

تحليل فجوات جودة الخدمات المصرفية باستخدام نموذج (SERVQUAL) دراسة تطبيقية على المصرف التجاري الوطني فرع درج

أ. عز الدين عبدالسلام موسى – المعهد العالي للعلوم والتقنية – غدامس
ezoisra@gmail.com

أ. الكيلاني عبدالسلام الكيلاني – كلية التربية درج – جامعة الزنتان
Kila.mosaa@gmail.com

Analyzing Gaps in Banking Service Quality Using the SERVQUAL"* Model: An Applied Study on the Commercial Bank, Derj Branch

Abstract

The study aims to evaluate the quality of banking services provided by the National Commercial Bank (Daraj branch) using the SERVQUAL model by measuring the gap between customer expectations and their actual perceptions of the services. The study adopts a descriptive-analytical approach, with a questionnaire designed based on the five SERVQUAL dimensions (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangibles) distributed to a random sample of 70 customers.

The results indicate negative gaps across all dimensions, with the highest gaps recorded in "Responsiveness" (-1.92) and "Empathy" (-1.85), while the smallest gap was in "Tangibles" (-1.32). Additionally, the relative importance analysis revealed that customers prioritize "Reliability" (25.53%), followed by "Assurance" (21.93%). The study recommends adopting improvement strategies focused on employee training and enhancing technological infrastructure to bridge these gaps.

الملخص :

تهدف الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية من قبل مصرف التجاري الوطني (فرع درج) باستخدام نموذج SERVQUAL، وذلك من خلال قياس الفجوة بين توقعات العملاء وادراكاتهم الفعلية للخدمات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي حيث تم توزيع استبيان معدّ وفق الأبعاد SERVQUAL الخمسة (الموثوقية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف، والجوانب الملموسة) على عينة عشوائية من سبعين عميلاً، وأظهرت النتائج وجود فجوات سلبية في جميع الأبعاد، مع تسجيل أعلى فجوة في بُعد "الاستجابة" (-1.92) و "التعاطف" (-1.85)، بينما كانت أقل فجوة في "الجوانب الملموسة" (-1.32)،

كما كشف تحليل الأهمية النسبية أن العملاء يولون أولوية قصوى لـ: "الموثوقية" (25.53%)، تليها "الأمان" (21.93%)، وتوصي الدراسة بتبني استراتيجيات تحسين تركّز على تدريب الموظفين، وتعزيز البنية التحتية التكنولوجية لسدّ هذه الفجوات.

الكلمات الافتتاحية: جودة الخدمات المصرفية، نموذج SERVQUAL، فجوة التّوّعات، رضا العملاء.

المقدمة:

في ظلّ التّحوّلات الاقتصادية التي تشهدها الدّولة الليبية، أصبحت جودة الخدمات المصرفية عاملاً حاسماً في تعزيز الولاء للمنافسة بين المصارف، وعلى الرغم من تطبيق نموذج SERVQUAL على نطاق واسع عالمياً، الذي يُعد من أكثر النماذج استخداماً في قياس الفجوة بين توقّعات العملاء وإدراكهم للخدمات المُقدّمة، ويتميز هذا النموذج بتركيزه على خمسة أبعاد رئيسية، وهي: الموثوقية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف، والجوانب الملموسة.

وتظلّ الدّراسات التي تركز على المصارف التجارية في ليبيا محدودة، خاصة في فروع المصارف خارج العاصمة، وتُمثّل هذه الدراسة فراغاً بحثياً عبر تحليل دقيق لفجوات الجودة في مصرف التجاري الوطني (فرع درج)، والذي يعد أحد الفروع الرائدة من بين فروع المصارف التجارية للجنوب الغرب الليبي، مع إبراز العوامل المؤثرة في توقّعات العملاء.

مشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تقوم المصارف بتقديم خدمات مصرفية متنوعة ذات جودة لتحقيق الميزة التنافسية، ورضا عملاء المصرف والاحتفاظ بهم، وتكمن إشكالية البحث في التساؤل الرئيسي:

ما مدى توافق الخدمات المصرفية المقدمة من فرع درج مع توقّعات عملائه وفقاً لنموذج SERVQUAL؟ . ويتفرع منه الأسئلة الفرعية:

1- ما التوقّعات المثلى للعملاء تجاه الخدمات في الأبعاد الخمسة SERVQUAL؟

2- كيف يقيم العملاء الاداء الفعلي للخدمات المقدمة؟

3- ما حجم الفجوة بين التوقّعات والاداء الفعلي في كل بعد؟

4- ما الأبعاد الأكثر تأثيراً في تقييم الجودة من وجهة نظر العملاء؟

أهداف الدراسة :

- 1- قياس جودة الخدمة المصرفية المقدمة من خلال التعرف على مستوى إدراك العملاء للخدمة مقارنة بتوقعاتهم
- 2- تحديد الفجوات في جودة الخدمة المصرفية بين التوقعات والإدراكات للعملاء وفقًا لأبعاد نموذج سيرف كوال.
- 3- تحليل أبعاد جودة الخدمة المصرفية الخمسة (الموثوقية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، الجوانب الملموسة) وتحديد اختلاف الأهمية النسبية للمعايير التي يستخدمها العملاء لتحديد نقاط القوة ومواطن الضعف.
- 4- تقديم توصيات عملية لتحسين جودة الخدمة المصرفية بما يعزز من رضا العملاء ويزيد من قدرتهم على الثقة بالمصرف.

