسلامية	19
73	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الأمان في البنوك الإسلامية	20
74	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد التعاطف في البنوك الإسلامية	21
76	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة لفحص الفروق بين البنوك التجارية والإسلامية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء	22
78	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير الجنس	23
79	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير العمر	24
80	يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية	25

	المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير العمر	
82	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المؤهل العلمي	26
83	نتائج اختبار توكي (Tukey) للمقارنات الثنائية البعدية حسب متغير المؤهل العلمي عند بعد التعاطف، حيث تمثل القيم في الجدول الفروق في الأوساط الحسابية	27
83	الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المؤهل العلمي	28
85	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المهنة	29
86	نتائج اختبار توكي (Tukey) للمقارنات الثنائية البعدية حسب متغير المهنة عند بعد الملموسية، حيث تمثل القيم في الجدول الفروق في الأوساط الحسابية	30
87	يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المهنة	31
88	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير عدد سنوات التعامل مع البنك	32
89	يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير عدد سنوات التعامل مع البنك	33
91	نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير	34

	الدخل الشهري	
92	يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير الدخل الشهري	35

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

1-1- مقدمة الدراسة

1-2- مشكلة الدراسة وأسئلتها

1-3- أهمية الدراسة

1-4- أهداف الدراسة

1-5- حدود الدراسة

1-6- مصطلحات الدراسة

1-1- المقدمة

تواجه المؤسسات في وقتنا الحاضر العديد من التحديات من اهمها زيادة حدة المنافسة، خصوصا مع وجود التجارة الحرة والاسواق العالمية المفتوحة والشركات العملاقة التي تعمل على المستوى الدولي، بالاضافة الى التطور المتسارع في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وهو ما ادى الى زيادة متطلبات العملاء بشكل متسارع. ان هذه التحديات قد ادت الى زيادة اهتمام المؤسسات بزبائنها وبجودة ما تقدمه لهم من سلع وخدمات، من اجل زيادة قدرتها التنافسية (هدى، 2010).

ظهر مفهوم الجودة للمرة الأولى في اليابان في بداية القرن العشرين، وانتشر بعد ذلك إلى أمريكا الشمالية ودول غرب أوروبا، وقد ساعد على ذلك خسارة هذه الدول لجزء من حصصها السوقية لصالح المؤسسات اليابانية، حيث أصبحت الجودة مفهوماً أساسياً في الأساليب الإدارية يهدف الى تحقيق الجودة العالية لكسب رضا الزبائن (نور الدين، 2007).

تعتبر البنوك من أهم المؤسسات الاقتصادية على مستوى الدول، فدورها مهم في تقدم الأمم وارتقائها، حيث أن البنوك لم تعد مجرد وسيط بين المقرض والمقترض بل أضحت من أهم العناصر المالية في الاقتصاد وجوانب الحياة المختلفة لما تقدمه من خدمات تكاد تلمس جميع جوانب الحياة، لقد مرت البنوك بمراحل طويلة إلى أن وصلت إلى ما وصلت إليه اليوم، فقد بدأت بنظام إقراض بدائي نشأ على يد المرابين إلى أن تطورت إلى ما نعرفه اليوم من مؤسسات منظمة تعمل ضمن نظم وقوانين تنظم عملها.

يستعمل الناس في حياتهم العديد من الخدمات المختلفة كخدمة التعليم والصحة والهاتف والانترنت والخدمات المصرفية وغيرها من الخدمات التي لم يعد بالإمكان العيش من دونها، فقد أصبحت جزءاً أساسياً في حياتنا اليومية لا يمكننا الاستغناء عنها.

لقد أصبح تحقيق رضا الزبائن هاجسا لدى العديد من المؤسسات، حيث اخذت هذه المؤسسات تبحث بشكل مستمر في التعرف على احتياجات الزبائن وتوقعاتهم حتى تقدم لهم افضل مستوى من الخدمات، وحتى تحصل على رضا الزبون وولائه لمؤسساتهم، خصوصا مع ما نشهده اليوم من تطور تكنولوجيا ومعلوماتي يمكن الزبون من المفاضلة بين المؤسسات المختلفة والخدمات التي تقدمها كل منها واختيار ما يناسب احتياجاته ورغباته (نور الدين، 2007).

لذلك فقد أصبح لزاما على المؤسسات اتباع احدث الاساليب في تقديم الخدمات لزيائنها، متخذة من الجودة سلاحا في ظل ما يشهده قطاع الاعمال من منافسة شرسة ومتنامية، كما ان عليها مواكبة التطورات وحدث وسائل التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمات.

وتعد البنوك من أهم المؤسسات التي تؤدي في وقتنا الحاضر دروا اساسيا في عملية الاستثمار والتنمية الاقتصادية على مختلف الصعد والمستويات، خصوصا بعد انهيار النظام الاشتراكي وسطوع نجم النظام العالمي الجديد الذي يقوم على تحويل العالم الى قرية استثمارية صغيرة (الكركي، 2010). كما تعتبر البنوك من الركائز الأساسية التي يقوم عليها الهيكل المالي والاقتصادي للدول، حيث يتم الاعتماد عليها في تطوير القطاعات الاقتصادية المختلفة (سعيدات واخرون، 2013).

في ظل ما تشهده حياتنا المعاصرة من تطور، أصبح لا بد من وجود مؤسسات مالية تعمل بشكل متخصص على تجميع الأرصدة والمدخرات وتمويل المؤسسات الاقتصادية. وهنا تبرز أهمية البنوك التي أضحت ركنا أساسيا من أركان النظام الاقتصادي الحديث (بالحاج واخرون، 2013).

تهدف هذه الدراسة إلى المقارنة بين جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الفلسطينية الإسلامية والتجارية، حيث يسعى الباحث من خلالها إلى المساهمة في الارتقاء بجودة الخدمات المصرفية لما للبنوك من أهمية في حياة أفراد المجتمع ومؤسساته المختلفة.

وتكمن أهمية هذه الدراسة بأنها تسعى للارتقاء بجودة الخدمات المصرفية وما لذلك من اثر على البنوك في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها البنوك اليوم، وهو ما سينعكس على عملاء هذه البنوك حيث سيزداد رضاهم وولائهم.

1-2- مشكلة الدراسة وأسئلتها

تقدم البنوك الفلسطينية خدماتها المصرفية للجمهور ساعية الى الحصول على رضا العملاء وولائهم في ظل ما يشهده القطاع المصرفي في فلسطين من منافسة شديدة ونمو كبير شهده القطاع في الآونة الأخيرة، إلا انه لا يوجد نظرة موحدة من قبل العملاء إلى جودة هذه الخدمات (مسلم وصاحب)، لذلك ستحاول هذه الدراسة التعرف على جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل من خلال المقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية، وسيتم معالجة هذه المشكلة من خلال الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل؟ (وينبثق عنه الأسئلة الفرعية التالية):

أ- كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية؟

ب- كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية؟

ت- كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة؟

ث- كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان؟

ج- كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف؟

2. كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل؟ (وينبثق عنه الأسئلة الفرعية التالية):

أ- كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية؟

ب- كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية؟

ت- كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة؟

ث- كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان؟

ج- كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف؟

3. ما الفروق بين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية والإسلامية؟

4. هل هناك فروق ذات دلالة في رؤية المتعاملين لجودة الخدمات المصرفية تعزى للمتغيرات

الشخصية والديمغرافية (نوع البنك، الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المهنة، عدد سنوات

التعامل مع البنك، الدخل الشهري)؟

3-1- أهمية الدراسة

تبرز أهمية الدراسة بالنسبة للباحث من خلال عمله في احد البنوك العاملة في مدينة الخليل، حيث يسعى الباحث إلى التعرف على معايير جودة الخدمات المصرفية واستغلالها في تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية للعملاء المتعاملين معه، والدراسة مهمة أيضا بالنسبة إلى البنك الذي يعمل فيه الباحث وإلى جميع البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل سواء كانت إسلامية أم تجارية، من خلال استثمار هذه الدراسة ونتائجها في تطوير جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها لعملائها وما لذلك من اثر على زيادة رضا العملاء وقدرتها التنافسية.

والدراسة مهمة أيضا بالنسبة إلى العملاء الذين يتعاملون مع البنوك الفلسطينية الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل، حيث أنها تساعد على زيادة جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم. كما أن الدراسة مهمة أيضا بالنسبة إلى سلطة النقد الفلسطينية، حيث قد تلجأ إلى إصدار تعليمات للبنوك تساعد في تقديم خدمات مصرفية ذات جودة عالية للعملاء.

إن البنوك تشكل ركنا مهما من أركان الاقتصاد الفلسطيني، وحيث أن هذه الدراسة قد تساعد في زيادة جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل وبالتالي زيادة رضا العملاء المتعاملين مع هذه البنوك وهو ما ينعكس ايجابا على أفراد المجتمع من أبناء المدينة.

4-1- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة ما يلي:

1. التعرف على رؤية العملاء لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية

العاملة في مدينة الخليل.

2. التعرف على رؤية العملاء لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية

العاملة في مدينة الخليل.

3. التعرف على الفروق بين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية والإسلامية العاملة في مدينة الخليل.

4. التعرف على ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة في رؤية المتعاملين في جودة الخدمات المصرفية العاملة في مدينة الخليل تعزى للمتغيرات الشخصية والديمغرافية (نوع البنك، الجنس، العمر، مكان السكن، المؤهل العلمي، طبيعة العمل).

5-1- حدود الدراسة

1. تبحث هذه الدراسة في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل فقط
2. الاعتماد في جمع البيانات على وجهة نظر العملاء فقط
3. تم عمل هذه الدراسة خلال العام الأكاديمي 2019/2018.
4. استخدمت الدراسة نموذج SERVPERF لقياس جودة الخدمات المقدمة في البنوك العاملة في مدينة الخليل بالاعتماد على خمسة أبعاد وهي (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف).

6-1- مصطلحات الدراسة

○ الخدمة: "عملية تتألف من مجموعة أنشطة، والتي تحدث عن طريق التفاعل بين الزبون، الأفراد، السلع والموارد المادية الأخرى، الأنظمة و/أو الهياكل الأساسية يمثلها مورد الخدمة، والتي من الممكن أن تحوي (تشارك) عملاء آخرين، هدفها حل مشاكل العميل" (هدى، 2010).

○ الجودة: "مجموعة من المزايا وخصائص المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات المستهلكين" (نور الدين، 2007).

- **البنوك:** "مؤسسات مالية تنصب عملياتها الرئيسية على تجميع الموارد أو الأموال الفائضة عن حاجات أصحابها (أفراد، مؤسسات، دولة) وإعادة إقراضها وفق أسس معينة أو استثمارها في مجالات أخرى" (خلاف، 2015).
 - **بُعد الملموسية:** " المعدات والأدوات المستخدمة في تقديم الخدمة ومظهر العاملين"
 - **بُعد الاعتمادية:** " وتعني أداء الخدمة بدون خطأ ومن المرة الأولى، الوفاء بالالتزامات، صحة السجلات، صحة الفواتير، والالتزام بالوقت المحدد"
 - **بُعد الاستجابة:** " رغبة أو استعداد العاملين لخدمة الزبون وتقديم الخدمة بسرعة"
 - **بُعد الأمان:** " خلو المعاملات مع المؤسسة المقدمة للخدمة من الشك أو الخطورة وبالتالي ثقة العميل بالخدمة التي يقدمها"
 - **بُعد التعاطف:** " إبداء العناية والاهتمام الشخصي بالعميل"
- تم تعريف أبعاد الجودة (الملموسية والاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف) بالاستعانة بما أوردته (صالح، 2014).

الفصل الثاني

الإطار النظري للبحث والدراسات السابقة

تم تقسيم هذا الفصل الى قسمين هما:

الإطار النظري:

1-2- الخدمات.

2-2- الخدمات المصرفية.

3-2- جودة الخدمات.

4-2- البنوك التجارية.

5-2- البنوك الإسلامية.

6-2- نماذج قياس جودة الخدمة.

الدراسات السابقة:

- الدراسات العربية.
- الدراسات الأجنبية.
- التعليق على الدراسات السابقة.

2-1- الخدمات

يعد قطاع الخدمات في وقتنا الحاضر احد أهم الجوانب الاقتصادية الحديثة، نظرا إلى كونه يستحوذ على قسم كبير من ميدان العمل على مستوى العالم، فالمستهلك يتلقى يوميا الخدمات المختلفة كالهاتف النقال والفنادق والجامعات والمستشفيات وغيرها الكثير من الخدمات الأخرى. فهذه المؤسسات تسعى جاهدة إلى إرضاء عملائها والحفاظ عليهم والوصول إلى عملاء آخرين لتزيد من حصتها السوقية، وقد أصبحت هذه المؤسسات تعلم أن تكلفة الحصول على عميل جديد اكبر بكثير من تكلفة الحفاظ على العميل الحالي، فتكلفة الحصول على عميل جديد توازي خمسة أضعاف الحفاظ على العميل الحالي (الزهرة، 2011).

أصبح هدف المؤسسات الناجحة الحفاظ على عملائها من خلال تقديم خدمات مميزة لهم تتفوق فيها عن غيرها من المؤسسات (ناصر الدين، 2018). فقد أصبحت حاجات الإنسان الحديث كثيرة ومتنوعة، منها ما هو مادي ملموس ومنها ما هو غير ملموس كالخدمات، والتي شهدت توسعا كبيرا وزيادة في الطلب عليها في السنوات الماضية، وهو ما دفع مؤسسات الأعمال إلى الاهتمام بها، وأحد الخدمات التي زاد الطلب عليها الخدمات المصرفية (الطائي واخرون، 2009).

تسعى البنوك في وطننا العربي وفي بلدنا فلسطين إلى مواكبة التطور التكنولوجي والمعرفي فيما يخص الخدمات المصرفية، وأصبحت تبدي اهتماما برضا عملائها وبنوعية الخدمات المصرفية التي تقدمها، كمان أنها تسعى بشكل مستمر إلى تحسين جودة هذه الخدمات وتقديم الأفضل دائما إلى عملائها لإدراكها أهمية ذلك خصوصا في ظل المنافسة فيما بينها، وهو ما ينصب في مصلحة العملاء والقطاع البنكي بشكل عام (الكركي، 2010).

2-1-1- مفهوم الخدمة

إن ازدياد الاهتمام بالخدمة أدى إلى ظهور العديد من المفاهيم والتعريفات الخاصة بها والتي عكف عليها العديد من الباحثين والأكاديميين الذين لم يتفقوا على تعريف واحد خاص بها على الرغم من أن تعريفاتهم تلتقي في نقاط عدة مشتركة (هدى، 2010).

إن المحاولة الأولى لتعريف الخدمة كانت تقوم على أساس التفريق بين الخدمات والسلع عندما عرفتھا الجمعية الأمريكية للتسويق سنة 1964 بأنها "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة" (أبو زنيد والشريف، 2009).

وفي سنة 1964 أيضا عرفها (Judd) بأنها "مبادلة سوقية تقوم بها مؤسسة، أي يكون موضوع التبادل هو شيء آخر غير نقل ملكية سلعة ملموسة". وقد عرفها (Lovelock) سنة 1983 على انها "عملية أداء أكثر منها شيء"، وقد أكمل (Lovelock) هذا التعريف سنة 1999 حيث عرف الخدمة بأنها "فعل وأداء يقدمه طرف لطرف آخر، رغم أنها يمكن أن تكون مرتبطة بمنتج مادي، وتكون بالضرورة غير ملموسة ولا ينتج عنها ملكية أحد عوامل الإنتاج". ثم عرفها (Vargo and Lusch) سنة 2004 بأنها "استعمال (تطبيق) قدرات متخصصة (مهارات ومعرفة) عبر أفعال وعمليات وأداءات لفائدة كيان آخر أو الكيان نفسه (خدمة ذاتية)". وفي العام 2006 عرفها (Grönroos) بأنها "عمليات تتألف من مجموعة أنشطة، والتي تحدث عن طريق التفاعل بين الزبون، الأفراد، السلع والموارد المادية الأخرى، الأنظمة و/أو الهياكل الأساسية ممثلة بمورد الخدمة، والتي من الممكن أن تحوي (تشارك) عملاء آخرين، هدفها حل مشاكل العميل"، وقد عرفها (Kotler, et, al, 2006) بأنها "نشاط أو أداء يخضع للتبادل، بالضرورة غير ملموس، ولا يسمح بأي تحويل للملكية، والخدمة يمكن أن تكون مرتبطة أو لا بمنتج مادي" (هدى، 2010).

2-1-2- خصائص الخدمة

تتمتع الخدمات بخصائص ومميزات متعددة، من أهم مميزاتها الخصائص التالية:

1. اللاملموسية:

أي أن الخدمة غير ملموسة، فليس بالإمكان رؤيتها أو سماعها أو تذوقها أو شمها أو الإحساس بها، بل إن تكرار عملية الشراء قد يعتمد على الخبرة السابقة، كما انه يمكن للعميل الحصول على شيء ملموس يمثل الخدمة. وتقسّم الملموسية إلى درجات كما في الجدول التالي (العجاردة، 2005):

خدمات المستهلك	خدمات المنتج	درجة الملموسية
المتحف، وكلاء التوظيف، أماكن الترفيه، التعليم، خدمات النقل، السفر، المزاد العلني.	الأمن والحماية، أنظمة الاتصالات، التمويل.	الخدمات التي تتميز بعدم الملموسية بشكل كامل وأساسي.
خدمات التنظيف، التصليح، التأمين، العناية الشخصية.	التأمين، عقود الصيانة، الاستشارات الهندسية، الإعلانات، تصميم العبوات	الخدمات التي تعطي قيمة مضافة للسلع الملموسة.
متاجر التجزئة، البيع الآلي، الخدمات البريدية، العقارات.	متاجر الجملة، وكلاء النقل، المستودعات، البنوك.	الخدمات التي توفر منتجات مادية ملموسة.

حيث أن الجدول يبين وجود خدمات خاصة و سلع خاصة، كما يبين وجود خدمات و سلع مختلفة.

2. التلازمية (عدم الانفصال):

تعني ارتباط الخدمة بمقدمها، فلا يمكن الفصل بين الخدمة والشخص الذي يقوم بتقديمها، حيث العميل يكون على اتصال مباشر مع مقدم الخدمة وقت حصوله عليها، كالخدمات المصرفية

مثلاً؛ حيث يكون العميل على اتصال مباشر مع موظف البنك فيتعرف عليه وعرفه على نفسه، فلا يمكن الفصل بين الخدمة المصرفية وموظف البنك الذي يقدم الخدمة (العجارمة، 2005).

3. عدم التجانس:

إن عدم التجانس يعني أن مقدم الخدمة لا يمكنه تقديمها بنفس المستوى دائماً، فعلى الرغم من قيام المؤسسات بوضع معايير لتقديم الخدمة إلا أن مقدم الخدمة إنسان وتقدمه للخدمة لا بد أن يتأثر بعوامل عديدة كالتعب أو الحالة المزاجية له أو حتى العميل نفسه، فالعملاء واختلاف أطباعهم لا بد أن يؤثر في مقدم الخدمة. كما أن اختلاف أذواق وآراء العملاء قد يؤثر أيضاً على الخدمة المقدمة لهم، كتقديم القهوة في الفنادق مثلاً، فهناك من يراها ساخنة وهناك من يراها باردة، فأذواق العملاء ومعاييرهم الشخصية هي ما تؤثر على حكم العميل على مذاق القهوة فيما إذا كان جيداً أم لا (الحداد وآخرون، 2012).

4. عدم القابلية للتخزين:

وهي الخاصية الأساسية التي تميز السلع عن الخدمات، حيث لا يمكن حفظ الخدمة وتخزينها على العكس من السلع، ذلك أن الخدمات تفتى وقت تقديمها للعميل (الباهي، 2016).

5. عدم انتقال الملكية:

لا يمكن نقل ملكية الخدمة من شخص إلى آخر وذلك بسبب فنائها عند تقديمها، فالعميل الذي نزل في فندق أو ركب طائرة لا يمكنه نقل هذه الخدمة إلى شخص آخر (الباهي، 2016).

2-1-3- أصناف الخدمة

يمكن تصنيف الخدمة إلى ثلاثة أصناف أساسية وهي (نور الدين، 2007):

1. الخدمة الخالصة:

تقوم المؤسسة هنا بتقديم خدمات خالصة غير مرتبطة بمنتج مادي مثل خدمة التأمين مثلاً.

2. الخدمة المرفقة بمنتج مادي:

حيث تقوم المؤسسة بشكل أساسي بتقديم خدمة معينة ومرفق إليها منتج مادي، مثل خدمة المواصلات الجوية حيث تقدم المؤسسة خدمة التنقل من مكان لآخر ولكنها ترفق معها منتج مادي مثل وجبة الطعام التي تقدم على الطائرة.

3. المنتج المادي المرفق بخدمة:

وهنا تقوم المؤسسة بشكل أساسي ببيع منتج مادي، ولكنها ترفق معه خدمة معينة مثل أن تبيع المؤسسة أجهزة كهربائية وتقدم معها خدمة الضمان لمدة معينة.

2-1-4- أنواع الخدمات

تقسم الخدمات إلى أربعة أنواع أساسية وهي (نور الدين، 2007):

1. الخدمة الباردة:

تمتاز هذه الطريقة بتقديم الخدمة بشكل سيئ لا يتقبلها العملاء بشكل جيد، فهي من الناحية الإجرائية يكون تقديم الخدمة فيها بطيء وغير منظم وغير متناسق وغير مريح للعميل، أما بالنسبة للجانب الشخصي فالإجراءات الواجب إتباعها لتقديم الخدمة تكون غير واضحة وغير مفهومة وبعيدة عن أجواء الود والفرح لذلك فإنها تكون غير مرغوبة من طرف العميل.

2. طريقة المصنع:

تتميز هذه الطريقة بالاهتمام الكبير بالجانب الإجرائي وانخفاض الاهتمام بالجانب الشخصي، فهي من الناحية الإجرائية تقدم في الوقت المناسب وتكون موحدة لجميع العملاء وتبتعد عن الفوضى، ومن الناحية الشخصية فاترة، لذلك فهي غير مرغوبة من قبل العملاء.

