مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: تقييم جودة الخدمة المصرفية لمصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة
اسم الكاتب: د. رضوان العمار، د. أحمد صقر، مصطفى نور الله
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4365
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 11:22 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (34) العدد (4) 2012
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (34) No. (4) 2012

تقييم جودة الخدمة المصرفية لمصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة

الدكتور رضوان العمار*
الدكتور أحمد صقر**
مصطفى نور الله***

(تاريخ الإيداع 1 / 7 / 2012. قُبِل للنشر في 13 / 9 / 2012)

□ ملخّص □

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم واقع الخدمة المصرفية المقدمة من قبل مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة، إذ بينت نتائج الدراسة التي تمت على امتداد 8 أشهر واعتمدت على مقياس " جودة الخدمة المدركة " SERVPERF، أن بعد " العناصر المادية (التجسيد) " هو أكثر الأبعاد وجوداً في حين أن بعد " الاعتمادية " هو البعد الأقل وجوداً، كما بينت الدراسة أن العوامل الديموغرافية تلعب دوراً مهماً في جودة الخدمة المقدمة من قبل المصارف الخاصة في محافظة الرقة و على الأخص (الجنس، جهة العمل ، العمر). تم التوصل إلى هذه النتائج من خلال تحليل البيانات بواسطة برنامج SPSS وبالاعتماد على تحليل التباين و تحليل الانحدار لعينة عشوائية مؤلفة من (37) عميلا من عملاء المصارف الخاصة في محافظة الرقة.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة ، الخدمة المصرفية ، جودة الخدمة المدركة ، تقييم الخدمة ، قياس الخدمة

* أستاذ – قسم العلوم المالية والمصرفية – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين– اللاذقية – سورية.
** مدرّس – الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري – كلية الإدارة و التكنولوجيا – الإسكندرية – مصر
***طالب دراسات عليا (دكتوراه) – قسم الإدارة – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين– اللاذقية – سورية.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (34) العدد (4) 2012
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (34) No. (4) 2012

Service Quality Evaluate for Private Banking at Al-Raqqa Governorate

Dr. Radwan Al-Ammar*
Dr. Ahmad Saker**
Mustafa Nourallah***

(Received 1 / 7 / 2012. Accepted 13 / 9 / 2012)

□ ABSTRACT □

This research aims at evaluating Service Quality at private banks at Al-Raqqa governorate. The findings of research, which conducted for 8 months, has revealed that that "tangibility" is the most existence dimension, while "reliability" is the less existence dimension. In fact, the research is based on SERVPERF scale "perceive service quality"; also the research reveals that demographic factors play a significant role in Service Quality at private banks at Al-Raqqa governorate, particularly (Gender, Business Sector, Age). This results come to surface after statistical analysis based on ANOVA & Regression analysis applied on a random sample consisting of 37 clients from privates banks at Al-Raqqa governorate.

Key Words: Service Quality, Banking Service , Perceive Service Quality, Service Evaluate , Measuring Service

* **Professor, Department of Finance , Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.**
** **Assistant Professor, Department of Management & Technology, Arab Academy for Science, Technology & Maritime, Alexandria, Egypt .**
*** **Postgraduate Student, Department of Management, Faculty of Economic, Tishreen University, Lattakia, Syria.**

مقدمة:

يلعب اقتصاد الخدمات دوراً حيوياً في غالبية دول العالم، وتهتم المنشات الاقتصادية الخدمية (ServiceEconomic Entity) بتقديم أفضل خدمة ممكنة للوصول إلى رضا العملاء و ولائهم ، وتأمل من جراء ذلك الحصول على حصة سوقية أكبر و تحقيق أرباح مرتفعة.

تلعب المصارف الخاصة دوراً حيوياً في بلدان العالم المتقدم والنامي (Develop & Developing Countries) إضافة إلى دورها الأساسي في الاقتصاديات الناشئة والاقتصاديات التي تمر بمراحل التحول (Emerging & Transferring Economies) من حيث خلق فرص العمل والمساهمة في الناتج القومي المحلي(GDP) و تسهيل التعاملات التجارية، يواجه العمل المصرفي العديد من المشاكل على صعد مختلفة و تتميز الأسواق في العالم أجمع – على الغالب – بمستوى مرتفع من التنافس ، هذا ما ولد قناعة لدى المصارف أن أهم سبيل للتميز هو تقديم خدمات ذات جودة عالية تقابل توقعات العملاء على أقل تقدير.

يزخر الأدب الأكاديمي بأبحاث متخصصة في مجال تقييم جودة الخدمة المصرفية و غالبية هذه الأبحاث تستند في طرحها العلمي على المدرسة الأمريكية الشمالية نظراً لما قدمته هذه المدرسة من أفكار هامة في مجال قياس جودة الخدمية المصرفية، ومن أهم المقاييس المستخدمة في هذا المجال مقياسSERVPERFالذي يعتمد على الخدمة المدركة التي يستلمها العميل المصرفي من المصرف.

مشكلة البحث:

تتمحور مشكلة البحث الأساسية في غياب تقييم لجودة الخدمة المصرفية المقدمة من مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة، هذا ما يفضي إلى مشكلتين ثانويتين، الأولى: عدم قدرة المصارف العاملة حالياً على تقييم واقع رضا العملاء عن جودة خدماتها المقدمة، الثانية: العوز المعرفي الحاصل لدى المصارف الراغبة في الدخول في السوق فيما يخص المستوى المطلوب من جودة الخدمات الواجب تقديمها لكسب رضا العملاء.

يمكن تقديم مشكلة البحث بالأسئلة التالية :

1. هل يوجد تقييم فعلي لجودة الخدمة المصرفية المقدمة حالياً من قبل مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة ؟
2. هل تناسب جودة الخدمة المقدمة حالياً العملاء ؟
3. ما هو المستوى المقدم فعلاً من جودة الخدمة المصرفية، و الواجب تقديم ما يماثله – على أقل تقدير – من قبل المصارف الراغبة بالدخول لضمان استمراريتها ؟
4. هل هناك إمكانية لتقييم جودة الخدمة المصرفية المقدمة حالياً من قبل مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة؟

أهمية البحث وأهدافه:

تهدف هذه الدراسة إلى تعرّف النقاط الآتية :

1. تقييم جودة الخدمة المصرفية من قبل العملاء في محافظة الرقة .
2. استخدام مقياس SERVPERF الذي يعتمد على جودة الخدمة المدركة لتقييم جودة الخدمة المصرفية.
3. التوصل إلى المتغيرات الديموغرافية المؤثرة في عملية تقييم جودة الخدمة المصرفية.