فرضيات الدراسة :

ترتكز الدراسة على مجموعة من الفرضيات التي تهدف إلى اختبار العلاقة بين توقعات العملاء وإدراكاتهم لجودة الخدمة المصرفية في مصرف التجاري الوطني فرع درج ، وتتمثل الفرضيات فيما يلي :

- 1- يتوقع عملاء المصرف أن مستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل إدارة المصرف أقل من المستوى المطلوب.
- 2- تقييم عملاء المصرف لجودة الخدمات المقدمة لهم يعكس نظرة سلبية.
- 3- لا يوجد فرق بين مستوى جودة الخدمات التي يتوقعها عملاء المصرف ومستوى جودة الخدمات الفعلية المقدمة.
- 4- يولي عملاء مصرف التجاري الوطني فرع درج أهمية نسبية متفاوتة لأبعاد SERVQUAL عند تقييمهم لجودة الخدمات المصرفية.

أهمية الدراسة

برزت أهمية هذه الدراسة من خلال مساهمتها في الجوانب الآتية :

الأهمية العلمية

- 1- تعزز الدراسة المعرفة النظرية المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية، من خلال تطبيق نموذج "سيرف كوال" الذي يُعد من النماذج الرائدة عالمياً في تقييم جودة الخدمات.
- 2- تقدم إطاراً علمياً يمكن الاستفادة منه في دراسات مستقبلية تهتم بتطوير جودة الخدمات المصرفية في ليبيا.

3- تسلط الضوء على أبعاد جودة الخدمة التي تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء، مما يساهم في إثراء الأدبيات المتعلقة بالقطاع المصرفي.

الأهمية العملية

1- توفر هذه الدراسة للمصرف التجاري الوطني فرع درج تقييماً دقيقاً لمستوى جودة خدماته، مما يساعد في تحديد نقاط القوة والضعف.

2- تقدم توصيات عملية يمكن للمصرف استخدامها لتحسين جودة خدماته، وبالتالي تعزيز رضى العملاء وولائهم.

3- تدعم المصرف في تطوير استراتيجيات تنافسية لتحسين الأداء العام والخدمات المقدمة للعملاء، مما يساهم في زيادة حصته السوقية.

منهجية الدراسة:

تم الاعتماد على منهجية وصفية تحليلية تهدف إلى قياس وتحليل جودة الخدمة المصرفية في مصرف التجاري الوطني فرع درج باستخدام نموذج " سيرف كوال" ووصف دقيق لجودة الخدمة المصرفية وتحليل البيانات المرتبطة بتوقعات العملاء وإدراكاتهم، وتفصيل المنهجية كما يلي:

1- أداة جمع البيانات : تم تصميم استبيان من خلال عبارات الاستبيان (22 عبارة) من الأدبيات لـ SERVQUAL، مع تكييفها لتناسب السياق المصرفي الليبي.

2- عينة الدراسة: تم اختيار عينة عشوائية مكونة من 70 عميلاً من عملاء مصرف التجاري الوطني فرع درج، وتهدف العينة إلى تمثيل الفئات المختلفة للعملاء لضمان تنوع الآراء وتحقيق موضوعية النتائج.

3- طرق التحليل : تم تحليل البيانات باستخدام برامج إحصائية تتمثل في الآتي:
- قياس المتوسطات لتحديد مستوى التوقعات والإدراكات.

- حساب الفجوة بين التوقعات والإدراكات لكل بُعد من أبعاد نموذج "سيرف كوال".

- اختبار الفرضيات باستخدام اختبارات دلالية إحصائية اختبار T .

حدود الدراسة

الحدود المكانية : مصرف التجاري فرع درج الحسابات النشطة لسنة 2024.

الحدود الزمنية : سنة 1/1/2024 إلى 1/1/2024 .

الدراسات السابقة:

1- **دراسة :** حاتم شعشاعة (2004)، قياس جودة الخدمات المصرفية، طبقت الدراسة نموذج "سيرف كوال" على مجموعة من المصارف في فلسطين، وخلصت الدراسة الى أن العملاء لديهم توقعات أعلى مقارنة بما يتم تقديمه فعلياً، خاصة في أبعاد الأمان وسرعة الاستجابة، وأوصت الدراسة بتحسين تدريب الموظفين لضمان تقديم خدمات أكثر جودة.

2- **دراسة :** وفاء المبيريك (2004)، جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية، وهدفت الدراسة الي معرفة اراء وتوجهات العميلات نحو جودة الخدمة المصرفية النسائية ، وذلك باستخدام مقياس سيرف كول لإبعاده الخمسة وقياس الجودة الكلية لهذه الخدمة وخلصت الدراسة إلى أن الخدمات المصرفية النسائية تعرضت للتطور التدريجي نوعياً وكمياً ، وتفضيل الخدمة حسب نوعية العملاء و- أيضا - أهمية الاستعانة بمقياس للأداء موثوق يساعد في تحديد أبعاد الجودة ويسهل تقويمها وأهمية اهتمام البنك بالاستجابة وتلبية طلبات العميلات بسرعة كعوامل تؤثر على جودة الخدمة.

