

تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهةي نظر المديرين والزبان
 أ.م.د. اكرم محسن الياسري
 الباحث حيدر محمد كريم
 جامعة كربلاء-كلية السياحة
 جامعة كربلاء-كلية الادارة والاقتصاد

Abstract

The study aims to design a computerized program to assess the quality of service banking submit to others who concern about that like: departments banking at various levels as well as investors and its related entities other. The program aims to diagnose the weakness in performance that was to sign it through cohabitation field in Iraqi banks before the study , and the lack of software standards for the diagnosis the defect and measure the quality of banking service in preparation for processing.

- Relying on the criteria that got the highest percentage agreement between writers and researchers, namely, (reliability, responsiveness, empathy, Assurance 'Intangibility) through my application questionnaire prepared for this purpose included each (30) question by six questions for each standard formulated according to fifth Likert Quintet scale, the first form directed to managers and heads of departments and staff with expertise in banking study sample Which their number(120), and the second Form directed to customers banks sample's (210) customers.
- The program implemented in six Iraqi governmental and private banks, since it was found that the majority of the views were close regarding to the managers and the customers view.
- The study found a number of conclusions, including:
 - The results extracted from the program to assess the quality of service banking match results extracted according to the equations of statistical applied in the process of testing the program we can use of the program rather than equations statistical and release the accurate results and highly efficient, effective and free from the risk of error.
- The study found several recommendations including:
 - We suggest on the CBI and the general managers in both Al- Rafedian and Al- Rashid banks to popularize the program in its branches and departments and making it as a general program to assess the quality of banking service.
 - The neediness to open training courses for staff to work on modern computerized techniques for the purpose of turning the banking operations from papered to electronic one and this the efficiency of this operation and reduced the efforts &time in addition to the cost and the level of quality of service banking.

المستخلص

تهدف الدراسة إلى تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية يُقدّم إلى جهات عدة منها: الإدارات المصرفية بمستوياتها المختلفة فضلاً عن المستثمرين والجهات ذات العلاقة الأخرى، إذ يهدف البرنامج إلى تشخيص حالة الضعف في الأداء التي تم تأشيرها عن طريق المعيشة الميدانية في المصارف العراقية قبل الشروع بالدراسة، وعدم وجود مقاييس برمجية لتشخيص حالات الخلل وقياس جودة الخدمة المصرفية تمهيداً لمعالجتها.

تم الاعتماد على المعايير التي حصلت على أعلى نسبة إتفاق بين الكتاب والباحثين وهي (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الوثوقية، الملموسية)، عن طريق إستمارتيّ إستبانة أعدتا لهذا الغرض تضمنت كل منها (30) سؤالاً بواقع ستة أسئلة لكل معيار صيغت على وفق مقياس Likert الخماسي، وجهت الاستمارة الأولى إلى المديرين ورؤساء الأقسام والموظفين من ذوي الخبرة في المصارف عينة الدراسة عددهم (120)، ووجهت الاستمارة الأخرى إلى زبائن المصارف عينة الدراسة البالغ عددهم (210) زبوناً. تم تنفيذ البرنامج في ستة مصارف عراقية حكومية وخاصة، إذ وجد أن غالبية الآراء كانت متقاربة من وجهتي نظر المديرين والزبائن.

توصلت الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات من أهمها:

- ضعف جميع ابعاد جودة الخدمة المصرفية في المصارف عينة الدراسة .
- يُعد البرنامج تقنية متاحة بين أيدي المستخدمين تتسم بالسهولة والوضوح في عملية تقييم وتشخيص جودة الخدمة المصرفية.

وتوصلت الدراسة إلى عدة توصيات منها:

- تطوير جميع ابعاد جودة الخدمة المصرفية ومسبباتها.
- نقترح على البنك المركزي العراقي والإدارات العامة للمصارف الحكومية والخاصة بتعميم البرنامج على إدارات الفروع وجعله برنامج عام لتقييم جودة الخدمة المصرفية.
- ضرورة فتح دورات تدريبية للموظفين للعمل على التقنيات المحوسبة الحديثة لغرض تعن العمليات المصرفية من الورقية إلى الالكترونية وهذا يزيد من كفاءة تلك العمليات ويقلل من الجهد والوقت والكلف المبذولة ويرفع من مستوى جودة الخدمة المصرفية.

المقدمة: كانت وما زالت بيئة الأعمال المصرفية تشهد الكثير من التغيرات منذ ثلاثة عقود، وذلك نتيجة للعديد من العوامل التي يمكن تلخيصها بإزالة الحواجز والقيود الدولية على تنقل رؤوس الأموال والاستثمارات، بالفضلاً عن العديد من الاتفاقات والتكتلات الاقتصادية التي تهدف إلى تنشيط وتسهيل التبادل التجاري بين البلدان، وقد ترافق هذا كله مع حركة سريعة من التطور في مجال استخدام الحاسب الآلي والاتصال وتكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها في مختلف الميادين ومن أهمها الميدان المصرفي، الأمر الذي أدى إلى وجود سباق بين مختلف المنظمات والشركات للحصول على آخر مخرجات هذه التكنولوجيا

وتطبيقاتها في القطاع المصرفي، لذا لابد من التركيز على القطاع المصرفي للعمل على أساس تكنولوجيا المعلومات، لما يحتلته القطاع المصرفي من أهمية داخل الاقتصاد، ونظراً لما نجده الآن من ضعف في النشاط المصرفي لابد من زرع بذرة أولى نحو تطبيق جودة الخدمة المصرفية والتشجيع عليها ونشر ثقافتها لدى الإدارات والعاملين في المصارف، والمتجلى الآن هو عدم وجود برامج خاصة تساعد على نشر تلك الثقافة أو تعمل على توسيع نظريات جودة الخدمة إذ أن البرمجيات المتوفرة هي برمجيات إحصائية عامة تحتاج الى مختص إحصائي للعمل عليها لذا لابد من العمل على توفير برمجيات تكون مختصة للاعمال المصرفية ولتقييم جودة الخدمات المصرفية ومن هذا المنطلق يمكننا القول إن دراستنا هذه هي جزء من الجهود الذي يهدف الى تحقيق الجودة في الخدمات المصرفية في البيئة العراقية وتكون قابلة من خلال حوسبتها الى التعميم لغرض التعامل معها على المستوى الدولي.

المبحث الاول

منهجية الدراسة

اولاً: مشكلة الدراسة: تكمن مشكلة الدراسة في عدم وجود وسيلة سهلة لقياس جودة الخدمة المصرفية تُعد أداة بيد الإدارة لرفع كفاءة الاداء المصرفي، لذلك طرح الباحث فكرة تصميم برنامج محوسب يكون مخصصاً لتقييم جودة الخدمة المصرفية بالاستفادة من المعايير الدولية في هذا المجال فضلاً عن الاستفادة من تقنيات الحاسوب وبرمجياته التي يمتلكها الباحث جزءاً يسيراً منها.

ثانياً: أهمية الدراسة:

يُعد تصميم وتنفيذ برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية الخطوة الاولى نحو بناء الثقة بين الزبون والمصرف، ونقطة الشروع نحو تطبيق الجودة في العمل المصرفي إذ سيعمل على تحقيق ما يأتي:

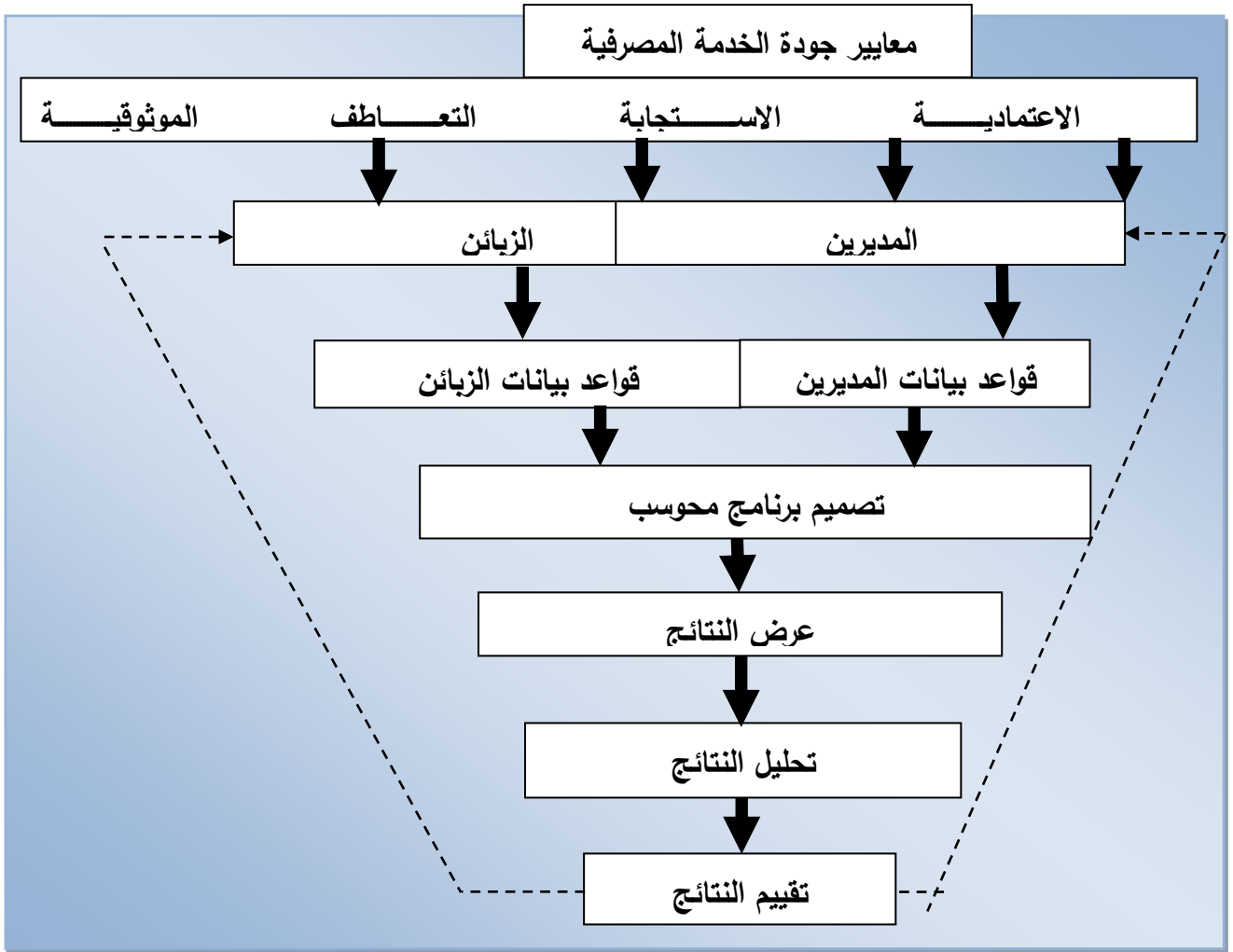
- 1- يُساعد الادارة العليا في وضع سياسات وإستراتيجيات تحسين الجودة في القطاع المصرفي.
- 2- يُساعد الادارة العليا في مراقبة المصارف الفرعية (هل تعمل على أساس معايير الجودة أو لا)؟.
- 3- يُساعد الادارات الفرعية لغرض عمل تقييم دوري للمصارف لمعرفة انشطتها هل هي في ارتفاع أو في انخفاض ؟.
- 4- يساعد المستثمرين في عملية المفاضلة بين المصارف لغرض التعامل مع المصرف الاكثر تقديماً للجودة.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