4. توفير أساس علمي دقيق لإدارات المصارف العاملة حالياً والراغبة في الدخول في سوق المحافظة في مجال قياس جودة الخدمة المصرفية.

تتبع أهمية الدراسة من خلال معالجتها للنقاط الآتية :

1. تعالج موضوع تقييم جودة الخدمة المصرفية في محافظة الرقة .
2. ارتباط الدراسة بجودة الخدمة المقدمة إلى عميل المصرف ، و الذي يعتبر ضمن توجهات العمل المصرفي الحديث أحد ركائز التخطيط الاستراتيجي في العمل المصرفي.
3. تقدم الأرضية المناسبة للمصارف العاملة لتعرّف آراء عملائهم في جودة الخدمة المصرفية المقدمة.
4. تقدم الدراسة محتوى علمي للمصارف العاملة و المصارف الراغبة في الدخول في سوق محافظة الرقة.

فرضيات البحث :

1. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين العناصر المادية وجودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.
2. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية وجودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.
3. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستجابة وجودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.
4. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين درجة الأمان وجودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.
5. لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاطف وجودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.

منهجية البحث:

قامت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي،لأهم ما ورد في الكتب والمراجع العربية والأجنبية والدوريات والإحصائيات والنشرات الرسمية والدراسات السابقة المتخصصة في هذا المجال، بهدف إثراء البحث والخروج بأفضل النتائج والتوصيات، كما اعتمد الباحث على الإحصاء الوصفي والاستدلالي للخروج بالنتائج والتوصيات التي تساعد في حل مشكلة البحث.

مجتمع وعينة البحث:

يتمثل مجتمع البحث بعملاء المصارف الخاصة العاملة في محافظة الرقة، وقد تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة، وتم توزيع الاستبيان في أماكن توزيع الخدمة بالإضافة إلى توزيع بعض الاستبيانات في أماكن عمل العملاء، حيث تم توزيع 40 استبيانا، تم استعادة 37 منها بنسبة 92.5 % .

الدراسات السابقة :

1. في دراسة قدمها (Abdul Muyeed,2012) تحت عنوان (إدراك العملاء لجودة الخدمة في المصارف التجارية في البلدان النامية – دراسة حالة –) عام2012، هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية في البلدان النامية عامة و في بنغلادش خاصة ، هذه الدراسة التحليلية قامت بشكل أساسي على جمع البيانات بواسطة استبيان متطور الغرض، حيث تم جمع هذه البيانات من عينة بحجم (250) لأربعة من مصارف بنغلادش – اثنان من القطاع الخاص واثنان من القطاع العام – العاملة في المقاطعة الشمالية Kushtia .توصلت الدراسة إلى أن عملاء المصرف يختلفون فيما بينهم بالنسبة إلى طبيعة الخدمة – مفهوم الخدمة، كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن إدراك الزبائن وصل إلى أعلى حد له بخصوص (السرعة و الدقة ، أمان استثمارات الزبائن ، سرية الحسابات و الصفقات) وإلى أقل حد له بخصوص (الآلات الحديثة ، الديكور)، أوصت الدراسة بأهمية الاعتناء بنقاط القصور للارتقاء بإدراك الزبائن للخدمة المصرفية لما لذلك من أهمية كبيرة في التميز عن المنافسين.

2. في دراسة قدمها (Hanzaee&Salehi, 2012) تحت عنوان (مقياس قياس جودة الخدمة المدركة في المصارف التجارية الإيرانية) عام2012، قامت هذه الدراسة على تصميم نموذج لتقييم جودة الخدمات المصرفية في المصارف الإيرانية بإجراء بحث نوعي و كمي و ذلك وفق عينة بحجم (348) لثمانية من المصارف الضخمة التي تعمل في ست مدن إيرانية، حيث توصلت الدراسة إلى تصميم نموذج يتألف من (25) متغيرا و (7) أبعاد هي : (جودة العمليات الكلية ، جودة المخرجات الكلية ، المهارات و السلوك ، الدقة ، تنوع الخدمات ، السرعة ، التجسد) ، عكست الدراسة الخصائص و الظروف الخاصة بالمصارف التجارية الإيرانية . أوضحت الدراسة أن مفهوم جودة الخدمة هو مفهوم متعدد الأبعاد.

3. في دراسة قدمها (Hossian& Leo,2005) تحت عنوان (إدراك العملاء لجودة الخدمة في المصارف التجارية في منطقة الشرق الأوسط، دراسة حالة قطر) عام2005، الهدف من هذه الدراسة هو تقييم جودة الخدمة في المصارف التجارية في الشرق الأوسط عامة و في قطر خاصة و ذلك بالاعتماد على العملاء من مستويات مختلفة، تمت الدراسة بشكل تحليلي فقد جمعت البيانات باستبيان متطور، وتم توزيع الاستبيان بشكل شخصي على عينة بحجم 120 من أربعة مصارف.خلصت الدراسة إلى أن هناك اختلافا بين إدراك العملاء للخدمة المصرفية و ذلك ما يعزى إلى طبيعية الخدمات . كما توصلت الدراسة إلى أن إدراك العملاء الأول و الأهم يتركز في "التجسيد " و من ثم " التعاطف " و من ثم " الأهلية و من بعدها " الاعتمادية " . كما نوهت الدراسة إلى أن التنافس الشديد بيئة العمل المصرفي و التماثل الكبير في الخدمات المقدمة من قبل المصارف،مما يجعل الخدمات المصرفية موضوعا حيويا للتميز ، و أوصت الدراسة أن نجاح المصارف مرتبط بتقديم خدمات تتجاوز توقعات العملاء ، كما نوهت الدراسة إلى العلاقة بين خدمة العملاء و رضا العملاء و إدراك العملاء.