3. طريقة الحديقة الوردية

وهي عكس طريقة المصنع، تتميز بالاهتمام بالجانب الشخصي ولا تهتم بالجانب الإجرائي، فمن الناحية الإجرائية تكون الخدمة بطيئة وغير منتظمة وغير موحدة لجميع العملاء، أما من الناحية الشخصية فهي تمتاز بالود والمحبة في تقديم الخدمة، وتكون عملية تقديم الخدمة متقنة وبارعة وجذابة.

4. طريقة جودة خدمة العميل:

تهتم هذه الطريقة بالجانبين الإجرائي والشخصي، من الناحية الإجرائية تتسم بتقديم الخدمة في الوقت المناسب وتكون الخدمة متناسقة وموحدة لجميع العملاء، ومن الناحية الشخصية تتميز بالود والمحبة، وتكون طريقة تقديم الخدمة بارعة وجذابة لذلك فهي تكون مرغوبة من قبل العملاء.

2-2- الخدمات المصرفية

تقدم البنوك العديد من الخدمات المصرفية لعملائها بأحدث الأساليب والوسائل، وتواكب أحدث التطورات والوسائل التكنولوجية لإرضاء عملائها وتقديم أفضل الخدمات لهم خصوصاً مع ما يشهده القطاع البنكي من منافسة وقدرة العملاء على المفاضلة بين البنوك المختلفة. وتعد البنوك في عصرنا الحديث من أهم الأدوات المالية التي تلعب دوراً جوهرياً وأساسياً في مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية، حتى أصبح من غير الممكن ممارسة الأنشطة التجارية والصناعية والخدمية من دون البنوك، فهذه المؤسسات المالية تقدم خدماتها المختلفة مثل استقبال الأموال وحفظها وتنميتها واستثمارها وتقديم التمويل إلى من يحتاجه(الشمري واخرون، 2008).

1-2-2- مفهوم الخدمة المصرفية

الخدمة المصرفية هي "مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة، التي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها، وقيمها النفعية التي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وتشكل في الوقت نفسه مصدراً لربحية البنك، وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين". (حلوح وزين الدين، 2016)، كما عرفها (عبد المالك، 2015)، بأنها "مجموعة من الأنشطة والمنافع الملموسة التي يعرضها البنك للبيع وتتضمن الحسابات الجارية والتوفير، لأجل التحويلات والقروض بأنواعها وتبديل العملات"، ويمكن تعريفها أيضاً بأنها "قياس لتوقعات الزبائن الموضوعية حول الخدمة المصرفية بمستوى الأداء الذي يستند إلى التجربة السابقة" (مسلم وصاحب، 2017).

استناداً إلى التعريفات السابقة، يرى الباحث أن جودة الخدمة هي مجموعة من الأنشطة والعمليات غير الملموسة في غالبها، التي يقدمها البنك والتي تعمل على إشباع رغبات العملاء واحتياجاتهم.

2-2-2- خصائص الخدمات المصرفية

تتصف الخدمات المصرفية بعدة خصائص أهمها (الباهي، 2016):

1. الخدمات المصرفية غير قابلة للتلف أو التخزين، فهي تستهلك فور تقديمها للعميل.
2. الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة اختراع وكل خدمة جديدة يوجد بها بنك ما يمكن للبنوك الأخرى تقديمها.
3. يمكن تقديم الخدمات المصرفية داخل الدولة وخارجها كالحالات وبطاقات الائتمان.
4. تعتمد الخدمات المصرفية على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والعميل.
5. جودة الخدمات المصرفية غير قابلة للفحص قبل تقديمها للزبون.

3-2-2- أقسام الخدمات المصرفية

تقسم الخدمات المصرفية من حيث إدراك العميل لها إلى ثلاثة مستويات هي (الباهي، 2016):

1. الخدمات الجوهرية: وهي الخدمات التي تشكل السبب الرئيسي الذي يجعل العميل يتوجه إلى البنك لطلب خدمة مصرفية هو يعرفها ويدرك منافعها وتلبي حاجاته ورغباته، كطلب القروض أو فتح الحساب.
2. الخدمات الحقيقية: وهي الخدمات التي تعطي خدمات تفضيلية للعميل حيث تختلف من عميل لآخر وفقا للمعايير التي يحددها كل عميل، كجودة الخدمة المصرفية وخصائصها كسرعة انجاز المعاملات والاحترام وغيرها، فكل عميل يدركها من وجهة نظره الخاصة.
3. الخدمات التكميلية: وهي الخدمات التي تعطي مزايا للخدمة المصرفية إضافة إلى ما يدركه العميل من خدمات جوهرية وحقيقية وهي التي تجعلها متجانسة ومتوافقة مع ما يبحث عنه العميل، كالاستشارات والخدمات التسهيلية التي تساعد في استخدام الخدمات الجوهرية.

4-2-2- تطوير الخدمات المصرفية

تعمل البنوك بشكل دائم على تطوير خدماتها التي تقدمها إلى عملائها لما في ذلك من ضرورة من اجل الحفاظ على عملائها وزيادة قدرتها التنافسية، والمقصود بتطوير الخدمات المصرفية هو "طرح خدمات معروضة حاليا في السوق ولكنها جديدة على المصرف" (غالي، 2017، ص86). فعملية تطوير الخدمات البنكية هي عملية شاملة تهدف إلى تعزيز القوة التنافسية للبنك.

مبررات تطوير الخدمات المصرفية (غالي، 2017):

1. المنافسة القوية من قبل المؤسسات المالية والتي بدأت بتقديم خدمات مالية منافسة للخدمات التي تقدمها البنوك.
2. رغبة البنوك في المحافظة على ولاء عملائها الحاليين واستقطاب علاء جدد.

3. وجود أسواق جديدة تحقق أرباحاً جديدة للبنوك.

4. تعدد حاجات ورغبات العملاء المالية والائتمانية.

5. رغبة البنوك بتوزيع المخاطر المرتبطة بتقديم الخدمات المصرفية.

إن إدارة البنك الناجحة تسعى بشكل دائم إلى توفير مستلزمات تقديم خدمات مصرفية مميزة وجود عالية، وأن تعمل على تحفيز العاملين وحثهم على العمل على الأداء الجيد والاستجابة السريعة لمتطلبات العملاء وفهم المشاكل التي يواجهونها والتعرف على اعتراضاتهم وتقديم التسهيلات المناسبة لهم، والوفاء بالوعود التي قطعوها لهم. (الحلوح وزين الدين، 2016).

2-2-5- دورة حياة الخدمة المصرفية

ويقصد بدورة حياة الخدمة المصرفية مراحل التطور في حجم التعامل بها عبر الزمن، وهي تعبر عن الكيفية التي تعمل بها، وهي توضح السلوك المتفاوت لها من مرحلة إلى أخرى، فدورة حياة الخدمة المصرفية تمر بأربعة مراحل وهي (نسرين، 2017):

1. مرحلة الإدخال: وهي مرحلة ميلاد الخدمة المصرفية وإدخالها إلى السوق، ويكون ذلك بشكل محدود وتجريبي ليتعرف عليها العملاء ويدركوا خصائصها ومزاياها وكيف لها أن تشبع حاجاتهم ورغباتهم، وفي هذه المرحلة يكون التعامل مع الخدمة المصرفية محدود ويقوم البنك بدراسة الانطباعات الأولية للعملاء عن هذه الخدمة ومدى قبولهم لها، كما يحاول البنك التعرف على أوجه القصور في الخدمة ليتم معالجتها.

2. مرحلة النمو: يبدأ في هذه المرحلة يزداد التعامل مع الخدمة المصرفية بوتيرة متسارعة، وتزداد معرفة العملاء بها وتقبلهم لها، كما تزداد أيضاً ربحية البنك من هذه الخدمة، لذلك فان المنافسين سيبدؤون بتقديم خدمات مماثلة لها وهو ما يستدعي من البنك ان يقوم بتحسين الخدمة والعمل على نشرها من خلال فروعها المختلفة ليحافظ على مركزه التنافسي.

3. مرحلة النضج: يبدأ في هذه المرحلة معدل النمو في الانخفاض بشكل تدريجي إلى أن يتوقف، وعندها لا تحدث أي زيادة على حجم الطلب ويكون السوق قد وصل مرحلة الإشباع ويستقر التعامل مع الخدمة المصرفية، عادة ما تكون هذه المرحلة هي أطول مرحلة في عمر الخدمة ويتحدد الحصة السوقية لكل بنك من هذه الخدمة ويقل الإنفاق على الحملات الترويجية لها، ويكون المجال لازال مفتوحاً أمام البنك لإجراء التحسينات في طريقة تقديم الخدمة.

4. مرحلة الانحدار: يمكن اعتبار هذه المرحلة بمرحلة الشيخوخة بالنسبة إلى الخدمة المصرفية، حيث تتميز بانخفاض كبير بالتعامل مع الخدمة لدرجة تجعل البنوك تفكر بشكل جدي بالتوقف عن التعامل بها وتقوم بسحبها بشكل تدريجي من السوق، وتبدأ البنوك في إدخال خدمات مصرفية جديدة لتحل مكانها بحيث تكون أكثر فاعلية في إشباع حاجات ورغبات العملاء وذلك من أجل تجنب البنك أي أزمة قد تنشأ عن توقفه بالتعامل في إحدى خدماته.

2-3- جودة الخدمات

إن التطور الذي شهده قطاع الخدمات وازدياد حدة المنافسة جعل جودة الخدمة المقدمة ورضا العملاء محور اهتمام المؤسسات العاملة في هذا القطاع لما في ذلك من أهمية في منح هذه المؤسسات قدرة تنافسية وقدرة على كسب ولاء العملاء (الزامل واخرون، 2012).

ويعرفها جوران على أنها "الملاءمة للاستخدام"، أما جونسون فيعرفها بأنها "القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته ويحقق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة التي تقدم له"، وتعرفها أيضاً الجمعية الأمريكية لضبط الجودة بأنها "مجموعة من المزايا وخصائص المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات المستهلكين" (نور الدين، 2007).

1-3-2 - مراحل تطور الجودة

مرت الجودة بستة مراحل أساسية إلى أن وصلت إلى ما وصلت إليه اليوم، المرحلة الأولى هي مرحلة ضبط الجودة والتي تمتد من الفترة (1890 - 1920)، حيث تمتاز هذه المرحلة بوجود مشرفين مختصين تقع على عاتقهم مسؤولية قياس وضبط جودة المنتجات التي تصنعها المؤسسة. أما المرحلة الثانية فهي مرحلة الضبط الإحصائي للجودة والتي تمتد للفترة (1920-1940)، ولقد تميزت بوجود مفتشين من داخل المؤسسة تقوم وظيفتهم على المقارنة ومتطلبات الجودة لتحديد مدى توافق النتائج مع المواصفات الموضوعية من قبل المؤسسة. المرحلة الثالثة وهي مرحلة ظهور منظمات متخصصة في الجودة، وهي الفترة الممتدة من (1940-1960)، حيث ظهرت هذه المرحلة بعد فترة الكساد الاقتصادي الرأسمالي العظيم الذي امتد من سنة 1929 حتى 1933 وتمتاز بظهور منظمات متخصصة بضبط الجودة مثل الجمعية الأمريكية لضبط الجودة، بالإضافة إلى ظهور حلقات الجودة في اليابان سنة 1956. بالنسبة للمرحلة الرابعة فهي مرحلة تحسين الجودة وقد امتدت من (1960-1980)، من أهم مميزات هذه المرحلة هو تطور حلقات الجودة في اليابان وظهور مفاهيم جديدة مثل مفهوم إدارة الجودة الشاملة (TQM) ومفهوم النصف الصفرى (Zero Defect)، وغيرها من المفاهيم مثل توكيد الجودة الذي يتضمن عددا من الإجراءات الضرورية لتحقيق الجودة في المؤسسات الصناعية. المرحلة الخامسة هي مرحلة إدارة الجودة وهي مرحلة ممتدة من (1980 - 2000)، وتتميز هذه المرحلة بظهور عدد من المفاهيم المتعلقة بالجودة والتي كانت نتاجاً للمرحلة السابقة مثل الأيزو والعولمة، كما تم استخدام برامج الحاسوب في تصميم وإنتاج المنتجات المختلفة، إضافة إلى ظهور مفهوم أنظمة الإنتاج والإنتاج المتكامل والإنتاج المرن (علوان، 2005). التميز المؤسسي وهي الفترة بعد العام (2000) والتي تشمل كافة نواحي المؤسسة (الحلوح وزين الدين، 2016).

2-3-2- مفهوم جودة الخدمة

إن جودة الخدمة أمر نسبي يختلف من شخص إلى آخر لذلك فقد تعددت تعريفاتها ومفهومها، فمنهم من عرفها بأنها "مجموعة إجراءات أو معاملات تقع بين صاحب العمل (مقدم الخدمة) وملتقي الخدمة (العميل) وذلك لإنتاج مخرجات تعمل على إرضاء العميل (لحلوح زين الدين، 2016).

كما يمكن تعريف جودة الخدمة من خلال ثلاثة أبعاد وهي "البعد التقني والذي يتمثل في تطبيق العلم والتكنولوجيا لمشكلة معينة، والبعد الوظيفي أي الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية إلى العميل والتفاعل النفسي والاجتماعي بين مقدم الخدمة والعميل الذي يستخدم الخدمة، والبعد المادي الذي يمثل الإمكانيات المادية وهي المكان الذي تؤدي فيه الخدمة" (الضمور، 2005).

2-3-3- أهمية جودة الخدمات

تلعب جودة الخدمات دور كبير في المؤسسات لدورها في تحقيق الأرباح والحصول على رضا العملاء، ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الإنتاج، أما في مجال الخدمات فان العملاء والموظفين يتعاملون معاً من اجل إيجاد الخدمة وتقديمها بأعلى مستوى.

لذلك فان أهمية جودة الخدمة تكمن في الأمور التالية (بودية واخرون، 2016):

1. نمو مجال الخدمة، حيث أن عدد المؤسسات التي تقدم الخدمات قد ازداد في الآونة الأخيرة،

ففي الولايات المتحدة مثلاً فإن نصف عدد المؤسسات فيها هي مؤسسات خدماتية تقوم بتقديم

الخدمات، وما زال عدد هذه المؤسسات في ازدياد.

2. ازدياد المنافسة، حيث أن عدد المؤسسات التي تقدم الخدمات في ازدياد مما دفع بهذه

المؤسسات إلى الاهتمام بجودة الخدمة من اجل الحصول على ميزة تنافسية.

3. فهم العملاء، فالعملاء قد زاد وعيهم وأصبحوا لا يريدون مجرد خدمة بسعر معقول، بل يريدون

أيضاً أن يتم معاملتهم بشكل جيد وان يكون هناك فهم أكبر لاحتياجاتهم.

4. المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة، فالمؤسسات الخدمية لم تعد تهتم فقط باجتذاب عملاء جدد لزيادة حصتها السوقية بل تسعى أيضا إلى المحافظة على عملائها الحاليين ولتحقيق ذلك لابد من الإهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.

2-3-4- خطوات تحقيق جودة الخدمة

لتحقيق جودة الخدمة يجب اتباع الخطوات التالية (بلاك، 2016):

1. جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالعملاء: إن جذب العملاء وإظهار الاهتمام بهم من خلال المواقف الإيجابية التي يبديها مقدم الخدمة أمر أساسي لتقديم خدمة ذات جودة عالية، بالإضافة إلى أن الاستعداد النفسي والذهني من قبل مقدم الخدمة يؤدي إلى إيقاظ الرغبة لدى العملاء من أجل الحصول على الخدمة وتكرار الحصول عليها.

2. بعث الرغبة لدى العملاء وتحديد حاجاتهم: وذلك يعتمد على المهارات البيعية والتسويقية لمقدم الخدمة.

3. إقناع العميل ومعالجة الاعتراضات لديه: إن عملية اقتناع العميل باقتناء الخدمة ليست بالأمر السهل وإنما تتطلب من مقدم الخدمة العديد من الجهود السلوكية القادرة على إقناع العملاء عند تقديم الخدمات، وكذلك معالجة الاعتراضات التي يبديها العميل عند الشراء، فالعميل يضع العراقيل أمام إتمام ذلك رغم اقتناعه بجودة الخدمة والسعر المعقول في بعض الأحيان، فيرى البعض أن عملية البيع لن تتم دون وجود اعتراض من قبل العميل، لذلك فطريقة الرد على الإعتراض تختلف من موقف لآخر.

4. التأكد من استمرارية العملاء بالتعامل مع المؤسسة: إن عملية التأكد من استمرارية التعامل مع المؤسسة وخلق الولاء لدى العملاء يأتي من خلال الخدمات البيعية والتسويقية التي تشكل ضماناً لولاء العملاء للمنظمة.

4-2- البنوك التجارية

البنك التجاري هو "منشأة أو مؤسسة مالية التي تقبل الودائع من الأفراد و الهيئات (الأشخاص المعنويين) تحت الطلب أو الأجل ثم تستخدم هذه الودائع في تقديم القروض الائتمانية بقصد الربح"، ويمكن تعريفه أيضاً بأنه " مؤسسة تقوم بقبول الودائع تدفع عند الطلب أو آجال محددة وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي بما يحقق أهداف خطة التنمية و دعم الاقتصاد القومي " (خلاف، 2015) لكن هذا الدور الكبير الذي يلعبه القطاع البنكي في النهوض باقتصاديات الدول يتوقف على مدى فعالية وتطور هذا القطاع، كما أن هذه الفعالية تساعد على استقطاب الاستثمارات الضرورية لتغطية احتياجات التنمية المحلية في كل دولة (خنفر واخرون، 2015).

2-4-1- نشأة البنوك التجارية

تعود نشأة البنوك التجارية إلى القرون الوسطى عندما قام التجار والمرابون بقبول الأموال كودائع مقابل إيصالات بمبلغ هذه الودائع، وقد لاحظ الصيارفة أن هذه الودائع قد لاقت رواجاً وان المودعون لا يقومون بسحب ودائعهم دفعة واحدة، فعمل بها الصيارفة وبدؤوا بإقراض أموال هذه الودائع، ومن هنا كانت نشأة البنوك التجارية حيث تم إنشاء أول بنك في مدينة البندقية في إيطاليا سنة 1517، ثم تلاه إنشاء بنك أمستردام سنة 1609 ثم بدأ إنشاء البنوك يتوالى شيئاً فشيئاً (الخالدي، 2006).

2-4-2- تعريف البنوك التجارية

من تعريفات البنك انه "مؤسسة مالية تنصب عملياتها الرئيسية على تجميع الموارد أو الأموال الفائضة عن حاجات أصحابها (أفراد، مؤسسات، دولة) وإعادة إقراضها وفق أسس معينة أو استثمارها في مجالات أخرى" ويمكن تعريفه أيضاً بأنه "مؤسسة مالية غير متخصصة، تعمل في السوق النقدي وتنتزع أساساً لتلقي الودائع بمختلف أنواعها، كما تتميز عملياتها بشكل خاص بالتعامل بالائتمان قصير الأجل"، ويمكن تعريفه بأنه " المؤسسة التي تستعمل النقود كمادة أولية، حيث تعمل على تحويل

هذه النقود إلى منتجات وتضعها تحت تصرف عملائها، فهي بذلك مؤسسة مسيرة بقواعد تجارية والتي تشتري وتحول وتبيع، كما أنها تملك كأى مؤسسة أموالاً خاصة يشكل جزء منها المخزون الأدنى، غير أن ما يميزها عن بقية المؤسسات هو أنها تشتري دائماً مادتها الأولية بالاقتراض، وتبيع منتجاتها دائماً بالإقراض". (خلاف، 2015).

2-4-3- وظائف البنوك التجارية

تعددت وظائف البنوك وتطورت مع الوقت إلى أن وصلت إلى ما وصلت إليه اليوم، فمن هذه الوظائف ما هو تقليدي ارتبط بظهور البنوك ونشأتها، ومنها ما هو حديث ظهر نتيجة التطورات التي شهدها العمل البنكي على مدى السنين.

إن الوظائف التي تقدمها البنوك هي (السبئي، 2017):

- فتح الحسابات وقبول الودائع
- منح القروض
- تحصيل الأوراق التجارية
- تقديم الكفالات وخطابات الضمان للعملاء
- التعامل بالعملات الأجنبية بيعاً وشراءً
- تأجير الخزائن الآمنة.

2-4-3-1 أهداف البنوك التجارية

الأهداف العامة: وهي تلك الأهداف التي تتعلق بالسياسة العامة للبنك مثل تحقيق نمو في حجم ربحية البنك بمعدلات أكبر من المنافسين في السوق.

الأهداف الوظيفية: وهي تلك الأهداف التي تتعلق بالنواحي التنفيذية مثل الأهداف التي تتعلق بعلاقات البنك مع العملاء واختيار العمالة وغيرها.

وتتعلق أهداف البنوك التجارية من السمات التالية:

1- الربحية: يتكون جانب كبير من مصروفات البنك من تكلفة الفوائد على الودائع، لذلك فإن

أرباح البنوك تتأثر بشكل كبير بالتغير في إيراداتها مقارنة بمؤسسات الأعمال الأخرى، إن

اعتماد البنوك التجارية على الودائع له جانب سلبي حيث انه ملتزم بدفع الفوائد عليها

سواء حقق ربحاً أو خسارة، ولكن هناك جانب ايجابي أيضاً فالفوائد التي يدفعها على

الودائع عادة ما تكون اقل من الفوائد التي يطلبها على القروض الممنوحة لعملائه، فالفرق

بين الفوائد المدفوعة على الودائع والفوائد المقبوضة من القروض تمثل إرباحاً تذهب إلى

ملاك البنك.

2- السيولة النقدية: يتمثل الجانب الأكبر من موارد البنك المالية في ودائع تستحق عند

الطلب، ويكون البنك مستعداً للوفاء بها في أي لحظة، وتعد السيولة النقدية من أهم

الأهداف التي يتميز بها البنك التجاري عن المؤسسات الأخرى، ففي الوقت الذي تستطيع

فيه هذه المنشآت تأجيل سداد ما عليها من مستحقات ولو لبعض الوقت ، فإن مجرد

إشاعة عن عدم توفر سيولة كافية لدى البنك كفيلة بان ترزع ثقة المودعين، ويدفعهم

فجأة لسحب ودائعهم، مما قد يعرض البنك للإفلاس.