يُكمن هدف الدراسة الرئيس في تصميم وتنفيذ برنامج يكون قادراً على تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في عينة من المصارف الحكومية والخاصة، ويتسم هذا البرنامج بالوضوح والدقة، وسهولة التعامل معه، ويتفرع عن هذا الهدف الرئيس الاهداف الفرعية الآتية:-

- 1- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري المصارف الحكومية عينة الدراسة.
- 2- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زبائن المصارف الحكومية عينة الدراسة.

- 3- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري وزيائن المصارف الحكومية عينة الدراسة.
 - 4- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري المصارف الخاصة عينة الدراسة.
 - 5- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زيائن المصارف الخاصة عينة الدراسة.
 - 6- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري وزيائن المصارف الخاصة عينة الدراسة.
 - 7- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر مديري المصارف الحكومية والخاصة معا عينة الدراسة.
 - 8- تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر زيائن المصارف الحكومية والخاصة معا عينة الدراسة
- رابعاً: المخطط الاجرائي للدراسة:



شكل (1) المخطط الاجرائي للدراسة

المصدر: اعداد الباحث

خامساً: الدراسات السابقة:

1- الدراسات الخاصة بنظم المعلومات المحوسبة.

أ-	دراسة اسماعيل 2011
عنوان الدراسة	خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد خيار المنافسة الاستراتيجية في الإدارتين العليا والوسطى.
عينة الدراسة	تتكون عينة الدراسة من البنوك التجارية العاملة في قطاع غزة والبالغ عددها (10) مصارف، إذ تم توزيع (67) استبانة.
هدف الدراسة	تهدف الدراسة الى التعرف على خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد خيار المنافسة الاستراتيجية في الإدارتين العليا والوسطى للمصارف التجارية العاملة في قطاع غزة.
أهم نتائج الدراسة	ان المصارف العاملة في قطاع غزة تطبق نظم تكنولوجيا المعلومات في جميع الوحدات والأقسام، وتحرص على الاستفادة القصوى من استخدامات نظم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والاستفادة من المهارات والخبرات المتوفرة لديها واستثمار الكوادر البشرية ومعارفهم في مجال التنمية والنهضة لتصل الى درجة التعايش والتواصل مع العالم الخارجي ومواكبة التطورات المتلاحقة في ظل تكنولوجيا المعلومات المتقدمة.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	انت الدراسة بعنوان خصائص نظم المعلومات وأثرها في تحديد خيار المنافسة الاستراتيجية في الإدارتين العليا والوسطى، اما بالنسبة للدراسة الحالية تناولت موضوع تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة المصرفية، اي الاختلاف بالجانبين النظري والعملي.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	تم التطرق لموضوع نظم المعلومات وهي احدى فقرات الجانب النظري لدراستنا.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة من الدراسة للتعرف على المراجع وتم ايضا التعرف على فقرات نظم المعلومات .
ب-	دراسة العمري 2012
عنوان الدراسة	فاعلية برنامج تعليمي محوسب في تنمية التفكير الابداعي لدى طلبة الصف السابع الاساسي في الاردن
عينة الدراسة	تكونت عينة الدراسة من (116) طالبا وطالبة في الصف السابع الاساسي.
هدف الدراسة	هدفت الدراسة الى اختيار فاعلية برنامج محوسب في التربية الاسلامية في تنمية التفكير الابداعي لدى طلبة الصف السابع الاساسي في المدارس الاردنية.
أهم نتائج الدراسة	اظهرت نتائج التحليل الاحصائي ان هناك فروقا ذات دلالة احصائية في التفكير الابداعي لدى عينة الدراسة تعزى الى طريقة التعلم التعاوني المحوسب وطريقة التعلم الفردي المحوسب مقارنة بطريقة التعلم العادية.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	تهدف الدراسة الى تصميم برنامج محوسب لغرض تنمية التفكير الابداعي لدى طلبة الصف السابع الاساسي وطبقت في البيئة الاردنية، اما فيما يتصل بالدراسة الحالية فهدفتها هو تصميم برنامج محوسب لتقييم جودة الخدمة في المصارف وطبقت في البيئة العراقية.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	ان كلتا من الدراستين هي تصميم برنامج محوسب.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة منها في صياغة فقرات الجانب النظري والتعرف على بعض المراجع.

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات المذكورة

2- الدراسات السابقة الخاصة بجودة الخدمة المصرفية.

أ-	دراسة (Soteriou & zenios; 1997)
عنوان الدراسة	الكفاءة، الربحية والجودة في تطوير الخدمات المصرفية.
عينة الدراسة	دراسة في منظمات Wharton المالية (المنظمات المالية المركزية)
هدف الدراسة	تهدف الدراسة إلى قياس الكفاءة، الربحية والجودة وأثرهم في الخدمات المصرفية، وتقترح وجود علاقة بين الكفاءة والربحية والجودة ولها تأثير في الخدمات المصرفية.
أهم نتائج الدراسة	استنتجت الدراسة وجود علاقة بين جودة الخدمات والأداء المالي و توصل الباحثان إلى ضرورة خلق المحفظتين استثمارية بغية زيادة العائد وتقليل المخاطرة؛ وكذلك استنتجا إن المنظمات التي تطبق الجودة هي المنظمات التي تحصل على عائد الجودة المتراكم الذي بطبيعته يقود إلى زيادة الربحية.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	تركز الدراسة على الكفاءة والربحية بينما لم يتم التطرق إلى هذا الجانب في دراستنا.
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	تناولت الدراسة موضوع الخدمات المصرفية وجودة الخدمات المصرفية وهذا الجزء هو احد مواضيع الدراسة الحالية.
الاستفادة من هذه الدراسة	تمت الاستفادة من الدراسة في تقوية الجانب النظري لدراستنا.
ب-	دراسة (Osman & other :2010)
عنوان الدراسة	تأثير جودة الخدمات على ولاء الزبون.
عينة الدراسة	دراسة في مصارف بانى في ماليزيا.

هدف الدراسة	هدفت الدراسة الى تقييم ابعاد جودة الخدمة واثرها في كسب ولاء الزبون.
اهم نتائج الدراسة	استنتجت الدراسة ان تعزيز ابعاد جودة الخدمة المصرفية يمكن ان يعزز من كسب ولاء الزبون للمصرف.
نقاط الاختلاف عن الدراسة الحالية	استخدمت الدراسة تقييم جودة الخدمة المصرفية لغرض معرفة اثرها في كسب ولاء الزبون ، اما فيما يتصل بالدراسة الحالية فهدها هو تصميم البرنامج لغرض الوصول لتقييم لجودة الخدمة المصرفية ومن ثم التقييم .
نقاط التشابه مع الدراسة الحالية	ان كلتا من الدراستين استندت على ابعاد جودة الخدمة لغرض الوصول الى هدفها.
الاستفادة من الدراسة	تمت الاستفادة من الدراسة في الجانب النظري إذ استخدمت كأحد المصادر الداعمة للجانب النظري.

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على الدراسات المذكورة.

المبحث الثاني: الاطار المفاهيمي للتقنيات المحوسبة وجودة الخدمات المصرفية:

اولا : التقنيات المحوسبة:

نجد إن التقنيات المحوسبة في الوقت الحاضر هي إحدى ظواهر المجتمع التي لا غنى عنها، وخصوصا في عصر العولمة التي يعيشها العالم وبعد أن أصبح العالم قرية كونية صغيرة متصلة ومتواصلة مع بعضها الآخر، يؤثر ما يحدث في جزء منه على الجزء الآخر، فأن التقنيات المحوسبة هي ضرورة من ضرورات التقدم الاقتصادي وتطوره، فظهرت مفاهيم جديدة منذ مطلع الثمانينات من القرن المنصرم بالتطور السريع في صناعة الحواسيب، وازداد خلال التسعينات ظهور الحواسيب الشخصية، والتطور الهائل في لغات البرمجة الحديثة، وكان لشركة Microsoft الفضل في صناعة البرمجيات وعن طريق نظم التشغيل مثل Windows مع البرامج المساعدة مثل Office، وغيرها من البرمجيات. ولتغطية مفهوم التقنيات المحوسبة والوقوف على مفهومها بشكل واضح لابد من توضيح مفاهيم كل من:

1- نظم المعلومات الادارية المحوسبة (Computerize Management Information Systems)

استخدام مصطلح نظم المعلومات الادارية المحوسبة (CMIS) الذي كثيرا ما يصطلح عليه نظم المعلومات المعتدة على الحاسوب (Computer Based Information System) فهو النظام الذي يعتمد على المكونات المادية (Hardware) والمكونات البرمجية (Software) في معالجة البيانات (Data) ومن ثم بث واسترجاع المعلومات (قنديلجي والجنابي، 2008: 28) اذ نجد ان هذه النظم تجمع ما بين تقنية المعلومات وعلوم الحاسبات والإدارة هدفها بناء أنظمة حاسوبية تكنولوجية تعمل على مساعدة المنظمات المختلفة للقيام بأعمالها، وتقوم بعدة وظائف، المساعدة المكتبية، القيام بالمهام المحاسبية، تنظيم الاجتماعات، وكل ما يساعد مديري المنظمات في عملية اتخاذ القرار والتخطيط للحصول على الموارد لسير عمل المنظمات، و إن استخدام المنظمات للنظم الحاسوبية في العمليات الإدارية يخفف من المصاريف المالية والأعباء على الموظفين، وتتغلب على العديد من سلبيات العمل البشري الذي قد يتسبب بها الملل من العمل الروتيني أو عدم وجود الحوافز المعنوية اللازمة (Askenas&Westelius,2003:209)، و إن امتلاك المنظمات لنظم المعلومات المحوسبة يزيد من القدرة التنافسية لها في بيئة العمل.