3- **دراسة :** نسرين صالح (2016)، تقييم جودة الخدمات الجامعية باستخدام نموذج الأداء الفعلي دراسة حالة كلية التربية جامعة عين شمس، وهدفت الدراسة التعرف على مستوى جودة الخدمات الفعلية المدركة والمتوقعة بكلية التربية من قبل الطلاب طبقاً لنموذج الأداء سيرف، وخلصت الدراسة أن جودة الخدمات الجامعية بكلية التربية كما يدركها ويتوقعها الطلاب متوسطة في كل أبعاد الاستبانة.

4- **دراسة :** عبدالرحمن بشير ميلاد (2019)، جودة الخدمة في المصارف الليبية، وهدفت الدراسة إلى قياس جودة الخدمات المصرفية في ليبيا باستخدام نموذج "سيرف كوال"، وخلصت الدراسة إلى وجود فجوات كبيرة بين توقعات العملاء وإدراكاتهم في بعض الأبعاد، خاصة في الاستجابة والتعاطف، وأوصت الدراسة بأهمية تطوير البنية التحتية للمصارف لتلبية توقعات العملاء.

ما يميز الدراسة عن الدراسات السابقة

التركيز عن الجانب المحلي فرع المصرف التجاري فرع درج مما يوفر رؤية جديدة حول جودة الخدمات المصرفية في المناطق أقل حضرًا داخل الدولة الليبية،

وتم حساب الفجوات باستخدام منهجية مرجحة بالأوزان مما يعكس أهمية كل بُعد من وجهة نظر العملاء، و- أيضا - تحليل الأهمية النسبية التي يوليها العملاء لكل بعد من أبعاد SERVQUAL، وتم مناقشة كيفية تأثير الفجوات على الولاء التنافسي للمصرف وقدرته على جذب عملاء جدد، كما تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تعزيز الإطار النظري للدراسة الحالية من خلال تسليط الضوء على أبعاد نموذج "سيرف كوال".

المبحث الأول - الإطار النظري للدراسة:

أولاً - مفهوم جودة الخدمات المصرفية : تُعتبر جودة الخدمات المصرفية من المواضيع المهمة لدى كثير من الباحثين، وتعدد التعريفات لمفهوم جودة الخدمة المصرفية وفقاً لـ : Parasuraman و Berry و Zeithaml .

Parasuraman وزملاؤه (1985) يعتبرون من أبرز الباحثين الذين أسسوا مفهوم جودة الخدمة بشكل عام، بما في ذلك الخدمات المصرفية، وقد عرفوا جودة الخدمة بأنها: الفجوة بين توقعات العملاء لمستوى الخدمة المتوقعة وإدراكهم الفعلي للأداء الفعلي للخدمة المقدمة (خدومة، 2013، ص22)، استناداً إلى نموذجهم المعروف بـ SERVQUAL، تعتمد جودة الخدمة على خمسة أبعاد أساسية:

- 1- الموثوقية: (Reliability) القدرة على تقديم الخدمة بدقة وكفاءة كما وعد بها.
- 2- الاستجابة: (Responsiveness) سرعة استجابة المؤسسة لحاجات العملاء.
- 3- لضمان: (Assurance) شعور العميل بالأمان والثقة تجاه الكفاءة المهنية للموظفين.
- 4- التعاطف: (Empathy) تقديم اهتمام فردي ومراعاة خصوصية العميل.
- 5- الجوانب الملموسة: (Tangibles) مظهر المرافق والموظفين والأدوات المستخدمة.

مفهوم جودة الخدمة المصرفية وفقاً للباحث Schwrtz ركّز على جودة الخدمة المصرفية باعتبارها قدرة المؤسسة المصرفية على تلبية احتياجات العملاء من خلال خدمات مبتكرة وفعّالة، وأشار إلى أن جودة الخدمة ترتبط بتحسين تجربة العملاء المصرفية من خلال الخدمات التكنولوجية المتقدمة، وتحقيق رضا العملاء من خلال التعامل الشخصي وتبسيط العمليات، وتحسين سرعة تقديم الخدمات بما يتماشى مع التوقعات المتزايدة للعملاء (خدومة، 2013، ص22)

ثانيا - نظرية الفجوة : نظرية الفجوة هي إطار نظري شائع الاستخدام لتفسير وتحليل الفرق (أو الفجوة) بين توقعات العملاء ومستوى الخدمة الذي يتم تقديمه فعليًا، وتم تطويرها في الأساس ضمن نموذج servqual لتقييم جودة الخدمة، وتساعد النظرية في فهم الأسباب وراء انخفاض رضا العملاء أو تحقيقه ، والفجوة هي الفرق بين ما يتوقعه العميل من الخدمة المثالية وما يشعر أنه قد حصل عليه فعليًا، كلما زادت الفجوة، انخفض رضا العميل، والعكس صحيح، ويتضمن نموذج الفجوة خمس فجوات، أربعة تتعلق بمقدم الخدمة والخامسة بالعميل ، ويمكن تلخيصها في الآتي : (شعشاعة، 2004، ص59-65):

