

جودة خدمات الصراف الآلي وأثرها في رضا العميل: دراسة مقارنة بين فروع المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة

أ.د. كنجو كنجو* علاء محمد**

(الإيداع: 12 آب 2020 ، القبول: 22 أيلول 2020)

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر جودة خدمات الصراف الآلي في رضا العميل في كل من مصارف القطاعين العام والخاص في مدينة حماة، بالإضافة إلى تحديد الاختلاف في تقييم كل من جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل بين هذين القطاعين. وسعيًا لتحقيق أهداف البحث تم تصميم استبانة تتضمن محوراً يغطي بنود قياس جودة خدمات الصراف الآلي، بالإضافة إلى محور خاص برضا العميل. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي إذ تم وضع الفرضيات واختبارها بمجموعة من الاختبارات الإحصائية باستخدام برنامج SPSS.20.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن جودة خدمات الصراف الآلي تؤثر في رضا العميل إيجاباً في مصارف القطاعين العام والخاص، وأن جودة خدمات الصراف الآلي ذات مستوى متوسط في كل من القطاعين العام والخاص، ولكنها أعلى في القطاع الخاص، وكذلك فقد تبين أن مستوى رضا العميل كان متوسطاً في كلا القطاعين وهو أعلى في القطاع الخاص.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات المصرفية، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، جودة خدمات الصراف الآلي، رضا العميل.

*أستاذ في قسم التمويل والمصارف في كلية الاقتصاد بجامعة حماة.

**طالب دكتوراه في قسم التمويل والمصارف في كلية الاقتصاد بجامعة حماة.

Automated Teller Machine Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction: A Comparative Study Amongst of Public and Private bank branches in the city of Hama

Prof. Kanjo Kanjo*

Alaa Mohammed **

(Received: 12 August 2020, Accepted: 22 September 2020)

Abstract:

This study aimed at identifying the impact of Automatic Teller Machine (ATM) service quality on customer satisfaction amongst of public and private bank branches in the city of Hama, it also aimed to identifying the difference in assessing both of ATM service quality and customer satisfaction among these two sectors. In order to achieve the research objectives, a questionnaire was designed consisting of field covering dimensions of an ATM service quality scale developed by this study. In addition to a field specific to customer satisfaction.

The study adopted the descriptive method, where few hypotheses are developed and tested using statistical tests in the SPSS 20 package.

The study results show that ATM service quality positively affects customer satisfaction in both the case of public banks and that of private ones. Furthermore, ATM service quality seems to be moderate in both cases, but its higher in the case of private banks. Likewise, the customer satisfaction is moderate in both cases, but its higher in the private banks.

Key words: Banking Service Quality, Electronic Banking Service Quality, ATM Service Quality, Customer Satisfaction.

*Professor at Department of Finance and Banking in Faculty of Economics at Hama University

**Phd Student at Department of Finance and Banking in Faculty of Economics at Hama University

1. المقدمة: شهد القطاع المصرفي في سورية في العقدين الأخيرين عدداً من التطورات في مجال الخدمات الإلكترونية، إذا عملت المصارف العامة والخاصة في سورية على تطوير بعض من خدماتها الإلكترونية، ومن بينها خدمات الصراف الآلي وذلك في إطار سعيها لتلبية احتياجات العملاء وتحسين قدراتها التنافسية. وتتبع أهمية خدمات الصراف الآلي من أنها تتيح للعملاء الحصول على بعض الخدمات المصرفية ذاتياً، وخارج أوقات الدوام الرسمي لها، وبتكلفة مقبولة، وبوقت سريع، وبأقل جهد من العملاء، بالإضافة إلى أنها تمكن المصرف من الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء. وعليه فإن جودة خدمات الصراف الآلي قد تؤثر في رضا العميل الأمر الذي يمكن أن ينعكس على الأداء المالي للمصرف، فحسب النظرية كلما زادت جودة الخدمات المصرفية زاد معها رضا العميل، وهذا قد يسهم بدوره في تحسين الأداء المالي للمصرف، والأمر معكوس في حال انخفاض جودة هذه الخدمات، ومن هنا كان لا بد من دراسة جودة خدمات الصراف الآلي في المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة السورية والوقوف على أثرها في رضا العميل، والتعرف على الاختلاف في جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل بين المصارف العامة والخاصة.