Banking operations Technology

ثانيا: تكنولوجيا العمل المصرفي:

ان تطور نشاطات المصارف خلال السنوات الأخيرة بفضل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع الذي يشهده العالم اليوم، شجع المنظمات المصرفية على الأخذ بمبدأ تعدد الخدمات التي تقدمها للزبائن، بعد ان كانت خدماتها تقليدية متمثلة بقبول الودائع ومنح القروض، لذا ظهرت خدمات مصرفية حديثة ومتطورة ترتب عليها تطور هائل في نظم وأساليب العمل لتواجه التنوع الكبير في الخدمات المقدمة للزبائن، ونتيجة لكل ذلك توسعت المصارف في الاعتماد على الأجهزة والحاسبات الالكترونية وشبكة الاتصالات العالمية (الانترنت) بهدف تحقيق أفضل خدمة ممكنة للمساعدة في اتخاذ القرارات عن طريق جمع المعلومات وتصنيفها وتبويبها واستخدام برامج متخصصة (طالب، 2003: 44-45).

1- اشكال التكنولوجيا في العمل المصرفي: (Forms of Technology in Banking)

لقد كشف الواقع العملي ان الكفاءة في أداء الخدمات المصرفية المختلفة تتوقف أساسا على كفاءة العاملين، والتي تتوقف على حسن اختيارهم وتدريبهم وإثارة دوافعهم مما يتطلب إيجاد الاستراتيجية المناسبة التي تحقق هدف المصرف في القدرة على المنافسة، ونتيجة لذلك ظهرت مجالات متعددة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في العمل المصرفي ورفع كفاءتها (طالب، 2003: 44) وهي كالآتي:

أ- بطاقة الائتمان :

وتسمى بالبطاقات التقليدية وهي تزود حاملها بحد معين من الائتمان ،لتنفيذ المشتريات مثالها (بطاقة الفيزا ،بطاقة ماستر كارد) (برهان وخطاب ، 2009، 312)،

ب- طاقة الدفع :-

وهي بطاقات بلاستيكية ، وتستخدم لأغراض الدفع وتوجد في الولايات المتحدة (700) بطاقة مقبولة من قبل أكثر من (4) مليون تاجر في أمريكا و (11) مليون في دول العالم (الشمري والعبدالات، 2008: 47)

ت- البطاقة الذكية :-

وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها ،مثل الاسم ،العنوان ،والمصرف المصدر ،وأسلوب الصرف ،والمبلغ ،وتاريخ حياة الزبون المصرفية (Al-Rewashed. Et al ,2012:378).

ث- البنك الناطق :

وهو البنك الذي يجيب على استفسارات الزبائن هاتفيا باستعمال رموز معينة ويقوم بتقديم العديد من الخدمات منها (الاستفسار عن حركات الحساب، إجراء عمليات التحويل، طلب دفتر الشيكات)(عبد الله والطردي، 2006: 214).

ج- الصيرفة عبر الهاتف :

تعتمد هذه الخدمة على وجود شبكة تربط أفرع المصرف الواحد ككل ويكون الموظف النوط به تقديم الخدمة الهاتفية من الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع من أفرع المصرف، ويقوم العميل بالاتصال برقم محدد للحصول على خدمة محددة من مصرفة (الهوش، 2006: 221).

ح- التسويق الالكتروني :

يركز التسويق الالكتروني على التوجه نحو الزبون والتحليل العميق لاحتياجات الزبائن التي تم تحديدها من خلال العلاقات الالكترونية والتقليدية للمنظمة مع زبائنها في الأسواق المستهدفة (ياسين، 2009: 208).

خ- الصراف الالي :

وهو عن اله يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار او بشكل مستقل وتكون متصلة بحاسب المصرف، ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية او بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة مثل، السحب النقدي، والإيداع النقدي.

د- الصيرفة المنزلية :

وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل او العمل او أي مكان، الذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال رقم سري إتمام العمليات المصرفية (الشمري والعبادات، 2008: 31).

ذ- التلغاز التفاعلي في تسويق الخدمات المصرفية :

التلغاز الرقمي التفاعلي يعد واحداً من أحدث القنوات التي تمكن المصرف من الوصول الى زبائنها وعرض خدماتها عليهم من خلالها، فالبعض اعتقد ان عام 2004 سوف يكون عام التلفزيون الرقمي وسوف يتفوق على الانترنت ومن أهم العوامل التي ستسارع من وتيرة استخدام التلفزيون الرقمي من قبل الأفراد مثل الإمكانيات الترفيهية التي يقدمها التلفزيون الرقمي والتي قد يعجز الانترنت على تقديمها (العلاق والساعد، 2003: 22).

Mobile Banking

ر- بنوك الموبايل :

ان الاعمال المصرفية عبر الموبايل من اعمال الصيرفة الاكثر نجاحا وخصوصا في البلدان النامية، اذ نجد في المناطق التي تتسم بالتوزيع السكاني المنخفض يعاني ساكني تلك المناطق من صعوبة في الحصول على الخدمات المصرفية لان وضع مصرف في تلك المناطق يكون غير مجدي وغير نافع فيما يتصل بالمصرف بسبب قلة الناس الذين يعيشون او يسكنون تلك المناطق وهذا يؤدي الى قلة اعماله لذا سيكون

الحل الوحيد للراغبين في الادخار او العمل التعامل مع المصارف هو بنوك الموبايل أي تقديم الخدمة المصرفية عبر الموبايل (Strauss & Frost, 2012:108).

ثالثاً: جودة الخدمات المصرفية: (Quality of banking services)

أصبحت المنظمات تواجه عدّة تحديات (Challenges) نتيجة للتطورات التي طرأت على العالم وخاصة في ظل العولمة (Globalization) ، الامر الذي أدى الى زيادة حدة المنافسة بين المنظمات سواء كانت عاملة في القطاع العام أو القطاع الخاص ، هذا ما زاد من اهمية الجودة بإذ أصبحت تشكل محل اهتمام المختصين والكتاب والباحثين في مختلف المجتمعات الانسانية وخاصة في نهاية القرن العشرين ، إذ نجد ان العقود الاخيرة شهدت تطوراً هاماً في مجال الخدمات التي أصبحت تمثل اهمية كبيرة في اقتصاديات الدول، مما خلق منافسة (Competition) شديدة بين مقدميها، ومن اجل الوصول الى الميزة التنافسية العالية وزيادة الربحية للمنظمات الخدمية ،لذلك نجد ان القرن الحادي والعشرين أطلق عليه قرن الجودة لما اقترن به من أبعاد هادفة نحو جعل الجودة الميدان الأكثر حسماً في تحقيق أهداف المنظمات المختلفة سواء كانت سلعية أم خدمية على حد سواء (حمود، 2002 : 13)

1- مفهوم الجودة : (Concept of Quality)

تعد الجودة من اهم مواضيع ادارة الاعمال Operation Management في القرن الحالي خاصة مع تزايد المنافسة وعولمة الاقتصاد وهذا ما أدى الى اختلاف وجهات النظر بين الكتاب والباحثين في اعطاء تعريف محدد للجودة، إذ تعددت المفاهيم الخاصة بها، لذلك عرفت الجودة حسب رأي بينما عرفها (Kotler & Keller , 2009 :169) على انها الملائمة للاستخدام او المطابقة للمتطلبات او الحرية في التنفيذ، (Stevenson,2009:405-406) إذ ان مختلف الزبائن سيكون لهم متطلبات مختلفة ،لذلك سيكون التعريف المناسب للجودة هو وجهة نظر الزبائن، وايضا عرفها (ألنعمي واخرون، 2009 : 3) بأنها المزايا والخصائص الكلية للسلعة او الخدمة التي تشتمل على قدرتها في تلبية الاحتياجات، وكذلك يرى (الترتوري وجويحان، 2009 : 33) بان الجودة تعني التأكد من ان الزبائن يتلقون كل ما يحتاجونه وما يزيد عن هذا ان امكن، وهذا يتطلب الاتصال بالزبائن والتأكد من ان السلع والخدمات(Krajewski et al. 2010 :198) تتناسب مع احتياجاتهم وتؤدي الى قناعتهم وبناء علاقات طيبة مع الموردين، (Beardwell& Claydon,) 237 : 2010) وعلى الموردين الاستماع الى آراء الزبائن بشأن منتجات المنظمة لغرض تحسينها لان الجودة تتحقق من خلال التحسين المستمر لمنتجات المنظمات، ووصفها (James,2011:25) واتفق معه (Knowles,2011:10) على انها مجموعة الخصائص الشاملة للمنتج التي تظهر وتعكس قدرة هذا المنتج على اشباع الحاجات الظاهرية والضمنية بينما

يتناول (Porter,2011:12) الجودة من وجهتي نظر المنتجين والزبائن وكما موضحة في الشكل (7) اذ نجد ان الزبائن دائما يبحثون عن مطابقة التوقعات مع النتيجة الفعلية أي ما يتوقعه الزبائن وما حصلوا عليه فعلا مما اوعدوا ، اما المنتجين فيبحثون في الجودة لغرض مطابقة التخصيصات مع الكلف أي الانتاج الجيد بأقل الكلف ، اما اذا كان الانتاج بكلف عالية هنا سيتم تسعير المنتج بسعر عالٍ لا يتلائم مع رغبات الزبائن ، لذا ولا جل الوصول إلى مستوى عالٍ من جودة فلا بد أن تكون المعدات الإنتاجية قادرة على تحقيق ذلك المستوى من الجودة.