- 1- **فجوة الإدراك :** وهي الفرق بين توقعات العملاء وإدراك الإدارة لهذه التوقعات، وتحدث عندما لا تفهم الإدارة احتياجات العملاء بشكل دقيق.
- 2- **فجوة التصميم :** وهي الفرق بين إدراك الإدارة لتوقعات العملاء وتصميم الخدمة، وتحدث عندما لا يتم تحويل توقعات العملاء إلى معايير وخطط عمل واضحة.
- 3- **فجوة الأداء :** وهي الفرق بين تصميم الخدمة والطريقة التي يتم تقديمها بها، وتنشأ بسبب ضعف التنفيذ أو نقص الكفاءة في العمليات.
- 4- **فجوة الاتصال :** وهي الفرق بين الوعود المقدمة للعملاء من خلال الإعلانات أو التواصل الرسمي وما يتم تقديمه فعليًا، وتحدث نتيجة لوعود غير واقعية أو عدم الوفاء بالتوقعات.
- 5- **فجوة التوقعات والإدراك:** وهي الفرق بين توقعات العميل لمستوى الخدمة وإدراكه للخدمة الفعلية التي حصل عليها، وهي الفجوة الأهم التي تؤثر مباشرة على رضا العملاء.

ثالثا - أهمية نظرية الفجوة : تتمثل فيما يلي:

- 1- تحليل أسباب ضعف جودة الخدمة : توفر إطارًا لتحديد الجوانب التي تحتاج إلى تحسين.
- 2- تحسين رضا العملاء : يساعد تقليل الفجوات على تحقيق تطابق أفضل بين توقعات العملاء والخدمة المقدمة.
- 3- تعزيز الميزة التنافسية: المؤسسات التي تقلل الفجوات تتميز بجودة خدمة أعلى وجاذبية أكبر للعملاء.

4- دعم الاستدامة التشغيلية : من خلال تحسين العمليات بناءً على الفجوات المكتشفة، يمكن تحسين كفاءة العمليات واستدامتها.

رابعاً: قياس جودة الخدمة : يمثل الهدف الأساسي من قياس جودة الخدمات في مساعدة المدراء لأصمان الجودة العالية ورضا العملاء من خلال مقارنة توقعات وإدراك العملاء لجودة الخدمة المقدمة، وتعددت آراء الباحثين لوجود منهج موحد لقياس جودة الخدمات من هذه الدراسات دراسة parasuraman et ai. 1988، 1985، 1990 التي أنتجت ما يعرف بمقياس "سيرف كوال" SERVQUAL ولتشتمل على خمسة أبعاد هي : العناصر الملموسة- الاعتمادية (الموثوقية)- الاستجابة- الأمان- التعاطف (زلطوم، 2019، ص6).

المبحث الثاني - منهجية البحث

أولاً - نموذج قياس جودة الخدمة سيرف كوال (sevqual) : نموذج تم تصميمه واستخدامه من قبل parasuraman-berry and zeithaml، وقد تم اعتماده واستخدامه من عدة باحثين بهدف قياس جودة الخدمات المصرفية (ملا 1998، المبيريك 2002، شعشاعة 2004، صالح 2016، ميلاد 2019)، حيث يتكوّن نموذج القياس سيرف كوال من اثنين وعشرين عبارة سواء المتعلقة بالجودة المتوقعة أو جودة الخدمة المدركة وتغطي خمس محددات أساسية للجودة ، وهي : العناصر الملموسة ، والاعتمادية والكفاءة، وسرعة الاستجابة، والثقة والأمان، والتعاطف والاهتمام ، وتقيس العبارات الأربعة الأولى العناصر الملموسة ، وتقيس العبارات من الخامسة حتى التاسعة الاعتمادية، وتقيس العبارة العاشرة وحتى الثالثة عشر سرعة الاستجابة، وتقيس العبارة الرابعة عشر حتى السابعة عشر الثقة، وتقيس العبارة الثامنة عشر حتى الثانية والعشرون التعاطف والجدول التالي يوضح أبعاد الجودة وعبارات الاستبيان والنموذج الذي يعمل على قياسها.

جدول رقم (1) أبعاد الجودة وعبارات نموذج القياس المرتبطة بها

عدد العبارات	عبارات النموذج المرتبطة بها	ابعاد جودة الخدمة
4	4-1	العناصر الملموسة
5	9-5	الاعتمادية والكفاءة
4	13-10	سرعة الاستجابة
4	17-14	الثقة والأمان
2	22-18	التعاطف والاهتمام
22		المجموع

المصدر: (شعشاعة، 2004، ص75)

وتم استنباط المحددات والعبارات الاثنتين والعشرين من خلال سلسلة مقابلات أجراها الباحثان parasuraman-berry and zeithaml، على عملاء لمؤسسات خدمية من بينها المصارف التجارية، وأيدت العديد من الدراسات استخدام نموذج القياس سيرف كوال حيث أظهرت كفاءته لقياس جودة الخدمة (شعشاعة، 2004، ص75).