2. مشكلة البحث: تحاول هذه الدراسة الكشف عن مدى قدرة المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة على تقديم خدمات الصراف الآلي بجودة عالية، وأثر جودة هذه الخدمات في رضا العميل، ومعرفة الاختلاف في جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل بين مصارف القطاعين العام والخاص.

وبناء على ذلك فإن مشكلة البحث تتضمن التساؤلات الآتية:

- ما أثر جودة خدمات الصراف الآلي في رضا العميل في المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة؟
- هل يوجد تباين في جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بين المصارف العامة والخاصة؟
- هل يوجد تباين في رضا العميل بين المصارف العامة والخاصة؟

3. أهداف البحث: تتلخص أهداف البحث في القضايا التالية:

- قياس مستوى جودة خدمات الصراف الآلي في كل من مصارف القطاعين العام والخاص في مدينة حماة.
- قياس مستوى رضا العميل في كل من مصارف القطاعين العام والخاص في مدينة حماة.
- قياس أثر جودة خدمات الصراف الآلي في رضا العميل في كل من المصارف العامة والخاصة العاملة في مدينة حماة.
- تحديد جوانب الاختلاف في مستوى جودة خدمات الصراف الآلي، ومستوى رضا العميل بين مصارف القطاعين العام والخاص.

4. أهمية البحث: تتمثل أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

- قلة الدراسات العربية حول جودة خدمات الصراف الآلي، وعليه فمن المتوقع أن تسهم هذه الدراسة في إغناء الأدبيات العربية المعنية بهذا الموضوع.
- هذا البحث يمهّد للمزيد من الدراسات في سورية حول جودة الخدمات الإلكترونية عامةً وجودة خدمات الصراف الآلي خاصةً، ومثل هذه الدراسات ستسهم في التحسين من جودة خدمات المصارف السورية، وهذا يزيد من قدرتها التنافسية، ويحسن من رضا العميل.
- يتوقع أن تخرج هذه الدراسة بنتائج وتوصيات يمكن الاستفادة منها في القطاعين المصرفيين العام والخاص في مدينة حماة حول كيفية رفع جودة خدمات الصراف الآلي في كل قطاع، وذلك من خلال تحديد نقاط الضعف في جودة خدمات الصراف الآلي، وكيفية تحسينها، بالإضافة إلى تحديد نقاط قوة ليتم العمل على تعزيزها، وذلك من أجل تحسين رضا العملاء.

5. فرضيات البحث:

H1: لا تؤثر جودة خدمات الصراف الآلي في رضا العميل في المصارف العامة.

H2: لا تؤثر جودة خدمات الصراف الآلي في رضا العميل في المصارف الخاصة.

H3: لا تختلف جودة خدمات الصراف الآلي بين المصارف العامة والخاصة.

H4: لا يختلف رضا العميل بين المصارف العامة والخاصة.

6. المراجعة الأدبية:

1.6. الصراف الآلي (ATM): تعدّ الصيرفة الإلكترونية بأشكالها المختلفة (الصراف الآلي- نقاط البيع الإلكترونية - الصيرفة عبر الهاتف المحمول - البنك الناطق - الصيرفة عبر الإنترنت...) من الخدمات التي تقدمها المصارف إلى عملائها، ومن أهم قنوات الصيرفة الإلكترونية قناة الصراف الآلي، والتي تتيح للعميل الحصول على بعض الخدمات المصرفية ذاتياً وبأقل جهد، ودون الحاجة للرجوع إلى موظفي المصرف، بالإضافة إلى تكلفتها المقبولة، وسرعتها، وإمكانية استخدامها خارج أوقات الدوام الرسمية للمصرف، وهذا يمكن المصرف من الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء (الشمري والعبد اللات، 2008)، كذلك يُعرف الصراف الآلي بأنه: "جهاز إلكتروني يوفر لعملاء المصرف إمكانية الولوج إلى حساباتهم، والقيام بالسحب منها بالإضافة إلى إجراء بعض المعاملات المالية الأخرى دون الحاجة إلى زيارة فروع المصرف" (Asabere *et al*; 2012).