3- الأمان: إن رأس مال البنوك صغير نسبياً، حيث لا تزيد عادة عن 10% من صافي

الأصول، وهو ما يعني صغر حافة الأمان للمودعين، فالبنك يعتمد عل أموالهم

للاستثمار، لذلك فإن البنك لا يستطيع أن يتحمل خسارة تزيد عن قيمة رأس ماله لان

الخسارة عندها ستبدأ بالتهايم أموال المودعين، لذلك فإن البنك يكون حريصاً على أموال

المودعين، ويتمثل هذا الحرص بالضمانات التي يطلبها البنك عند إقراضه لعملائه.

4-النمو: يصل البنك إلى هدف النمو من خلال تعظيم أرقام نشاط الإقراض والإيرادات

المتولدة عنه، والتي لا تتم إلا بجهد إنمائي منظم ومكثف يراعي شروط الإقراض الجيد واستقطاب عملاء متميزين، والتقييم المستمر لأداء وسياسات البنوك المنافسة بالسوق، حيث يقع على عاتق إدارة البنك تحقيق التوازن في نمو البنك يتناسب مع حجم موارده والفرص التسويقية المتاحة أمامه، ودرجة العائد الممكن تحقيقه ودرجة المخاطرة

المصاحبة

2-3-4-2- أهمية البنوك التجارية

- البنوك التجارية لديها القدرة على توليد الأموال من الاحتياطات المتولدة من إيداع العملاء.
- تعد البنوك التجارية القناة الأساسية التي من خلالها تبرز الدولة سياستها النقدية.
- يستطيع البنك التجاري تقديم الخدمات المالية بشكل أفضل وأوسع من باقي المؤسسات المالية.
- يستطيع البنك التجاري أن يلبي الحاجات الائتمانية والدفع والتوفير لكل من الأفراد والأعمال والحكومات.
- تم تحديد وظائف البنوك التجارية وأهدافها وأهميتها بالاستعانة بما أورده (خلاف، 2015).

2-5- البنوك الإسلامية

تلعب البنوك دوراً أساسياً في اقتصادات الدول وتشكل ركناً مهماً من ركائزها المالية من خلال ما تقدمه من خدمات لعملائها، وقد جاءت فكرة البنوك الإسلامية نتيجة لوجود بنوك تجارية تعمل في البلاد الإسلامية.

تختلف البنوك الإسلامية عن البنوك التجارية من حيث التزامها بأحكام الشريعة الإسلامية واجتنب الربا في تعاملاتها المالية، وتقديم خدماتها بما يتفق الشريعة الإسلامية، والذي يعد من شروط سلطة النقد الفلسطينية التي يجب على البنوك الإسلامية إتباعها. (سلطة النقد الفلسطينية، 2018)

2-5-1- نشأة البنوك الإسلامية

لعبت الصحوة الإسلامية التي شهدها العالم الإسلامي دوراً مهماً في ظهور البنوك الإسلامية، فقد ظهر أول بنك إسلامي سنة 1963 وقد استمرت عدة سنوات فقط، ثم كانت التجربة الثانية للبنوك الإسلامية سنة 1971 بتأسيس مصرف ناصر الاجتماعي، وفي سنة 1975 تم إنشاء بنك دبي الإسلامي والذي يمكن اعتباره البداية الحقيقية للبنوك الإسلامية حيث كان يقدم خدمات مصرفية متكاملة. ثم تلاه بنك التنمية الإسلامي في جدة، ليتوالى بعد ذلك إنشاء البنوك الإسلامية (الخالدي، 2006).

2-5-2 تعريف البنوك الإسلامية

بما أن البنوك الإسلامية تقوم على أساس القيام بالمعاملات المالية بما يتجنب الربا ويتفق مع أحكام الشريعة الإسلامية، فإنه يمكن تعريف البنك الإسلامي بأنه "المصرف الذي يتضمن عقد تأسيسه ونظامه الداخلي التزاماً بممارسة الأعمال المصرفية التي لا تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية سواء في مجال قبول الودائع وتقديم الخدمات المصرفية الأخرى أو في مجال التمويل والاستثمار" (الزهره، 2011).

ويمكن تعريف البنوك الإسلامية بأنها "مؤسسات مالية مصرفية لتجميع الأموال وتوظيفها وفق أحكام الشريعة الإسلامية بما يخدم مجتمع التكافل الإسلامي وتحقيق عدالة التوزيع مع الالتزام بعدم التعامل بالفوائد الربوية أخذاً أو إعطاءً وباجتناب أي عمل مخالف لأحكام الإسلام" (حسين، 2017). وتعرف أيضاً بأنها "منظمة إسلامية تعمل في مجال الأعمال لهدف بناء الفرد المسلم والمجتمع المسلم وتميئتها وإتاحة الفرص المواتية للنهوض على أسس إسلامية تلتزم بقاعدة الحلال والحرام" ويمكن أن تعرف أيضاً بأنها "مؤسسة مالية مصرفية لتجميع الأموال وتوظيفها في نطاق الشريعة الإسلامية، بما يخدم بناء مجتمع التكامل الإسلامي، وتحقيق عدالة التوزيع ووضع المال في المسار

الإسلامي" ، ويمكن القول بان البنك الإسلامي هو " كل مؤسسة تباشر الأعمال المصرفية مع الالتزام بعدم التعامل بالفوائد الربوية أخذاً أو عطاءً" (الخالدي، 2006).

2-5-3- وظائف البنوك الإسلامية

تقسم وظائف البنوك الإسلامية إلى قسمين هما الخدمات المصرفية والتمويل البديل للإقراض بالفائدة (الخالدي، 2006):

أولاً: الخدمات المصرفية

ومن أهمها ما يلي:

- قبول الأموال (الودائع البنكية).
- فتح الحسابات بمختلف أنواعها.
- إصدار دفاتر شيكات بعملات مختلفة.
- تحصيل الشيكات وتقاصها.
- تحصيل الأوراق التجارية.
- فتح الاعتمادات المستندية الصادرة من أجل الاستيراد والاعتمادات المستندية الواردة من أجل التصدير.
- الصرافة وتبديل العملات (شراء وبيع) على أساس السعر الحاضر.
- إصدار خطابات الضمان.
- تأجير صناديق الأمانات الحديدية.
- إصدار الحوالات البنكية.
- تقوم البنوك بتقديم المشورة الفنية، والخبرة الإسلامية بمقابل أحيانا.

ثانياً: التمويل البديل للإقراض بالفائدة

ومن أهم أشكاله ما يلي:

1. الاستثمار المباشر

حيث يقوم البنك بشراء حصص من مشاريع أو يشترك بجزء من رأس مال الشركات ويتحدد نصيب البنك من الأرباح والخسائر التي تحققها الشركات وفقاً لنسبة مشاركته في رأس المال.

2. المرابحة

وهي إحدى صيغ التمويل الرئيسية في البنوك الإسلامية حيث قد تصل في بعض البنوك الإسلامية إلى 90% من المحفظة التمويلية، وتقوم المرابحة على أن يقوم البنك بشراء سلعة ما ويعرضها للبيع بالثمن الذي اشترت به مع زيادة ربح معلوم يدفعه المشتري حسب الاتفاق، على أن يتم بيع السلعة له لأجل لأنه لا يستطيع دفع قيمتها نقداً.

3. المشاركة المنتهية بالتمليك

يساهم البنك بجزء من رأس مال شركة ما بمقدار معين مع شريك آخر أو شركاء آخرين ويتحمل كل منهم نصيبه من الأرباح والخسائر وفقاً لما يتم الاتفاق عليه عند إنشاء الشركة، ويتم الاتفاق منذ البداية بان يتنازل البنك عن حصته في رأس مال الشركة إلى باقي الشركاء دفعة واحدة أو على دفعات بحيث تتناقص حصته من الأرباح والخسائر بشكل تدريجي لحين خروجه من الشركة، ولهذا يطلق على هذا النوع من التوظيف اسم المشاركة المتناقصة أو المنتهية بالتملك.

4. المضاربة

يقوم البنك بتوفير التمويل الكامل لشريك يقدم العمل، ويتم اقتسام الربح الناتج بين البنك والمضارب طبقاً لما يتم الاتفاق عليه بينهما عند إبرام عقد المضاربة، ويتفاوت نصيب كل

منهما حسب الإسهام المقدر لكل من المال والعمل، بينما يتحمل رأس المال وحده الخسارة ما لم تكن ناشئة عن إهمال أو قصور متعمد من المضارب.

5. البيع التاجيري (الايجارة المنتهية بالتملك)

وهنا يقوم البنك بشراء معدات أو بإنشاء مبان ويطرحها للبيع بقيمة محددة، ويتفق مع المشتري بالا تنتقل ملكيتها إليه إلا عند سداد جميع الأقساط.

6. التمويل بالاقراض (القرض الحسن)

حيث يقوم البنك بإقراض الغير على أن يتم سداد القرض بالكامل من غير زيادة أو نقصان، وعادة ما تستخدم البنوك الإسلامية هذا النوع من التمويل للأغراض الاجتماعية والإنسانية وذلك مثل الزواج، والدراسة والعلاج.

7. بيع الاصطناع

حيث يتم طلب صناعة محددة المواصفات على أن تكون المواد من عند الصانع، مقابل مبلغ معين عند التسليم أو عند اجل معين، ويقبل الصانع بذلك.

8. بيع السلم

ويتم بموجب هذا البيع موافقة المشتري على شراء سلعة من البائع بحيث يتم دفع الثمن وقت العقد على أن يتم إستلام السلعة في تاريخ مستقبلي، ومن شروط مشروعية هذا البيع أن تكون السلع أو البضائع غير متوفرة أو لا يمكن تسليمها وقت توقيع العقد.

2-5-4- خصائص البنوك الإسلامية

تتميز البنوك الإسلامية بمجموعة من الخصائص تميزها أهمها (عبدو، 2009):

1- استبعاد التعامل بالفائدة: بما أن الفائدة التي تتعامل بها البنوك التجارية هي عبارة عن ربا، فقد كان لزاماً على البنوك الإسلامية عدم التعامل بها لأنها محرمة حيث أن تعاملات البنوك الإسلامية مضبوطة بأحكام الشريعة الإسلامية.

2- تصحيح وظيفة رأس المال في المجتمع: إن البنوك الإسلامية لا تتاجر بالنقود، فلا تقترض ولا تُقرض النقود، وإنما تقدم تمويلاً عينياً لا مجال لاستخدامه إلا في الغاية التي منح من أجله، وبذلك تساهم في تحريك النظام الاقتصادي من خلال استثمارات حقيقية، مما تكون العلاقة بين البنك وعملائه قائمة على أساس الشراكة وليس أساس دائن ومدين.

3- التمسك بالقاعدة الذهبية: هذه القاعدة هي قاعدة الحلال والحرام، فالبنوك الإسلامية تعمل على جعل معاملاتها البنكية خالية من كل ما يخالف الشريعة الإسلامية، مع الالتزام بالموجهات الإسلامية الأخرى والتي تتمثل في:

أ- قاعدة الغنم بالمغرم: أي أن الحق في الربح بقدر الاستعداد لتحمل المخاطر.

ب- قاعدة الخراج بالضمان: أي أن الذي يضمن أصل الشيء جاز له أن يحصل على ما تولد عنه من عائد.

ت- قاعدة الاستخلاف في المال، المال مال الله والبشر مستخلفين فيه: لذلك لا بد للناس أن يتصرفوا في المال وفقاً لما أَرَادَهُ مالِكُهُ وهو الله عز وجل.

4- بنوك متعددة الوظائف: فهي تلعب دور البنوك التجارية وبنوك الأعمال والبنوك الاستثمارية وبنوك التنمية.

5- ربط التنمية الاقتصادية بالتنمية الاجتماعية: لا يمكن تحقيق التنمية الاقتصادية بمعزل عن التنمية الاجتماعية، فالهدف الاسمي للبنوك الإسلامية هو ترقية المردود الاجتماعي لصالح الأمة الإسلامية.

6- خضوع المعاملات البنكية الإسلامية للرقابة الشرعية: وهي التأكد من مطابقة أعمال البنك الإسلامي لأحكام الشريعة الإسلامية حسب الفتاوى الصادرة والقرارات المعتمدة من جهة الفتوى.

7- الالتزام بالسعي لتحقيق عناصر التكافل الاجتماعي بين أفراد المجتمع: ويتحقق ذلك من خلال تمويل الأنشطة الاجتماعية التي تهدف إلى تعميق معنى ومضمون التعاون الإيجابي والمشاركة الفعالة بين المواطنين، ومن أهم هذه الخدمات الاجتماعية:

أ- خدمة جمع وتوزيع الزكاة: سواء كانت أموال زكاة البنك (المساهمين)، أو زكاة المتعاملين معه ممن فوضوه بذلك.

ب- تقديم القروض الحسنة: والقرض الحسن هو القرض الذي يكون بدون مقابل أو فائدة.

ت- المساهمة في المشروعات الاجتماعية: وتشمل أعمالاً خيرية لا تسعى البنوك الإسلامية إلى تحقيق ربح من ورائها.

2-5-5 أوجه الشبه والاختلاف بين البنوك التجارية والبنوك الإسلامية

تختلف البنوك التجارية عن البنوك الإسلامية في عدة مجالات هي (سلطان، 2007):

1- توظيف الأموال: إن التمويل الاستثماري يعد من الوظائف الأساسية في البنوك الإسلامية، بينما تعتمد البنوك التجارية على توظيف الأموال بطريقة الإقراض بفوائد.

2- لا تقوم البنوك الإسلامية على منح تسهيلات على هيئة كشف للحساب الجاري، وذلك على عكس البنوك التجارية التي تقوم بذلك مقابل فوائد.

3- إن حسابات الاستثمار في البنوك الإسلامية تتيح للعميل الحصول على عائد في نهاية فترة محددة ويكون هذا العائد وفقاً لنشاط البنك الإسلامي خلال هذه الفترة، وذلك بخلاف الودائع في البنوك التجارية.

4- وزن الحسابات الجارية إلى إجمالي الودائع في البنوك التجارية له أهمية كبيرة على عكس البنوك الإسلامية.

5- صيغ وأساليب الاستثمار في البنوك التجارية تكون على أساس المرابحة والمضاربة والمساومة وغيرها، بينما تكون في البنوك التجارية على أساس الإقراض.

أما عن أوجه التشابه بين البنوك التجارية والإسلامية فهي متعددة، كخدمة تحصيل الشيكات للعملاء وتأجير صناديق الأمانات وإصدار الحوالات واستقبالها وإصدار الشيكات وغيرها.

2-6- نماذج قياس جودة الخدمة

2-6-1- نموذج سيرفيكوال (SERVEQUAL)

نموذج سيرفيكوال هو اختصار لعبارة (SERVICE QUALITY MODEL) والذي أنشأه الثلاثي بييري، زيثامل وباراسورامون سنة 1985 من خلال القيام بدراسة لطبيعة جودة الخدمات والتي قاموا بتطبيقها على أربعة أنواع من المؤسسات الخدمائية المعروفة في الولايات المتحدة وهي قطاع البنوك، شركات بطاقات الائتمان، السمسرة والتصليح، من خلال القيام بأربعة عشر مقابلة معمقة امتدت من ساعة إلى ساعتين مع المسؤولين في هذه المؤسسات، وقد تمحورت هذه الأسئلة حول جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، وعن خطوات تحسين الجودة والمشاكل التي تواجه رفع الجودة، يقوم هذا النموذج على قياس الفجوة بين توقعات الزبون والجودة المدركة فعلياً للخدمة، وقد خرج الباحثون بعشرة جوانب للجودة وهي (صالح، 2014):

1- الاعتمادية: وتعني أداء الخدمة بدون خطأ ومن المرة الأولى، الوفاء بالالتزامات، صحة

السجلات، صحة الفواتير، والالتزام بالوقت المحدد.

2- الاستجابة: وتعني رغبة أو استعداد العاملين لخدمة الزبون وتقديم الخدمة بسرعة.

3- الكفاءة: وتعني امتلاك المعرفة والمهارة من قبل العاملين الذين يظهرن للزبائن

4- سهولة وسرعة الوصول إلى الخدمة: تسهيل الخدمة بالهاتف، قلة الانتظار، ملاءمة توقيت وموقع الخدمة.

5- المجاملة: وتشمل الاحترام للشخص والملكية، والأدب والبشاشة في الاتصال الشخصي، ومظهر العاملين.

6- الاتصال: وتشمل إعلام المستخدم عن الخدمة وتكلفتها باستمرار وبلغة مفهومة، وطمأنته على حل المشاكل.

7- المصداقية: وتشمل النزاهة والثقة، والحرص على مصلحة الزبون، وتأتي بالأساس من اسم الشركة وسمعتها، وطريقة التفاعل الشخصي مع الزبون.

8- الأمن: وتشمل الأمن من المخاطر والشك وضمان سرية بيانات الزبون.

9- فهم الزبون: وتشمل بذل الجهد لفهم الزبون، حاجاته ورغباته، وإعطائه عناية شخصية.

10- الجوانب الملموسة في الخدمة: وتشمل المعدات والأدوات المستخدمة في تقديم الخدمة ومظهر العاملين.

وقد قام الباحثون الثلاثة لاحقاً بدمج جوانب جودة الخدمات واختصارها بخمسة أبعاد وهي: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف.

استناداً إلى التعريفات السابقة يُعرف الباحث أبعاد الجودة الخمسة كما يلي:

1- الملموسية: هي العناصر المادية كالأجهزة والمعدات والتكنولوجيا المستخدمة والمظهر الخارجي للمؤسسة ومقدمي الخدمة.

2- الاعتمادية: ويقصد بها قدرة مقدم الخدمة على تقديم الخدمة التي وعد بها بدقة عالية وبالشكل الصحيح من المرة الأولى وفي كل مرة تليها.

3- **الاستجابة:** ويقصد بها قدرة ورغبة مقدمي الخدمة على تقديمها للعملاء عند احتياجهم إليها والرد السريع على استفساراتهم.

4- **الأمان:** ويقصد بها خلو المعاملات مع المؤسسة المقدمة للخدمة من الشك أو الخطورة وبالتالي ثقة العميل بالخدمة التي يقدمها.

5- **التعاطف:** ويقصد بها الاهتمام بمصلحة العميل وما يطرأ لديه من متغيرات على الصعيد الشخصي.

2-6-2- نموذج سيرفبارف (Servperf)

يقوم هذا النموذج والذي أنشأه كرونين وتيلور سنة 1994 على قياس جودة الخدمات المدركة من خلال أبعاد الجودة ذاتها المستخدمة في نموذج سيرفيكوال (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف) ولكن دون احتساب جودة الخدمة المتوقعة. يرى كثير من الباحثين أن مقياس سيرفيكوال أكثر غنى من حيث المعلومات المجمعّة، لكن نموذج سيرفبارف لديه قدرة أكبر على تفسير التباين في قياس الجودة المدركة وهو عملي أكثر، كما ان هذا النموذج يقيس جودة الخدمات الفعلية المقدمة من قبل المؤسسات وهو من احدث النماذج المستخدمة في قياس جودة الخدمة (صالح، 2014). لذلك اختاره الباحث ليكون النموذج المستخدم في هذه الدراسة.

الدراسات السابقة

- الدراسات العربية
- الدراسات الأجنبية

نعرض هنا أهم الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وقد قام الباحث بتقسيمها إلى قسمين هما الدراسات العربية والدراسات الأجنبية، وهي مرتبة حسب تاريخها من الأحدث إلى الأقدم.

الدراسات العربية:

1- دراسة مسلم وصاحب (2017) بعنوان: علاقة جودة الخدمات المصرفية بتحقيق رضا الزبون.

هدفت الدراسة إلى التعرف على اثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضا العملاء، وقد استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وشملت الدراسة 20 موظفاً من العاملين في فرع القادسية في بنك الرشيد في العراق، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة طردية بين جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء، وأن البنوك تسعى إلى كسب رضا العملاء من خلال لطف القائمين على تقديم الخدمة.

2- دراسة السبني (2017) بعنوان: قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية من منظور

العملاء "دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية"

هدفت الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة العربية السعودية، وإلى أهمية الأبعاد المختلفة الممثلة لجودة الخدمة المصرفية، وقد استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وشملت الدراسة 90 شخصاً ممن حصلوا على تمويلات من بنكي "الراجحي" و"البلاد" الإسلاميين، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن مستوى جودة الخدمات المصرفية للبنوك الإسلامية السعودية مرتفع، كما حصل بُعد الجودة البنكية "الأمان وثقة العملاء" على أعلى درجة موافقة، يليه بُعد "الملموسية"، يليه بُعد "الاستجابة"، يليه بُعد "الاعتمادية"، يليه بُعد "التعاطف"، وفي المرتبة الأخيرة جاء بُعد "الالتزام الشرعي".

3-دراسة لخلوح وزين الدين (2016) بعنوان: أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية في مدينة نابلس ومعرفة الأهمية النسبية للأبعاد المختلفة الممثلة لجودة الخدمة المصرفية، وقد استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات وشملت الدراسة 81 عميلاً، وقد توصلت الدراسة أن أثر جودة الخدمات المصرفية في رضا عملاء البنوك التجارية في مدينة نابلس كبيرة، وأن أبعاد جودة الخدمة المصرفية تترك انطباعات ايجابية لدى العملاء عن الخدمة التي يتلقونها من حيث المعاملة، والسرعة والموثوقية، والإيحاءات المكانية الأخرى.

4-دراسة الزهرة (2011) بعنوان: دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون (دراسة حالة عيادة الضياء بورقلة).

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمة المقدمة ودورها في تحقيق رضا العملاء، وقد استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات وشملت الدراسة 70 مريضاً، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها تقييم 99.33% من عملاء المصحة مؤشراً الأمان تقييماً ايجابياً، و84.4% منهم يقيمون الاعتمادية تقييماً ايجابياً، و84% يقيمون الاستجابة تقييماً ايجابياً، و92% يقيمون الملموسية تقييماً ايجابياً.