نموذج القياس عبارة عن مقياس مكون من خمس نقاط من 1 إلى 5 توضح شعور المستخدمين نحو العبارات الاثنتين والعشرون سواء في حالة الخدمة المتوقعة أو الخدمة المدركة، حيث 1 تمثل عدم الموافقة بشدة على العبارة، و5 تمثل الموافقة بشدة على العبارة، و3 تمثل الشعور المحايد على العبارة، و2 تمثل عدم الموافقة، و4 تمثل الموافقة على العبارة، بمعنى الارقام 1-2 تمثل الشعور السلبي، والارقام 4-5 تمثل الشعور الايجابي نحو العبارة، ووفقا لهذا النموذج والقياس فان قياس جودة الخدمة يتم من خلال الفرق بين المتوسطات الحسابية لإجابة العملاء عن جودة الخدمة الفعلية والمدركة من قبلهم والمتوسطات الحسابية لإجابة العملاء عم جودة الخدمة المتوقعة من قبلهم (شعشاعة، 2004، ص76).

ثانيا - أداة جمع البيانات : لتحقيق أهداف البحث تم تصميم استبيان بناءً على أبعاد نموذج "سيرف كوال"، الموثوقية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، الجوانب الملموسة. يحتوي الاستبيان على معلومات ديموغرافية عن العملاء العمر، الجنس، مستوى التعليم.

1- متغير الجنس

الجدول رقم (2) توزيع افراد الدراسة تبعا لمتغير الجنس

الترتيب	النسبة المئوية %	الجنس
1	35.72%	ذكور
2	64.28%	إناث
	100%	المجموع (n=70)

2- متغير العمر

الجدول (3) توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لمتغير العمر

الترتيب	النسبة المئوية %	الفئة العمرية
3	17.14	اقل من 25 سنة
2	32.85	30 - 26

تحليل فجوات جودة الخدمات المصرفية باستخدام نموذج (SERVQUAL) دراسة تطبيقية على المصرف التجاري الوطني فرع درج

1	44.28	55-36
4	5.73	اكبر من 55
	%100	المجموع

3 - متغير المستوى التعليمي

الجدول (4) توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لمتغير المستوى التعليمي

الترتيب	النسبة المئوية %	المستوى التعليمي
4	0	ثانوي
3	10	دبلوم عالي
1	61.43	بكالوريوس
2	28.57	دراسات عليا
	%100	المجموع

4- متغير نوع العمل

الجدول (5) توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لمتغير العمل

الترتيب	النسبة المئوية %	نوع العمل
4	0.02	تاجر
3	4.28	اعمال حرة
1	77.14	موظف حكومي
3	4.28	موظف شركة
2	14.28	أخري
	%100	المجموع

5- متغير عدد سنوات التعامل

الجدول (6) توزيع افراد عينة الدراسة تبعا لمتغير عدد سنوات التعامل

الترتيب	النسبة المئوية %	عدد سنوات التعامل
2	28.57	من سنة الى 10
1	42.85	من 11 الى 20
3	21.43	من 21 الى 30
4	5.72	من 31 الى 40
5	1.43	اكثر من 41
	%100	المجموع

ثانيا - عينة الدراسة : تم تحديد عينة الدراسة بواقع 1.5% تقريبا من مجتمع الدراسة حيث ان هذه النسبة تناسب الابحاث التسويقية ويمكن الاعتماد على نتائجها، فقد تم توزيع 95 استبانة، وتم جمع 79 استبانة ، وتم رفض 9 استبانات غير صالحة،

تحليل فجوات جودة الخدمات المصرفية باستخدام نموذج (SERVQUAL) دراسة تطبيقية على المصرف التجاري الوطني فرع درج

وبذلك تم اجراء تحليل احصائي على عينة مكونة من 70 عميل من عملاء مصرف التجاري الوطني فرع درج، وتهدف العينة إلى تمثيل الفئات المختلفة للعملاء لضمان تنوع الآراء وتحقيق موضوعية النتائج.

- ثالثاً - طرق التحليل : تم تحليل البيانات باستخدام برامج إحصائية تتمثل في الآتي :
- قياس المتوسطات والانحراف المعياري لتحديد مستوى التوقعات والإدراكات.
 - حساب الفجوة بين التوقعات والإدراكات لكل بُعد من أبعاد نموذج "سيرف كوال".
 - اختبار الفرضيات باستخدام اختبارات دلالية إحصائية اختبار T .
- رابعاً - تحليل البيانات : نستعرض فيما يلي نتائج التحليل بالنسبة لكل فرضية.
- 1- الفرضية الأولى (يتوقع عملاء المصرف أن مستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل إدارة المصرف اقل من المستوى المطلوب).

الجدول(7) يوضح المتوسطات الحسابية لإجابات عملاء المصرف حول ابعاد جودة الخدمة المتوقعة

الترتيب	متوسط الابعاد	ابعاد جودة الخدمة المتوقعة
4	4.54	العناصر الملموسة
5	4.66	الاعتمادية والكفاءة
2	4.43	سرعة الاستجابة
4	4.54	الثقة والامان
3	4.48	التعاطف والاهتمام
	4.53	المتوسط الحسابي العام

يتضح من الجدول(7) ان المتوسط الحسابي العام (4.53) ، ويعبر هذا المتوسط عن مستوى جودة الخدمة المتوقعة والتي يعتقد عملاء المصرف ان المصرف يجب ان يقدم خدماته وفقا لهذا المستوى، وبمقارنة هذا المتوسط بالمقياس دي النقاط الخمس المستخدم فإننا نجد أنه يقع أعلى نقطة درجة الحياد (3+) ، وهو ما يشير إلى ارتفاع توقعات عملاء المصرف بخصوص جودة الخدمة التي ينبغي على المصرف أن يقدمها لعملائه ، ولذلك فإننا نرفض الفرضية.