2.6. جودة خدمات الصراف الآلي (مفهومها - طرق قياسها):

تُعرف جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (Automated Banking Service Quality) بشكل عام بأنها: "التقييم العام للعملاء لمدى امتياز الخدمة المقدمة عبر الشبكات القنوات الإلكترونية من مثل الإنترنت، وجهاز الصراف الآلي، والصيرفة الهاتفية" (Al-Hawari & Ward, 2006)، وعليه يمكن القول إن جودة خدمات الصراف الآلي (ATM Service Quality) هي التقييم العام للعملاء لمدى امتياز الخدمة المقدمة عبر قناة الصراف الآلي. وقد أدرك كل من المديرين والأكاديميين أهمية قياس جودة الخدمات بما فيها الخدمات المصرفية سواء التقليدية منها أو الإلكترونية وأهمية مراقبتها، لما تؤديه من دور مهم في بناء الميزة التنافسية (Bauer *et al*; 2005)، وقد انعكس ذلك في عدد من الدراسات الأكاديمية التي تناولت جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية خلال العقد الأخيرين وبعضها اهتم بجودة خدمات قناة الصراف الآلي بالتحديد، وهذه الدراسات يمكن إرجاعها إلى الأعمال المبكرة في هذا المجال من مثل (Rust & Lemon, 2001).

وفيما يتعلق بالمقاييس المستخدمة في قياس جودة خدمات الصراف الآلي فهناك مقاييس عدة مستخدمة لهذا الغرض، لعل من أهمها مقياس ATMqual، ومقياس (Kumbhar, 2011).

3.6. رضا العميل وعلاقته بجودة الخدمة:

يعد رضا العميل موضوعاً مهماً وركناً أساسياً من أركان التسويق الحديث، وذلك لدوره المهم في المحافظة على العميل وكسب ولائه، وتحسين السمعة وزيادة الأرباح (Reichheld, 1996) وعليه يمكن القول إن تحقيق رضا العميل هو هدف حيوي للمؤسسات الخدمية، وانطلاقاً من ذلك فإن قياس رضا العميل باستمرار وانتظام أمر ضروري للغاية، وذلك لضمان تحسين الأداء المالي.

ويعرف رضا العميل بأنه "إحساس الفرد بالإشباع عند حصوله على ما يتوقعه من خدمة أو سلعاً ما" (Kotler & Armstrong, 2010)، كما يعرف أيضاً بأنه: "شعور أو نتيجة تترافق مع تجربة العميل لمنتج أو لخدمة ما"

(Solomon, 1998). وفيما يخص العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل يؤكد عدد من الباحثين وجود علاقة قوية بينهما (Parasuraman *et al*; 1985)، وأما ما يتعلق باتجاه العلاقة بين رضا العميل وجودة الخدمة فتوجد أكثر من وجهة نظر، فوفق (Yavas *et al*; 1997) فبعض الدراسات تعتقد بأن جودة الخدمة هي مخرج لرضا العميل، لكن الدراسات الحديثة أشارت إلى أن جودة الخدمة تسبق رضا العميل، ذلك أن العميل لا يستطيع أن يحكم على الخدمة (بالرضا من عدمه) إلا بعد أن يستخدمها ويدرك جودتها، وفي هذا الخصوص فإن كثيراً من الباحثين الذين درسوا جودة الخدمة ورضا العميل أظهروا أن جودة الخدمة تؤثر في رضا العميل، فكلما ارتفعت جودة الخدمة المدركة نتج عن ذلك زيادة في رضا العميل، وكلما انخفضت جودة الخدمة المدركة انخفض معها رضا العميل (Cornin & Taylor, 1992) (Al-Hawari & Ward, 2006).