4. في دراسة قدمها (مروان درويش و ابتسام الدميري، 2010) تحت عنوان (تقويم جودة خدمات المصارف العربية العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر العملاء) عام 2010، حيث قُدمت هذه الدراسة بهدف تقويم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف العربية العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر عملائها وإلى قياس الجودة الكلية لهذه الخدمة و ذلك باستخدام مقياس SERVPERF بأبعاده الخمسة، والذي يركز على قياس الأداء الفعلي للخدمة المقدمة للعميل، فقد قامت مشكلة الدراسة على محاولة تقويم جودة الخدمة المصرفية للارتقاء بمستوى الخدمة المصرفية من خلال تلمس جوانب القصور والضعف والمساعدة في دعمها وتطويرها، وبينت الدراسة الانطباع

الإيجابي عن الجودة الكلية للخدمة المصرفية المقدمة من المصارف العربية العاملة في محافظة القدس بنسبة 81.3% من العينة، أما من حيث علاقة الأبعاد الخمسة المكونة لمقياس جودة الخدمة المصرفية مع الجودة الكلية للخدمة المصرفية، فقد أشارت نتائج التحليل إلى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الأبعاد الخمسة ومستوى الجودة الكلية للخدمة المصرفية، كما أشارت النتائج إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات العملاء نحو أبعاد المقياس المتعلقة بالعناصر الملموسة تبعاً لاختلاف الجنس والراتب، والمتعلقة بالاعتمادية تبعاً لاختلاف الراتب، وكذلك المتعلقة بالأمان تبعاً لاختلاف المستوى التعليمي.

التعليق على الدراسات السابقة :

قامت الدرسات السابقة على تقييم جودة الخدمة المصرفية في الجمهورية العربية السورية ، حيث تميزت هذه الدراسة عن غيرها من الدراسات بأنها تعالج مشكلة تقييم جودة الخدمة المصرفية المدركة و البيئة المحيطة ، إذ تلعب البيئة المحيطة دوراً كبيراً في عملية تقييم جودة الخدمة المصرفية المدركة .

النتائج و المناقشة :

الدراسة النظرية:

أولاً : الخدمة:

على الرغم من التطور الكبير الذي حدث في مجال الخدمات في مئة العام الأخيرة إلا أن هناك اختلافا في تعريف الخدمة، إذ يعرفها Zeithaml: الخدمة هي أعمال و عمليات و أداء يزود بها أو يشارك في إنتاجها شخص طبيعي أو وحدة اقتصادية لشخص طبيعي آخر أو وحدة اقتصادية أخرى (Zeithaml et al, 2009) . الخدمة هي عمليات تتألف عادةً من سلسلة من الكثير أو القليل من النشاطات غير المادية –لا يعتبر ذلك شيئاً ضرورياً – تجرى الخدمة بين المستهلك و موظف الخدمة بحيث يترافق ذلك بعناصر أو سلع مادية، كما يترافق ذلك بأنظمة خاصة بمزود الخدمة ، التي توجد الحلول لمشاكل الزبائن (Grönroos, 2006). الخدمة هي تطبيق للقدرات المتخصصة من المعرفة و المهارات ، من خلال الأعمال و العمليات و الأداء لمنفعة لكيان أخر أو للكيان نفسه (Lusch&Vargo, 2006) . تتصف الخدمة بفنائها بمرور الوقت وبأنها تجربة معنوية تُؤدى للمستهلك و تنفذ من خلال الدور بالمشاركة في الإنتاج(Fitzsimmons &Fitzsimmons, 2006). و نرى أنه يمكن تعريف الخدمة : بأنها حزمة متشابكة من الأفعال والأفكار التي تستند إلى أدوات مادية ومعرفة عقلية – مختلفة الخصائص – يُعتمد في تشكلها على القطاع الاقتصادي لمزود الخدمة وعلى بيئة العمل والمناخ المحيط بعملية التبادل؛ حيث تعمل على خلق منفعة، وتتخذ هذه المنفعة شكلاً مادياً أو شكلاً معنوياً.

ثانياً : جودة الخدمة المصرفية :

ترتكز الجودة في المصارف و المؤسسات المالية على تطوير الخدمة وتحسين الأداء في العمل، حيث تتوجه الاستراتيجيات الحديثة في العالم كافة نحو العميل و مقابله احتياجاته ومتطلباته، كذلك تحسين مستوى الخدمات المقدمة له، والتي تتوافق مع توقعاته (Al-Tamimi& Al-Amiri, 2003).إن الخدمات التي تتميز بجودة مرتفعة تمنح المنظمة فرصة لتميز نفسها في الأسواق التنافسية، ومن ناحية أخرى إن الخدمة المتميزة تحقق رضا العملاء وولاءهم ،

كما تعمل على رفع رغبة العملاء في تزكية المنظمة للآخرين ، أيضاً تؤدي إلى انخفاض مستوى الشكاوى المقدمة من قبل العملاء و تعمل على رفع معدل " الاحتفاظ بالعملاء " (Karatepe et al , 2005). يبين الواقع صعوبة نسخ جودة الخدمة التي تقدمها المؤسسات لعملائها (Chaisomphol&Elsey 2004). فهمت المصارف حقيقة مفادها أن العملاء سيظهرون الولاء للمصرف الذي يقدم خدمة أعظم من غيره ، من جهة أخرى إن المصارف ستحصل على أرباح مرتفعة في حال قدرتها على التمركز في السوق بوضع أفضل من المنافسين (Muyeed 2012).