Concept of service

2- مفهوم الخدمة:

اظهرت ادبيات الادارة الحديثة العديد من التعريفات للخدمة ، الا انه سيتم ذكر بعضها مع التركيز على الخصائص المشتركة لهذه التعاريف إذ نجد ان من ابرز ملامح العقود الماضية هو النمو الهائل في القطاع الخدمي، وهذا ما أدى الى ظهور خدمات جديدة بصورة مستمرة تختلف عن الخدمات التقليدية وتغطي جانبا كبيرا من متطلبات الحياة (البكري ، الرحومي ،2008:76)، نجد بأن معظم تعاريف الخدمة تركز على عدم الملموسية ، وصفها (Schroeder,2007:75) بانها بالفعل غير ملموسة ولا يمكن تحديد مقدارها إذ نجد ان الخدمة هي منتج يستهلك في الوقت نفسه، ويتطلب من منظمة الخدمة ان تعير اهتمامها لعدة جوانب تتعلق بالخدمة مثل مدى او نطاق الخدمات المقدمة ، وجود الخدمات المقدمة ومستوى الخدمة المقدمة (الطائي والعلاق ، 2009 : 91)، في حين عرفها (نجم ، 2010 : 228) انها وظيفة يتم الطلب عليها وهذه الوظيفة يمكن ان تكون محددة مسبقا كما في الخدمات القياسية مثل (خدمة الصراف الآلي) او غير المحددة مثل (خدمة التشخيص الطبي)، كذلك عرفها (Evans&Lindsay,2011:56)هي النشاط الاساس الذي ليس بصورة مباشرة ينتج سلع مادية بل هي الجزء غير السلعي للصفقة التي تتم بين المجهز والزبون، ان اختلاف الزبائن يسبب تنوع في توصيل الخدمة ويرجع ذلك الى ان العنصر الاساس في عملية الانتاج فيما يتصل بالخدمات (ما يفضله الزبون ويتوقعه) يكون مختلف لكل زبون مثلا هناك زبون يحتاج الخدمة بشكل سريع ومن دون ثرثرة كلامية ومن جهة اخرى هناك زبون يرغب في ان يصاحب الخدمة مناقشة مع مقدم الخدمة اي ان هناك زبون يحتاج الى وقت اكبر (Frei .1997:3 et al)، يجب على مقدمي الخدمات للزبائن تقديمها بالصورة الممتازة ومع العلم ان تقديم خدمة بصورة ممتازة دائما يكون صعب المنال ويكون مكلفاً على المنظمة، إذ ينبغي عليها تقديم خدمات جديدة للزبائن وغرس اهميتها لدى العاملين لديها بشكل مستمر وعلى مستوى بعيد الامد إذ تصبح جزءا من ثقافتها التنظيمية، وعلى الرغم من انه قد يستغرق وقتا وجهودا كبيرة جدا من المنظمات

لبناء سمعة طيبة لخدمة الزبائن لكنه بالنهاية يكسبها سمعة طيبة لدى الزبائن، وبإمكانها كسب الفوائد وبصورة كبيرة وعلى مدى طويل الاجل (Grewal&levy,2008:48).

Banking Service Quality

3- جودة الخدمة المصرفية:-

افرزت المتغيرات العالمية تحديات تنافسية كبيرة، نتيجة الى عولمة النشاط المصرفي وتحرير الخدمات المالية والمصرفية لتلقي بتحدياتها على عاتق الادارة للعمل على التكيف مع هذه المتغيرات ومواجهة اثارها السلبية والاستفادة من المكاسب التي تحققها، واصبح هناك تطوير في الخدمات المصرفية ومواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الخدمات، والاهتمام بجودة الخدمات، وتحقيق رغبات الزبائن، احد المداخل الرئيسة لزيادة القدرة التنافسية للمصارف(عبد القادر ،-255 2005 : 252)، بإذ تصبح المصارف قادرة

على تسليم اعلى مستوى من خدماتها المصرفية للزبون في الاسواق المالية Financial Market، فضلاً عن ذلك اجبرت المنافسة القوية في قطاع الخدمات المصرفية كثيراً من المصارف على البدء ببرامج جودة الخدمة المصرفية من اجل دراسة الزبائن وتوقعاتهم لهذه الجودة (الصرن ، 2004 : 2)، فمن الصعوبة ان تجد اليوم مصرفاً لم يبادر نوع من برامج تحسين جودة الخدمة المصرفية (Gupta, 2008: 433)، لذلك يعد موضوع جودة الخدمة المصرفية من الموضوعات الرئيسة التي تصدرت اهتمام الباحثين الاكاديميين والممارسين على حد السواء، وضرورة التركيز على الزبائن عند تقييم جودة الخدمة المصرفية (Josph 1999:183)، لأنها تعبر عن الخصائص التي تتسم بها الخدمة المصرفية ومدى ملاءمتها للتوقعات، والتي يتم من خلالها قياس مستوى رضا الزبون وقناعته (James,2011:25)

Banking Service Quality Dimensions

4 - ابعاد جودة الخدمة المصرفية :-

لقد حدد الادباء والمختصين بالجودة خمسة معايير او ابعاد يمكن من خلالها الحكم على جودة الخدمة في المصارف، إذ يستخدم الزبائن هذه المعايير لتقييم جودة الخدمة من خلال مقارنة توقعاتهم عن الخدمة وما يحصلون عليه فعلاً، وهذه الابعاد هي المستخدمة في نموذج (SERVQUAL)(Fitzsimmons,2008 131)، اذ نجد ان العديد من الكتاب والباحثين ركزوا اهتماما كبيرا على جودة الخدمة المصرفية ومعاييرها لذلك سوف نتطرق الى معايير جودة الخدمة بشكل مفصل وبآراء مختلفة نظراً لأهميتها العالية،

Reliability

1-الاعتمادية :-

احد الابعاد الخمسة لجودة الخدمة هو الاعتمادية (المعولبية) والتي تظهر على انها البعد الاكثر اهمية من بين الابعاد، (The Ability to Perform The Promised Service Dependably and Accurately) التي تعني القدرة على تنفيذ الوعود بالخدمة بكل ثقة ودقة(Santhiyavalli,2011:79)، كذلك وصفها (Davis et al. 2003:220) بانها درجة الالتزام

من قبل المصرف الذي قدم الوعود للزبائن بتقديم الخدمات الموعودة على ادق وجه، ويرى (Burhn & Gargi, 2006:52) بانها قابلية مقدم الخدمات لتجهيز الخدمات التي وعد الزبائن بها في المستوى المنصوص عليه من الدقة ، لذلك يعد هذا المعيار من المعايير الحساسة جدا من قبل الزبون اتجاه المصرف لأنه يعزز من ثقة الزبون بالمصرف من خلال تقديم الخدمات للزبون في وقتها وبدقة عالية خالية من الاخطاء .

2- الاستجابة :- Responsiveness

هي ارادة مجهزين الخدمات على مساعدة الزبائن وتوفير الخدمة السريعة لهم ، Willingness to Help Customers and Provide Prompt Service (Han& Baek, 2004, 208)، إذ نجد ان هذا البعد يركز على الاستجابة السريعة للتغيرات في بيئة العمل المصرفي، وايضا يتطلب من المصرف ان تكون لديه المرونة العالية في التعامل لغرض الاستجابة للتغيرات التي تطرأ في البيئة الخارجية والبيئة الداخلية (Lovell 2002:465)، وهي ايضا رغبة المصرف واستعداده على تقديم الخدمات التي يطلبها الزبون بسرعة وبسهولة (Davis at al, 2003:221)، فعندما تذهب الى المصرف من اجل خدمة معينة كم من الوقت تستغرق للحصول على الخدمة ؟ هل يتم التعامل مع المشاكل بسرعة أو عليك ان تدفع ضريبة زائدة للمصرف؟ هل ان جهاز الخدمة دائما يستجيب وبشكل سريع أو لا؟ (Foster, 2007:7)، ومن اجل الوصول الى مستوى لا بأس به من الاستجابة لابد للمصارف ان تقلل الفجوة بين سياقاتها و والنظر الى تطلعات الزبون فيما يتعلق بالمعايير الموضوعية الخاصة واجراءات تقديم الخدمات بالشكل الذي يحقق اهداف الطرفين .

3- الموثوقية (الامانة) :- Assurance

تشير الموثوقية الكياسة التي يتمتع بها الموظفين داخل المصرف الى زرع الثقة في نفس الزبون The Courtesy of Employees and Their Ability to Convey Trust and Confidence (Foster, 2007:7)، ويرى (Davis) بأنها المصداقية و الأمانة التي يمتاز بها المصرف عند تقديمه الخدمات للزبون (Davis et al. 2003:220)، وهذا البعد مهم فيما يتصل بالخدمات التي يحصل عليها الزبائن والتي تتضمن مخاطر عالية او الخدمات التي يشعر الزبون بعدم التأكد منها مثل خدمات الصيرفة، التامين، والخدمات الطبية، والخدمات القانونية (Wilson et al. 2008:85)، وعلى هذا الاساس نجد ان الزبون يحاول تركيز تعاملاته مع المصرف الذي يوفر له الامان والحماية في التعامل وكذلك على ادارة المصرف بناء علاقات ثقة مع الزبائن لغرض كسب ولائهم .

4-التعاطف :- Empathy

يعرف التعاطف او العناية بانه الاهتمام الشخصي من قبل ادارة المصرف بالزبائن **The Provision of Caring, Individualized Attention to Customers** (Santhiyavalli,2011:80)، ومعرفة ما يجول في خاطرهم وما هي رغباتهم، والزبائن بحاجة الى ان يشعروا بان حاجتهم مفهومة من قبل موظفي المصرف، موظفي المصارف عادة ما يعرفون الزبائن بأسمائهم، ويبنون علاقات تظهر معرفتهم الشخصية لمتطلبات الزبون والاشياء التي يفضلها ، نلاحظ انه عندما تتنافس المصارف التي تعمل ضمن هذه المواصفات مع المصارف التي لا تعمل ضمن المواصفات فان فمن المؤكد تكون قدرة المصارف الاولى اكبر من قدرة المصارف التي لا تعمل ضمن المواصفات على جذب اكبر عدد من الزبائن (Wilson et al ,2008:86).