4.6. الدراسات السابقة: فيما يأتي نعرض لأهم الدراسات التي تطرقت لجودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل:

- دراسة (Jha *et al*; 2014): أجريت هذه الدراسة على عينة مؤلفة من 100 عميل من عملاء مصارف القطاعين العام والخاص في مدينة بيهار (Bihar) في الهند، وكان الهدف منها هو معرفة مستوى رضا العميل عن جودة خدمات الصراف الآلي التي تقدمها مصارف هذه المدينة، بالإضافة إلى معرفة الأبعاد الأكثر أهمية لجودة خدمات الصراف الآلي. وتوصلت هذه الدراسة إلى ستة أبعاد لجودة الخدمات المقدمة عبر جهاز الصراف الآلي، هي الآتية: (سهولة الوصول، الملاءمة، الكفاءة، الاستجابة، الأمن والخصوصية، الاعتمادية).
- دراسة (Narteh, 2013): صممت هذه الدراسة مقياساً لجودة خدمات الصراف الآلي سمته (ATMqual)، وقد أجريت على عينة مؤلفة من 540 عميلاً من عملاء خدمات الصراف الآلي المقدمة من قبل 15 مصرفاً عاملاً في غانا، وتمت عملية جمع البيانات باستخدام استبانة تضم أبعاد مقياس (ATMqual) الآتية: (الاعتمادية، الاستجابة، سهولة الاستخدام، الملاءمة، الاستيفاء، الأمن، الدقة)، إذ بلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي 530 استبانة. واستخدمت الدراسة الاختبارات الإحصائية الآتية: ألفا كرونباخ، والتحليل العاملي الاستكشافي والتحليل العاملي التوكيدي، والانحدار المتعدد. أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي: أن الاعتمادية والاستجابة وسهولة الاستخدام والملاءمة لها أثر معنوي في جودة خدمات الصراف الآلي.
- دراسة (Sangeetha, 2012): وقد هدفت إلى تطوير نموذج شامل يمكنه أن يقيس مدركات العميل من جودة الخدمة المرتكزة على الوسائط التكنولوجية (الخدمات المصرفية الإلكترونية) التي تستخدمها المصارف التجارية في سلطنة عُمان. وقامت هذه الدراسة بطرح سبعة عناصر قد تؤثر فيما يدركه العملاء عموماً من جودة الخدمة المصرفية المرتكزة على الوسائط التكنولوجية وهي: (الصراف الآلي، والبنك الناطق، والصيرفة عبر الإنترنت، وخدمة العملاء من خلال الهاتف، وأنظمة الطابور، والسعر، والخدمة الجوهريّة). وتم تحديد هذه العوامل من خلال مقابلات معمقة تم إجراؤها مع بعض العملاء وبعض مديري المصارف، وقد تم جمع البيانات اللازمة لاختبار المقياس من خلال مسح بوساطة استبانة مضممة بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي. ولتحليل البيانات تم الاعتماد على برنامج SPSS. وقد توصلت الدراسة إلى أن أبعاد المقياس المقترح Service Quality Technology Interfaces (TISQ) يمكن استخدامها في قياس جودة الخدمة المصرفية عبر الوسائط التكنولوجية (القنوات الإلكترونية) المختلفة، كما توصلت إلى أن جودة الخدمة المصرفية تؤثر إيجاباً في رضا العميل.

• دراسة (Al-Hawari & Ward, 2006):

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية والأداء المالي للمصرف، وذلك في أستراليا، كما عملت على اختبار الدور الوسيط الذي يؤديه رضا العميل في هذه العلاقة. وكانت عناصر جودة الخدمة الإلكترونية التي اعتمدها الدراسة هي: (الصراف الآلي، والصيرفة عبر الهاتف المحمول، والصيرفة عبر الإنترنت، والسعر، والخدمة الأساسية أو الجوهرية (Core Product))، إذ تم استخلاص هذه العناصر من الدراسات السابقة.

وقد تم جمع بيانات الدراسة من خلال استبانة مصممة لقياس متغيرات الدراسة، وتم توزيعها على عينة مؤلفة من 600 عميل، وبلغ عدد الاستبانات الصالحة للاختبار الإحصائي 442، وبعد تحليل البيانات توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها:

لا توجد علاقة مباشرة بين جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية والأداء المالي، وتوجد علاقة إيجابية مباشرة بين جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية ورضا العميل، كما توجد علاقة إيجابية مباشرة بين رضا العميل والأداء المالي، وعليه فرضا العميل يؤدي دور الوسيط بين جودة الخدمات الإلكترونية والأداء المالي.