5-دراسة الكركي (2010) بعنوان: جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن.

هدفت الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإدارة والعملاء، وقد استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات وشملت الدراسة 674 شخصاً، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها وجود علاقة طردية بين أربعة من

أبعاد جودة الخدمة هي الملموسية والاستجابة والاعتمادية والتعاطف وبين مستوى الجودة الكلي للبنك، كم أن هناك علاقة إيجابية بين أبعاد جودة الخدمة المصرفية وأداء البنوك.

6-دراسة هدى (2010) بعنوان: قياس جودة الخدمة المصرفية، دراسة حالة بنك البركة

الجزائري.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى الجودة الذي يتوقعه العملاء في الخدمات المصرفية التي سوف تقدم لهم، ومستوى جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك البركة الجزائري من وجهة نظر عملائه، وقد استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات وشملت الدراسة 200 شخص، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن أعلى توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة المصرفية كانت لُبعد "الملموسية"، وأقلها كان لُبعد "الاعتمادية"، وأظهرت الدراسة فجوة بين توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة المصرفية وإدراكاتهم.

7-دراسة أبو زنيد والشريف (2008) بعنوان: جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية

العاملة في الضفة الغربية ومدى رضا العملاء عنها.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية في الضفة الغربية، وقد استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات وشملت الدراسة 1032 شخصا، وقد توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن ما نسبته (98.3 %) من العملاء يرون أن الخدمات المصرفية المقدمة من البنوك التجارية العاملة في الضفة الغربية مقبولة لديهم

الدراسات الأجنبية:

1- دراسة (Vershina، 2017) بعنوان:

Customer Satisfaction in the banking sector: a study of Russian bank PAO "SBERBANK"

هدفت الدراسة إلى قياس رضا العملاء المتعاملين مع بنك سيربانك في روسيا، وقد استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وشملت الدراسة 100 عميل، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن معظم العملاء راضون عن الخدمات التي يقدمها البنك، وأن مجموعة كبيرة من العينة قيمت بطاقات الائتمان والقروض تقييماً متديناً.

2- دراسة (Felix، 2017) بعنوان:

Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda

هدفت الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمة المقدمة ورضا العملاء في قطاع البنوك في دولة رواندا، وقد اتخذت دراسة حالة على "بنك رواندا الشعبي"، استخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات وشملت الدراسة 498 عميلاً من عملاء البنك، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها حصول الملموسية والتوكيد على أعلى تقييم من قبل عينة الدراسة، تلتها الاعتمادية، أما الاستجابة والتعاطف فقد حصلت على أقل تقييم من قبل عينة الدراسة، وأن جودة الخدمة المقدمة في بنك رواندا الشعبي متدينية، كما أن رضا العملاء عن جودة الخدمة المقدمة في بنك رواندا الشعبي متدينية.

3- دراسة (Roy & Sasha، 2015) بعنوان:

Customer Perception of Banking Service Quality: A Study on Jamuna Bank Limited in Sylhet City

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمة المقدمة في بنك جموانا في بنجلادش، وإلى التعرف أيضاً على وجهة نظر العملاء بالقطاع البنكي في بنجلادش، وقد استخدمت الاستبانة كأداة

لجمع البيانات وشملت الدراسة 102 عميلا من عملاء البنك، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها حصول الملموسية على اعلي تقييم في الدراسة أي أنها أكثر ما يهتم العميل، تلتها التوكيد، ومن ثم الاستجابة، ثم الاعتمادية، أما التعاطف فحصل على تقييم متدن.

4- دراسة (Agbemabiese & Anim & Nyanyofio، 2015) بعنوان:

Service Quality and Customer Satisfaction in the Ghanaian Banking Industry (A Case of Ghana Commercial Bank)

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في القطاع البنكي في غانا، هذه الدراسة هي دراسة حالة لبنك غانا التجاري، وقد تم الاستعانة بالاستبانة كأداة لجمع البيانات، وشملت الدراسة 120 شخصا من عملاء البنك، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها حصول الملموسية على اعلي تقييم في الدراسة أي انها اكثر ما يهتم العميل، تلتها الاعتمادية، ومن ثم التعاطف، ثم الاستجابة، واخيراً جاء التوكيد، وتوقعات العملاء كانت اعلي من جودة الخدمة المقدمة لهم.

5- دراسة (Khan & Fasih، 2014) بعنوان:

Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Evidence from Banking Sector

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء وولائهم، وقد تم الاستعانة بالاستبانة كأداة لجمع البيانات، وشملت الدراسة 270 شخصا من عملاء البنوك الخاصة والحكومية في باكستان، وقد استخدمت الدراسة أربعة من ابعاد جودة الخدمة وهي (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة والتعاطف) ولم يتم استخدام بُعد "الأمان"، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها التوصل إلى أن جودة الخدمة هي تقنية ممتازة لتعزيز رضا العملاء وولائهم، ووجود

علاقة طردية بين إبعاد الجودة الأربعة المستخدمة في الدراسة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة والتعاطف) ورضا العملاء وولائهم.

6- دراسة (Lau & Cheung & Lam & Chu، 2013) بعنوان:

Measuring Service Quality in the Banking Industry: A Hong Kong Based Study

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة على رضا العملاء وولائهم في القطاع البنكي في هونج كونج بالإضافة إلى التعرف على أهم سمات جودة الخدمة المقدمة في هذا القطاع، وقد تم الاستعانة بالاستبانة كأداة لجمع البيانات وشملت الدراسة 119 شخصا من عملاء بنك (HSBC) في هونج كونج، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها حصول الملموسية على اعلي تقييم في الدراسة أي أنها أكثر ما يهتم العميل، ومن ثم تلتها الاستجابة، ثم الاعتمادية، ثم التوكيد، واخيراً جاء التعاطف، ووجود علاقة بين جودة الخدمة المقدمة وبين رضا العملاء وولائهم في القطاع البنكي في هونج كونج، وأن العملاء راضون من حيث أن الخدمة المقدمة لهم هي كما كانوا موعودون بها من قبل البنك.

7- دراسة (Munusamy & Chelliah & Mun، 2010) بعنوان:

Service Quality Delivery and Its Impact Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في القطاع البنكي في ماليزيا، وقد تم الاستعانة بالاستبانة كأداة لجمع البيانات، وشملت الدراسة 140 شخصا من عملاء البنوك العاملة في ماليزيا، وقد توصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها وجود علاقة بين جودة الخدمة المقدمة وبين رضا العملاء في القطاع البنكي في ماليزيا.

التعليق على الدراسات السابقة:

التعليق على الدراسات العربية:

إن الدراسات العربية التي تبحث في مجال هذه الدراسة قد وصلت إلى نتائج مختلفة في بعض الأحيان، فقد خلُصت مثلاً دراسة (السبئي، 2017) إلى أن أقل ما يهتم العملاء من أبعاد الجودة هو بُعد التعاطف يليه بُعد الالتزام الشرعي، ودراسة (الزهرة، 2011) خلُصت إلى أن أقل ما يهتم العملاء من أبعاد الجودة هو بُعد الاستجابة، أما دراسة (هدى، 2010) فقد خلُصت إلى أن أقل ما يهتم العملاء من أبعاد الجودة هو بُعد الاعتمادية، ويرى الباحث أن ذلك يعود إلى خصوصية كل دولة من دولنا العربية، فالنتائج تختلف باختلاف المناطق التي يأتي منها كل بحث، ولكن ومع وجود هذا الاختلاف تجب الإشارة هنا إلى وجود نتائج متقاربة أيضاً في أحيان أخرى، فقد انفقت مثلاً دراستي (السبئي، 2017) و(الزهرة، 2011) إلى أن أكثر ما يهتم العملاء من أبعاد الجودة هو بُعد الأمان.

التعليق على الدراسات الأجنبية:

إن الدراسات الأجنبية في مجملها تشير إلى وجود علاقة بين جودة الخدمة المقدمة من قبل المؤسسة وبين رضا العملاء مثل دراسة (Khan & Fasih، 2014) و دراسة (Lau & Cheung & Lam) ودراسة (Munusamy & Chelliah & Mun، 2010) وغيرها، وقد أشار الباحثون إلى ضرورة تحسين القدرة على تقديم الخدمة الموعودة للعملاء، وأهمية بذل المزيد من الاهتمام إلى أبعاد جودة الخدمة المختلفة لدورها المؤثر في رضا العملاء ، بل إن بعض الدراسات أشارت إلى أهميتها في الحصول على ولاء العملاء مثل دراسة (Agbemabiese & Anim & Nyanyofio، 2015) مثلاً .

ويرى الباحث وجود تقارب بين الدراسات العربية والأجنبية، مثل دراستي (Aff، 2017) و(هدى، 2010) واللتين خلُصتا إلى أن إلى أن أكثر ما يهتم العملاء من أبعاد الجودة هو بُعد الملموسية، مع

وجود بعض الفوارق التي تعود إلى خصوصية كل دولة أو منطقة أجريت فيها الدراسة، فالدراسات العربية والأجنبية تؤكد أهمية أبعاد جودة الخدمة في رضا العملاء والحصول على ثقتهم وولائهم.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

لقد أجريت العديد من الدراسات التي تبحث في أبعاد الجودة، ومنها ما هو متعلق بجودة الخدمات المصرفية، ومعظم هذه الدراسات تبحث في أثر جودة الخدمة المقدمة على رضا العملاء وولائهم، مثل دراسات (مسلم وصاحب، 2017) و (حسونة، 2016) و (Vershina، 2017) و (Munusamy & Chelliah & Mun، 2010) وغيرها، ولكن أهم ما يميز هذه الدراسة هو أنها دراسة تقارن بين جودة الخدمة المصرفية المقدمة في البنوك التجارية والبنوك الإسلامية، فهي تقارن بين جودة الخدمة ولا تدرس أثرها على رضا العملاء وولائهم.

الفصل الثالث

الطريقة والإجراءات

- 3-1- المقدمة.
- 3-2- منهج الدراسة.
- 3-3- مصادر جمع البيانات.
- 3-4- ثبات الأداة
- 3-5- صدق الأداة
- 3-6- مجتمع الدراسة.
- 3-7- عينة الدراسة.
- 3-8- خطوات تطبيق الدراسة.
- 3-9- متغيرات الدراسة.
- 3-10- المعالجة الإحصائية للبيانات.

3-1- المقدمة

تناول هذا الفصل وصفاً كاملاً ومفصلاً لطريقة وإجراءات الدراسة التي قام بها الباحث لتنفيذ هذه الدراسة وشمل وصف منهج الدراسة، مجتمع الدراسة، أداة الدراسة، صدق الأداة، ثبات الأداة، إجراءات الدراسة، والتحليل الإحصائي.

2-3- منهج الدراسة

اعتمد الباحث في الدراسة على البحث الكمي (المنهج الوصفي التحليلي) من خلال أسلوب "دراسة مقارنة" والذي يعمل على المقارنة بين جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل، حيث يرى الباحث أن هذا المنهج هو الأنسب لموضوع الدراسة.

3-3- مصادر جمع البيانات

اعتمد الباحث على مصدرين أساسيين لجمع البيانات هما:

3-3-1- المصادر الأولية

اعتمد الباحث على الإستبانة كمصدر أولي لجمع البيانات في الدراسة، حيث تم توزيعها على عينة الدراسة من عملاء البنوك التجارية والإسلامية الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل.

تم استخدام الإستبانة المستخدمة في دراسة (الكركي، 2010)، مع إجراء بعض التعديلات عليها بما يتوافق مع أهداف الدراسة الحالية بعد الأخذ بملاحظات الدكتور المشرف والمحكمين، حيث تم استخدام نموذج (SERVPEFF MODEL)، ويمكن من خلال هذا النموذج قياس جودة الخدمة من خلال خمسة أبعاد وهي كالتالي:

1. الملموسية: ويقصد بها العناصر المادية كالأجهزة والمعدات والتكنولوجيا المستخدمة

والمظهر الخارجي للمؤسسة.

2. الاعتمادية: ويقصد بها قدرة مقدم الخدمة على تقديم الخدمة التي وعد بها بدقة عالية

وبالشكل الصحيح من المرة الأولى.

3. الاستجابة: ويقصد بها قدرة ورغبة مقدمي الخدمة على تقديمها للعملاء عند احتياجهم إليها والرد السريع على استفساراتهم.

4. الأمان: ويقصد بها خلو المعاملات مع المؤسسة المقدمة للخدمة من الشك او الخطورة وبالتالي ثقة العميل بالخدمة التي يقدمها.

5. التعاطف: ويقصد بها إبداء العناية والاهتمام الشخصي بالعميل.

وتتدرج الإجابة على فقرات الاستبيان كالتالي: (غير موافق بشدة=1)، (غير موافق=2)،

(محايد=3)، (موافق=4)، (موافق بشدة=5)، على المقياس ذو التدرج الخماسي من (1-5).

وقد تضمنت إستبانة الدراسة ثلاثة أقسام أساسية كما يلي:

- القسم الأول: يتمثل بأسئلة تخص السمات الشخصية للفئة المبحوثة تتمثل في: نوع البنك،

الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع البنك، الدخل الشهري.

- القسم الثاني: يتمثل بأسئلة تعمل على قياس جودة الخدمات الفعلية المدركة من قبل العملاء.

- القسم الثالث: وهو عبارة عن سؤال مفتوح يتيح للمستجيب التعبير عن رأيه في جودة

الخدمات المقدمة من البنوك

3-3-2- المصادر الثانوية

اعتمد الباحث في معالجة الإطار النظري للدراسة على مصادر البيانات الثانوية والمتمثلة بعدد من

المراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بموضوع البحث، بالإضافة إلى الدراسات والأبحاث السابقة

والرسائل العلمية التي تناولت موضوع الدراسة.

3-4- ثبات الأداة:

يستخدم ثبات أداة الدراسة للتعبير عن مدى تجانس وتناسق (اتساق) إجابات المبحوثين على فقرات وعبارات أداة الدراسة ومدى دقة إجاباتهم، وبالتالي أن تعطي أداة الدراسة النتائج نفسها إذا أعيد تطبيقها مرة أخرى في نفس الظروف (Sauro & Lewis، 2012). لذلك ولقياس ثبات أداة الدراسة تم قياس الثبات لمجالات أداة الدراسة والفقرات بالإضافة إلى الدرجة الكلية لأداة الدراسة باستخدام معاملات الثبات كرونباخ ألفا على عينة الدراسة الأصلية، وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (1): معاملات الثبات لمجالات الدراسة

معامل الثبات ألفا كرونباخ	عدد الفقرات	المجال
0.85	6	بُعد الملموسية
0.74	5	بُعد الاعتمادية
0.65	4	بُعد الاستجابة
0.74	5	بُعد الأمان
0.77	5	بُعد التعاطف
0.85	25	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية

كما يتضح من الجدول السابق، تراوحت قيم معاملات الثبات (0.65-0.85)، كما بلغت قيمة معامل الثبات الكلية (0.85)، مما يدل على أن أداة الدراسة الحالية قادرة على إعادة إنتاج 85% من البيانات والنتائج الحالية فيما لو تم إعادة القياس والبحث واستخدامها مرة أخرى بنفس الظروف، وبالتالي اعتبرت أداة الدراسة الحالية مناسبة لأغراض الدراسة والأهداف التي وضعت هذه المجالات وفقراتها من أجلها.

للارتقاء بمستوى الاستبيانات ولضمان تحقيقها للأهداف التي وضعت من أجلها، تمت مراجعتها وتحكيمها من قبل عدد من الأكاديميين والمتخصصين في مجال الدراسة، كما تم استشارة اختصاصيين في مجال الإحصاء من أجل عملية إدخال البيانات وتحليلها. وفي ضوء ملاحظات المحكمين تم تعديل بعض عبارات الاستبيانات كي تصبح أكثر وضوحاً من حيث الصياغة وانتماءها للمحاور التي تندرج تحتها.

من ناحية أخرى تم حساب معاملات الارتباط بيرسون والتي تعبر عن قوة العلاقة بين كل فقرة من فقرات أبعاد أداة الدراسة مع الدرجة الكلية لذلك البعد الذي تنتمي إليه الفقرة، وتعتبر أداة الدراسة بأنها تتمتع بدرجة صدق عالي عندما تكون جميع أو معظم معاملات الارتباط دالة إحصائياً (مستوى الدلالة أقل من 0.05)، وبالتالي يدل على زيادة الاتساق أو التناسق الداخلي للفقرات داخل هذا البعد (Sauro & Lewis, 2012).

الجدول رقم (2): معاملات الارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لبُعد الملموسية.

الرقم	العبرة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة المعنوية
1.	يمتلك البنك الذي تتعامل معه أجهزة ومعدات حديثة	0.794	0.000
2.	المظهر العام للبنك الذي تتعامل معه جذاب	0.822	0.000
3.	يتمتع البنك بموقع قريب ومناسب	0.753	0.000
4.	تغطي خدمات الصراف الآلي مناطق قريبة بالنسبة الي	0.727	0.000
5.	المواد المتعلقة بخدمات البنك الذي تتعامل معه جذابة المظهر	0.726	0.000
6.	يتمتع موظفو البنك الذي تتعامل معه بمظهر أنيق وحسن	0.729	0.000

الجدول رقم (3): معاملات الارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لُبعد الاعتمادية.

الرقم	العبارة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة المعنوية
.7	عندما تعد إدارة البنك الذي تتعامل معه بالقيام بعمل ما في وقت محدد فإنها تلتزم بذلك	0.654	0.000
.8	يهتم البنك بحل المشكلات التي تواجه زبائنه	0.748	0.000
.9	يقدم البنك الخدمة بشكل صحيح من المرة الأولى وفي كل مرة تليها	0.733	0.000
.10	يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي يتعامل بها الزبائن مع البنك	0.718	0.000
.11	الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك ساعدت في تسهيل حصول الزبائن على الخدمات	0.659	0.000

الجدول رقم (4): معاملات الارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لُبعد الاستجابة.

الرقم	العبارة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة المعنوية
.12	يحدد البنك وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن	0.716	0.000
.13	يتم الحصول على الخدمة بشكل فوري	0.800	0.000
.14	موظفو البنك مستعدون دائماً لمساعدة الزبائن	0.702	0.000
.15	يستخدم البنك خدمة الهاتف النقال كوسيلة للتعريف بخدماته	0.579	0.000

الجدول رقم (5): معاملات الارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لُبعد الأمان.

الرقم	العبارة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة المعنوية
.16	اشعر بالأمان في معاملاتي مع البنك	0.695	0.000
.17	الموظفون في البنك أهل للثقة	0.760	0.000
.18	يوفر البنك لزيائنه وسائل تسهل عملية تعاملهم مع البنك	0.710	0.000
.19	يبلغ البنك زبائنه بالتطورات التي تطرأ على الأعمال	0.691	0.000

		المصرفية داخل المصرف	
0.000	0.658	وجود الوسائل الالكترونية مثل الإنذار المبكر يسهم في طمأنة المواطنين للتعامل مع البنك	20.

الجدول رقم (6): معاملات الارتباط بيرسون بين الفقرات والدرجة الكلية لُبعد التعاطف.

الرقم	العبرة	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة المعنوية
21.	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون	0.643	0.000
22.	يضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماته	0.662	0.000
23.	يعرف العاملون في البنك احتياجات الزبون ويسعون الى تحقيقها	0.505	0.000
24.	لا يمنح البنك القروض للزبائن بفوائد وعمولات مناسبة مقارنة بالبنوك الأخرى	0.271	0.000
25.	الأرباح التي يمنحها البنك للمواطنين على مدخراتهم قليلة	0.275	0.000

الجدول رقم (7): معاملات الارتباط بيرسون بين الدرجات الكلية لأبعاد الدراسة والدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية.

المجال	معامل الارتباط بيرسون	مستوى الدلالة المعنوية
بُعد الملموسية	0.551	0.000
بُعد الاعتمادية	0.731	0.000
بُعد الاستجابة	0.658	0.000
بُعد الأمان	0.751	0.000
بُعد التعاطف	0.477	0.000

من خلال الجداول السابقة يتضح وجود ارتباطات دالة إحصائية (مستويات الدلالة المعنوية أقل من 0.05) بين جميع فقرات الدراسة والدرجات الكلية للأبعاد التي تحتوي تلك الفقرات وكذلك بين الدرجات

الكلية للأبعاد مع الدرجة الكلية لها، وبذلك تعتبر هذه الفقرات و مجالاتها صادقة في قياس ما وضعت لقياسه.

3-6- مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء البنوك الفلسطينية التجارية والإسلامية العاملة في مدينة الخليل، وتشمل فرع البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليلوهي كالتالي: (بنك فلسطين (أربعة فروع)، وبنك الإستثمار الفلسطيني (فرعين)، وبنك القدس (فرعين)، والبنك الوطني(فرع واحد) إضافة إلى فروع البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل البنك الإسلامي الفلسطيني (فرعين)، والبنك الإسلامي العربي (فرعين)، ومصرف الصفا (فرع واحد) (سلطة النقد الفلسطينية، 2018).