5-الملموسية :- Tangibles

وتتضمن الملموسية المظاهر المادية لتسهيلات الخدمة التي يقدمها المصرف ،المعدات ،الموظفين وادوات الاتصال ، **The Appearance of Physical Facilities, Equipment, Personnel, and Communication Materials** (Foster,2007:7)، اذ توفر الملموسية تمثيلاً مادياً او مشهداً للخدمة إذ ان الزبون وعلى وجه الخصوص سوف يقيم الجودة على اساس معاييرها ولاسيما معيار الملموسية فمن الضروري ان يمتلك المصرف المظاهر الملموسة الجيدة وتوفير اماكن الاستراحة التي تليق بالزبون وكذلك تصميم المصرف سيكون عامل جذب للزبون لأنه يعبر عن طبيعة الخدمات التي يقدمها المصرف (Wilson et al , 2008:86)

المبحث الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة: تنفيذ برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية واختبار الفرضيات.
أولاً : فرضيات الدراسة:

- 1- الفرضية الاولى:($H_0:p_1=p_2$) لا يوجد تباين بين آراء مديري المصارف عينة الدراسة على مستوى القطاع الحكومي في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.
- 2- الفرضية الأخرى:($H_0:p_1=p_2$) لا يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف عينة الدراسة على مستوى القطاع الحكومي في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.
- 3- الفرضية الثالثة: ($H_0:p_1=p_2$) لا يوجد تباين بين آراء مديري وزبائن المصارف عينة الدراسة على مستوى القطاع الحكومي في تطبيق جودة الخدمة المصرفية.
- 4- الفرضية الرابعة: ($H_0: p_1=p_2$) لا يوجد تباين بين آراء مديري المصارف عينة الدراسة على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.

- 5- الفرضية الخامسة: ($H_0: p_1=p_2$) لا يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف عينة الدراسة على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.
- 6- الفرضية السادسة: ($H_0: p_1=p_2$) لا يوجد تباين بين آراء مديري وزبائن المصارف عينة الدراسة على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.
- 7- الفرضية السابعة: ($H_0:p_1=p_2$) لا يوجد تباين بين آراء مديري المصارف على مستوى القطاع الحكومي ومديري المصارف على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.
- 8- الفرضية الثامنة: ($H_0:p_1=p_2$) لا يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف على مستوى القطاع الحكومي وزبائن المصارف على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية.

ثانياً: تنفيذ البرنامج:

جرى تنفيذ البرنامج على عينة من المصارف العراقية الحكومية والخاصة وتمت عملية توزيع استمارات الاستبانة على شريحتي المديرين والزبائن إذ تم توزيع (120) استمارة للمديرين و(210) استمارة للزبائن، وشملت العينة من ما يأتي:-

1- مصارف القطاع الحكومي :

- مصرف الرافدين فرع العباس واعطي رقم (1).
- مصرف العراقي للتجارة واعطي الرقم (2).
- مصرف الرشيد الفرع التجاري واعطي الرقم (3).

2- مصارف القطاع الخاص:

- مصرف بغداد فرع كربلاء واعطي الرقم (4).
- مصرف الخليج فرع النجف واعطي الرقم (5).
- مصرف المنصور فرع النجف واعطي الرقم (6).

تم جمع استمارات الاستبانة الموزعة على المصارف عينة الدراسة بالكامل وادخالها في البرنامج الخاص بتقييم جودة الخدمة المصرفية، إذ تم توضيح نتائج الجودة على وفق وجهتي نظر المديرين والزبائن لكل مصرف وحسب القطاع وكما يأتي:

اولاً: تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الحكومي عينة التنفيذ:

جرت عملية إدخال جميع استمارات المديرين والزبائن في برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية لمصارف القطاع الحكومي عينة الدراسة في مرحلة تنفيذ البرنامج وتم الحصول على النتائج كما موضحة في الجدول (3).

جدول (3) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزبائن في مصارف القطاع الحكومي.

مصرف الرشيد التجاري(3)		المصرف العراقي للتجارة(2)		مصرف الرافدين فرع العباس(1)		المصرف المعيار
الزبانن %	المديرين %	الزبانن %	المديرين %	الزبانن %	المديرين %	
43.26	42.22	52.47	52.31	63.42	63.86	الاعتمادية
42.66	48.14	45.21	47.91	62.11	64	الاستجابة
42.4	51.37	48.54	45.46	62.68	56.53	التعاطف
49.68	41.11	46.28	69.86	67.46	62.43	الموثوقية
35.4	42.33	43.07	67.91	55.37	43.4	الملموسية
42.68	45.37	47.11	56.59	62.21	58.04	النتيجة النهائية

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على الحاسوب

على اساس الجدول(3) سيتم العمل على وفق المعادلة (1) اختبار الفرق بين نسبتي مجتمعين لغرض اختبار الفرضيات والتي تنص على :

$$1 - z = \frac{p_1 - p_2}{\sqrt{p_1 * q \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}$$

إذ أن:

(p1: هي الاحتمال الاول) ، (p2 : هي الاحتمال الثاني) ، (q : هي (1- p1)) ، (n1 : هي حجم العينة للاحتتمال الاول) ، (n2: هي حجم العينة للاحتتمال الثاني).

ولغرض الوصول الى قيمة (z) المحسوبة لابد من تطبيق المعادلة المذكورة مسبقا لغرض اثبات الفرضيات او رفضها، وعند الحصول على قيمة (z) المحسوبة يتم مقارنتها مع (z) الجدولية في جداول التوزيع الطبيعي وسيتم فرض مستوى المعنوية وبافتراضين الاول هو مستوى معنوية (α1 = 0.05) ، والثاني هو مستوى معنوية (α2 = 0.01) وعند النظر في جداول التوزيع الطبيعي يتضح لنا ان قيمة (zα1 = 1.65) وقيمة (zα2 = 2.45) وكما موضحة في الجدول رقم (4).

جدول (4) نتائج اختبار الفرضيات (1، 2، 3) على وفق قيمة z المحسوبة و z الجدولية في عينة مصارف القطاع الحكومي.

ت	التفاصيل	Z المحسوبة	Z الجدولية $\alpha=0.01$	Z الجدولية $\alpha=0.05$
1	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الرافدين ومديري مصرف الرشيد	0.812	2.45	1.65
2	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الرافدين ومديري المصرف العراقي للتجارة	0.092	2.45	1.65
3	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري المصرف العراقي للتجارة ومديري مصرف الرشيد	4.57	2.45	1.65
4	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الرافدين وزبائن مصرف الرشيد	1.56	2.45	1.65
5	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الرافدين وزبائن المصرف العراقي للتجارة	1.20	2.45	1.65
6	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن المصرف العراقي للتجارة وزبائن مصرف الرشيد	0.344	2.45	1.65
7	اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الرافدين ومديري مصرف الرافدين	0.29	2.45	1.65
8	اختبار فرق بين نسبتي مديري المصرف العراقي للتجارة وزبائن المصرف العراقي للتجارة	0.498	2.45	1.65
9	اختبار فرق بين نسبتي مديري مصرف الرشيد وزبائن مصرف الرشيد	0.187	2.45	1.65

المصدر: اعداد الباحث.

عند النظر الى الجدول (4) نجد قيم كل من ($Z_{\alpha 1}$, $Z_{\alpha 2}$ ، Z المحسوبة) مثبتة لكل اختبار من الاختبارات التي جرت بين المصارف الحكومية عينة الدراسة وهذا بطبيعته يسهل من عملية المقارنة بين النتائج لغرض الوقوف على القرار بشأن الفرضيات إذ نلاحظ ان الفقرات (1، 2، 3) في الجدول تخص الفرضية الاولى اما الفقرات (4، 5، 6) نجدها تخص الفرضية الأخرى وفيما يتصل بالفقرات (7، 8، 9) تخص الفرضية الثالثة:

1- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الرافدين واجابة مديري مصرف الرشيد كانت (z) المحسوبة البالغة (0.812) نجد انها اصغر من قيمة ($z_{\alpha 1}$) البالغة (1.65)، و ($z_{\alpha 2}$) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1=p_2$) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$)، وهذا يدل على عدم وجود التباين بين آراء مديري مصرف الرافدين ومديري مصرف الرشيد ويعود السبب في ذلك الى تقارب الخدمات التي يقدمها المصرفين في الجودة وتطبيق المصرفين لمعايير الجودة بنفس الاداء وهذا ما تنص عليه الفرضية الاولى وهي فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء مديري المصارف الحكومية عينة الدراسة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

2- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الرافدين واجابة مديري المصرف العراقي للتجارة كانت (z) المحسوبة البالغة (0.029) نجد انها اصغر من قيمة ($z_{\alpha 1}$) البالغة (1.65)، و ($z_{\alpha 2}$) البالغة (2.54)، لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1=p_2$) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$)، كذلك يعود السبب الى تقارب المصرفين في اداء الخدمات وهذا ما تنص عليه الفرضية الاولى وهي فرضية العدم.

3- في اختبار فرق النسب بين مديري المصرف العراقي للتجارة ومديري مصرف الرشيد كانت (z) المحسوبة البالغة (4.57) نجد انها اكبر من قيمة (z α 1) البالغة (1.65)، و(z α 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو رفض فرضية العدم (H0: p1=p2)، والقبول بالفرضية البديلة (H1: p1 \neq p2) عندما ($\alpha=0.05$) و($\alpha=0.01$)، ويعود السبب الى تفوق اجابات مديري المصرف العراقي للتجارة على مصرف الرشيد ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية لما يقدمه المصرف العراقي من خدمات جديدة تواكب التطورات الحالية وهو التعامل الإلكتروني في العمليات المصرفية وهو ما يُعد عنصر النجاح في عصرنا الحالي، هنا نجد ان الفرضية الاولى وهي العدم لم يتم قبولها لذا تم قبول الفرضية البديلة.