مما سبق يمكن القول بأن الدراسة الحالية تتميز عن الدراسات السابقة في كونها تدرس أثر جودة خدمات الصراف الآلي في رضا العميل ضمن فروع المصارف العاملة في مدينة حماة في سورية، مع إجراء مقارنة بين المصارف العامة والخاصة ضمن هذا الإطار، وسيتم ذلك باستخدام مقياس مصمم لجودة خدمات الصراف الآلي يتناسب مع البيئة المصرفية في سورية عموماً وفي مدينة حماة خصوصاً.

7. مواد وطرائق البحث:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وتم وضع الفرضيات بناءً على الإطار النظري وأهداف البحث، وتم تحليل البيانات بواسطة برنامج SPSS.20 الإحصائي. ولعدم توفر معلومات كافية عن ماهية الأبعاد المهمة في قياس جودة خدمات الصراف الآلي في البيئة المصرفية السورية، تم العمل على استكشاف طبيعة خدمات الصراف الآلي التي توفرها المصارف العاملة في مدينة حماة، بالإضافة إلى محاولة فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم في المدينة فيما يخص هذا النوع من الخدمات، وصولاً إلى تصميم مقياس لجودة خدمات الصراف الآلي.

1.7. تصميم أداة لتقييم جودة خدمات الصراف الآلي:

بعد مراجعة للمقاييس المستخدمة لقياس جودة الخدمات المصرفية الآلي في البيئة المصرفية السورية، ومن هنا كانت هناك حاجة لتصميم مقياس لجودة خدمات الصراف الآلي يتلاءم مع البيئة المصرفية في سورية عموماً وفي مدينة حماة خصوصاً، وقد تم اتباع الخطوات المذكورة أدناه، وهي خطوات مشابهة للخطوات المتبعة في تصميم أداة القياس في مجموعة من الدراسات السابقة مثل دراسة (Sangeetha, 2012) ودراسة (نور الله، 2013)، وفيما يأتي نعرض لهذه الخطوات:

- **الخطوة الأولى:** زيارة فروع المصارف العاملة في مدينة حماة: تمت زيارة عدد من فروع المصارف العاملة في مدينة حماة بقطاعيها العام والخاص ولقاء المديرين وبعض الموظفين العاملين في قسم الخدمات الإلكترونية، وذلك للوقوف على قناة الصراف الآلي ومدى تطورها في هذه المصارف، ونوعية الخدمات المصرفية المقدمة من خلالها.
- **الخطوة الثانية:** مقابلة العملاء المصرفيين: تمت مقابلة مجموعة من العملاء المصرفيين ممن يتعاملون بخدمات الصراف الآلي التي توفرها مصارف القطاعين العام والخاص في مدينة حماة، وضمت مختلف الشرائح العمرية

والاجتماعية والاقتصادية. وقد تم تسجيل العبارات النصية التي استخدمها العملاء المصرفيون والتي تشير إلى صفات معينة متعلقة بجودة خدمات الصراف الآلي.

- **الخطوة الثالثة: تحديد أبعاد المقياس:** بما يتناسب مع طبيعة خدمات الصراف الآلي التي تقدمها كل من المصارف العامة والخاصة العاملة في مدينة حماة، وبما ينسجم مع البنود التي ركز عليها العملاء، وبعد إجراء تقاطعات مع مجموعة من الدراسات السابقة، قام الباحث بالتوصل إلى ثلاثة أبعاد لجودة خدمات الصراف الآلي هي الآتية: (الملاءمة وسهولة الاستخدام - الاعتمادية - الاستجابة والتعويض).

2.7. تحديد مجتمع البحث وعينته:

يتكون مجتمع البحث من جميع عملاء فروع المصارف العاملة في مدينة حماة بقطاعها العام والخاص، والذين يتعاملون بخدمة الصراف آلي. ولأخذ العينة تم الاعتماد على أسلوبين: الأول هو أسلوب العينة المقصودة (Purposive Sampling) وذلك لاختيار الأفراد أو الحالات التي تمثل مجتمع البحث وتخدم أهداف البحث وتوفر أجوبة عن أسئلة البحث (Cooper & Schindler, 2013)، أما الأسلوب الثاني فهو أسلوب كرة الثلج (Snowball sampling)، وتم استخدام هذا الأسلوب لتسهيل الوصول إلى مجتمع البحث (Saunders *et al*; 2009)، وفيما يخص عملية توزيع الاستبانة فقد تمت إدارتها ذاتياً (Self-administered) بالاعتماد على طريقة تسليم الاستبانة وجمعها باليد، أما حجم العينة التي وزعت الاستبانة عليها فبلغ 110 وذلك لأن حجم العينة عندما يكون 30 أو أكثر يعطي قوة أكبر لنتائج الاختبارات الإحصائية (Cooper & Schindler, 2013). استرد من الاستبانات الموزعة 95 استبانة، بنسبة مقدارها 81.4%، وكان عدد الاستبانات التي وزعت على عملاء المصارف العامة 55 استبانة استرجع منها 50 استبانة صالحة للاختبار، وكذلك الأمر للاستبانات التي وزعت على عملاء المصارف الخاصة التي بلغ عددها 55، استرجع منها 45 استبانة صالحة للاختبار.

3.7. أدوات جمع البيانات:

فيما يخص جمع البيانات فقد تم الاعتماد على أسلوبين، الأسلوب الأول كان أسلوب المقابلات المعمقة (Depth Interviews) وغير المهيكلة (Unstructured Interviews) والذي يتناسب مع الدراسات الاستكشافية (Cooper & Schindler, 2013)، فقد كان الغرض من استخدام هذا الأسلوب هو الوصول إلى أكبر فهم ممكن لطبيعة خدمات الصراف الآلي التي توفرها المصارف العامة والخاصة، وصولاً إلى تصميم مقياس لجودة الخدمات خدمات الصراف الآلي يتناسب مع طبيعة هذه الخدمات وطبيعة حاجات العملاء وتوقعاتهم في مدينة حماة بشأنها، أما الأسلوب الثاني فكان بتصميم استبانة مبنية على مقياس الجودة الذي تم الوصول إليه من خلال الدراسة الاستكشافية، وكان الغرض من فقرات هذه الاستبانة قياس جودة خدمات الصراف الآلي، وقياس مدى رضا العميل، ولأجل تصميم الاستبانة تم الاعتماد على طريقة الأسئلة المغلقة، واستخدم مقياس ليكرت الخماسي وذلك بتحديد خمسة مستويات (غير موافق بشدة، غير موافق، محايد، موافق، موافق بشدة)، وتم اختيار مقياس ليكرت (Likert Scale) لأنه أكثر مقاييس الاتجاهات شيوعاً (سيكاران، 1998)، وتكوّنت الاستبانة من قسمين. القسم الأول تضمن المعلومات الديموغرافية للمشاركين في العينة، أما القسم الثاني فقد تضمن محوراً يتضمن (15) بنداً حول عنصر الصراف الآلي تم أخذها من المقياس الذي صمّمته الدراسة، وتضمن محوراً آخر مكوناً من (3) بنود حول رضا العميل تم أخذها من دراستي (الردايدة، 2011) و (Belbi, 2012)، ولمزيد من التفاصيل حول بنود الاستبانة المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة يمكن النظر إلى الملحق رقم (1). وقد تم تقسيم المقياس الخماسي إلى ثلاثة مستويات (وذلك وفقاً لمستوى الموافقة، الجودة، الرضا) بالاعتماد على قانون الأهمية النسبية، وذلك للضرورة التي يقتضيها تحليل بيانات البحث:

الأهمية النسبية= (الحد الأعلى للبدل- الحد الأدنى للبدل) ÷ عدد المستويات

$$1.33 = 3 \div (1-5) = \text{الأهمية النسبية}$$

وبناء على ذلك كانت مجالات المستويات كما تبدو في الجدول الآتي:

الجدول رقم (1): توزيع مستويات الجودة والرضا

المجال	مستوى الجودة	مستوى الرضا
[من 1 حتى 2.33]	منخفض	منخفض
[من 2.34 حتى 3.66]	متوسط	متوسط
[من 3.67 حتى 5]	مرتفع	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحث

4.7. اختبار ثبات أداة الدراسة:

يقصد بالثبات من وجهة نظر الاتساق الداخلي (Internal consistency) الحصول على النتائج نفسها عند إعادة تطبيق مقياس أو اختبار مرتين أو أكثر في ظروف مماثلة، ومن أجل اختبار ثبات أداة الدراسة تم استخدام مقياس ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) وذلك لأنه أكثر الطرق استخداماً في اختبار الاتساق الداخلي (Saunders *et al*; 2009)، إذ تم العمل على حساب معامل الثبات لكل محور من محاور الاستبانة على حدة، ومن ثم حساب معامل الثبات للمقياس المصمم لقياس جودة الخدمات الصراف الآلي، وبعد ذلك تم حساب معامل الثبات لبنود الاستبانة ككل (أي بنود مقياس الجودة و بنود مقياس الرضا)، وتم كل ذلك مع مراعاة نوع المصروف.