3-7- عينة الدراسة

إشتملت الدراسة على عينة قوامها (390) مستجيبا ، ، حيث أن عينة الدراسة هي عينة عشوائية (Random Sample)، وقد تم تقسيمها إلى قسمين بواقع (195) فردا لكل من البنوك الإسلامية والبنوك التجارية، وبلغ عدد الاستبيانات المسترجعة 371 بنسبة استرداد 95% تقريبا. والجدول التالي يوضح خصائص المبحوثين الشخصية والديمغرافية في عينة الدراسة المستردة:

جدول (8): خصائص المبحوثين الشخصية والديمغرافية داخل عينة الدراسة:

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية
نوع البنك	بنك تجاري	183	49.3%
	بنك إسلامي	188	50.7%
	المجموع	371	100.0%
الجنس	ذكر	212	57.1%
	أنثى	159	42.9%
	المجموع	371	100.0%
العمر	من 18 - 30 سنة	138	37.2%
	من 31 - 40 سنة	127	34.2%

12.7%	47	من 41 - 50 سنة	
8.9%	33	من 51 - 60 سنة	
7.0%	26	اكبر من 60 سنة	
100.0%	371	المجموع	
15.6%	58	اقل من ثانوية عامة	المؤهل العلمي
23.5%	87	ثانوية عامة	
15.9%	59	دبلوم	
35.6%	132	بكالوريوس	
9.4%	35	ماجستير فأعلى	
100.0%	371	المجموع	
15.6%	58	تاجر	المهنة
28.8%	107	موظف قطاع خاص	
29.9%	111	موظف حكومي	
5.9%	22	موظف وكالة	
19.7%	73	أخرى	
100.0%	371	المجموع	
7.8%	29	اقل من سنة	عدد سنوات التعامل مع البنك
16.7%	62	من 1-2 سنة	
32.3%	120	من 3-4 سنوات	
18.3%	68	من 5-6 سنوات	
6.5%	24	من 6-7 سنوات	
18.3%	68	اكثر من 8 سنوات	
100.0%	371	المجموع	
3.0%	11	اقل من 1000 شيكل	الدخل الشهري
20.8%	77	من 1000-2000 شيكل	
38.3%	142	من 2001-3000 شيكل	
15.6%	58	من 3001-4000 شيكل	
11.1%	41	من 4001-5000 شيكل	
11.3%	42	اكثر من 5000 شيكل	
100.0%	371	المجموع	

3-8- خطوات تطبيق الدراسة:

- 1- بعد التأكد من صدق أداة الدراسة قام الباحث بطبع وتوزيع 390 استبانة على مجموعة من عملاء البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل، حيث تم توزيع الاستبانات مناصفة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية، فقد قام الباحث بتوزيع 49 استبانة على كل من بنك فلسطين وبنك القدس والبنك الوطني، و48 استبانة في بنك الاستثمار الفلسطيني. وقد تم توزيع 65 استبانة على كل من البنك الإسلامي الفلسطيني والبنك الإسلامي العربي ومصرف الصفا. حيث قام العميل بالتوجه إلى فروع هذه البنوك وتوزيع الاستبانات بشكل عشوائي على العملاء المتواجدين في هذه الفروع.
- 2- قام الباحثون بتعبئة الاستبانة بما هو مطلوب منهم وبعد ذلك قام الباحث بجمعها منهم وقد بلغت الاستبانات المسترجعة 371 إستبيان بنسبة استرداد بلغت 95%.
- 3- قام الباحث بإدخال الاستبانات إلى جهاز الحاسوب لتحليل النتائج باستخدام برنامج التحليل الإحصائي.

3-9- متغيرات الدراسة

المتغيرات الشخصية والديمغرافية (متغيرات مستقلة): (نوع البنك، الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع البنك، الدخل الشهري).

مجالات ومحاور الدراسة (متغيرت المستقلة) : أبعاد جودة الخدمات المصرفية:

1. بُعد الملموسية.

2. بُعد الاعتمادية.

3. بُعد الاستجابة.

4. بُعد الأمان.

5. بُدُ التعاطف

المتغير التابع: جودة الخدمة المصرفية

10-3- المعالجة الإحصائية

بعد جمع بيانات الدراسة، قام الباحث بمراجعتها تمهيدا لإدخالها إلى الحاسوب وقد تم إدخالها للحاسوب بإعطائها أرقام معينة أي بتحويل الإجابات اللفظية إلى رقمية حيث أعطيت الإجابة (غير موافق بشدة =1)، (غير موافق=2)، (محايد=3)، (موافق=4)، (موافق بشدة=5)، على مقياس ليكرت الخماسي.

وقد تمت المعالجة الإحصائية اللازمة للبيانات باستخراج الأعداد والنسب المئوية لخصائص المبحوثين الشخصية، كما تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان والدرجات الكلية للمجالات، وذلك لأن الدرجات الكلية هي عبارة عن متغيرات كمية بسبب تكونها من مجموع (أو وسط حسابي) لدرجات الفقرات والتي هي متغيرات ترتيبية تم إسناد أرقام تعبر عن ترتيبها (بدرجة قليلة جدا=1 إلى بدرجة كبيرة جدا=5). وحسب جيف ساورو ولويس فإنه لا مانع من التعامل مع البيانات الترتيبية متعددة المقاييس على أنها كمية (Sauro & Lewis، 2012)، وأن توظيف الطبيعة الكمية للبيانات الترتيبية عن طريق إسناد وتخصيص درجات عددية لها يعطي فوائد ومزايا متنوعة لتحليل البيانات (أجريسيس، 2002)، وعليه فإنه من المناسب استخدام الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية وباقي الأساليب الإحصائية الخاصة بالبيانات الكمية في تحليل فقرات الاستبيان، حيث أن الوسط الحسابي للفقرة يعطي توصيفا واضحا وسهلا ومختصر الدرجة لما يريد المبحوث التعبير عنه أكثر من النسب المئوية والتي تحتاج إلى استخدام أكثر من نسبة للتعبير عن درجة الفقرة ومستواها.

وقد تم الإجابة على أسئلة الدراسة عن طريق اختبار (ت) للعينات المستقلة (Two Independent Samples T-test) و اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)، كما تم استخدام معادلة الثبات (كرونباخ ألفا) لفحص ثبات أداة الدراسة وأسلوب تحليل معاملات الارتباط بيرسون لفحص صدق أداة الدراسة، وذلك باستخدام الحاسوب باستخدام برنامج الرزم الإحصائية SPSS .

11-3 - مفتاح التصحيح

بعد إعطاء اتجاهات أفراد العينة أرقاماً تمثل أوزاناً لاتجاهاتهم من (1 _ 5)، ثم حساب فرق أدنى قيمة وهي 1 من أعلى قيمة وهي $5 = 4$ وهو ما يسمى المدى، ثم تم قسمة قيمة المدى على عدد المجالات المطلوبة في الحكم على النتائج وهو 3 ليصبح الناتج $4/3 = 1.33$ ، وبالتالي نستمر في زيادة هذه القيمة ابتداء من أدنى قيمة وذلك لإعطاء الفترات الخاصة بتحديد المستوى بالاعتماد على الوسط الحسابي، والجدول رقم (9) يوضح ذلك :

جدول رقم (9): مفتاح التصحيح

المستوى	الوسط الحسابي
منخفضة	أقل من 2.34
متوسطة	من 2.34 _ أقل من 3.67
مرتفعة	من 3.67 فأكثر

الفصل الرابع

نتائج البحث

4-1- المقدمة.

4-2- نتائج الدراسة.

4-1- المقدمة

يقدم هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث عن موضوع الدراسة وهو " جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل: دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية" والإجابة على أسئلة الدراسة وتحليل البيانات الإحصائية التي تم الحصول عليها.

4-2- تحليل البيانات الإحصائية الخاصة بأسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي الأول: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجات الكلية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل حسب آراء العملاء:

الجدول رقم (10): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجات الكلية لأبعاد جودة الخدمات

المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل حسب آراء العملاء

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل
مرتفعة	0.72	3.81	بُعد الملموسية
متوسطة	0.68	3.33	بُعد الاعتمادية
متوسطة	0.73	3.08	بُعد الاستجابة
متوسطة	0.66	3.46	بُعد الأمان
متوسطة	0.47	2.91	بُعد التعاطف
متوسطة	0.42	3.35	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية

يتضح من الجدول السابق بأن الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل متوسطة حيث بلغت درجة الوسط الحسابي الكلية (3.35) والانحراف المعياري (0.42)، كما يتضح بأن جميع درجات الانحراف المعياري للأبعاد مناسبة وتقع

في الحدود الطبيعية. وكانت أعلى الدرجات هي درجة بعد الملموسية وهي مرتفعة بوسط حسابي (3.81)، يليه بعد الأمان ودرجته متوسطة بوسط حسابي (3.46)، يليه بعد الاعتمادية ودرجته متوسطة بوسط حسابي (3.33)، ثم بعد الاستجابة ودرجته متوسطة بوسط حسابي (3.08)، وأخيرا بعد التعاطف ودرجته متوسطة بوسط حسابي (2.91).

وينبثق عن السؤال الرئيسي السابق الأسئلة الفرعية التالية:

السؤال الأول: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الملموسية في البنوك التجارية:

جدول رقم (11): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الملموسية في البنوك التجارية.

الترتيب	رقم الفقرة	جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.1	1	يمتلك البنك الذي تتعامل معه أجهزة ومعدات حديثة	3.95	0.99	مرتفعة
.2	2	المظهر العام للبنك الذي تتعامل معه جذاب	3.90	0.90	مرتفعة
.3	6	يتمتع موظفو البنك الذي تتعامل معه بمظهر أنيق وحسن	3.90	0.90	مرتفعة
.4	3	يتمتع البنك بموقع قريب ومناسب	3.75	0.96	مرتفعة
.5	5	المواد المتعلقة بخدمات البنك الذي تتعامل معه جذابة المظهر	3.73	0.92	مرتفعة
.6	4	تغطي خدمات الصراف الآلي مناطق قريبة بالنسبة لي	3.64	0.88	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.81	0.72	مرتفعة

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة

التي تقيس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من

حيث بُعد الملموسية مرتبة ترتيبا تنازليا حسب درجات الوسط الحسابي، وتشير الدرجة الكلية الواردة

في الجدول أن اتجاهات المبحوثين كانت مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (3.81) والانحراف المعياري الكلي مقداره (0.72) والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات مناسبة و تقع في الحدود الطبيعية، مما يدل على أن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية مرتفعة.

ورتيبت فقرات الأداة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الأوساط الحسابية، وقد جاء في مقدمة هذه الفقرات :
الفقرة (يمتلك البنك الذي تتعامل معه أجهزة ومعدات حديثة) بمتوسط حسابي مقداره (3.95) وانحراف معياري مقداره (0.99)، الفقرة (المظهر العام للبنك الذي تتعامل معه جذاب) بمتوسط حسابي مقداره (3.9) وانحراف معياري مقداره (0.9)، الفقرة (يتمتع موظفو البنك الذي تتعامل معه بمظهر أنيق وحسن) بمتوسط حسابي مقداره (3.9) وانحراف معياري مقداره (0.9).

في حين كانت أدنى الفقرات : الفقرة (تغطي خدمات الصراف الآلي مناطق قريبة بالنسبة الي) بمتوسط حسابي مقداره (3.64) وانحراف معياري مقداره (0.88)، الفقرة (المواد المتعلقة بخدمات البنك الذي تتعامل معه جذابة المظهر) بمتوسط حسابي مقداره (3.73) وانحراف معياري مقداره (0.92)، الفقرة (يتمتع البنك بموقع قريب ومناسب) بمتوسط حسابي مقداره (3.75) وانحراف معياري مقداره (0.96).

و من خلال آراء المبحوثين واتجاهاتهم العالية والموافقة، يمكن تلخيص ما سبق بالاستنتاجات التالية :
جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية تتمثل بأنه تمتلك البنوك التي يتعامل معها المبحوثون أجهزة ومعدات حديثة، المظهر العام للبنوك جذابة، يتمتع موظفو البنوك بمظهر أنيق وحسن، يتمتع البنك بموقع قريب ومناسب، المواد المتعلقة بخدمات البنك جذابة المظهر.

السؤال الثاني: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة

في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاعتمادية في البنوك التجارية:

جدول رقم (12): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاعتمادية في البنوك التجارية.

الترتيب	رقم الفقرة	جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.7	11	الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك ساعدت في تسهيل حصول الزبائن على الخدمات	3.49	0.98	متوسطة
.8	7	عندما تعد إدارة البنك الذي تتعامل معه بالقيام بعمل ما في وقت محدد فإنها تلتزم بذلك	3.33	0.96	متوسطة
.9	10	يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي يتعامل بها الزبائن مع البنك	3.33	0.96	متوسطة
.10	8	يهتم البنك بحل المشكلات التي تواجه زبائنه	3.30	0.95	متوسطة
.11	9	يقدم البنك الخدمة بشكل صحيح من المرة الأولى وفي كل مرة تليها	3.21	0.96	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.33	0.68	متوسطة

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة

التي تقيس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من

حيث بُعد الاعتمادية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي، وتشير الدرجة الكلية الواردة

في الجدول أن اتجاهات المبحوثين كانت متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (3.33)

والانحراف المعياري الكلي مقداره (0.68) والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات مناسبة و تقع في

الحدود الطبيعية، مما يدل على أن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية

العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية متوسطة.

ورتيبت فقرات الأداة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الأوساط الحسابية، وقد جاء في مقدمة هذه الفقرات :
 الفقرة (الخدمات الإلكترونية التي يقدمها البنك ساعدت في تسهيل حصول الزبائن على الخدمات)
 بمتوسط حسابي مقداره (3.49) وانحراف معياري مقداره (0.98)، الفقرة (عندما تعد إدارة البنك الذي
 تتعامل معه بالقيام بعمل ما في وقت محدد فإنها تلتزم بذلك) بمتوسط حسابي مقداره (3.33) وانحراف
 معياري مقداره (0.96)، الفقرة (يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي يتعامل بها الزبائن
 مع البنك) بمتوسط حسابي مقداره (3.33) وانحراف معياري مقداره (0.96).

في حين كانت أدنى الفقرات : الفقرة (يقدم البنك الخدمة بشكل صحيح من المرة الأولى وفي كل مرة
 تليها) بمتوسط حسابي مقداره (3.21) وانحراف معياري مقداره (0.96)، الفقرة (يهتم البنك بحل
 المشكلات التي تواجه زبائنه) بمتوسط حسابي مقداره (3.3) وانحراف معياري مقداره (0.95).

**السؤال الثالث: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة
 في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة؟**

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاستجابة في البنوك التجارية:

جدول رقم (13): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاستجابة في البنوك التجارية.

الترتيب	رقم الفقرة	جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.12	14	موظفو البنك مستعدون دائماً لمساعدة الزبائن	3.40	0.97	متوسطة
.13	15	يستخدم البنك خدمة الهاتف النقال كوسيلة للتعريف بخدماته	3.09	1.10	متوسطة
.14	12	يحدد البنك وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن	3.07	1.07	متوسطة
.15	13	يتم الحصول على الخدمة بشكل فوري	2.75	1.08	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.08	0.73	متوسطة

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة التي تقيس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة مرتبة ترتيبيا تنازليا حسب درجات الوسط الحسابي، وتشير الدرجة الكلية الواردة في الجدول أن اتجاهات المبحوثين كانت متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (3.08) والانحراف المعياري الكلي مقداره (0.73) والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات مناسبة و تقع في الحدود الطبيعية، مما يدل على أن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة متوسطة.

ورُتبت فقرات الأداة ترتيبيا تنازليا حسب درجات الأوساط الحسابية، وقد جاء في مقدمة هذه الفقرات : الفقرة (موظفو البنك مستعدون دائما لمساعدة الزبائن) بمتوسط حسابي مقداره (3.4) وانحراف معياري مقداره (0.97)، الفقرة (يستخدم البنك خدمة الهاتف النقال كوسيلة للتعريف بخدماته) بمتوسط حسابي مقداره (3.09) وانحراف معياري مقداره (1.1).

في حين كانت أدنى الفقرات : الفقرة (يتم الحصول على الخدمة بشكل فوري) بمتوسط حسابي مقداره (2.75) وانحراف معياري مقداره (1.08)، الفقرة (يحدد البنك وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن) بمتوسط حسابي مقداره (3.07) وانحراف معياري مقداره (1.07).

السؤال الرابع: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة

في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الأمان في البنوك التجارية:

جدول رقم(14): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الأمان في البنوك التجارية.

الترتيب	رقم الفقرة	جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.16	17	الموظفون في البنك أهل للثقة	3.59	0.85	متوسطة
.17	16	اشعر بالأمان في معاملتي مع البنك	3.51	0.90	متوسطة
.18	18	يوفر البنك لزيائنه وسائل تسهل عملية تعاملهم مع البنك	3.49	0.86	متوسطة
.19	20	وجود الوسائل الالكترونية مثل الإنذار المبكر يسهم في طمأنة المواطنين للتعامل مع البنك	3.43	1.01	متوسطة
.20	19	يبلغ البنك زبائنه بالتطورات التي تطرأ على الأعمال المصرفية داخل المصرف	3.29	0.98	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.46	0.66	متوسطة

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة

التي تقيس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من

حيث بُعد الأمان مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي، وتشير الدرجة الكلية الواردة في

الجدول أن اتجاهات المبحوثين كانت متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية(3.46)

والانحراف المعياري الكلي مقداره(0.66) والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات مناسبة و تقع في

الحدود الطبيعية، مما يدل على أن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية

العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان متوسطة.

ورتيبت فقرات الأداة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الأوساط الحسابية، وقد جاء في مقدمة هذه الفقرات :
 الفقرة (الموظفون في البنك أهل للثقة) بمتوسط حسابي مقداره (3.59) وانحراف معياري مقداره (0.85)، الفقرة (اشعر بالأمان في معاملاتي مع البنك) بمتوسط حسابي مقداره (3.51) وانحراف معياري مقداره (0.9)، الفقرة (يوفر البنك لزيائنه وسائل تسهل عملية تعاملهم مع البنك) بمتوسط حسابي مقداره (3.49) وانحراف معياري مقداره (0.86).

في حين كانت أدنى الفقرات : الفقرة (يبلغ البنك زيائنه بالتطورات التي تطرأ على الأعمال المصرفية داخل المصرف) بمتوسط حسابي مقداره (3.29) وانحراف معياري مقداره (0.98)، الفقرة (وجود الوسائل الالكترونية مثل الإنذار المبكر يسهم في طمأنة المواطنين للتعامل مع البنك) بمتوسط حسابي مقداره (3.43) وانحراف معياري مقداره (1.01).

السؤال الخامس: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد التعاطف في البنوك التجارية:

جدول رقم (15): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد التعاطف في البنوك التجارية.

الترتيب	رقم الفقرة	جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.21	*25	الأرباح التي يمنحها البنك للمواطنين على مدخراتهم قليلة	3.41	1.15	متوسطة
.22	*24	لا يمنح البنك القروض للزيائن بفوائد وعمولات مناسبة مقارنة بالبنوك الأخرى	3.25	1.09	متوسطة
.23	23	يعرف العاملون في البنك احتياجات الزبون ويسعون الى تحقيقها	3.12	1.00	متوسطة
.24	22	يضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماته	3.11	1.03	متوسطة
.25	21	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون	2.99	1.16	متوسطة

متوسطة	0.47	2.91	الدرجة الكلية
--------	------	------	---------------

* الفقرتان 24 و 25 هما فقرتان عكسيتان، تم حساب الدرجة الكلية لبعد التعاطف بعد عكس درجات هاتان الفقرتان لتصبح الإجابات (موافق

بشدة=1، موافق=2، محايد=3، غير موافق=4، غير موافق بشدة=5) ومن ثم إرجاعهما إلى أصلهما بعد حساب الدرجة الكلية.

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة التي تقيس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي، وتشير الدرجة الكلية الواردة في الجدول أن اتجاهات المبحوثين كانت متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (2.91) والانحراف المعياري الكلي مقداره (0.47) والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات مناسبة و تقع في الحدود الطبيعية، مما يدل على أن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف متوسطة.

ورُتبت فقرات الأداة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الأوساط الحسابية، وقد جاء في مقدمة هذه الفقرات : الفقرة (الأرباح التي يمنحها البنك للمواطنين على مدخراتهم قليلة) بمتوسط حسابي مقداره (3.41) وانحراف معياري مقداره (1.15)، الفقرة (لا يمنح البنك القروض للزبائن بفوائد وعمولات مناسبة مقارنة بالبنوك الأخرى) بمتوسط حسابي مقداره (3.25) وانحراف معياري مقداره (1.09).

في حين كانت أدنى الفقرات : الفقرة (يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون) بمتوسط حسابي مقداره (2.99) وانحراف معياري مقداره (1.16)، الفقرة (يضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماته) بمتوسط حسابي مقداره (3.11) وانحراف معياري مقداره (1.03)، الفقرة (يعرف العاملون في البنك احتياجات الزبون ويسعون إلى تحقيقها) بمتوسط حسابي مقداره (3.12) وانحراف معياري مقداره (1).

السؤال الرئيسي الثاني: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك

الإسلامية العاملة في مدينة الخليل؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجات الكلية لأبعاد جودة الخدمات

المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل حسب آراء العملاء:

الجدول رقم (16): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية للدرجات الكلية لأبعاد جودة الخدمات

المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل حسب آراء العملاء.

الدرجة	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	أبعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل
مرتفعة	0.73	3.79	بُعد الملموسية
متوسطة	0.73	3.22	بُعد الاعتمادية
متوسطة	0.81	3.05	بُعد الاستجابة
متوسطة	0.69	3.34	بُعد الأمان
متوسطة	0.57	2.88	بُعد التعاطف
متوسطة	0.44	3.29	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية

يتضح من الجدول السابق بأن الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك

الإسلامية العاملة في مدينة الخليل متوسطة حيث بلغت درجة الوسط الحسابي الكلية (3.29)

والانحراف المعياري (0.44)، كما يتضح بأن جميع درجات الانحراف المعياري للأبعاد مناسبة وتقع

في الحدود الطبيعية. وكانت أعلى الدرجات هي درجة بعد الملموسية وهي مرتفعة بوسط حسابي

(3.79)، يليه بعد الأمان ودرجته متوسطة بوسط حسابي (3.34)، يليه بعد الاعتمادية ودرجته

متوسطة بوسط حسابي(3.22)، ثم بعد الاستجابة ودرجته متوسطة بوسط حسابي(3.05)، وأخيرا بعد التعاطف ودرجته متوسطة بوسط حسابي(2.88).

وينبثق عن السؤال الرئيسي السابق الأسئلة الفرعية التالية:

السؤال الأول: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الملموسية في البنوك الإسلامية:

جدول رقم (17): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الملموسية في البنوك الإسلامية.