4- عند اختبار الفرق بين نسبي اجابة زبائن مصرف الرافدين واجابة زبائن مصرف الرشيد كانت (z) المحسوبة البالغة (1.56) نجد انها اصغر من قيمة (z α 1) البالغة (1.65)، و(z α 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p1=p2) عندما ($\alpha=0.05$) و($\alpha=0.01$)، وهذا يدل على عدم وجود فرق بين وجهتي نظر زبائن مصرف الرافدين وزبائن مصرف الرشيد في تقديم الخدمات وتطبيق الجودة في الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الأخرى وهي فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف الحكومية عينة الدراسة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

5- عند اختبار الفرق بين نسبي اجابة زبائن مصرف الرافدين واجابة زبائن المصرف العراقي للتجارة كانت (z) المحسوبة البالغة (1.20) نجد انها اصغر من قيمة (z α 1) البالغة (1.65)، و(z α 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p1=p2) عندما ($\alpha=0.05$) و($\alpha=0.01$)، من خلال النتائج الظاهرة لا نجد فرق بين نسبي اجابة مديري الرافدين ومديري المصرف العراقي للتجارة وهذا يدل على انسجام متقارب في الاداء من وجهة نظر الزبائن وهذا ما تنص عليه الفرضية الأخرى وهي فرضية العدم.

6- عند اختبار الفرق بين نسبي اجابة زبائن المصرف العراقي للتجارة واجابة زبائن مصرف الرشيد كانت (z) المحسوبة البالغة (0.344) نجد انها اصغر من قيمة (z α 1) البالغة (1.65)، و(z α 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p1=p2) عندما ($\alpha=0.05$) و($\alpha=0.01$)، وهذا يدل على وجود انسجام بين رأي زبائن المصرف العراقي وزبائن مصرف الرشيد ازاء تطبيق المصارف لجودة الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الأخرى وهي فرضية العدم.

7- عند اختبار الفرق بين نسبي اجابة زبائن مصرف الرافدين واجابة مديري مصرف الرافدين كانت (z) المحسوبة البالغة (0.299) نجد انها اصغر من قيمة (z α 1) البالغة (1.65)، و(z α 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p1=p2) عندما ($\alpha=0.05$) و($\alpha=0.01$) وهذا يدل على اتفاق في الراي بين زبائن مصرف الرافدين ومديري مصرف الرافدين ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا ما تنص

عليه الفرضية الثالثة وهي فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء مديري وزيائن المصارف الحكومية عينة الدراسة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

8- عند اختبار الفرق بين نسبي اجابة مديري العراقي للتجارة واجابة زيائن المصرف العراقي للتجارة كانت (z) المحسوبة البالغة (0.498) نجد انها اصغر من قيمة (z α 1) البالغة (1.65)، و(z α 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p1=p2) عندما ($\alpha=0.05$) و($\alpha=0.01$)، وهذا يدل على اتفاق في الراي بين زيائن المصرف العراقي للتجارة ومديري المصرف العراقي للتجارة ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الثالثة وهي فرضية العدم.

9- عند اختبار الفرق بين نسبي اجابة مديري مصرف الرشيد واجابة زيائن مصرف الرشيد كانت (z) المحسوبة البالغة (0.187) نجد انها اصغر من قيمة (z α 1) البالغة (1.65)، و(z α 2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p1=p2) عندما ($\alpha=0.05$) و($\alpha=0.01$)، وهذا يدل على اتفاق في الراي بين مديري مصرف الرشيد وزيائن مصرف الرشيد ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا ما تنص عليه الفرضية الثالثة وهي فرضية العدم.

ثانيا: تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزيائن في مصارف القطاع الخاص عينة التنفيذ: جرت عملية إدخال جميع استمارات المديرين والزيائن في برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية لمصارف القطاع الخاص عينة الدراسة في مرحلة تنفيذ البرنامج وتم الحصول على النتائج كما موضحة في الجدول (5).

جدول (5) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهتي نظر المديرين والزيائن في مصارف القطاع الخاص.

المصدر: اعداد الباحث

مصرف الخليج فرع النجف(6)		مصرف المنصور فرع النجف(5)		مصرف بغداد فرع كربلاء(4)		المصرف المعيار
الزيائن %	المديرين %	الزيائن %	المديرين %	الزيائن %	المديرين %	
44.61	59.07	40.8	55.51	52.44	56.66	الاعتمادية
43.45	60.22	36	52.89	48.35	68.03	الاستجابة
52.59	46.37	49.067	55.78	49.37	71.2	التعاطف
42.07	51.33	36.73	57.067	49.64	70.1	الموثوقية
41.64	49.85	19.73	41.82	47.57	63.36	الملموسية
44.87	53.37	36.46	52.53	49.48	65.87	النتيجة النهائية

وفقاً للجدول (5) سيتم العمل وفق معادلة (1) اختبار الفرق بين نسبي مجتمعين لغرض اختبار الفرضيات

:

جدول (6) نتائج اختبار الفرضيات (4، 5، 6) على وفق قيمة z المستخرجة و z الجدولية في عينة مصارف القطاع الخاص.

ت	التفاصيل	Z المحسوبة	Z الجدولية $\alpha=0.05$	Z الجدولية $\alpha=0.01$
1	اختبار الفرق بين نسبي اجابة مديري مصرف بغداد ومديري مصرف الخليج	0.833	1.65	2.45
2	اختبار الفرق بين نسبي اجابة مديري مصرف بغداد ومديري مصرف المنصور	0.889	1.65	2.45
3	اختبار الفرق بين نسبي اجابة مديري مصرف الخليج ومديري مصرف المنصور	0.053	1.65	2.45
4	اختبار الفرق بين نسبي اجابة زبائن مصرف بغداد وزبائن مصرف الخليج	0.357	1.65	2.45
5	اختبار الفرق بين نسبي اجابة زبائن مصرف بغداد وزبائن مصرف المنصور	1.009	1.65	2.45
6	اختبار الفرق بين نسبي اجابة زبائن مصرف الخليج وزبائن مصرف المنصور	0.654	1.65	2.45
7	اختبار الفرق بين نسبي اجابة مديري مصرف بغداد وزبائن مصرف بغداد	1.19	1.65	2.45
8	اختبار فرق بين نسبي مديري مصرف الخليج وزبائن مصرف الخليج	0.590	1.65	2.45
9	اختبار فرق بين نسبي مديري مصرف المنصور وزبائن مصرف المنصور	1.11	1.65	2.45

المصدر اعداد الباحث.

عند النظر الى الجدول (6) نجد قيم كل من ($Z_{\alpha 1}$ ، $Z_{\alpha 2}$ ، Z المحسوبة) مثبتة لكل اختبار من الاختبارات التي جرت بين المصارف الخاصة عينة الدراسة وهذا بدوره يسهل من عملية المقارنة بين النتائج لغرض الوقوف على القرار بشأن الفرضيات، إذ نلاحظ ان الفقرات (1، 2، 3) في الجدول تخص الفرضية الرابعة اما الفقرات (4، 5، 6) نجدها تخص الفرضية الخامسة وفيما يتصل بالفقرات (7، 8، 9) تخص الفرضية السادسة:

1- عند اختبار الفرق بين نسبي اجابة مديري مصرف بغداد واجابة مديري مصرف الخليج كانت (z) المحسوبة البالغة (0.833) نجد انها اصغر من قيمة ($z_{\alpha 1}$) البالغة (1.65)، و ($z_{\alpha 2}$) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1=p_2$) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$)، وهذا يدل على عدم وجود التباين بين آراء مديري مصرف بغداد ومديري مصرف الخليج ويعود السبب في ذلك الى تقارب الخدمات التي يقدمها المصرفين في الجودة وتطبيق المصرفين لمعايير الجودة بنفس الاداء وهذا يثبت الفرضية الرابعة فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء مديري المصارف الخاصة عينة الدراسة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

- 2- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف بغداد واجابة مديري مصرف المنصور كانت (z) المحسوبة البالغة (0.889) نجد انها اصغر من قيمة (za1) البالغة (1.65)، و (za2) البالغة (2.54)، لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1=p_2$) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$)، كذلك يعود السبب الى تقارب المصرفين في اداء الخدمات وهذا يثبت الفرضية الرابعة فرضية العدم.
- 3- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الخليج واجابة مديري مصرف المنصور كانت (z) المحسوبة البالغة (0.053) نجد انها اصغر من قيمة (za1) البالغة (1.65)، و (za2) البالغة (2.54)، لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1=p_2$) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$)، كذلك يعود السبب الى تقارب المصرفين في اداء الخدمات وهذا يثبت الفرضية الرابعة فرضية العدم.
- 4- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف بغداد واجابة زبائن مصرف الخليج كانت (z) المحسوبة البالغة (0.375) نجد انها اصغر من قيمة (za1) البالغة (1.65)، و (za2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1=p_2$) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$)، وهذا يدل على عدم وجود فرق بين وجهتي نظر زبائن مصرف بغداد وزبائن مصرف الخليج في تقديم الخدمات وتطبيق الجودة في الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرضية الخامسة فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف الخاصة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).
- 5- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف بغداد واجابة زبائن مصرف المنصور كانت (z) المحسوبة البالغة (1.009) نجد انها اصغر من قيمة (za1) البالغة (1.65)، و (za2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1=p_2$) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$)، من خلال النتائج الظاهرة لا نجد فرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف بغداد وزبائن مصرف المنصور وهذا يدل على انسجام متقارب في الاداء من وجهة نظر الزبائن وهذا يثبت الفرضية الخامسة فرضية العدم.
- 6- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة زبائن مصرف الخليج واجابة زبائن مصرف المنصور كانت (z) المحسوبة البالغة (0.654) نجد انها اصغر من قيمة (za1) البالغة (1.65)، و (za2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1=p_2$) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$)، وهذا يدل على وجود انسجام بين رأي زبائن مصرف الخليج وزبائن مصرف المنصور ازاء تطبيق المصارف لجودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرضية الخامسة فرضية العدم.
- 7- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف بغداد واجابة زبائن مصرف بغداد كانت (z) المحسوبة البالغة (1.19) نجد انها اصغر من قيمة (za1) البالغة (1.65)، و (za2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1=p_2$) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$) وهذا يدل على اتفاق

في الراي بين مديري مصرف بغداد وزيائن مصرف بغداد ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرضية السادسة (لا يوجد تباين بين آراء مديري وزيائن المصارف الخاصة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

8- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف الخليج واجابة زيائن مصرف الخليج كانت (z) المحسوبة البالغة (0.590) نجد انها اقل من قيمة (za1) البالغة (1.65)، و (za2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0: p1=p2) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$)، وهذا يدل على اتفاق في الراي بين مديري مصرف الخليج للتجارة ومديري مصرف الخليج ازاء تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرضية السادسة فرضية العدم.