ثالثاُ: تقييم جودة الخدمة المصرفية :

يمكن تقييم جودة الخدمة المصرفية في المصارف من خلال استخدام مقياس SERVPERF (Urban, 2011) ، قدم هذا المقياس لأول مرة من خلال Cronin & Taylor 1994 إذ يقوم هذا المقياس على قياس جودة الخدمة المدركة (Jain, 2004)، و يتألف هذا المقياس من خمسة أبعاد هي (Korda&Sonji, 2010)

1. العناصر الملموسة (التجسيد)Tangibles
2. الاعتمادية (المصداقية) Reliability
3. سرعة الاستجابة Responsiveness
4. الثقة في التعامل (الأمان) Assurance
5. الاهتمام (التعاطف) Empathy

الدراسة الميدانية:

أولاً : محافظة الرقة (المساحة، السكان و الديموغرافيا ، الاقتصاد) :

تقع محافظة الرقة في المنطقة الشمالية الشرقية من سوريا يحدها من الشمال الجمهورية التركية حيث يبلغ طول الحدود المشتركة (78.5) كم ومن الجنوب محافظتا حمص وحماه ، ومن الشرق محافظة دير الزور ، ومن الغرب محافظة حلب وتقع بين خط الطول (39.1) دقيقة وخط العرض (35.57) دقيقة كما ترتفع مدينة الرقة – مركز المحافظة – / 240 / م عن سطح البحر وتقسم المحافظة إلى ثلاث مناطق إدارية هي منطقة الرقة ، منطقة الثورة ، منطقة تل أبيض (مديرية التخطيط في محافظة الرقة، 2011). تبلغ مساحة الرقة 1961 ألف هكتار منها منها 799 ألف هكتار أراضي صالحة للزراعة بنسبة 40.47%، أما مساحة الأراضي التي تصنف كمروج و مراع فتبلغ 974 ألف هكتار أي ما نسبته 49.66% و عليه فإن نسبة الأراضي الصالحة للزراعة أو التي يستفاد منها كمروج ومراع 90.41% (المجموعة الإحصائية ، 2011) ، يعمل غالبية السكان في قطاع الزراعة وتربية الحيوانات حيث يعتبر القطاع الزراعي القطاع الأهم في محافظة الرقة، حيث بلغت نسبة المشتغلين في نشاط الزراعة والحراج في عام 2010 /34.2%/ من إجمالي المشتغلين في المحافظة (مديرية التخطيط في محافظة الرقة، 2011).

يبلغ عدد سكان محافظة الرقة دون 15 عاماً 441000 نسمة في حين يبلغ عدد سكان المحافظة فوق 15 عاماً 473385 نسمة ، يقسم عدد سكان المحافظة فوق 15 عاماً إلى ثلاثة أقسام مشتغلون اقتصادياً بعدد 170085 نسمة– 63093 في الحضر، 106992 في الريف – و متعطلون بعدد 20200 نسمة و خارج قوة العمل – متفرغ لعمل المنزل، متفرغ للدراسة، غير قادر على العمل، غير راغب في العمل ، متقاعد – 283100 نسمة، يبلغ معدل النشاط الاقتصادي الخام – نسبة قوة العمل على مجموع السكان – في المحافظة 20.8% و هو أقل معدل

للنشاط الاقتصادي الخام في الجمهورية العربية السورية، أما معدل النشاط الاقتصادي المنقح – نسبة قوة العمل على مجموع السكان في سن العمل– 40.2 % و يصنف كثاني أقل معدل للنشاط الاقتصادي المنقح . يبلغ معدل البطالة 10.6% – 16.4% في الحضر ، 6.8% في الريف – ، تبلغ نسبة الأمية في المحافظة 23.5% – 26% لدى النساء ،23.4% لدى الرجل – علماً أن الرقة كانت من ضمن المحافظات التي ارتفع فيها معدل الأمية ضمن فترة /2004–2009/ (المسح الإحصائي المشترك ، 2009).يبلغ تقدير عدد سكان الرقة بتاريخ 2011/12/31 944000 نسمة (المجموعة الإحصائية ، 2011).

ثانياً : القطاع المصرفي الخاص في محافظة الرقة :

(1) واقع المصارف الخاصة في محافظة الرقة

قامت الدراسة الميدانية على محافظة الرقة التي تتميز بحداثة وجود القطاع المصرفي الخاص ومحدوديته، إذ يعمل في هذه المحافظة مصرفان اثنان فقط من المصارف الخاصة العاملة في الجمهورية العربية السورية – مصرف بيمو، مصرف سورية الدولي الإسلامي – من أصل (14) مصرفاً تعمل في السوق السورية، وعليه فإن البحث يحاول الوصول إلى تقييم الخدمة المصرفية من قبل عملاء المصارف الحاليين، وفي ذلك ما يفيد المصارف الموجودة حالياً والمصارف التي تعتزم الدخول في هذه المحافظة.

(2) مقياس SERVPERF و مدى ملاءمته لواقع محافظة الرقة

إن المصارف الخاصة في محافظة الرقة تجربة جديدة لا يتجاوز عمرها ثلاث سنوات و استناداً إلى ذلك : من الصعوبة الكلية – نتيجة افتقار العميل إلى خبرة التعامل مع المصارف الخاصة– الاعتماد على مقياس SERVQUALالذي يستند إلى الفجوة بين الخدمة المتوقعة و الخدمة المدركة ، إذ تَبين في أثناء الدراسات الأولية صعوبة التوقع السليم لدى العميل الحالي في محافظة الرقة نتيجة افتقاره إلى خبرة التعامل مع المصارف التجارية الخاصة، – حيث يقتصر التعامل في الغالب مع المصرف الزراعي – الذي يقدم في كثير من الأحيان خدمات عينية – او مع المصرف التجاري أو العقاري و كلها مصارف حكومية ، كما بينت الدراسات الأولية التي استندت بشكل رئيسي على الملاحظة غير المباشرة و المقابلات التي تمت قبل البدء بتوزيع الاستبيان بملاءمة مقياس SERVPERF لقياس جودة الخدمة الصرفية في محافظة الرقة. لأجل إنجاز هذا البحث أقام الباحث في محافظة الرقة لمدة (8) أشهر و قام بزيارة مدن و قرى متنوعة في محافظة الرقة و استنتج الباحث تمركز العمل المصرفي في مدينة الرقة فقط كونها مركز محافظة الرقة في حين يكاد يختفي التعامل المصرفي في المدن و الأرياف الأخرى.

ثالثاً : أسلوب جمع البيانات وأدواته

وُزع استبيان مصمم خصيصا لقياس جودة الخدمة المصرفية وفق مقياس SERVPERF حيث يحتوي هذا المقياس على (22) متغيرا – بند – تؤلف (5) أبعاد، وتم توزيع هذا الاستبيان على عينة مؤلفة من 37 عميلا من عملاء المصارف الخاصة في محافظة الرقة /مصرف سورية الدولي الإسلامي – مصرف بيمو السعودي– الفرنسي /، تم الاعتماد على ثلاث أدوات لجمع المعلومات هي الاستبيان كأداة رئيسة، الملاحظة غير المباشرة و المقابلة كأداتين داعمتين في تفسير نتائج الأداة الرئيسة، احتوى استبيان الدراسة على قسمين: تضمن القسم الأول أسئلة تتعلق بالمعلومات الشخصية، في حين تضمن القسم الثاني أسئلة تتعلق بالبنود (22) الخاصة بمقياس SERVPERF.