الترتيب	رقم الفقرة	جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.26	1	يمتلك البنك الذي تتعامل معه أجهزة ومعدات حديثة	3.91	0.97	مرتفعة
.27	2	المظهر العام للبنك الذي تتعامل معه جذاب	3.85	0.97	مرتفعة
.28	3	يتمتع البنك بموقع قريب ومناسب	3.83	0.94	مرتفعة
.29	6	يتمتع موظفو البنك الذي تتعامل معه بمظهر أنيق وحسن	3.76	1.01	مرتفعة
.30	4	تغطي خدمات الصراف الآلي مناطق قريبة بالنسبة الي	3.72	0.99	مرتفعة
.31	5	المواد المتعلقة بخدمات البنك الذي تتعامل معه جذابة المظهر	3.66	1.02	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.79	0.73	مرتفعة

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة التي تقيس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية مرتبة ترتيبا تنازليا حسب درجات الوسط الحسابي، وتشير الدرجة الكلية الواردة في الجدول أن اتجاهات الباحثين كانت مرتفعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية(3.79)

والانحراف المعياري الكلي مقداره (0.73) والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات مناسبة و تقع في الحدود الطبيعية، مما يدل على أن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية مرتفعة.

ورتببت فقرات الأداة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الأوساط الحسابية، وقد جاء في مقدمة هذه الفقرات: الفقرة (يمتلك البنك الذي تتعامل معه أجهزة ومعدات حديثة) بمتوسط حسابي مقداره (3.91) وانحراف معياري مقداره (0.97)، الفقرة (المظهر العام للبنك الذي تتعامل معه جذاب) بمتوسط حسابي مقداره (3.85) وانحراف معياري مقداره (0.97)، الفقرة (يتمتع البنك بموقع قريب ومناسب) بمتوسط حسابي مقداره (3.83) وانحراف معياري مقداره (0.94).

في حين كانت أدنى الفقرات: الفقرة (المواد المتعلقة بخدمات البنك الذي تتعامل معه جذابة المظهر) بمتوسط حسابي مقداره (3.66) وانحراف معياري مقداره (1.02)، الفقرة (تغطي خدمات الصراف الآلي مناطق قريبة بالنسبة الي) بمتوسط حسابي مقداره (3.72) وانحراف معياري مقداره (0.99)، الفقرة (يتمتع موظفو البنك الذي تتعامل معه بمظهر أنيق وحسن) بمتوسط حسابي مقداره (3.76) وانحراف معياري مقداره (1.01).

ومن خلال آراء المبحوثين واتجاهاتهم العالية والموافقة، يمكن تلخيص ما سبق بالاستنتاجات التالية: جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية تتمثل بأنه يمتلك البنك أجهزة ومعدات حديثة، المظهر العام للبنوك جذابة، تتمتع البنوك بموقع قريب ومناسب، يتمتع موظفو البنك بمظهر أنيق وحسن، تغطي خدمات الصراف الآلي مناطق قريبة بالنسبة إلى العملاء.

السؤال الثاني: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية

العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاعتمادية في البنوك

الإسلامية:

جدول رقم (18): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاعتمادية في البنوك

الإسلامية.

الترتيب	رقم الفقرة	جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.32	11	الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك ساعدت في تسهيل حصول الزبائن على الخدمات	3.36	1.20	متوسطة
.33	9	يقدم البنك الخدمة بشكل صحيح من المرة الأولى وفي كل مرة تليها	3.20	0.99	متوسطة
.34	7	عندما تعد إدارة البنك الذي تتعامل معه بالقيام بعمل ما في وقت محدد فإنها تلتزم بذلك	3.20	1.03	متوسطة
.35	10	يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي يتعامل بها الزبائن مع البنك	3.20	1.06	متوسطة
.36	8	يهتم البنك بحل المشكلات التي تواجه زبائنه	3.13	1.02	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.22	0.73	متوسطة

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة

التي تقيس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من

حيث بُعد الاعتمادية مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي، وتشير الدرجة الكلية الواردة

في الجدول أن اتجاهات الباحثين كانت متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (3.22)

والانحراف المعياري الكلي مقداره (0.73) والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات مناسبة و تقع في

الحدود الطبيعية، مما يدل على أن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية متوسطة.

ورُتبت فقرات الأداة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الأوساط الحسابية، وقد جاء في مقدمة هذه الفقرات :
الفقرة (الخدمات الإلكترونية التي يقدمها البنك ساعدت في تسهيل حصول الزبائن على الخدمات) بمتوسط حسابي مقداره (3.36) وانحراف معياري مقداره (1.2)، الفقرة (يقدم البنك الخدمة بشكل صحيح من المرة الأولى وفي كل مرة تليها) بمتوسط حسابي مقداره (3.2) وانحراف معياري مقداره (0.99)، الفقرة (عندما تعد إدارة البنك الذي تتعامل معه بالقيام بعمل ما في وقت محدد فإنها تلتزم بذلك) بمتوسط حسابي مقداره (3.2) وانحراف معياري مقداره (1.03)، الفقرة (يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي يتعامل بها الزبائن مع البنك) بمتوسط حسابي مقداره (3.2) وانحراف معياري مقداره (1.06).

في حين كانت أدنى الفقرات : الفقرة (يهتم البنك بحل المشكلات التي تواجه زبائنه) بمتوسط حسابي مقداره (3.13) وانحراف معياري مقداره (1.02).

السؤال الثالث: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاستجابة في البنوك الإسلامية:

جدول رقم (19): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الاستجابة في البنوك الإسلامية.

الترتيب	رقم الفقرة	جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
37.	14	موظفو البنك مستعدون دائماً لمساعدة الزبائن	3.46	1.06	متوسطة

متوسطة	1.15	3.07	يحدد البنك وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن	12	.38
متوسطة	1.20	2.88	يستخدم البنك خدمة الهاتف النقال كوسيلة للتعريف بخدماته	15	.39
متوسطة	1.21	2.80	يتم الحصول على الخدمة بشكل فوري	13	.40
متوسطة	0.81	3.05	الدرجة الكلية		

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة التي تقيس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة مرتبة ترتيبياً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي، وتشير الدرجة الكلية الواردة في الجدول أن اتجاهات المبحوثين كانت متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (3.05) والانحراف المعياري الكلي مقداره (0.81) والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات مناسبة و تقع في الحدود الطبيعية، مما يدل على أن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة متوسطة.

ورتب فقرات الأداة ترتيبياً تنازلياً حسب درجات الأوساط الحسابية، وقد جاء في مقدمة هذه الفقرات: الفقرة (موظفو البنك مستعدون دائماً لمساعدة الزبائن) بمتوسط حسابي مقداره (3.46) وانحراف معياري مقداره (1.06)، الفقرة (يحدد البنك وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن) بمتوسط حسابي مقداره (3.07) وانحراف معياري مقداره (1.15).

في حين كانت أدنى الفقرات: الفقرة (يتم الحصول على الخدمة بشكل فوري) بمتوسط حسابي مقداره (2.8) وانحراف معياري مقداره (1.21)، الفقرة (يستخدم البنك خدمة الهاتف النقال كوسيلة للتعريف بخدماته) بمتوسط حسابي مقداره (2.88) وانحراف معياري مقداره (1.2).

السؤال الرابع: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة

في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الأمان في البنوك الإسلامية:

جدول رقم (20): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد الأمان في البنوك الإسلامية.

الترتيب	رقم الفقرة	جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.41	20	وجود الوسائل الالكترونية مثل الإنذار المبكر يسهم في طمأنة المواطنين للتعامل مع البنك	3.43	1.10	متوسطة
.42	16	اشعر بالأمان في معاملاتي مع البنك	3.38	0.91	متوسطة
.43	18	يوفر البنك لزيائنه وسائل تسهل عملية تعاملهم مع البنك	3.35	0.99	متوسطة
.44	17	الموظفون في البنك أهل للثقة	3.34	0.94	متوسطة
.45	19	يبلغ البنك زبائنه بالتطورات التي تطرأ على الأعمال المصرفية داخل المصرف	3.23	1.07	متوسطة
		الدرجة الكلية	3.34	0.69	متوسطة

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة

التي تقيس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من

حيث بُعد الأمان مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي، وتشير الدرجة الكلية الواردة في

الجدول أن اتجاهات المبحوثين كانت متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (3.34)

والانحراف المعياري الكلي مقداره (0.69) والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات مناسبة و تقع في

الحدود الطبيعية، مما يدل على أن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية

العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان متوسطة.

ورتيبت فقرات الأداة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الأوساط الحسابية، وقد جاء في مقدمة هذه الفقرات: الفقرة (وجود الوسائل الالكترونية مثل الإنذار المبكر يسهم في طمأننة المواطنين للتعامل مع البنك) بمتوسط حسابي مقداره (3.43) وانحراف معياري مقداره (1.1)، الفقرة (اشعر بالأمان في معاملتي مع البنك) بمتوسط حسابي مقداره (3.38) وانحراف معياري مقداره (0.91)، الفقرة (يوفر البنك لزيائنه وسائل تسهل عملية تعاملهم مع البنك) بمتوسط حسابي مقداره (3.35) وانحراف معياري مقداره (0.99).

في حين كانت أدنى الفقرات: الفقرة (يبلغ البنك زبائنه بالتطورات التي تطراً على الأعمال المصرفية داخل المصرف) بمتوسط حسابي مقداره (3.23) وانحراف معياري مقداره (1.07)، الفقرة (الموظفون في البنك أهل للثقة) بمتوسط حسابي مقداره (3.34) وانحراف معياري مقداره (0.94).

السؤال الخامس: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف؟

الجدول التالي يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد التعاطف في البنوك الإسلامية:

جدول رقم (21): الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات بُعد التعاطف في البنوك الإسلامية.

الترتيب	رقم الفقرة	جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المستوى
.46	*25	الأرباح التي يمنحها البنك للمواطنين على مدخراتهم قليلة	3.65	1.18	متوسطة
.47	*24	لا يمنح البنك القروض للزبائن بفوائد وعمولات مناسبة مقارنة بالبنوك الأخرى	3.30	1.06	متوسطة
.48	23	يعرف العاملون في البنك احتياجات الزبون ويسعون الى تحقيقها	3.21	1.05	متوسطة

متوسطة	1.26	3.09	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون	21	.49
متوسطة	1.10	3.07	يضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماته	22	.50
متوسطة	0.57	2.88	الدرجة الكلية		

* الفقرتان 24 و 25 هما فقرتان عكسيتان، تم حساب الدرجة الكلية لبعدها التعاطف بعد عكس درجات هاتان الفقرتان لتصبح الإجابات (موافق

بشدة=1، موافق=2، محايد=3، غير موافق=4، غير موافق بشدة=5) ومن ثم إرجاعهما إلى أصلهما بعد حساب الدرجة الكلية.

يوضح الجدول السابق المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من فقرات أداة الدراسة التي تقيس جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف مرتبة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الوسط الحسابي، وتشير الدرجة الكلية الواردة في الجدول أن اتجاهات المبحوثين كانت متوسطة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للدرجة الكلية (2.88) والانحراف المعياري الكلي مقداره (0.57) والانحرافات المعيارية لجميع الفقرات مناسبة و تقع في الحدود الطبيعية، مما يدل على أن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف متوسطة.

ورتب فقرات الأداة ترتيباً تنازلياً حسب درجات الأوساط الحسابية، وقد جاء في مقدمة هذه الفقرات : الفقرة (الأرباح التي يمنحها البنك للمواطنين على مدخراتهم قليلة) بمتوسط حسابي مقداره (3.65) وانحراف معياري مقداره (1.18)، الفقرة (لا يمنح البنك القروض للزبائن بفوائد وعمولات مناسبة مقارنة بالبنوك الأخرى) بمتوسط حسابي مقداره (3.3) وانحراف معياري مقداره (1.06)، الفقرة (يعرف العاملون في البنك احتياجات الزبون ويسعون إلى تحقيقها) بمتوسط حسابي مقداره (3.21) وانحراف معياري مقداره (1.05).

في حين كانت أدنى الفقرات : الفقرة (يضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماته) بمتوسط حسابي مقداره (3.07) وانحراف معياري مقداره (1.1)، الفقرة (يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون) بمتوسط حسابي مقداره (3.09) وانحراف معياري مقداره (1.26).

السؤال الرئيسي الثالث: هل توجد فروق بين البنوك التجارية والإسلامية في جودة الخدمات

المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء؟

تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة لفحص الفروق بين البنوك التجارية والإسلامية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء، والجدول رقم (22) يوضح ذلك:

الجدول رقم (22): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للعينات

المستقلة لفحص الفروق بين البنوك التجارية والإسلامية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء.

المجال	نوع البنك	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى الدلالة الإحصائية
بُعد الملموسية	بنك تجاري	183	3.81	0.72	0.286	369	0.775
	بنك إسلامي	188	3.79	0.73			
بُعد الاعتمادية	بنك تجاري	183	3.33	0.68	1.550	369	0.122
	بنك إسلامي	188	3.22	0.73			
بُعد الاستجابة	بنك تجاري	183	3.08	0.73	0.358	369	0.721
	بنك إسلامي	188	3.05	0.81			
بُعد الأمان	بنك تجاري	183	3.46	0.66	1.679	369	0.094
	بنك إسلامي	188	3.34	0.69			
بُعد التعاطف	بنك تجاري	183	2.91	0.47	0.545	369	0.586
	بنك إسلامي	188	2.88	0.57			
الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية	بنك تجاري	183	3.35	0.42	1.384	369	0.167
	بنك إسلامي	188	3.29	0.44			

يتضح من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين البنوك التجارية والإسلامية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة (مستوى الدلالة أكبر من 0.05 عند جميع الأبعاد).

ففيما يتعلق ببعْد الملموسية كانت درجة الوسط الحسابي للبنوك التجارية (3.81) وللبنوك الإسلامية (3.79). فيما يتعلق ببعْد الاعتمادية كانت درجة الوسط الحسابي للبنوك التجارية (3.33) وللبنوك الإسلامية (3.22)، فيما يتعلق ببعْد الاستجابة كانت درجة الوسط الحسابي للبنوك التجارية (3.08) وللبنوك الإسلامية (3.05). فيما يتعلق ببعْد الأمان كانت درجة الوسط الحسابي للبنوك التجارية (3.46) وللبنوك الإسلامية (3.34). فيما يتعلق ببعْد التعاطف كانت درجة الوسط الحسابي للبنوك التجارية (2.91) وللبنوك الإسلامية (2.88). فيما يتعلق بالدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية كانت درجة الوسط الحسابي للبنوك التجارية (3.35) وللبنوك الإسلامية (3.29).

السؤال الرئيسي الرابع: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع البنك، الدخل الشهري)؟

وسوف يتم الإجابة على هذا السؤال من خلال الأسئلة الفرعية التالية:

السؤال الأول: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير الجنس؟

تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للعينات المستقلة لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير الجنس، والجدول رقم (23) يوضح ذلك:

الجدول رقم (23): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية ونتائج اختبار (ت) للعينات

المستقلة لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير

الجنس.

المجال	الجنس	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة (ت)	درجات الحرية	مستوى الدلالة الإحصائية
بُعد الملموسية	ذكر	212	3.74	0.77	-1.723	369	0.086
	أنثى	159	3.87	0.66			
بُعد الاعتمادية	ذكر	212	3.27	0.71	-0.169	369	0.866
	أنثى	159	3.28	0.71			
بُعد الاستجابة	ذكر	212	3.07	0.76	0.237	369	0.813
	أنثى	159	3.06	0.79			
بُعد الأمان	ذكر	212	3.37	0.66	-1.051	369	0.294
	أنثى	159	3.45	0.69			
بُعد التعاطف	ذكر	212	2.88	0.53	-0.780	369	0.436
	أنثى	159	2.92	0.52			
الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية	ذكر	212	3.29	0.44	-1.196	369	0.232
	أنثى	159	3.35	0.42			

يتضح من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في

جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير الجنس (مستوى الدلالة أكبر

من 0.05 عند جميع الأبعاد).

ففيما يتعلق ببُعد الملموسية كانت درجة الوسط الحسابي للذكور (3.74) وللإناث (3.87). فيما

يتعلق ببُعد الاعتمادية كانت درجة الوسط الحسابي للذكور (3.27) وللإناث (3.28). فيما يتعلق

ببُعد الاستجابة كانت درجة الوسط الحسابي للذكور (3.07) وللإناث (3.06). فيما يتعلق ببُعد

الأمان كانت درجة الوسط الحسابي للذكور (3.37) وللإناث (3.45). فيما يتعلق ببُعد التعاطف

كانت درجة الوسط الحسابي للذكور (2.88) وللاإناث (2.92). فيما يتعلق بالدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية كانت درجة الوسط الحسابي للذكور (3.29) وللاإناث (3.35).

السؤال الثاني: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير العمر؟

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير العمر، والجدول رقم (24) يوضح ذلك:

الجدول رقم (24): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير العمر.

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بُعد الملموسية	بين المجموعات	2.258	4	0.564	1.078	0.367
	داخل المجموعات	191.571	366	0.523		
	المجموع	193.829	370			
بُعد الاعتمادية	بين المجموعات	1.224	4	0.306	0.604	0.660
	داخل المجموعات	185.422	366	0.507		
	المجموع	186.646	370			
بُعد الاستجابة	بين المجموعات	1.339	4	0.335	0.558	0.693
	داخل المجموعات	219.543	366	0.600		
	المجموع	220.882	370			
بُعد الأمان	بين المجموعات	1.986	4	0.497	1.087	0.363
	داخل المجموعات	167.251	366	0.457		
	المجموع	169.237	370			
بُعد التعاطف	بين المجموعات	1.022	4	0.255	0.934	0.444
	داخل المجموعات	100.046	366	0.273		
	المجموع	101.068	370			

0.430	0.958	0.179	4	0.717	بين المجموعات	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية
		0.187	366	68.435	داخل المجموعات	
			370	69.152	المجموع	

يتضح من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير العمر (مستوى الدلالة أكبر من 0.05 عند جميع الأبعاد).

والجدول التالي يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير العمر:

الجدول رقم (25): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير العمر.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	العمر	المجال
0.66	3.88	138	من 18 - 30 سنة	بُعد الملموسية
0.72	3.78	127	من 31 - 40 سنة	
0.82	3.63	47	من 41 - 50 سنة	
0.74	3.80	33	من 51 - 60 سنة	
0.82	3.81	26	أكبر من 60 سنة	
0.72	3.80	371	المجموع	
0.69	3.28	138	من 18 - 30 سنة	بُعد الاعتمادية
0.73	3.23	127	من 31 - 40 سنة	
0.68	3.22	47	من 41 - 50 سنة	
0.74	3.38	33	من 51 - 60 سنة	
0.74	3.42	26	أكبر من 60 سنة	
0.71	3.27	371	المجموع	
0.75	3.06	138	من 18 - 30 سنة	بُعد الاستجابة
0.79	3.01	127	من 31 - 40 سنة	
0.86	3.21	47	من 41 - 50 سنة	

0.66	3.06	33	من 51 - 60 سنة	
0.80	3.10	26	اكبر من 60 سنة	
0.77	3.07	371	المجموع	
0.67	3.48	138	من 18 - 30 سنة	بُعد الأمان
0.69	3.33	127	من 31 - 40 سنة	
0.61	3.37	47	من 41 - 50 سنة	
0.69	3.47	33	من 51 - 60 سنة	
0.70	3.30	26	اكبر من 60 سنة	
0.68	3.40	371	المجموع	
0.54	2.94	138	من 18 - 30 سنة	بُعد التعاطف
0.45	2.83	127	من 31 - 40 سنة	
0.61	2.91	47	من 41 - 50 سنة	
0.53	2.93	33	من 51 - 60 سنة	
0.57	2.95	26	اكبر من 60 سنة	
0.52	2.90	371	المجموع	
0.39	3.36	138	من 18 - 30 سنة	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية
0.48	3.27	127	من 31 - 40 سنة	
0.41	3.28	47	من 41 - 50 سنة	
0.44	3.36	33	من 51 - 60 سنة	
0.42	3.34	26	اكبر من 60 سنة	
0.43	3.32	371	المجموع	

السؤال الثالث: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير المؤهل العلمي؟

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة

الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المؤهل العلمي، والجدول رقم (26)

يوضح ذلك:

الجدول رقم (26): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في

جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المؤهل العلمي.

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بُعد الملموسية	بين المجموعات	1.229	4	0.307	0.584	0.674
	داخل المجموعات	192.600	366	0.526		
	المجموع	193.829	370			
بُعد الاعتمادية	بين المجموعات	1.521	4	0.380	0.752	0.557
	داخل المجموعات	185.124	366	0.506		
	المجموع	186.646	370			
بُعد الاستجابة	بين المجموعات	2.881	4	0.720	1.209	0.306
	داخل المجموعات	218.001	366	0.596		
	المجموع	220.882	370			
بُعد الأمان	بين المجموعات	1.808	4	0.452	0.988	0.414
	داخل المجموعات	167.429	366	0.457		
	المجموع	169.237	370			
بُعد التعاطف	بين المجموعات	3.109	4	0.777	2.904	0.022
	داخل المجموعات	97.959	366	0.268		
	المجموع	101.068	370			
الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية	بين المجموعات	0.695	4	0.174	0.928	0.447
	داخل المجموعات	68.458	366	0.187		
	المجموع	69.152	370			

يتضح من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في

جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير المؤهل العلمي عند جميع

الأبعاد ما عدا بعد التعاطف (مستوى الدلالة أكبر من 0.05 عند جميع الأبعاد ما عدا بعد

التعاطف).

ومن أجل دراسة الفروق في بعد التعاطف حسب متغير المؤهل العلمي، تم استخدام اختبار توكي

(Tukey) للمقارنات الثنائية البعدية، والجدول التالي يوضح نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (27): نتائج اختبار توكي (Tukey) للمقارنات الثنائية البعدية حسب متغير المؤهل

العلمي عند بعد التعاطف، حيث تمثل القيم في الجدول الفروق في الأوساط الحسابية.