الجدول رقم (2): قيمة ألفا كرونباخ لكل محور من بنود الاستبانة الخاصة بمصارف القطاع العام

المحور	عدد البنود لكل محور	قيمة ألفا
جودة الصراف الآلي	15	0.8
رضا العميل	3	0.853
الدرجة الكلية للبنود	18	0.859

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن قيمة معاملات ألفا كرونباخ لمحوري جودة الصراف الآلي ورضا العميل أعلى من القيمة المقبولة 0.7 وفق (Cronk, 2006)، وأما الدرجة الكلية لبنود الاستبانة في عينة المصارف العامة فقد بلغت 0.859 الأمر الذي يدل على وجود اتساق داخلي مرتفع ومقبول بالنسبة للاستبانة في عينة القطاع العام.

الجدول رقم (3): قيمة ألفا كرونباخ لكل محور من بنود الاستبانة الخاصة بمصارف القطاع الخاص

المحور	عدد البنود لكل محور	قيمة ألفا
جودة الصراف الآلي	15	0.884
رضا العميل	3	0.863
الدرجة الكلية للبنود	18	0.911

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مرتفعة ارتفاعاً مقبولاً، إذ إنها أعلى من 0.7 في جميع محاور الاستبانة، كما أن قيمة ألفا كرونباخ الكلية لبند الاستبانة في عينة القطاع الخاص قد بلغت 0.911، الأمر الذي يدل على وجود اتساق داخلي مرتفع ومقبول بالنسبة للاستبانة في عينة القطاع الخاص. بناء على ما سبق يمكن القول بأن الاستبانة تتمتع بدرجة عالية من الاتساق الداخلي مما يجعله أداة صالحة لجمع البيانات ويعطي مصداقية عالية للنتائج*.

8. النتائج والمناقشة:

1.8. الوصف الإحصائي لعينة البحث:

عند النظر إلى الشرائح العمرية لعينتي القطاعين العام والخاص، يلاحظ أن نحو 52% من عملاء خدمات الصراف الآلي في القطاع العام هم من الشريحة العمرية 45 سنة فأكثر، وأن 16% من هؤلاء العملاء هم من الشريحة العمرية من 35 إلى أقل من 45 سنة، وفيما يخص عملاء هذه الخدمات في القطاع الخاص فإن 64.44% منهم ينتمون إلى الشريحة العمرية من 25 إلى أقل من 35 سنة، وعليه يمكن القول إن التركيب العمري لعملاء خدمات الصراف الآلي في القطاع الخاص أصغر منه من عملاء هذا النوع من الخدمات في القطاع العام، الأمر الذي يشير إلى أن شريحة الشباب في مدينة حماة يميلون إلى التعامل بخدمات الصراف الآلي التي توفرها المصارف الخاصة.

وفيما يخص المستوى التعليمي لعملاء خدمات الصراف الآلي في القطاعين العام والخاص، يلاحظ أن نحو 70% من عملاء هذه الخدمات في المصارف العامة هم من حملة الإجازة الجامعية على الأقل، و6% منهم من حملة شهادة الدراسات العليا، أما عملاء هذه الخدمات في المصارف الخاصة فإن 64.4% منهم كانوا من حملة الإجازة الجامعية على الأقل، ونحو 11.1% كانوا من حملة شهادة الدراسات العليا، وعليه يمكن القول بارتفاع مستوى التحصيل العلمي لدى المتعاملين بخدمات الصراف الآلي في المصارف العاملة في مدينة حماة بقطاعها العام والخاص، الأمر الذي يظهر ميل العملاء ذوي المستوى التعليمي المرتفع إلى استخدام قناة الصراف الآلي.