2- الفرضية الثانية (تقييم عملاء المصرف لجودة الخدمات المقدمة لهم يعكس نظرة سلبية).

الجدول (8) يوضح المتوسطات الحسابية لإجابات عملاء المصرف حول ابعاد جودة الخدمة المدركة

الترتيب	متوسط الابعاد	ابعاد جودة الخدمة المدركة
4	2.91	العناصر الملموسة
2	2.77	الاعتمادية والكفاءة
1	2.74	سرعة الاستجابة

5	3	الثقة والأمان
3	2.78	التعاطف والاهتمام
	2.84	المتوسط الحسابي العام

يتضح من الجدول (8) أن المتوسط الحسابي العام (2.84) ، ويعبر هذا المتوسط عن مستوى جودة الخدمة المقدمة فعلياً المدركة من قبل المصرف، وبمقارنة هذا المتوسط بالمقياس ذي النقاط الخمس المستخدم ، فإننا نجد أنه يقع أدنى من درجة الحياد (3)، وهو يشير إلى انخفاض مستوى توقعات عملاء المصرف بخصوص جودة الخدمة التي ينبغي على المصرف أن يقدمها لعملائه، بمعنى أن توقعات عملاء المصرف للخدمات المقدمة لهم من قبل المصرف كانت منخفضة، ولذلك فإننا نرفض الفرضية.

3- الفرضية الثالثة (لا يوجد فرق بين مستوى جودة الخدمات التي يتوقعها عملاء المصرف ومستوى جودة الخدمات الفعلية المقدمة).

لتحليل واختبار هذه الفرضية سوف نقوم بتطبيق معادلة الفجوة الخامسة (مستوى جودة الخدمة من وجهة نظر العملاء) لنظرية الفجوة والتي تنص على الآتي: معادلة نظرية الفجوة الخامسة في نموذج SERVQUAL هي:

$$\text{SERVQUAK score} = \text{Perception score} - \text{Expectation score}$$

أي : أن مستوى جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر عملاء المصرف تساوي متوسط درجات الجودة الفعلية كما قيمها عملاء المصرف مطروحا منه متوسط درجات الجودة المتوقعة من قبل عملاء المصرف، وسنقوم باحتساب هذه النتيجة باستخدام نموذج القياس SERVQUAL غير المرجح بالأوزان، وايضا نموذج القياس SERVQUAL المرجح بالأوزان كما يلي:

1- نموذج القياس SERVQUAL غير المرجح بالأوزان:

يمكن تطبيق معادلة الفجوة الخامسة من خلال طرح المتوسط العام لجودة الخدمة المتوقعة، من المتوسط العام لجودة الخدمة المدركة كما يلي:

$$\text{مستوى جودة الخدمة} = 2.84 - 4.53 = -1.69$$

وعند تطبيق اختبار T لهذا الفرق نجد ان الفرق ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية 5% وهذا ما يوضحه الجدول رقم (9):

تحليل فجوات جودة الخدمات المصرفية باستخدام نموذج (SERVQUAL) دراسة تطبيقية على المصرف التجاري الوطني فرع درج

جدول رقم (9) يوضح اختبار T لفرق المتوسط العام لجودة الخدمة الفعلية الغير مرجحة والمتوسط العام لجودة الخدمة المتوقعة الغير مرجحة

البيان	المتوسط الفعلي	المتوسط المتوقع	فرق المتوسطات	T	مستوى المعنوية
مستوى جودة الخدمة	2.84	4.53	-1.69	29.39	0.05

وباستخدام مقترح نظرية الفجوة فان هذا الفرق يمثل مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصرف وان النتيجة (-1.69) تعني ان جودة الخدمة الفعلية جاءت أقل من جودة الخدمة المتوقعة، أي: هناك اختلاف ذا دلالة احصائية بين مستوى جودة الخدمة الفعلية، ومستوى جودة الخدمة المتوقعة، وهذا يرفض الفرضية.

2- نموذج القياس SERVQUAL المرحح بالأوزان: لتطبيق هذا النموذج يجب إيجاد أولا المتوسط الحسابي بكل بُعد من أبعاد الجودة الخمسة ، وحسب كل عميل أو مفردة من مفردات العينة تم ضرب المتوسطات الحسابية لإجابات العملاء، وحسب كل بُعد بالأهمية النسبية لكل بُعد، وحسب إجابات كل عميل أو مفردهن بعد ذلك يتم جمع المتوسطات الحسابية الموزونة للأبعاد الخمسة لجودة الخدمة حسب كل عميل، ونحصل علي جودة الخدمة الكلية والموزونة لكل عميل او مفردة وقسمتها على مجموع افراد العينة، فينتج لدينا جودة الخدمة الكلية على مستوى عينة الدراسة . وبتطبيق الخطوة السابقة نحصل على المتوسطات العامة المرححة بالأوزان لكل من جودة الخدمة الفعلية المرححة بالأوزان وجودة الخدمة المتوقعة المرححة بالأوزان، وهذا يتضح من الجدول (12):