المجال	ثانوية عامة	دبلوم	بكالوريوس	ماجستير فأعلى
اقل من ثانوية عامة	-0.171	0.058	-0.169	-0.106
ثانوية عامة		0.229	0.003	0.065
دبلوم			-0.226*	-0.164
بكالوريوس				0.062

* الفروق دالة إحصائياً عند مستوى 0.05.

ومن نتائج الجدول السابق يتضح بأنه فيما يتعلق ببعد التعاطف، يتضح بأن الفروق كانت لصالح مؤهل البكالوريوس مقابل الدبلوم، مما يدل على أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء ذوي المؤهلات العلمية بكالوريوس أعلى من ذوي المؤهل دبلوم، ولم يتضح وجود فروق بين باقي فئات المؤهل العلمي الأخرى.

والجدول التالي يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المؤهل العلمي:

الجدول رقم (28): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية

المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المؤهل العلمي.

المجال	المؤهل العلمي	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
بُعد الملموسية	اقل من ثانوية عامة	58	3.71	0.87
	ثانوية عامة	87	3.78	0.72

0.73	3.79	59	دبلوم	
0.68	3.87	132	بكالوريوس	
0.66	3.75	35	ماجستير فأعلى	
0.72	3.80	371	المجموع	
0.72	3.34	58	اقل من ثانوية عامة	بُعد الاعتمادية
0.71	3.16	87	ثانوية عامة	
0.63	3.31	59	دبلوم	
0.75	3.29	132	بكالوريوس	
0.69	3.34	35	ماجستير فأعلى	
0.71	3.27	371	المجموع	
0.69	2.99	58	اقل من ثانوية عامة	بُعد الاستجابة
0.82	2.97	87	ثانوية عامة	
0.81	3.01	59	دبلوم	
0.77	3.15	132	بكالوريوس	
0.70	3.19	35	ماجستير فأعلى	
0.77	3.07	371	المجموع	
0.75	3.38	58	اقل من ثانوية عامة	بُعد الأمان
0.66	3.43	87	ثانوية عامة	
0.63	3.39	59	دبلوم	
0.70	3.45	132	بكالوريوس	
0.55	3.21	35	ماجستير فأعلى	
0.68	3.40	371	المجموع	
0.60	2.80	58	اقل من ثانوية عامة	بُعد التعاطف
0.52	2.97	87	ثانوية عامة	
0.47	2.74	59	دبلوم	
0.50	2.97	132	بكالوريوس	
0.51	2.90	35	ماجستير فأعلى	
0.52	2.90	371	المجموع	
0.45	3.27	58	اقل من ثانوية عامة	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية
0.40	3.29	87	ثانوية عامة	
0.43	3.28	59	دبلوم	

0.46	3.37	132	بكالوريوس	
0.37	3.30	35	ماجستير فأعلى	
0.43	3.32	371	المجموع	

السؤال الرابع: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير المهنة؟

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المهنة، والجدول رقم (29) يوضح ذلك:

الجدول رقم (29): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في

جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المهنة.

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بُعد الملموسية	بين المجموعات	7.538	4	1.885	3.702	0.006
	داخل المجموعات	186.291	366	0.509		
	المجموع	193.829	370			
بُعد الاعتمادية	بين المجموعات	1.230	4	0.308	0.607	0.658
	داخل المجموعات	185.415	366	0.507		
	المجموع	186.646	370			
بُعد الاستجابة	بين المجموعات	2.387	4	0.597	1.000	0.408
	داخل المجموعات	218.495	366	0.597		
	المجموع	220.882	370			
بُعد الأمان	بين المجموعات	1.934	4	0.484	1.058	0.377
	داخل المجموعات	167.303	366	0.457		
	المجموع	169.237	370			
بُعد التعاطف	بين المجموعات	0.734	4	0.184	0.670	0.613
	داخل المجموعات	100.333	366	0.274		
	المجموع	101.068	370			

0.325	1.167	0.218	4	0.871	بين المجموعات	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية
		0.187	366	68.282	داخل المجموعات	
			370	69.152	المجموع	

يتضح من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير المهنة عند جميع الأبعاد ما عدا بعد الملموسية (مستوى الدلالة أكبر من 0.05 عند جميع الأبعاد ما عدا بعد الملموسية).

ومن أجل دراسة الفروق في بعد الملموسية حسب متغير المهنة، تم استخدام اختبار توكي (Tukey) للمقارنات الثنائية البعدية، والجدول التالي يوضح نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (30): نتائج اختبار توكي (Tukey) للمقارنات الثنائية البعدية حسب متغير المهنة عند بعد الملموسية، حيث تمثل القيم في الجدول الفروق في الأوساط الحسابية.

المهنة	موظف قطاع خاص	موظف حكومي	موظف وكالة	أخرى
تاجر	-0.247	-0.273	0.052	0.042
موظف قطاع خاص		-0.026	0.299	0.289
موظف حكومي			0.325	0.314*
موظف وكالة				-0.010

* الفروق دالة إحصائياً عند مستوى 0.05.

ومن نتائج الجدول السابق يتضح بأنه فيما يتعلق ببعد الملموسية، يتضح بأن الفروق كانت لصالح الموظفين الحكوميين مقابل فئة المهن الأخرى، مما يدل على أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء موظفي الحكومة أعلى من فئة المهن الأخرى، ولم يتضح وجود فروق بين باقي فئات المهنة الأخرى.

والجدول التالي يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير المهنة:

الجدول رقم (31): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة

من وجهة نظر العملاء حسب متغير المهنة.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	المهنة	المجال
0.86	3.66	58	تاجر	بُعد الملموسية
0.64	3.90	107	موظف قطاع خاص	
0.57	3.93	111	موظف حكومي	
0.56	3.61	22	موظف وكالة	
0.90	3.62	73	أخرى	
0.72	3.80	371	المجموع	
0.73	3.17	58	تاجر	بُعد الاعتمادية
0.65	3.33	107	موظف قطاع خاص	
0.66	3.30	111	موظف حكومي	
0.72	3.21	22	موظف وكالة	
0.83	3.24	73	أخرى	
0.71	3.27	371	المجموع	
0.82	3.11	58	تاجر	بُعد الاستجابة
0.74	2.95	107	موظف قطاع خاص	
0.76	3.08	111	موظف حكومي	
0.65	3.05	22	موظف وكالة	
0.84	3.17	73	أخرى	
0.77	3.07	371	المجموع	
0.63	3.29	58	تاجر	بُعد الأمان
0.65	3.47	107	موظف قطاع خاص	
0.68	3.45	111	موظف حكومي	
0.50	3.27	22	موظف وكالة	
0.79	3.36	73	أخرى	
0.68	3.40	371	المجموع	
0.63	2.99	58	تاجر	بُعد التعاطف
0.43	2.87	107	موظف قطاع خاص	

0.51	2.90	111	موظف حكومي	
0.48	2.85	22	موظف وكالة	
0.59	2.88	73	أخرى	
0.52	2.90	371	المجموع	
0.48	3.27	58	تاجر	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية
0.43	3.34	107	موظف قطاع خاص	
0.39	3.37	111	موظف حكومي	
0.36	3.22	22	موظف وكالة	
0.48	3.27	73	أخرى	
0.43	3.32	371	المجموع	

السؤال الخامس: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك؟

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير عدد سنوات التعامل مع البنك، والجدول رقم (32) يوضح ذلك:

الجدول رقم (32): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير عدد سنوات التعامل مع البنك.

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بُعد الملموسية	بين المجموعات	1.167	5	0.233	0.442	0.819
	داخل المجموعات	192.661	365	0.528		
	المجموع	193.829	370			
بُعد الاعتمادية	بين المجموعات	4.885	5	0.977	1.962	0.084
	داخل المجموعات	181.761	365	0.498		
	المجموع	186.646	370			

0.443	0.959	0.573	5	2.863	بين المجموعات	بُعد الاستجابة
		0.597	365	218.019	داخل المجموعات	
			370	220.882	المجموع	
0.491	0.885	0.405	5	2.026	بين المجموعات	بُعد الأمان
		0.458	365	167.211	داخل المجموعات	
			370	169.237	المجموع	
0.266	1.293	0.352	5	1.759	بين المجموعات	بُعد التعاطف
		0.272	365	99.309	داخل المجموعات	
			370	101.068	المجموع	
0.459	0.934	0.175	5	0.874	بين المجموعات	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية
		0.187	365	68.279	داخل المجموعات	
			370	69.152	المجموع	

يتضح من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في

جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك

(مستوى الدلالة أكبر من 0.05 عند جميع الأبعاد).

والجدول التالي يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من

وجهة نظر العملاء حسب متغير عدد سنوات التعامل مع البنك:

الجدول رقم (33): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة

من وجهة نظر العملاء حسب متغير عدد سنوات التعامل مع البنك.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	عدد سنوات التعامل مع البنك	المجال
0.74	3.73	29	اقل من سنة	بُعد الملموسية
0.62	3.76	62	من 1-2 سنة	
0.71	3.88	120	من 3-4 سنوات	
0.71	3.76	68	من 5-6 سنوات	
0.71	3.77	24	من 6-7 سنوات	
0.85	3.77	68	من 7-8 سنوات	

0.72	3.80	371	المجموع	
0.76	3.04	29	اقل من سنة	بُعد الاعتمادية
0.66	3.45	62	من 1-2 سنة	
0.74	3.22	120	من 3-4 سنوات	
0.71	3.26	68	من 5-6 سنوات	
0.61	3.15	24	من 6-7 سنوات	
0.70	3.37	68	من 7-8 سنوات	
0.71	3.27	371	المجموع	
0.62	3.07	29	اقل من سنة	بُعد الاستجابة
0.86	3.17	62	من 1-2 سنة	
0.84	2.97	120	من 3-4 سنوات	
0.64	3.01	68	من 5-6 سنوات	
0.73	3.11	24	من 6-7 سنوات	
0.76	3.18	68	من 7-8 سنوات	
0.77	3.07	371	المجموع	
0.63	3.35	29	اقل من سنة	بُعد الأمان
0.60	3.53	62	من 1-2 سنة	
0.78	3.45	120	من 3-4 سنوات	
0.67	3.34	68	من 5-6 سنوات	
0.58	3.32	24	من 6-7 سنوات	
0.61	3.33	68	من 7-8 سنوات	
0.68	3.40	371	المجموع	
0.46	2.97	29	اقل من سنة	بُعد التعاطف
0.59	2.99	62	من 1-2 سنة	
0.47	2.89	120	من 3-4 سنوات	
0.55	2.82	68	من 5-6 سنوات	
0.64	2.75	24	من 6-7 سنوات	
0.50	2.93	68	من 7-8 سنوات	
0.52	2.90	371	المجموع	
0.39	3.26	29	اقل من سنة	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية
0.41	3.40	62	من 1-2 سنة	

0.45	3.32	120	من 3-4 سنوات	
0.43	3.27	68	من 5-6 سنوات	
0.36	3.25	24	من 6-7 سنوات	
0.46	3.34	68	من 7-8 سنوات	
0.43	3.32	371	المجموع	

السؤال السادس: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء

تعزى لمتغير الدخل الشهري؟

تم استخدام اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في جودة

الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير الدخل الشهري، والجدول رقم (34)

يوضح ذلك:

الجدول رقم (34): نتائج اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لفحص الفروق في

جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء حسب متغير الدخل الشهري.

المجال	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	مستوى الدلالة
بُعد الملموسية	بين المجموعات	3.712	5	0.742	1.425	0.214
	داخل المجموعات	190.117	365	0.521		
	المجموع	193.829	370			
بُعد الاعتمادية	بين المجموعات	1.201	5	0.240	0.473	0.796
	داخل المجموعات	185.444	365	0.508		
	المجموع	186.646	370			
بُعد الاستجابة	بين المجموعات	4.043	5	0.809	1.361	0.238
	داخل المجموعات	216.839	365	0.594		
	المجموع	220.882	370			
بُعد الأمان	بين المجموعات	1.772	5	0.354	0.773	0.570
	داخل المجموعات	167.465	365	0.459		
	المجموع	169.237	370			
بُعد التعاطف	بين المجموعات	0.946	5	0.189	0.690	0.631

		0.274	365	100.122	داخل المجموعات	
			370	101.068	المجموع	
0.530	0.829	0.155	5	0.777	بين المجموعات	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية
		0.187	365	68.376	داخل المجموعات	
			370	69.152	المجموع	

يتضح من الجدول السابق بأنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) في

جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير الدخل الشهري (مستوى الدلالة

أكبر من 0.05 عند جميع الأبعاد).

والجدول التالي يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من

وجهة نظر العملاء حسب متغير الدخل الشهري:

الجدول رقم (35): يوضح الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة

من وجهة نظر العملاء حسب متغير الدخل الشهري.

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العدد	الدخل الشهري	المجال
0.37	4.05	11	اقل من 1000 شيكل	بُعد الملموسية
0.64	3.82	77	من 1000-2000 شيكل	
0.70	3.80	142	من 2001-3000 شيكل	
0.76	3.93	58	من 3001-4000 شيكل	
0.64	3.61	41	من 4001-5000 شيكل	
0.99	3.69	42	اكثر من 5000 شيكل	
0.72	3.80	371	المجموع	
0.60	3.33	11	اقل من 1000 شيكل	بُعد الاعتمادية
0.68	3.29	77	من 1000-2000 شيكل	
0.63	3.33	142	من 2001-3000 شيكل	
0.76	3.20	58	من 3001-4000 شيكل	
0.84	3.17	41	من 4001-5000 شيكل	
0.85	3.26	42	اكثر من 5000 شيكل	

0.71	3.27	371	المجموع	
0.76	3.32	11	اقل من 1000 شيكل	بُعد الاستجابة
0.76	3.16	77	من 1000-2000 شيكل	
0.76	3.08	142	من 2001-3000 شيكل	
0.68	2.85	58	من 3001-4000 شيكل	
0.78	3.05	41	من 4001-5000 شيكل	
0.92	3.11	42	اكثر من 5000 شيكل	
0.77	3.07	371	المجموع	
0.67	3.47	11	اقل من 1000 شيكل	بُعد الأمان
0.70	3.45	77	من 1000-2000 شيكل	
0.64	3.45	142	من 2001-3000 شيكل	
0.74	3.34	58	من 3001-4000 شيكل	
0.57	3.29	41	من 4001-5000 شيكل	
0.77	3.31	42	اكثر من 5000 شيكل	
0.68	3.40	371	المجموع	
0.49	3.04	11	اقل من 1000 شيكل	بُعد التعاطف
0.51	2.88	77	من 1000-2000 شيكل	
0.46	2.87	142	من 2001-3000 شيكل	
0.52	2.86	58	من 3001-4000 شيكل	
0.68	2.92	41	من 4001-5000 شيكل	
0.58	3.01	42	اكثر من 5000 شيكل	
0.52	2.90	371	المجموع	
0.37	3.47	11	اقل من 1000 شيكل	الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية
0.43	3.35	77	من 1000-2000 شيكل	
0.38	3.34	142	من 2001-3000 شيكل	
0.49	3.28	58	من 3001-4000 شيكل	
0.43	3.23	41	من 4001-5000 شيكل	
0.55	3.30	42	اكثر من 5000 شيكل	
0.43	3.32	371	المجموع	

الفصل الخامس

مناقشة نتائج الدراسة والتوصيات

5-1- مناقشة نتائج الدراسة.

5-2- التوصيات.

يتضمن هذا الفصل مناقشة النتائج التي خُصت إليها الدراسة، تليها التوصيات التي تُسهم في حل مشكلة الدراسة.

5-1 - مناقشة نتائج الدراسة

بعد إجراء هذه الدراسة والتي هدفت إلى دراسة جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل: دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية، توصل الباحث إلى النتائج التالية:

السؤال الرئيسي الأول: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل؟

تبين بأن الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل متوسطة، كما تبين بأن أعلى الدرجات هي درجة بعد الملموسية وهي مرتفعة، يليه بعد الأمان ودرجته متوسطة، يليه بعد الاعتمادية ودرجته متوسطة، ثم بعد الاستجابة ودرجته متوسطة، وأخيرا بعد التعاطف ودرجته متوسطة.

إن هذه النتيجة تختلف عما توصلت إليه دراسة صادق السبئي (السبئي، 2017) التي أظهرت أن الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية للبنوك السعودية مرتفعة، ويعزو الباحث ذلك إلى أن لكل منطقة خصوصية التي تتميز بها، بالإضافة إلى اختلاف نظرة عينة الدراسة إلى طبيعة الخدمات المصرفية المقدمة، كما أن البنوك الفلسطينية تعتبر حديثة النشأة نسبيا مقارنة مع الأنظمة المصرفية الخارجية وبالتالي فإن مجالات التحسين في جودة الخدمات للبنوك التجارية المحلية لا تزال كبيرة وبحاجة إلى مراجعة دائمة.

وينبثق عن السؤال الرئيسي السابق الأسئلة الفرعية التالية:

السؤال الأول: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية

العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية؟

تبين بأن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية مرتفعة.

كما تبين بأن جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية تتمثل بأنه تمتلك البنوك التي يتعامل معها المبحوثون أجهزة ومعدات حديثة، المظهر العام للبنوك جذابة، يتمتع موظفو البنوك بمظهر أنيق وحسن، يتمتع البنك بموقع قريب ومناسب، المواد المتعلقة بخدمات البنك جذابة المظهر.

ويعزو الباحث ذلك إلى اهتمام البنوك التجارية بالمظهر العام لمقراتها وفروعها من خلال منحها طابع الحدائثة واهتمامها بمظهر موظفيها وإلزامهم بالزي الرسمي ضمن لوائحها الداخلية، كما شهدت البنوك التجارية في الفترة الأخيرة انتشارا واسعا.

السؤال الثاني: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية

العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية؟

تبين بأن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية متوسطة.

تتفق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه دراسة (الركي، 2010)، ويعزو الباحث ذلك الى توجه البنوك التجارية الى المركزية في أداء العمليات بشكل أكبر وهو ما يؤدي إلى تأخر بعض المعاملات أو التأخر أحيانا في حل المشاكل التي تواجه العملاء، كما أن المركزية ساعدت في تقديم الخدمات بشكل صحيح ومن المرة الأولى في اغلب الأحيان.

السؤال الثالث: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة؟

تبين بأن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة متوسطة.

تتفق هذه النتيجة مع ما خلصت إليه دراسة (الكركي، 2010)، ويعزو الباحث سبب توسط درجة الاستجابة إلى النقص في الكوادر البشرية -مقدمي الخدمات- في البنوك التجارية مما ينجم عنه النقص في قدرة الموظفين على حل مشاكل العملاء بصورة مباشرة وسريعة، بالإضافة إلى مركزية العمليات في البنوك التجارية يؤدي إلى تقليل القدرة على تقديم الخدمة بشكل فوري للعملاء.

السؤال الرابع: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان؟

تبين بأن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان متوسطة.

ويعزو الباحث توسط درجة الأمان إلى عدم قدرة البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل على تنبيه زبائنهم وإعلامهم بالتطورات التي تطرأ على الأعمال المصرفية داخل المصرف نظراً لتسارع التغيرات التي تطرأ على أعمال البنوك التجارية وحالة عدم التأكد Uncertainty التي تعيشها فلسطين بشكل عام.

السؤال الخامس: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف؟

تبين بأن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف متوسطة.

ويعزو الباحث ذلك نظرة عينة الدراسة إلى الأرباح التي تمنحها البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل على مدخرات المواطنين حيث يرون أنها قليلة، كما يرون أن العمولات والفوائد المقترحة على قروض عالية، بالإضافة إلى بان ساعات عمل هذه البنوك غير ملائمة بالنسبة الى شريحة كبيرة من عملائها من موظفي القطاعين العام والخاص، وافتقار أنظمة البنوك الالكترونية إلى القدرة على تلبية احتياجات عملائها بشكل يغنيهم عن زيارة فروعها.

السؤال الرئيسي الثاني: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل؟

تبين بأن الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل متوسطة كما تبين بأن أعلى الدرجات هي درجة بعد الملموسية وهي مرتفعة، يليه بعد الأمان ودرجته متوسطة، يليه بعد الاعتمادية ودرجته متوسطة، ثم بعد الاستجابة ودرجته متوسطة، وأخيراً بعد التعاطف ودرجته متوسطة.

إن هذه النتيجة لا تتوافق مع ما خلصت إليه دراسة صادق السبئي (السبئي، 2017) والتي تظهر أن الدرجة الكلية لجودة الخدمات المصرفية للبنوك السعودية مرتفعة، حيث يرى الباحث أن سبب ذلك إلى يعود إلى الخصوصية التي تتمتع بها كل منطقة، كما أن البنوك الفلسطينية عموماً تعتبر حديثة النشأة مقارنة بالبنوك السعودية.

وينبثق عن السؤال الرئيسي السابق الأسئلة الفرعية التالية:

السؤال الأول: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية؟

تبين بأن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية مرتفعة.

كما تبين بأن جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الملموسية تتمثل بأنه يمتلك البنك أجهزة ومعدات حديثة، المظهر العام للبنوك جذابة، تتمتع البنوك بموقع قريب ومناسب، يتمتع موظفو البنك بمظهر أنيق وحسن، تغطي خدمات الصراف الآلي مناطق قريبة بالنسبة إلى العملاء.

ويعزو الباحث ذلك إلى ما توليه البنوك الإسلامية من اهتمام بجمال مبانيها مظهر موظفيها، بالإضافة إلى الانتشار الجغرافي الواسع الذي قامت شهادته البنوك الإسلامية في الآونة الأخيرة.

السؤال الثاني: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية

العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية؟

تبين بأن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاعتمادية متوسطة.

ويعزو الباحث ذلك إلى ما تقوم البنوك الإسلامية من زيادة المركزية في أداء العمليات بشكل أكبر وهو ما ساعدت في تقديم الخدمات بشكل صحيح ومن المرة الأولى في كثير من الأحيان، كما أنه أدى أيضاً إلى تأخر بعض المعاملات أو التأخر أحيانا في حل المشاكل التي تواجه العملاء.

السؤال الثالث: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية

العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة؟

تبين بأن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الاستجابة متوسطة.