9- عند اختبار الفرق بين نسبتي اجابة مديري مصرف المنصور واجابة زيائن مصرف المنصور كانت (z) المحسوبة البالغة (1.11) نجد انها اقل من قيمة (za1) البالغة (1.65)، و (za2) البالغة (2.54) لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم (H0:p1=p2) عندما ($\alpha=0.05$) و ($\alpha=0.01$)، وهذا يدل على اتفاق في الراي بين مديري مصرف المنصور وزيائن مصرف المنصور في تطبيق جودة الخدمة المصرفية وهذا يثبت الفرضية السادسة فرضية العدم.

ثالثاً: تقييم جودة الخدمة المصرفية من جهتي نظر المديرين والزيائن في مصارف القطاع الحكومي والقطاع الخاص مجتمعةً عينة التنفيذ.

جدول (7) نتائج تقييم جودة الخدمة المصرفية من جهتي نظر المديرين والزيائن في مصارف القطاعين الحكومي والخاص مجتمعةً.

مصارف القطاع الخاص		مصارف القطاع الحكومي		القطاع المعيار
الزيائن %	المديرين %	الزيائن %	المديرين %	
45.95	57.08	53.05	52.79	الاعتمادية
42.6	60.38	49.99	53.35	الاستجابة
50.34	57.78	51.20	51.12	التعاطف
42.81	59.49	54.47	57.8	الموثوقية
36.31	51.67	44.61	51.21	الملموسية
43.60	57.28	50.66	53.25	النتيجة النهائية

المصدر: اعداد الباحث

ايضا من خلال الجدول (7) سيتم العمل وفق معادلة فرق النسب لغرض اتخاذ القرار بشأن الفرضيات اثبات ام رفض وكما موضحة في الجدول (8)، فيوضح النتائج النهائية لكل من المديرين والزبائن وعلى مستوى القطاعين الحكومي والخاص لغرض معرفة النتائج النهائية لوجهات النظر عن تطبيق المصارف عينة الدراسة لجودة الخدمات المصرفية، ومن هنا تكون المقارنة بشكلها الواضح لغرض اتخاذ القرار بشأن الفرضيات اما قبولها او رفضها ومن خلال مقارنة (z المحسوبة) و (z الجدولية).

جدول (8) نتائج اختبار الفرضيات (7، 8) على وفق قيمة z المستخرجة و z الجدولية في عينة من مصارف القطاعين الحكومي والخاص.

ت	التفاصيل	Z المحسوبة	Z الجدولية $\alpha 1=0.05$	Z الجدولية $\alpha 2=0.01$
1	اختبار فرق النسب بين رأي مديري القطاع الحكومي ومديري القطاع الخاص	Z= 0.434	1.65	2.45
2	اختبار فرق النسب بين رأي زبائن القطاع الحكومي وزبائن القطاع الخاص	Z= 0.947	1.65	2.45

المصدر: اعداد الباحث

عند النظر الى الجدول (8) نجد قيم كل من ($Z_{\alpha 1}$ ، $Z_{\alpha 2}$ ، Z المحسوبة) مثبتة لكل اختبار من الاختبارات التي جرت بين المصارف الحكومية والخاصة عينة الدراسة وهذا بدوره يسهل من عملية المقارنة بين النتائج لغرض الوقوف على القرار بشأن الفرضيات إذ نلاحظ ان الفقرة (1) في الجدول تخص الفرضية السابعة اما الفقرة (2) نجدها تخص الفرضية الثامنة.

1- عند اختبار الفرق بين نسب رأي مديري المصارف على مستوى القطاع الحكومي ومديري المصارف على مستوى القطاع الخاص كانت (z) المحسوبة البالغة (0.434) نجد انها اصغر من قيمة ($z_{\alpha 1}$) البالغة (1.65)، و ($z_{\alpha 2}$) البالغة (2.54)، لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1 = p_2$) عندما ($\alpha = 0.05$) و ($\alpha = 0.01$)، كذلك يعود السبب في هذا الى وجود ترابط في اداء المصارف على مستوى القطاعين في تقديم الخدمات المصرفية وهذا يثبت الفرضية السابعة فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء مديري المصارف على مستوى القطاع الحكومي ومديري المصارف على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

2- عند اختبار الفرق بين نسب رأي زبائن المصارف على مستوى القطاع الحكومي وزبائن المصارف على مستوى القطاع الخاص كانت (z) المحسوبة البالغة (0.947) نجد انها اصغر من قيمة ($z_{\alpha 1}$) البالغة (1.65)، و ($z_{\alpha 2}$) البالغة (2.54)، لذا سيكون القرار هو لا نرفض فرضية العدم ($H_0: p_1 = p_2$) عندما ($\alpha = 0.05$) و ($\alpha = 0.01$)، وهذا يدل على ان زبائن المصارف في القطاع الحكومي يحصلون على الخدمات نفسها او قريبة من الخدمات التي تقدمها المصارف على مستوى القطاع الخاص وهذا يثبت

الفرضية الثامنة فرضية العدم (لا يوجد تباين بين آراء زبائن المصارف على مستوى القطاع الحكومي وزبائن المصارف على مستوى القطاع الخاص في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية).

وكما موضحة في الرسم البياني إذ يعبر (اللون الازرق عن رأي مدري مصارف القطاع الحكومي، واللون الاحمر يعبر عن رأي زبائن مصارف القطاع الحكومي ، و يعبر اللون الاخضر عن رأي مدري مصارف القطاع الخاص، واللون البنفسجي يعبر عن رأي زبائن مصارف القطاع الخاص) عن تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية. نجد ان (87.5) من الفرضيات قد تم قبولها وهي فرضيات العدم أي عدم رفض فرضيات العدم ($H_0: p_1=p_2$) ، و (12.5) قد تم رفضها اي تم القبول بالفرضية البديلة ($H_1: p_1 \neq p_2$).

الفرضية	القرار بشأن الفرضية
الفرضية الاولى	لا نرفض فرضية العدم بنسبة 66.7%
الفرضية الأخرى	لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%
الفرضية الثالثة	لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%
الفرضية الرابعة	لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%
الفرضية الخامسة	لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%
الفرضية السادسة	لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%
الفرضية السابعة	لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%
الفرضية الثامنة	لا نرفض فرضية العدم بنسبة 100%

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات.

اولاً: الاستنتاجات:

1- الاستنتاجات النظرية:

- 1-1- إن تفهم توقعات الزبون يُعد مطلباً أساسياً نحو تقديم الخدمة المصرفية بالجودة المطلوبة.
- 1-2- إن إستمرار الزبائن في التعامل مع المصرف وزيادة ولائهم له يعتمد وبشكل اساس على تقييمهم لجودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم.
- 1-3- يعد الزبون افضل من يقيم جودة الخدمة المصرفية لان الزبون هو المستفيد من الخدمة لذا سيكون هو المعيار المحدد لها اعتماداً على ما يقدم له من قبل المصرف.
- 1-4- على الرغم من تباين آراء الكتاب والباحثين عن معايير تقييم جودة الخدمة المصرفية إلا ان هناك نسبة كبيرة من الاتفاق عن مجموعة من المعايير هي (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الموثوقية، الملموسية).

- 5-1- ان تطبيق النظم المحوسبة في التعامل المصرفي يؤدي الى تقليص الحجم الورقي، وتخفيض الكلفة وتبسيط الاجراءات ومن ثم يؤثر ايجاباً في جودة الخدمة المصرفية.
- 6-1- يفضل الزبائن التعامل الالكتروني في تقديم الخدمات لما له من أثر في الحصول على الخدمة في الوقت المطلوب بالفضلاً عن زيادة اعتمادية الزبون على المصرف في تقديم الخدمة.

2- الاستنتاجات الميدانية:

- 1-2- ان النتائج المستخرجة من برنامج تقييم جودة الخدمة المصرفية تطابق النتائج المستخرجة وفقاً للمعادلات الاحصائية المطبقة في عملية اختبار البرنامج، وبذلك يمكن استخدام البرنامج بدلاً من المعادلات الاحصائية ويحقق نتائج دقيقة وذات كفاءة وفاعلية عالية وخالية من احتمالات الخطأ.
- 2-2- يعد البرنامج تقنية متاحة بين ايدي المستخدمين تتسم بالسهولة والوضوح في عملية تقييم وتشخيص جودة الخدمة المصرفية.
- 3-2- هناك تفاوت في مستوى استخدام التقنيات المحوسبة بين المصارف (عينة الدراسة) فالمصارف الخاصة هي أكثر استخداماً لتلك التقنيات، وسبب هذا التفاوت يرجع إلى الاختلاف في فلسفه إدارات المصارف ورغبتها للتغيير واختلاف مواردها المالية.
- 4-2- لا تزال المصارف (عينة الدراسة) وعلى وجه الخصوص الحكومية تعاني من عدم كفاية البنية التحتية اللازمة لتقديم خدمات مصرفية حديثة ومتطورة، وهذا يضع الصناعة المصرفية العراقية أمام مسؤولية كبيرة والمتمثلة بدعم وتوجيه الاستثمارات في مجال إرساء البنى التحتية.
- 5-2- عدم وجود تباين بين جهات نظر مديري وزبائن المصارف الحكومية في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية، وقد يعود السبب في ذلك الى ان المصارف الحكومية تعيش بيئة داخلية وخارجية متشابهة، ما يؤدي الى اتساق ونمطية الخدمات المقدمة الى الزبائن في المصارف الرئيسية وفروعها.
- 6-2- عدم وجود تباين بين جهات نظر مديري وزبائن المصارف الخاصة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية، وقد يعود السبب في ذلك الى نمطية الخدمات المقدمة الى الزبائن، الناتج عن انخفاض حدة المنافسة في سوق العمل المصرفي العراقي الخاص.