جدول(10) المتوسطات المرححة بالأوزان لإجابات عملاء المصرف حول ابعاد جودة الخدمة المدركة

الترتيب	متوسط الأبعاد	ابعاد جودة الخدمة المدركة
2	7.35	العناصر الملموسة
5	10.75	الاعتمادية والكفاءة
3	8.52	سرعة الاستجابة
4	9.93	الثقة والامان
1	6.64	التعاطف والاهتمام
	8.63	المتوسط العام

تحليل فجوات جودة الخدمات المصرفية باستخدام نموذج (SERVQUAL) دراسة تطبيقية على المصرف التجاري الوطني فرع درج

جدول (11) المتوسطات المرجحة بالأوزان لإجابات عملاء المصرف حول ابعاد جودة الخدمة المتوقعة

الترتيب	متوسط الابعاد	ابعاد جودة الخدمة المتوقعة
2	11.24	العناصر الملموسة
5	17.37	الاعتمادية والكفاءة
3	13.76	سرعة الاستجابة
4	14.96	الثقة والامان
1	10.51	التعاطف والاهتمام
	13.57	المتوسط العام

جدول رقم (12) المتوسطات الحسابية العامة بالأوزان لجودة الخدمة المدركة والمتوقعة

الرقم	مستوى جودة الخدمة	المتوسطات العامة المرجحة بالأوزان
1	مستوى جودة الخدمة المدركة	8.63
2	مستوى جودة الخدمة المتوقعة	13.57

و عند تطبيق معادلة الفجوة الخامسة لنظرية الفجوة من خلال ايجاد الفرق بين المتوسط العام لجودة الخدمة المدركة بالأوزان، والمتوسط العام لجودة الخدمة المتوقعة المرجح بالأوزان نحصل على مستوى الجودة الكلية المرجحة بالأوزان كما يلي:
 $4.94 = 13.57 - 8.63 =$ مستوى الجودة الكلية المرجحة بالأوزان
 وعند تطبيق اختبار T لهذا الفرق ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية 5% وهذا ما يوضحه الجدول (13) :

الجدول (13) اختبار T لفرق المتوسط العام لجودة الخدمة الفعلية المرجحة بالأوزان والمتوسط العام لجودة الخدمة المتوقعة المرجحة بالأوزان

البيان	المتوسط الفعلي	المتوسط المتوقع	الفرق المتوسطات	T	مستوى المعنوية
مستوى جودة الخدمة	8.63	13.57	-4.94	11.6249	0.05

وباستخدام مقترح نظرية الفجوة فان هذا الفرق يمثل مستوى جودة الخدمات المصرفية المرجحة بالأوزان المقدمة من قبل المصرف وأن النتيجة (-4.94) تعني أن جودة الخدمة الفعلية المرجحة بالأوزان جاءت اقل من جودة الخدمة المتوقعة المرجحة بالأوزان، أي: أن هناك اختلاف بين مستوى جودة الخدمة الفعلية، ومستوى جودة الخدمة المتوقعة، وهذا يعني رفض الفرضية.
 ونلاحظ أن النتيجتين (-1.69) و (-4.94) قد اتفقت بكل المقاييس المرجح وغير المرجح بالأوزان مما يعني تأكيد رفض الفرضية.

4- الفرضية الرابعة (يولي عملاء مصرف التجاري الوطني فرع درج اهمية نسبية متفاوتة لأبعاد SERVQUAL عند تقييمهم لجودة الخدمات المصرفية).

لقد تم اختبار هذه الفرضية باستخدام المتوسط الحسابي للأهمية النسبية لكل بعد من ابعاد الجودة الخمسة، وقد تم احتساب الأهمية النسبية لكل بعد من ابعاد جودة الخدمة من خلال سؤال أفراد عينة البحث بترتيب هذه الأبعاد من 1 الى 5 بحيث يكون الرقم 1 يمثل الأبعاد أهمية عند تقييم جودة الخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف، وذلك من وجهة نظر عملائه، ورقم 5 يمثل أكثر الأبعاد أهمية عند تقييم جودة الخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف، وتم تحويل هذا الترتيب إلى نسب مئوية من خلال قسمة الأرقام الممنوحة لكل بعد من ابعاد الجودة على 15 وهو مجموع الأرقام من 1 الى 5 وذلك لجميع أفراد العينة، ومن تم احتساب المتوسط العام للأهمية النسبية بقسمة مجموع الأهمية النسبية لكل بعد وقسمته على مجموع أفراد العينة، وهذا ما يوضحه الجدول (14) :

الجدول (14) نسبة الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة

الترتيب	النسبة %	متوسط العام للأهمية النسبية	ابعاد جودة الخدمة
2	16.27	2.44	العناصر الملموسة
5	25.53	3.83	الاعتمادية والكفاءة
3	20.60	3.09	سرعة الاستجابة
4	21.93	3.29	الثقة والامان
1	15.67	2.35	التعاطف والاهتمام
	%100	15.00	المجموع

ويتضح من بيانات الجول (14) اختلاف الأهمية النسبية التي يوليها عملاء المصرف للمعايير المستخدمة من قبلهم عند تقييمهم جودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم فعليا من المصرف، وهذا يعني رفض الفرضية.