وراعى الباحث الموضوعية ، والصدق الظاهري و الثبات من منظور الاتساق الداخلي.

الموضوعية : إذ قام الباحث بتوحيد إجراءات الاختبار من حيث وضوح التعليمات و صياغتها.

الصدق الظاهري : و بناء عليه قام الباحث بمراجعة الاستبيان أكثر من مرة حتى تم الوصول إلى قناعه بأن الاستبيان لديه قدرة جيدة على قياس الظاهرة موضوع الدراسة.

الثبات من وجهة نظر الاتساق الداخلي : الثبات يتمثل في الحصول على النتائج نفسها عند إعادة تطبيق مقياس أو اختبار مرتين (أو أكثر) في ظروف متماثلة.و اعتمد الباحث على مقياس Alpha Cronbach–ألفا كرونباخ –، و يلاحظ من الجدول رقم (1) أن قيم معامل ألفا كرونباخ بالنسبة إلى الأسئلة المعبرة عن أبعاد المقياس المستخدم مرتفعة ، كما يلاحظ ارتفاع قيمة المعامل إلى الدرجة الكلية للمقياس (0.91231982)

جدول رقم (1) قيم معامل ألفا كرونباخ

المتغير	عدد الأسئلة لكل متغير	Alpha Cronbach
الجوانب الملموسة (التجسيد)	4	0.802610723
الاعتمادية	5	0.915733134
سرعة الاستجابة	4	0.800523646
الأمان	4	0.838765193
التعاطف	5	0.825511432
الدرجة الكلية للمقياس	22	0.912319282

المصدر : (من إعداد الباحث بناء على تحليل الاستبيان)

رابعاً : تحليل نتائج استبيان الدراسة

يبين الجدول رقم (2) أن غالبية عملاء المصارف الخاصة هم من الجيل الشاب ضمن فئة عمرية منخفضة (20–30) سنة إذ تبين الدراسة أن 45.95% من عملاء المصارف الخاصة في محافظة الرقة تقع في المجال المذكور ، في حين أن 2.7 % فقط من عملاء المصارف الخاصة هم بعمر (فوق 60) . يلاحظ أن غالبية العملاء هم من الذكور و يرد ذلك – وفق الملاحظة غير المباشرة و أسلوب المقابلة و بناء على الزيارات الميدانية التي قام بها الباحث إلى مدن محافظة الرقة وريفها – إلى المجتمع العشائري في محافظة الرقة حيث يلعب الرجل دورا حيويا كبيرا في هذا المجتمع و لاسيما في الأنشطة الاقتصادية. يلاحظ وجود نسبة متقاربة جداً فيما يخص الحالة الاجتماعية. كما يُلاحظ أن غالبية عملاء المصارف الخاصة في محافظة الرقة هم من موظفي القطاع الخاص حيث يتبين أن 43.24% من أفراد العينة هم موظفو القطاع الخاص. إن معظم أفراد العينة يتعاملون مع المصرف لأكثر من سنة و أقل من ثلاث سنوات. كما يبين الجدول أن الغالبية العظمى تحصل على راتب مقداره (أكثر من 16000 ل.س و أقل من 240000 ل.س) بنسبة مقدارها 32.43 %، و في المرتبة الثانية و بنسبة 27.03% من العملاء هم ممن يتقاضون راتبا أعلى من 48000 ل.س. يلاحظ ارتفاع نسبة عملاء المصرف الحاصلين على شهادة جامعية وفق نسبة (51.35%)، و تقدر نسبة الحاصلين على الدراسات العليا (24.32%) مما يبين وجود ارتباط وثيق بين التعليم و التعامل مع المصارف الخاصة في محافظة الرقة.

(1) تحليل إجابات القسم الأول / الأسئلة الشخصية /

جدول رقم (2) تحليل إجابات القسم الأول / الأسئلة الشخصية /

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة
فئة عمرية	سنة 20-30	17	45.95%
	سنة 31-40	13	35.14%
	سنة 41-50	3	8.11%
	سنة 51-60	3	8.11%
	60 فوق	1	2.70%
الجنس	ذكر	26	70.27%
	أنثى	11	29.73%
الحالة الإجتماعية	أعزب	18	48.65%
	متزوج	19	51.35%
	غير ذلك		0.00%
جهة العمل	حكومي	9	24.32%
	خاص	16	43.24%
	عمل حر	5	13.51%
	منظمات غير ربحية	3	8.11%
	غير ذلك	4	10.81%
عدد سنوات التعامل مع المصرف	سنة أو أقل	11	29.73%
	من سنة إلى 3 سنوات	18	48.65%
	أكثر من 3 سنوات و أقل من خمسة سنوات	8	21.62%
شريحة الراتب	8000 أقل من		0.00%
	أكثر من 8000 و أقل من 16000	9	24.32%
	أكثر من 16000 و أقل من 24000	12	32.43%
	أكثر من 24000 و أقل32000	3	8.11%
	أكثر من 32000 و أقل من 40000	2	5.41%
	أكثر من 40000 و أقل من 48000	1	2.70%
	أكثر من 48000	10	27.03%
المستوى العلمي	أمي		0.00%
	قراءة و كتابة		0.00%
	ابتدائي		0.00%
	إعدادية	1	2.70%
	ثانوية	4	10.81%
	معهد متوسط	4	10.81%
	جامعي	19	51.35%
	دراسات عليا	9	24.32%

المصدر : (من إعداد الباحثبناء على تحليل الاستبيان)