تتوافق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة (الكركي، 2010)، ويعزو الباحث سبب ذلك إلى عدم مقدرة البنوك الإسلامية من تحديد وقت انجاز جميع الخدمات المصرفية للزبائن، إضافة إلى مقدرتها من تقديم جميع خدماتها بشكل فوري.

السؤال الرابع: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان؟

تبين بأن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد الأمان متوسطة.

ويعزو الباحث ذلك إلى البيئة السياسية غير المستقرة في فلسطين والتي تعمل في إطارها البنوك الإسلامية، إضافة إلى عدم إبلاغ البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل زبائنهم بالتطورات التي تطرأ على الأعمال المصرفية داخل المصرف وعدم ثقة الزبائن بأنظمة الحماية والإنذار في هذه البنوك.

السؤال الخامس: كيف يرى العملاء جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف؟

تبين بأن درجة جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل من حيث بُعد التعاطف متوسطة.

ويعزو الباحث ذلك نظراً لكون عينة الدراسة إلى العمولات والأرباح المفروضة على المرابحات التي تمنحها البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل عالية، بالإضافة إلى رأيهم بأن ساعات عمل هذه البنوك غير ملائمة بالنسبة إليهم.

السؤال الرئيسي الثالث: هل توجد فروق بين البنوك التجارية والإسلامية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء؟

تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى الدلالة بين البنوك التجارية والإسلامية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

ويعزو الباحث سبب ذلك الى أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لا تتأثر بطبيعة البنك سواء كان تجارياً أم إسلامياً، فجودة الخدمة واحدة في كلا الحالتين، كما أن كلا النوعين من البنوك يقوم باستقطاب خبرات من النوع الأخر من البنوك ما يؤدي إلى تبادل الخبرات وتمائل جودة الخدمات المقدمة لارتباطها بمقدم الخدمة بشكل كبير.

السؤال الرئيسي الرابع: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المهنة، عدد سنوات التعامل مع البنك، الدخل الشهري)؟

تم الإجابة على هذا السؤال من خلال الأسئلة الفرعية التالية:

السؤال الأول: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير الجنس؟

تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير الجنس.

ويعزو الباحث سبب ذلك إلى أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لا تتأثر بطبيعة الزبون سواء كان ذكراً أم انثى، فجودة الخدمة واحدة في كلا الحالتين.

السؤال الثاني: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير العمر؟

تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير العمر.

ويعزو الباحث سبب ذلك إلى أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لا تتأثر بعمر الزبون مهما كان عمره.

السؤال الثالث: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير المؤهل العلمي؟

تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير المؤهل العلمي عند جميع الأبعاد ما عدا بعد التعاطف، حيث تبين بأنه فيما يتعلق ببعده التعاطف، كانت لصالح مؤهل البكالوريوس مقابل الدبلوم، مما يدل على أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء ذوي المؤهلات العلمية بكالوريوس أعلى من ذوي المؤهل دبلوم، ولم يتضح وجود فروق بين باقي فئات المؤهل العلمي الأخرى.

ويعزو الباحث سبب ذلك إلى أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء ذوي مؤهل البكالوريوس تختلف عن وجهة نظر حملة مؤهل الدبلوم، وذلك بسبب اختلاف شخصية كل منهم، فالجامعة تصقل شخصية الطالب، وحيث أن كل من حملة مؤهل البكالوريوس وحملة مؤهل الدبلوم تصقل شخصيته بشكل مختلف عن الآخر فمن الطبيعي أن يكون لكل منهم وجهة نظر مختلفة فيما يتعلق بجودة الخدمة المقدمة.

السؤال الرابع: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير المهنة؟

تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير المهنة عند جميع الأبعاد ما عدا بعد الملموسية حيث تبين بأنه فيما

يتعلق ببعد الملموسية، كانت لصالح الموظفين الحكوميين مقابل فئة المهن الأخرى، مما يدل على أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء موظفي الحكومة أعلى من فئة المهن الأخرى، ولم يتضح وجود فروق بين باقي فئات المهنة الأخرى.

ويعزو الباحث ذلك إلى أن طبيعة المهنة التي يمتنها الفرد تؤثر في طبيعة نظرتة للأمور لما يختبره خلال ممارسته لمهنته للمواقف المختلفة، وحيث أن جودة الخدمة المصرفية أمر نسبي، من الطبيعي أن ينظر أصحاب مهنة ما إلى جودة الخدمات المصرفية بشكل مختلف عن أصحاب مهنة أخرى

السؤال الخامس: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك؟

تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك.

ويعزو الباحث سبب ذلك إلى أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لا تتأثر بعدد سنوات تعامل الزبون مع البنك، فالخدمة المصرفية المقدمة للزبائن سواء في البنوك الإسلامية أو التجارية هي ذاتها عندما يتعلق الأمر بعدد سنوات التعامل مع البنك.

السؤال السادس: هل توجد فروق في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير الدخل الشهري؟

تبين بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جودة الخدمات المصرفية المقدمة من وجهة نظر العملاء تعزى لمتغير الدخل الشهري.

ويعزو الباحث سبب ذلك إلى أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة لا تتأثر بالدخل الشهري للزبون، فدخل الزبون لا يؤثر بجودة الخدمة المقدمة له.

2-5- التوصيات

1-2-5- توصيات موجهة إلى البنوك

أولاً: يرى الباحث أن بعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل جاء بدرجة متوسطة، ولأجل تعزيز هذا البعد فإن الباحث يوصي بما يلي:

1. تحسين الخدمات الالكترونية التي تقدمها البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة

الخليل بما يساعد في تسهيل حصول الزبائن على الخدمات.

2. عندما تعد إدارة البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل بالقيام بعمل ما في

وقت محدد فإن الباحث يوصي بأن تلتزم بذلك.

3. أن تحتفظ البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل بسجلات دقيقة حول

العمليات التي يتعامل بها الزبائن مع البنك.

4. أن تهتم البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل بحل المشكلات التي تواجه

الزبائن بشكل أفضل وأسرع.

5. أن تقدم البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل الخدمة بشكل صحيح من

المرّة الأولى وفي كل مرّة تليها.

ثانياً: يرى الباحث أن بعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية

العاملة في مدينة الخليل جاء بدرجة متوسطة، ولأجل تعزيز هذا البعد فإن الباحث يوصي بما يلي:

1. أن يكون موظفو البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل مستعدون دائماً

لمساعدة الزبائن.

2. أن تعزز البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل استخدام الهاتف النقال

كوسيلة للتعريف بخدماتها والتواصل مع عملائها.

3. أن تحدد البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن بصور أكثر دقة.

4. تطوير الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل بحيث تكون بشكل فوري أو خلال مدة زمنية قصيرة.

ثالثاً: يرى الباحث أن بعد الأمان كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل جاء بدرجة متوسطة، ولأجل تعزيز هذا البعد فان الباحث يوصي بما يلي:

1. وجود الوسائل الالكترونية مثل الإنذار المبكر في البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل بما يسهم في طمأنة المواطنين للتعامل معها.

2. العمل على زيادة شعور المواطنين بالأمان في معاملاتهم مع البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل.

3. أن توفر البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل الوسائل التكنولوجية الحديثة التي تسهل عملية تعامل الزبائن معها.

4. أن تعمل البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل على تعزيز ثقة الزبائن بموظفيها من خلال تعزيز خبرات الموظفين من خلال الدورات التدريبية اللازمة.

5. أن تعمل البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل على إبلاغ زبائنها بالتطورات التي تطرأ على الأعمال المصرفية داخل المصارف.

رابعاً: يرى الباحث أن بعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل جاء بدرجة متوسطة، ولأجل تعزيز هذا البعد فان الباحث يوصي بما يلي:

1. زيادة نسبة الأرباح التي تمنحها البنوك الإسلامية العاملة في مدينة الخليل لعملائها.

2. أن تقوم البنوك التجارية العاملة في مدينة الخليل بمنح القروض للزبائن بفوائد وعمولات مناسبة.

3. أن يعرف العاملون في البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل احتياجات الزبائن بشكل أكبر وأن يسعوا إلى تحقيقها.

4. توفير البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل ساعات عمل ملائمة أكثر لظروف الزبائن.

5. أن تضع البنوك الإسلامية والتجارية العاملة في مدينة الخليل مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماتها.

2-2-5- توصيات موجهة إلى سلطة النقد الفلسطينية

يوصي الباحث سلطة النقد بما يلي:

1. إصدار قرارات تلزم البنوك بمراجعة جودة الخدمات المصرفية بشكل دائم.
2. أن تكون جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك من أولى اهتمامات سلطة النقد الفلسطينية.

2-2-3- توصيات خاصة بالدراسات المستقبلية الخاصة بجودة الخدمات المصرفية

1. عمل دراسات مقارنة خاصة بجودة الخدمات المصرفية بين البنوك العاملة في فلسطين والبنوك الإقليمية.
2. عمل دراسات مقارنة خاصة بجودة الخدمات المصرفية من خلال نماذج قياس جودة الخدمات الأخرى الغير مستخدمة في هذه الدراسة.
3. إجراء دراسات أخرى على البنوك الفلسطينية تأخذ بعين الاعتبار ما تتمتع به فلسطين من خصوصية

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: قائمة المصادر والمراجع العربية

- القران الكريم.
- أبو زنيد، سمير وشادي، الشريف (2009). "جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية العاملة في الضفة الغربية ومدى رضا العملاء عنها"، الجزائر: مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، م (17)، ع (5)، ص 183-198.
- الباهي، صلاح الدين (2016). "أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- الحداد، وسيم وموسى، شقير ونور، محمود والزرقان، صالح (2012). الخدمات المصرفية الإلكترونية، ط1، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- الخالدي، أيمن (2006). "قياس مستوى جودة خدمات المصارف الإسلامية العاملة في فلسطين-من وجهة نظر العملاء-"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- الزامل، أحمد وجرادات، ناصر وعريقات، أحمد وفوطة، سحر (2012). "تسويق الخدمات المصرفية"، عمان: دار اثراء للنشر والتوزيع.
- الزهرة، زوزو (2011). "دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون -دراسة حالة عيادة الضياء بورقلة -"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ورقلة - الجزائر.
- السبئي، صادق (2017). "قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء" دراسة تطبيقية على بعض المصارف الإسلامية السعودية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، م (23)، ع (17)، ص 174-192.
- الشمري، ناظم والعدلات، عبدالفتاح (2008). الصيرفة الإلكترونية، الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- الطائي، حميد والعلاق، بشير (2009). تسويق الخدمات، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- العجارمة، تيسير (2005). "التسويق السياحي"، ط1، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- الكركي، وسام (2010). "جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين والزبائن"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخليل، الخليل - فلسطين.
- الكفري، مصطفى (2011). "تجربة المصارف الإسلامية في سورية والواقع والمعوقات (2007-2011)"، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، م (30)، ع (1)، ص 697-716.

- الضمور، هاني (2005). "تسويق الخدمات"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط (6)، م (1).
- بالحاج، أسماء وفاطمة، فلاح (2013). "دور البنوك التجارية في تمويل العمليات الاستثمارية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ورقلة - الجزائر.
- بريش، عبد القادر (2005). "جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك"، جامعة الشلف، الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، ع(3)، ص 251-274.
- بلاك، مايا (2016). "أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك سورية والمهجر"، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الافتراضية السورية، دمشق - سورية.
- بودية، بشير وقندوز، طارق (2016). أصول ومضامين تسويق الخدمات، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- خلاف، ضيف (2015). "البنوك التجارية ودورها في تمويل التجارة الخارجية - دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم البواقي، أم البواقي - الجزائر.
- خنفر، إياد والعساف، خالد والعزام، عبدالفتاح (2015). التسويق المصرفي - مدخل معاصر، عمان: دار وائل للنشر.
- سعيدات، الصادق تومي وتومي، زرباني وقرعاني (2013). "دور البنوك التجارية في التنمية الاقتصادية (BNA) حالة بنك الوطني الجزائري - وكالة الوادي"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ورقلة - الجزائر.
- سلطان، سعدية (2007). "الاحتياجات التدريبية الإدارية لمستخدمي الإدارة الدنيا في المصارف الإسلامية في فلسطين"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخليل، الخليل - فلسطين.
- صالح، بو عبد الله (2014). "نماذج وطرق قياس جودة الخدمة، دراسة تطبيقية على خدمات مؤسسة بريد الجزائر"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة سطيف، سطيف - الجزائر.
- عبد المالك، عليوش (2015). "أهمية الاتصال التسويقي في تحسين الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR - وكالة ميلة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خضير، بسكرة - الجزائر.
- عبدو، عيشوش (2009)، "تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية: دراسة حالة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر، باتنة - الجزائر.
- علوان، قاسم (2005). "إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001 و 2000"، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط (3)، م (1).

- غالي، بتول (2017). "دور تطوير الخدمات المصرفية وخصائصها التسويقية في المصارف التجارية دراسة استطلاعية في عينة من المصارف التجارية العراقية"، جامعة القادسية، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، م (7)، ع (4).
- مسلم، أمجد وأكرم، صاحب (2017). "علاقة جودة الخدمات المصرفية بتحقيق رضا الزبون"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القادسية، القادسية - العراق.
- مصلح، عطية (2015)، "قياس جودة الخدمات من وجهة نظر العاملين والمرضى في المستشفيات العاملة في مدينة قلقيلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القدس المفتوحة، قلقيلية - فلسطين.
- ناصر الدين، رزان (2018)، بحث بعنوان "إدارة علاقات العملاء في البنوك العاملة في فلسطين، مقترحات التطوير"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخليل، الخليل - فلسطين.
- نسرين، شياد (2017). "دور جودة الخدمات البنكية في كسب ولاء الزبون - دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائر CPA وكالة ورقلة -"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ورقلة - الجزائر.
- نور الدين، بو عنان (2007). "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيدة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد بوضياف المسيلة، المسيلة - الجزائر.
- لعلوح، رفاه ورهام، زين الدين. (2016)، "أثر الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس - فلسطين.
- هدى، جبلي (2010)، "قياس جودة الخدمة المصرفية - دراسة حالة بنك البركة الجزائري"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، قسنطينة - الجزائر.

ثانياً: قائمة المصادر الأجنبية

- Agbemabiese، G. Nyanyofio، J. Anim، P. (2010). "*Service Quality and Customer Satisfaction in the Ghanaian Banking Industry (A Case of Ghana Commercial Bank)*", European Journal of Business and Management.
- Agresti، A (2002). *Categorical Data Analysis*.
- Felix، R. (2017). "*Service Quality and Customer Satisfaction in Selected Banks in Rwanda*". Journal of Business & Financial Affairs, V (6) • NO (1).
- Khan، M.، Fasih، M. (2014). "*Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Evidence from Banking Sector*"،

Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences, Vol. 8 (2), Pages 331- 354.

- Lau, M. Cheung, R. Lam, A. Chu Y. (2013). *"Measuring Service Quality in the Banking Industry: A Hong Kong Based Study"*. Contemporary Management Research, Vol. 9, No. 3, Pages 263-282.
- Munusamy, J. Chelliah, S. Mun, H. (2010). *"Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia"*. International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 1, No (4).
- Roy, S. (2015). *"Customer Perception of Banking Service Quality: A Study on Jamuna Bank Limited in Sylhet City"*. European Journal of Business and Management, Vol (7), NO(20).
- Sauro, J. Lewis, J. (2012).Book Name *"Quantifying the User Experience:Practical Statistics for User Research"*, Published by Elsevier Inc .
- Vershinina, O. (2017). *"Customer Satisfaction In The Banking Sector: A Study Of Russian Bank PAO"*, Bachelor's thesis, International Business, Oulu University of Applied Science.

ثالثاً: قائمة المواقع الالكترونية

• موقع سلطة النقد الفلسطينية، www.pma.ps

• حسين، نيفين وندى، الهاشمي (2017). البنوك التقليدية والإسلامية في الإمارات، موقع وزارة

الاقتصاد في دولة الإمارات العربية المتحدة، www.economy.gov.ae

قائمة الملاحق

ملحق 1: الاستبانة

ملحق 2: قائمة بأسماء المحكمين

ملحق 1: الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الخليل

كلية الدراسات العليا

برنامج ماجستير إدارة الأعمال



أخي الكريم أختي الكريمة.....

"السلام عليكم ورحمة الله وبركاته"

استبانة حول قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل:

دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية

يسعى الباحث في هذه الإستبانة إلى قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل من وجهة نظر العملاء من أجل مقارنة جودة الخدمات المصرفية بين البنوك الإسلامية والبنوك التجارية وذلك استكمالاً لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال، علماً بأن كافة المعلومات التي سيتم الحصول عليها ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط وسيتم التعامل معها بسرية تامة، وستعالج في إطار تجميعي لن يتم من خلاله التعرف على شخصية أو هوية الشخص المدلي بالبيانات.

مع خالص شكري وتقديري لتعاونكم في إنجاز هذه الرسالة

الباحث / دياب أبو ميزر

الجزء الأول: البيانات الشخصية

- 1- نوع البنك: بنك تجاري بنك إسلامي
- 2- الجنس: ذكر انثى
- 3- العمر: 18 - 30 سنة 31 - 40 سنة 41 - 50 سنة 51 - 60 سنة اكبر من 60 سنة
- 4- المؤهل العلمي: اقل من ثانوية عامة ثانوية عامة دبلوم بكالوريوس ماجستير دكتوراه
- 5- المهنة: تاجر موظف قطاع خاص موظف حكومي موظف وكالة أخرى
- 6- عدد سنوات التعامل مع البنك:
- اقل من سنة من 1-2 سنة من 3-4 سنوات من 5-6 سنوات من 6-7 سنوات اكثر من 8 سنوات
- 7- الدخل الشهري:
- اقل من 1000 شيكل من 1000-2000 شيكل من 2001-3000 شيكل من 3001-4000 شيكل من 4001-5000 شيكل اكثر من 5000 شيكل

الجزء الثاني: قياس جودة الخدمات الفعلية المدركة من قبل عملاء البنك

أخي الكريم أختي الكريمة:

بناء على تعاملك مع البنك نرجو أن تشير إلي مدى موافقتك علي توفر المميزات في العبارات التالية الموضحة في الجدول التالي في الخدمات التي يقدمها البنك وذلك بوضع علامة X في المكان المناسب أمام كل عبارة.

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
أولاً	<u>بُعد الملموسية (ويقصد به جاهزية البنك من حيث المظهر والمعدات)</u>					
1	يملك البنك الذي تتعامل معه أجهزة ومعدات حديثة					
2	المظهر العام للبنك الذي تتعامل معه جذاب					
3	يتمتع البنك بموقع قريب ومناسب					
4	تغطي خدمات الصراف الآلي مناطق قريبة بالنسبة الي					
5	المواد المتعلقة بخدمات البنك الذي تتعامل معه جذابة المظهر					
6	يتمتع موظفو البنك الذي تتعامل معه بمظهر أنيق وحسن					
ثانياً	<u>بُعد الاعتمادية (يقصد به قيام البنك بتأدية الأعمال بصورة جيدة)</u>					
7	عندما تعد إدارة البنك الذي تتعامل معه بالقيام بعمل ما في وقت محدد فإنها تلتزم بذلك					
8	يهتم البنك بحل المشكلات التي تواجه زبائنه					
9	يقدم البنك الخدمة بشكل صحيح من المرة الأولى وفي كل مرة تليها					

					10	يحتفظ البنك بسجلات دقيقة حول العمليات التي يتعامل بها الزبائن مع البنك
					11	الخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك ساعدت في تسهيل حصول الزبائن على الخدمات
						ثالثاً
						<u>بُعد الاستجابة (يقصد به تلبية البنك للخدمة بجودة عالية)</u>
					12	يحدد البنك وقت انجاز الخدمة المصرفية للزبائن
					13	يتم الحصول على الخدمة بشكل فوري
					14	موظفو البنك مستعدون دائماً لمساعدة الزبائن
					15	يستخدم البنك خدمة الهاتف النقال كوسيلة للتعريف بخدماته
						رابعاً
						<u>بُعد الأمان (يقصد به ثقة العملاء بجودة الخدمات المصرفية المقدمة)</u>
					16	اشعر بالأمان في معاملاتي مع البنك
					17	الموظفون في البنك أهل للثقة
					18	يوفر البنك لزيائنه وسائل تسهل عملية تعاملهم مع البنك
					19	يبلغ البنك زبائنه بالتطورات التي تطرأ على الأعمال المصرفية داخل المصرف
					20	وجود الوسائل الالكترونية مثل الإنذار المبكر يسهم في طمأنة المواطنين للتعامل مع البنك
						خامساً
						<u>بُعد التعاطف (يقصد به الاهتمام بمتغيرات الزبون الفردية والشخصية)</u>
					21	يوفر البنك ساعات عمل ملائمة لظروف الزبون

					يضع البنك مصلحة الزبون في مقدمة اهتماماته	22
					يعرف العاملون في البنك احتياجات الزبون ويسعون الى تحقيقها	23
					لا يمنح البنك القروض للزبائن بفوائد وعمولات مناسبة مقارنة بالبنوك الأخرى	24
					الأرباح التي يمنحها البنك للمواطنين على مدخراتهم قليلة	25

الجزء الثالث: كيف ترى خدمات البنك الذي تتعامل معه، وهل أنت راض بشكل كبير عن الخدمات التي

يقدمها لك؟ قدم اقتراحاتك للتحسين؟

ملحق 2: قائمة بأسماء المحكمين

أ.د. سمير أبو زنيد.	جامعة الخليل
د. محمد الجعبري.	جامعة الخليل
د. أسامة شهوان.	جامعة الخليل
د. محمد فخري حسونة.	جامعة بوليتكنيك فلسطين
د. إسماعيل الرومي.	جامعة بوليتكنيك فلسطين
د. عدنان قباجة.	جامعة فلسطين الأهلية
د. ياسر شاهين.	جامعة فلسطين الأهلية
د. هاشم أبو سنينة.	جامعة فلسطين الأهلية