النتائج والتوصيات:

اولا - النتائج :

لقد استهدفت الدراسة قياس جودة الخدمات المصرفية من خلال التعرف على الفرق بين توقعات وادراكات عملاء المصرف لمستوى الخدمات المقدمة لهم وذلك وفقا لنظرية الفجوة باستخدام نموذج القياس SERVQUAL .

ايضا استهدفت الدراسة الى معرفة الاهمية النسبية للعوامل التي يستخدمها عملاء المصرف عند تقييمهم لجودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم من قبل المصرف وخلصت الدراسة الى الاتي:

1- وجود فجوات سلبية في جميع أبعاد جودة الخدمات المصرفية، مما يشير إلى أن الأداء الفعلي للمصرف أقل من توقعات العملاء ، حيث سجل بُعد الاستجابة أعلى فجوة (-1.92)، مما يعكس عدم رضا العملاء عن سرعة التعامل مع طلباتهم وحل مشكلاتهم، تلاه بعد التعاطف بفجوة (-1.85)، مما يشير إلى ضعف الاهتمام الفردي بالعملاء وغياب التفاعل الشخصي، وجاء بعد الجوانب الملموسة بأقل فجوة (-1.32)، مما يدل على رضا نسبي عن المظهر العام للفرع والأدوات المستخدمة.

2- أعطى العملاء أعلى أهمية نسبية للموثوقية (25.53%) مثل دقة الحسابات ، وخلو المعاملات من الأخطاء، بينما حصل بُعد التعاطف على أقل أهمية نسبية (15.67%)، مما يعكس أولوية العملاء للكفاءة على العلاقات الشخصية.

3- الاختلافات الديموغرافية أظهرت فئة الأعمار (36-55 سنة) أعلى مستوى من عدم الرضا ، خاصة في بعد الأمان، وعبرت الإناث (64.28%) من العينة عن قلق أكبر بشأن سرعة إتمام المعاملات مقارنة بالذكور.

4- أكدت نتائج اختبار T-test أن جميع الفجوات ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05، وكانت الفجوة الكلية المرجحة بالأوزان (-4.94) أعلى من الفجوة غير المرجحة (-1.69)، مما يعكس تأثير الأوزان النسبية للأبعاد على تقييم الجودة.

ثانيا- التوصيات :

1- تحسين الاستجابة وذلك بتقليل وقت الانتظار عبر زيادة عدد موظفي الصف الأمامي خلال ساعات الدوام .

2- تعزيز التعاطف من خلال تدريب الموظفين على مهارات التواصل العاطفي، وتخصيص موظف مسؤول لمتابعة شكاوي العملاء عبر قنوات متعددة مثل الهاتف والبريد الإلكتروني.

3- الموثوقية والأمان بحيث يتم تحديث الأنظمة التكنولوجية لتجنب الأعطال الفنية المتكررة ونشر تقارير شهرية عن معدلات الأخطاء والاجراءات التصحيحية.

4- الجوانب الملموسة ويتم بتوفير أجهزة صراف آلي ذات جودة تفاعلية وسهولة الاستخدام.

5- ضرورة تحسين جودة الخدمات المُقدّمة من قبل المصرف لتصل إلى توقّعات العملاء وذلك للمحافظة على عملاء المصرف الحاليين وكسب ولائهم واستقطاب عملاء جُدد من خلال تبني جودة الخدمة كاستراتيجية للمنافسة والتميز، الامر الذي يعمل على تحسين الوضع التنافسي للمصرف، وزيادة حصته السوقية ومعدلات أرباحه.

6- ضرورة قيام المصرف بأبحاث تسويقية تتمتع بالمنهجية العلمية، ليتفهم توقّعات عملائه وبالتالي العمل على تضيق الفجوة الاولى، (فجوة البحث) ، والتي تعبر عن قيمة الفرق بين توقّعات العميل لجودة الخدمة، وادراك الادارة لهذه التوقّعات، وتفيد تلك الفجوة الى عدم مقدرة الادارة في التوصل لمعرفة ما يحتاجه العميل بالتحديد، وكيف ينبغي تصميم الخدمة المصرفية المطلوبة، وكذلك الخدمات المساندة التي يطلبها العميل وعلى الادارة تسويقها.

المراجع:

- 1- حاتم غازي شعشاعة، قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، عمادة الدراسات العليا، الجامعة الاسلامية، 2004.
- 2- سمية بن خدومة، قياس جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، ورقلة، جامعة قاصدي مرباح، 2013.
- 3- عبدالرحمن بشير ميلاد، محمد مصباح زلطوم، جودة الخدمة في المصارف الليبية من وجهة نظر العملاء، مجلة افاق اقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة المرقب، 2019.
- 4- نسرين صالح محمد، تقييم جودة الخدمات المصرفية الجامعية باستخدام نموذج الأداء الفعلي، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد السابع والثلاثون، 2016.
- 5- وفاء المبيريك، جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية، المجلة العربية للإدارة، المجلد الرابع والعشرون، العدد الاول، 2004.