(2) تحليل إجابات القسم الثاني / متغيرات مقياس SERVPERF /

جدول رقم (3) تحليل إجابات القسم الثاني / متغيرات مقياس/SERVPERF

أبعاد	الترقيم	العبارة المعبرة عن المتغير	الوسط الحسابي	الترتيب
العناصر المادية (التجسيد)	1	الأجهزة و المعدات التقنية الحديثة متوافرة في المصرف	4.1622	3
	2	المرافق و الصالات صحية و مصممة بما يلائم العمل المصرفي	3.9461	6
	3	يتميز الموظفون بحسن المنظر و اللباس	4.3243	1
	4	مظهر المصرف ملائم لواقع الخدمة المصرفية	4.0541	4
الاعتمادية	5	فعالية المصرف في تنفيذ العمليات وفق المواعيد المحددة	3.7838	18
	6	هناك اهتمام و تعاطف لدى حدوث مشكلة مع العميل	3.5135	22
	7	هناك حرص على تقديم الخدمة بشكل دقيق و ممتاز من المرة الأولى	3.8108	15
	8	تقدم الخدمة المصرفية في المواقيت المحددة و بدقة	3.7738	19
	9	يحتفظ المصرف بسجلات و أرشيف و بشكل دقيق	3.9460	7
سرعة الاستجابة	10	مواعيد إعلام العملاء عن تقييديم الخدمة	3.8378	14
	11	سرعة تقديم الخدمة للعملاء	3.8916	11
	12	هناك استعداد دائم لتقديم الخدمة للعملاء	3.7297	20
	13	عدم انشغال العاملين عن تلبية طلبات العملاء و بشكل فوري	3.6757	21
الأمان	14	سلوك الموظفين يشعر العملاء بالثقة	3.8919	10
	15	يشعر العملاء بالأمان عند التعامل مع الموظفين	3.9189	9
	16	يتمتع الموظفون باللباقة و الإحساس الإنساني	4.2162	2
	17	تتوافر معرفة كافية للموظفين بما يساعد على الإجابة عن تساؤلات العملاء	3.8104	16
التعاطف	18	اهتمام الموظفين بالعملاء	3.8914	12
	19	مدى ملائمة ساعات العمل مع جميع العملاء	3.8102	17
	20	قدرة الموظفين على منح العملاء الاهتمام الشخصي	3.9459	8
	21	وضع مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات المصرف	3.8819	13
	22	الدراية و العلم للعملاء من قبل الموظفين.	3.9730	5
الجودة الكلية	23	الجودة الكلية للخدمة المصرفية	3.9004	-

المصدر : (من إعداد الباحث بناء على تحليل الاستبيان)

يُستخلص أن الأبعاد الخمسة الأكثر وجوداً: " يتميز الموظفون بحسن المنظر و اللباس " و " يتمتع الموظفون باللباقة والإحساس الإنساني" و " الأجهزة و المعدات التقنية الحديثة متوافرة في المصرف" و " مظهر المصرف ملائم لواقع الخدمة المصرفية " و " الدراية و العلم للعملاء من قبل الموظفين " ، يُستنتج أن ثلاثة من أصل العبارات الخمسة الأولى هي بنود خاصة ببعد العناصر المادية (التجسيد).

جدول رقم (4) العوامل الخمسة الأكثر وجوداً وفق مقياس SERVPERF

الترقيم	العبارة المعبرة عن المتغير	الوسط الحسابي	البعد
1	يتميز الموظفون بحسن المنظر واللباس	4.3243	العناصر المادية (التجسيد)
2	يتمتع الموظفون باللباقة والإحساس الإنساني	4.2162	الأمان
3	الأجهزة والمعدات التقنية الحديثة متوفرة في المصرف	4.1622	العناصر المادية (التجسيد)
4	مظهر المصرف ملائم لواقع الخدمة المصرفية	4.0541	العناصر المادية (التجسيد)
5	الدراية والعلم للعملاء من قبل الموظفين	3.9730	التعاطف

المصدر: (من إعداد الباحثبناء على تحليل الاستبيان)

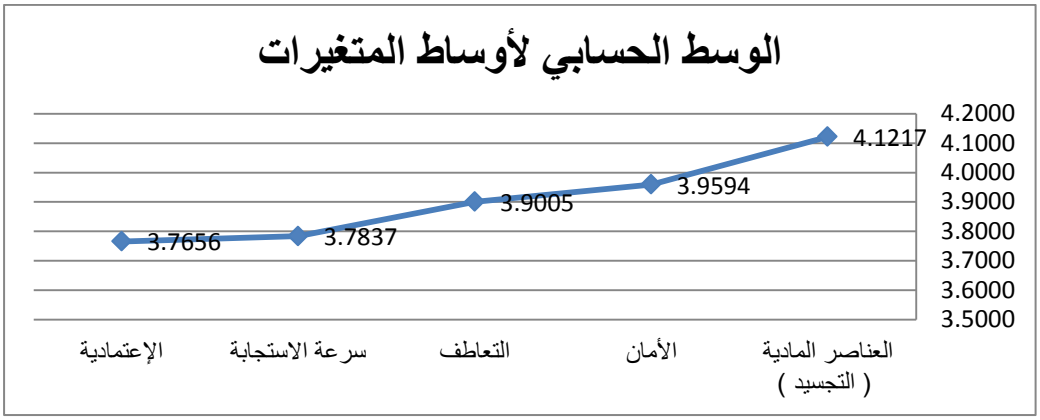
يُستنتج أن الأبعاد الخمسة الأقل وجوداً : " فعالية المصرف في تنفيذ العمليات وفق المواعيد المحددة " و " تقدم الخدمة المصرفية في المواقيت المحددة وبدقة " و " هناك استعداد دائم لتقديم الخدمة للعملاء " و " عدم انشغال العاملين عن تلبية طلبات العملاء وبشكل فوري " و " هناك اهتمام و تعاطف لدى حدوث مشكلة مع العميل " ، يُستنتج أن ثلاثة من أصل المتغيرات الخمسة الأقل وجوداً هي متغيرات خاصة ببعد الاعتمادية ، في حين أن المتغيرين الآخرين يتعلقان ببعد سرعة الاستجابة