7-2- عدم وجود تباين بين وجهات نظر مديري وزيائن المصارف الحكومية والخاصة في تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية، وقد يدل ذلك على تقارب المصارف المذكورة في تقديمها للخدمات.

8-2- تراوحت نتائج جودة الخدمة المصرفية في المصارف الحكومية والخاصة من وجهة نظر المديرين والزيائن بين (43.6) و (57.3) وهذا يدل على ضعف اداء تلك المصارف.

ثانياً: التوصيات:

1- نقترح على البنك المركزي العراقي والادارات العامة في مصرفي الرافدين والرشد بتعميم البرنامج على ادارات الفروع وجعله برنامج عام لتقييم جودة الخدمة المصرفية،

2- ضرورة إهتمام إدارات المصارف على مستوى القطاع الحكومي والخاص بالجانب الشكلي للمصرف من خلال النظر بتوزيع الأقسام ونوع التجهيزات (تجهيزات مكتبية، تجهيزات الاستقبال من فرش وأماكن انتظار وما إلى ذلك)، لان توافر هذه المواصفات يجعل الزبون يشعر بالاهتمام والقيمة أكثر بكثير مما يراه عند دخوله الى مصرف لايهتم بتلك المواصفات.

3- ضرورة استخدام المصارف الحكومية التقنيات المحوسبة التي تساعد في تيسير العمل المصرفي و التخلي عن النظم التقليدية في تقديم الخدمات المصرفية إذا ما أرادت النجاح في العصر الحالي الذي يعد عصر ثورة المعلومات، ومثال ذلك استخدام الانترنت والبريد الالكتروني والتلكس والفاكس وبنوك الموبايل في العمليات المصرفية.

4- ضرورة ان تكون الموارد البشرية في المصارف من ذوي الخبرة في العمل المصرفي لان هذا يزيد من ثقة الزبون في التعامل مع المصرف ومن ثمكسب الزبون وكسب السمعة للمصرف.

5- ضرورة إقامة دورات تدريبية للموظفين للعمل على التقنيات المحوسبة الحديثة لغرض تعن العمليات المصرفية من الورقية الى الالكترونية وهذا يزيد من كفاءة تلك العمليات ويقلل من الجهد والوقت والكلف المبذولة ويرفع من مستوى جودة الخدمة المصرفية.

6- انشاء قسم خاص لشكاوى الزبائن لأن الشكاوى تنشأ بخصوص أمور لا يرضى عنها الزبون. ومن ثمعد هذه الشكاوى إذا تم تجميعها ودراستها وتقديم الحلول المناسبة لها مصدراً مجانياً وتقيماً حقيقياً لوضع المصرف وعلاقته مع زبائنه.

7- إنشاء قسم خاص بجودة الخدمة المصرفية مهمته قياس رضا الزبون عن الخدمة المقدمة له وتقديم اقتراحات بخصوص تحسين وتطوير آلية تقديم الخدمات المصرفية من جهة، بالفضلاً عن تصميم برامج تدريبية لتحسين طريقة استقبال ومعاملة موظفي المصرف مع الزبائن.

8- ضرورة اجراء اختبارات دورية كأن تكون فصلية للمصرف من خلال البرنامج الخاص بجودة الخدمة لغرض معرفة تطورات الجودة ومقارنتها مع النتائج السابقة لها.

المصادر

اولا : المصادر العربية:

أ- الكتب العربية

- 1- برهان محمد نور و خطاب عز الدين ((التجارة الالكترونية))، جمهورية مصر العربية. ط1، 2009.
- 2- البكري ثامر و الرحومي احمد ((تسويق الخدمات المالية))، الثراء للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، ط1 ، 2008.
- 3- الترتوري محمد عوض و جويحان اغادير عرفات ((ادارة الجودة الشاملة))، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، ط2 ، 2009.
- 4- حمود خضير كاظم ((ادارة الجودة وخدمة العملاء))، دار الميسرة للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، ط1 ، 2002.
- 5- الشمري ناظم محمد نوري والعبدالات عبد الفتاح زهير ((الصيرفة الالكترونية الادوات والتطبيقات ومعوقات التوسع)) ،دار وائل للنشر ، ط1، 2008 .
- 6- الطائي حميد عبد النبي و العلاق بشير عباس ((تسويق الخدمات))، دار اليازوري للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، الطبعة العربية، 2009.
- 7- عبد الله خالد أمين والطردي إسماعيل إبراهيم ((العمليات المالية الالكترونية))،دار وائل للنشر ، ط1 ، 2006 .
- 8- العلاق بشير عباس والساعد رشاد ((الأثر الاستراتيجي للانترنت على المزيج التسويقي في الألفية الجديدة))، مؤتمر الزيتونة، عمان، الاردن ، 2003.
- 9- قنديلجي عامر ابراهيم والجنابي علاء الدين ((نظم المعلومات الادارية وتكنولوجيا المعلومات))، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط4 ، 2008.
- 10- نجم نجم عبود ((ادارة الجودة الشاملة في عصر الانترنت))، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، ط1 ، 2010.
- 11- النعيمي محمد عبد العال ، صويص جليل راتب و صويص غالب جليل ((ادارة الجودة المعاصرة))، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، عمان الاردن ، الطبعة العربية ، 2009.

12- الهوش أبو بكر محمود ((الحكومة الالكترونية الواقع والآفاق))، مجموعة النيل العربية مصر ، ط1 ، 2006.

13- ياسين سعد غالب ((نظم المعلومات الإدارية))، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الاردن، الطبعة العربية، 2009.

ب- المجلات والدوريات المحكمة: Periodicals

1- الصرن رعد حسن ((تطوير نموذج الفجوة في قياس جودة الخدمات المصرفية الى المستوى العالمي))، مجلة العلوم الانسانية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، ع 6، 2004.

2- طالب علاء فرحان ((دور تكنولوجيا المعلومات في تسويق الخدمات المصرفية))، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، جامعة كربلاء، م1، ع 2، 2003.

3- عبد القادر بريش ((جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك))، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، ع 3، 2005.

4- العمري عمر حسين ((فاعلية برنامج تعليمي محوسب في تنمية التفكير الابداعي لدى طلبة الصف السابع الاساسي في الاردن))، مجلة جامعة دمشق ، م28، ع 1، 2012.

ج- الرسائل والاطاريح الجامعية: University Theses

1- اسماعيل عماد احمد ((خصائص نظم المعلومات واترها في تحديد خيار المنافسة الاستراتيجية في الادارتين العليا والوسطى))، رسالة ماجستير كلية التجارة، جامعة غزة، 2011.

ثانياً: المصادر الاجنبية:

A- Books:

- 1- BearDwell Julie & Claydon Tim,((Human Resource Management)),published in Great Britain ,6Ed ,2010.
- 2- Davis Mark& Aquilano J. Nicholas,((Fundamental Sofa Operations Management),Printed in R.R. Domelley & Sons Company 4Ed,2003.
- 3- Evans R. James &Lindsay M,William,((The Management and Control of Quality)),south western ,cengage learning ,8Ed ,2011.
- 4- Fitzsimmons A ,James &Fitzsimmons Mona,((Services Management Operation s ,Strategy)), Printed In Singapore ,6Ed,2008.
- 5- Foster S. Thomas ((Management Quality : Integrating The supply chain)), Printed In The United States of American, 3Ed, 2007.
- 6- Grewal Dhrar &Levy Michael,((Marketing)),Published by Mc-Graw , In The United States of American,1Ed,2008.

- 7- Gupta .S.C ,((Advanced Human Resource Management ,Strategic ,Perspective)) ,Aue Books India,1Ed ,2008.
- 8- knowles Graeme ((Quality Management)), Ventus Publishing APS,ISBN ,2011.
- 9- Kotler Philip & Keller Kevin lane, ((Marketing Management)) , Copyright Licensing ,14Ed,2012.
- 10- Krajewski J.Lee , Ritzman P. Larry & Malhotra K. Manoj,((Operation Management ,Processes and Supply Chain)), Printed in the United States of American , 4Ed , 2010.
- 11- Lovelock Christopher & Wirtz Jochen, ((Service Marketing)), New Jersey, Prentice – Hall Inc , 3Ed, 2002 .
- 12- Porter Albert ((Operations Management)), Ventus Publishing APS,ISBN ,2011.
- 13- Schroeder G. Roger ,((Operation Management Contemporary Concepts and Cases)) , Printed In Acid-Free Paper ,3ed ,2007.
- 14- Stevenson J. William ((operation management)) , Published By McGraw – Hill ,10Ed, 2009.
- 15- Strauss Judy & Frost Raymond ((E- Marketing)), by Pearson Education, Printed In The United States Of Americane,6Ed ,2012.
- 16- Wilson Alan , Zeithaml A. Valarie & Bitner Jo,Mary & Gremler D ,Dwayna ((Service Marketing ,Integrating Customer Focus Across The Firm)) ,Avenue of the Americas ,1Ed ,2008.

B- الدوريات:

- 1- Askenas Linda & Westelius Alf ((five roles of an information system A social constructionist Approach to Analysing the use of ERP systems)),developing effective organizations ,VOL 6, 2003.
- 2- Frei X. Frances , Kalakoto Ravi & Marx M Leslie ((Financial Institutions Center)), Wharton 36 , 1997.
- 3- Han Sang-Lin & Beak Seung ((Antecedents and Consequences of Service Quality in Online Banking)) , Advances in Consumer Research Volume 31 , 2004.
- 4- Al- Rawashdeh s. badi , Abu-Errub M. Ayman , Areiqat Y. Ahmad & Dbbaghieh Mohammad ((information technology role reducing E-Banking service Risk in Jordanian Banking sector)),Journal of computer science 8(3), 2012.
- 5- Soterion Andreas & Zenios A Starros ,((Financial Institution Center)) , Wharton 28 ,1997.
- 6- Santhiyavalli G. Mrs ((customers perception of service quality of state bank of India –A factor Analysis)), IJMBS VOL 1, Issue 3, 2011.