جدول رقم (5) العوامل الخمسة الأقل وجوداً وفق مقياس SERVPERF

الترقيم	العبارة المعبرة عن المتغير	الوسط الحسابي	البعد
18	فعالية المصرف في تنفيذ العمليات وفق المواعيد المحددة	3.7838	الاعتمادية
19	تقدم الخدمة المصرفية في المواقيت المحددة وبدقة	3.7738	الاعتمادية
20	هناك استعداد دائم لتقديم الخدمة للعملاء	3.7297	سرعة الاستجابة
21	عدم انشغال العاملين عن تلبية طلبات العملاء وبشكل فوري	3.7297	سرعة الاستجابة
22	هناك اهتمام و تعاطف لدى حدوث مشكلة مع العميل	3.5135	الاعتمادية

المصدر : (من إعداد الباحث بناء على تحليل الاستبيان)

يبين الشكل رقم (1) قيمة الوسط الحسابي لأوساط متغيرات البنود المؤلفة للأبعاد الخمسة ، ووفق هذا الشكل يتبين أن أكثر الأبعاد الخمسة التي يستند إليها مقياس SERVPERF وجوداً هو بعد العناصر المادية (التجسيد) ، في حين أن أقل هذه الأبعاد وجوداً هو بعد الاعتمادية.



شكل رقم (1) تريب أبعاد مقياس SERVPERF

خامساً : اختبار فروض الدراسة

(1) اختبار One Way ANOVA

قام الباحث باختبار تحليل أحادي الجانب One Way ANOVAلاختبار الفرضيات.

الفرض الأول :لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية – عند مستوى دلالة = 5% – بين العناصر المادية وجودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.

جدول رقم (6) تحليل التباين أحادي الجانب لبعد العناصر المادية (التجسيد)

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	12.944	9	1.438	17.975	.000
Within Groups	2.184	27	.080		
Total	15.128	36			

المصدر : (من إعداد الباحث بناء على تحليل الاستبيان بواسطة برنامج SPSS)

بملاحظة أنَّ قيمة الاحتمال 0.05 = a >0.000 = P فإنَّنا نقبل الفرض البديل الأول الذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين العناصر المادية و جودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف محافظة الرقة.

الفرض الثاني : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية – عند مستوى دلالة = 5% – بين الاعتمادية و جودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.

جدول رقم (7) تحليل التباين أحادي الجانب لبعد الاعتمادية

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	12.520	11	1.138	10.908	.000
Within Groups	2.609	25	.104		
Total	15.128	36			

المصدر : (من إعداد الباحث بناء على تحليل الاستبيان بواسطة برنامج SPSS)

بملاحظة أنَّ قيمة الاحتمال P = 0.000 < a = 0.05 فإنَّنا نقبل الفرض البديل الثاني الذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية وجودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.

الفرض الثالث : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية – عند مستوى دلالة = 5% – بين سرعة الاستجابة وجودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.

جدول رقم (8) تحليل التباين أحادي الجانب لبعد سرعة الإستجابة

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	13.147	9	1.461	19.914	.000
Within Groups	1.981	27	.073		
Total	15.128	36			

المصدر : (من إعداد الباحث بناء على تحليل الاستبيان بواسطة برنامج SPSS)

بملاحظة أنَّ قيمة الاحتمال P = 0.000 < a = 0.05 فإنَّنا نقبل الفرض البديل الثالث الذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة و جودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.

الفرض الرابع : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية – عند مستوى دلالة = 5% – بين الأمان و جودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.

جدول رقم (9) تحليل التباين أحادي الجانب لبعد الأمان

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	11.134	10	1.113	7.247	.000
Within Groups	3.994	26	.154		
Total	15.128	36			

المصدر : (من إعداد الباحث بناء على تحليل الاستبيان بواسطة برنامج SPSS)

بملاحظة أنَّ قيمة الاحتمال P = 0.000 < a = 0.05 فإنَّنا نقبل الفرض البديل الرابع الذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأمان و جودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.

الفرض الخامس : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية – عند مستوى دلالة = 5% – بين التعاطف و جودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف محافظة الرقة.

جدول رقم (10) تحليل التباين أحادي الجانب لبعد التعاطف					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	11.819	12	.985	7.143	.000
Within Groups	3.309	24	.138		
Total	15.128	36			

المصدر : (من إعداد الباحث بناء على تحليل الاستبيان بواسطة برنامج SPSS)

بملاحظة أنَّ قيمة الاحتمال $P = 0.000 < a = 0.05$ فإنَّنا نقبل الفرض البديل الخامس الذي ينص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاطف و جودة الخدمة الكلية التي تقدمها مصارف القطاع الخاص في محافظة الرقة.

(2) <u>اختبار تحليل اختبار الانحدار المتعدد</u>

يبين الجدول (11) أثر المتغيرات المستقلة / الأبعاد الخمسة للمقياس المستخدم / في المتغير التابع / جودة الخدمة المصرفية / وتبين أن هناك أثرا للمتغيرات المستقلة الخمسة في المتغير التابع ، وذلك استناداً إلى قيمة معامل بيتا الإيجابية. كما يلاحظ أن الأبعاد الخمسة الخاصة بالمقياس المدروس ذات دلالة معنوية عند مستوى 5% وعليه يتم قبول الفرضيات البديلة للفروض الخمسة، ويلاحظ توافق نتائج تحليل الاختبار المتعدد مع نتائج اختبار الفروض وفق التحليل الأحادي الجانب.

جدول رقم (11) تحليل اختبار الانحدار المتعدد

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
الثابت	-.409-	.085		-4.829-	.000
العناصر المادية	.182	.022	.172	8.404	.000
الإعتمادية	.227	.023	.280	9.765	.000
الإستجابة	.244	.024	.285	10.140	.000
الأمان	.185	.029	.218	6.445	.000
التعاطف	.248	.031	.261	8.049	.000

المصدر : (من إعداد الباحث بناء على تحليل الاستبيان بواسطة برنامج SPSS)

يمكن التوصل إلى نموذج الانحدار المتعدد كما يلي :

$$\hat{y} = -0.409 + 0.182\ X_1 + 0.227X_2 + 0.244X_3 + 0.185\ X_4 + 0.248\ X_5 \quad (1)$$

(*) X_1 العناصر المادية ، X_2 الإعتمادية ، X_3 الإستجابة ، X_4 الأمان ، X_5 التعاطف

الاستنتاجات والتوصيات :

الاستنتاجات :

1. هناك تقييم إيجابي لجودة الخدمة المقدمة من قبل المصارف الخاصة في محافظة الرقة .

2. إن أكثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية وجوداً –أهميةً – في محافظة الرقة هو بعد العناصر المادية (التجسيد)، إذ توجد المصارف الخاصة في موقع متميز في محافظة الرقة ، كما يلاحظ التجهيز الجيد من ناحية المعدات والآلات.

3. إن أقل أبعاد جودة الخدمة المصرفية وجوداً في محافظة الرقة هو بعد الاعتمادية .

4. هناك علاقة قوية بين الأبعاد الخمسة لمقياس SERVPERF و بين جودة الخدمة المقدمة من قبل المصارف الخاصة في محافظة الرقة ، هذا ما تبين بعد تحليل One Way ANOVE و تحليل الانحدار المتعدد.

5. يلعب الرجل (الذكر) دورا كبيرا في تقييم جودة الخدمة المصرفية ، لأن غالبية عملاء المصارف في محافظة الرقة من الذكور (70.27%) .

6. إن غالبية عملاء المصارف الخاصة هم من الجيل الشاب، الذي لم يتجاوز 30 من العمر .

7. إن غالبية عملاء المصارف الخاصة هم من موظفي القطاع الخاص بنسبة (43.24%) و بزيادة تقدر بـ 78% عن موظفي القطاع العام الذين بلغت نسبتهم في العينة (24.32%) .

8. يشكل الجامعيون الفئة العظمى من عملاء المصرف بنسبة (51.35 %).

التوصيات :

1. SERVPERF هو مقياس مناسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية في محافظة الرقة، و ينصح باستخدامه من قبل المصارف الحالية العاملة في محافظة الرقة و من قبل المصارف الراغبة في الدخول في سوق المحافظة.

2. يجب الاهتمام بشكل كبير بالأبعاد الخمسة التي تشكل مقياس SERVPERF ، لأنها تلعب دوراً كبيراً في تقييم جودة الخدمة المصرفية.

3. يجب العمل على تصميم الخدمة المصرفية بما يلائم المجتمع الذكوري في محافظة الرقة ، لأن غالبية عملاء المصرف هم من الذكور.

4. العمل على الاهتمام بالمتغيرات الأساسية لعنصر الاعتمادية ، لأن هذا البعد هو الأقل وجوداً من وجهة نظر العملاء.

5. العمل على توجيه التسويق للعملاء الكبار بالعمر ، الذين تجاوزا عمر 40 ، حيث بينت نتائج الدراسة انخفاض نسبة هؤلاء العملاء. علماً أن الدراسة الأولية التي قام بها الباحث بينت أن العملاء الكبار بالسن يثقون بالمصارف الحكومية بشكل أكبر من المصارف الخاصة.

6. العمل على تسويق خدمات المصارف الخاصة لموظفي القطاع الحكومي.

7. تصميم خدمات مصرفية تناسب احتياجات المرأة و تشجيع النساء على استخدام الخدمات المصرفية .

المراجع:

1. مروان، درويش؛ ابتسام، الدميري. *تقويم جودة خدمات المصارف العربية العاملة في محافظة القدس من وجهة نظر العملاء* ، فلسطين، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث و الدراسات، العدد (18)، 2010،ص11-42.
2. المجموعة الإحصائية، المكتب المركزي للإحصاء ، الجمهورية العربية السورية ، 2011.
3. مديرية التخطيط في محافظة الرقة، مقدمة خطة عام 2011 ، الجمهورية العربية السورية 2011 .
4. وزارة الشؤون الاجتماعية والعمل;البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة، تقرير سوق العمل لعام 2009-2010، 2009 .
5. CHAOPRASERT,C; Elsey, B. *Service Quality Improvement in Thai Retail Banking and its Management Implications*, ABAC Journal, Thailand, Vol. 24, No.1, 2004 , 47– 66
6. Fitzsimmons, J. A ;& Fitzsimmons, M, J.*Service management: operations, strategy, and information technology,* 5th.ed. McGraw-Hill, USA, 2006 . 605
7. GRÖNROOS, C..*Adopting a service logic for marketing*. *SAGE*,USA,Vol.6, N°.3, 2006, 317-333.
8. HANZAEE,K, H; SALEHI, S,*S. perceived service quality measurement scale in Iran's retail banking market*,African journal of business administration,Nigeria,Vol.5, N°.5, 2011, 1804-1810.
9. HOSSAIN,M ; LEO,S . *Customer perception on service quality in retail banking in Middle East: the case of Qatar*, International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management,UK,Vol.2, N°.4, 2009, 338-350
10. JABNUN, N; Al-TAMIMI H .*Measuring Perceived Services quality at UAE Commercial banks*, International Journal of quality & Reliability management,UK, Vol.20,N°.4, 2003. 458-472
11. JAIN, K, S; GUPTA, G.*Measuring Service Quality:SERVQUAL vs. SERVPERF Scales*, VIKALPA, India, Vol. 29, N°.2, 2004, 25-37.
12. KARATEPE, M, O; YAVAS, U; BABAKUS, E.*Measuring service quality of banks: Scale development and validation*, Journal of Retailing and Consumer Services,USA,Vol ,2005, 373–383.
13. KORDA, A, P ;SNOJ, B.Development, *Validity and Reliability of Perceived Service Quality in Retail Banking and its Relationship With Perceived Value and Customer Satisfaction*, Managing Global Transitions,Slovenia,Vol. 8, No 2, 2010, 187–205.
14. LUSCH, R. F., ; VARGO, S. L.. *Service-dominant logic: reactions, reflections and refinements*. *Marketing Theory,SAGE*, USA,Vol.6, N°.3, 2006, 281-288.
15. MUYEED,A. *customer perception on service quality in retail banking in developing countries-A case study*, international journal of marketing studies, Canada, Vol.4, N°.1, 2012. 116-122.
16. URBAN, W. *Perceived quality versus quality of processes; a meta concept of service quality measurement*, the service industries journal, UK, September 2011,DOI:10.1080/02642069.2011.614337, pp 1-18.
17. ZEITHAML, V,A; BITNER, M,J; GREMLER D,D. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm,*5th.ed, McGraw-Hill, Bodton, 2009. 708