وفيما يتعلق بجهة العمل لأفراد عينتي القطاعين العام والخاص، فإن معظم مستخدمي الصراف الآلي في المصارف العامة هم من العاملين في القطاع العام إذ بلغت نسبتهم 72%، بينما في المصارف الخاصة فإن 82.2% من عملاء الصراف الآلي هم من العاملين في القطاع الخاص، الأمر الذي يشير إلى أهمية دور القطاع الذي يعمل فيه العميل في تحديد نوع المصرف الذي سوف يتعامل معه (مصرف عام أم خاص) ويمكن ربط ذلك بظاهرة توطين الرواتب.

2.8. اختبار الفرضيات:

تم تطبيق اختبار Kolmogorov-Smirnov لمعرفة فيما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا. وأظهرت النتائج أن البيانات لا تتبع للتوزيع الطبيعي، وعليه فإن الاختبارات الإحصائية المستخدمة ستبني للاختبارات اللامعلمية.

اختبار الفرضية الأولى: لا تؤثر جودة خدمات الصراف الآلي في رضا العميل في المصارف العامة.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل ارتباط سبيرمان (Spearman's rho correlation) بدايةً لتحديد طبيعة وقوة العلاقة بين جودة خدمات الصراف الآلي في رضا العميل في المصارف العامة، ثم بعد التأكد من وجود الارتباط تم استخدام اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لقياس أثر جودة الخدمات الصراف الآلي في رضا العميل في القطاع العام.

* فيما يتعلق بالصلاحية الظاهرية (Face Validity) لأداة القياس فقد تم التأكد منها وذلك عن طريق عرض الاستبانة على أساتذة مختصين وخبراء الجودة، وآخرين مختصين وخبراء بالإحصاء، حتى تم التوصل إلى قناعة بأن الاستبانة لديها قدرة جيدة على قياس الظاهرة موضوع الدراسة.

الجدول رقم (4): معامل الارتباط بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل في القطاع العام

Correlations

		الصراف الآلي جودة	رضا العميل
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1.000	.716**
	جودة الصراف الآلي		
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	50	50
	Correlation Coefficient	.716**	1.000
	رضا العميل		
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر : مخرجات برنامج SPSS

يظهر من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل في المصارف العامة يبلغ 0.716، ومن ثمَّ فهناك علاقة ارتباط قوية وفق (EVANS, 1996)، إذ إن معامل الارتباط كان ضمن المجال من [0.6,079]، وبما أن معامل الارتباط موجب فهذا يعني أن العلاقة طردية، بينما تدل النجمتان على أن قيمة هذا المعامل معنوية عند مستوى الدلالة 0.01، أي أنه يعبر تعبيراً حقيقياً عن العلاقة بين المتغيرين. وبعد أن توصلنا إلى أن هناك علاقة ارتباط طردية بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل، تم العمل على اختبار الانحدار البسيط بينهما، وذلك مع الأخذ بعين الاعتبار التوزيع الطبيعي للبواقي (Residuals) * (سيكاران، 1998). وفيما يأتي نعرض لنتائج اختبار الانحدار:

الجدول رقم (5): ملخص نموذج الانحدار البسيط بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.464	.453	.70071

a. Predictors: (Constant), جودة الصراف الآلي

المصدر : مخرجات برنامج SPSS

* قام الباحث بإجراء اختبار Kolmogorov-Smirnov لاختبار اعتدالية بواقي الانحدار بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المدركة ورضا العميل في القطاع العام، وأظهرت النتائج أن البواقي تخضع للتوزيع الطبيعي ومن ثم الاعتماد على نتائج اختبار الانحدار.

بالنظر إلى قيمة R Square في الجدول السابق نجد أن 46.4% من التغير الحاصل في المتغير التابع (رضا العميل) يمكن تفسيره بالتغير في المتغير المستقل (جودة خدمات الصراف الآلي) وذلك في القطاع العام. الجدول رقم (6): تحليل ANOVA لاختبار الانحدار البسيط بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل في القطاع العام

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	20.390	1	20.390	41.528	.000 ^b
	Residual	23.568	48	.491		
	Total	43.958	49			

a. Dependent Variable: العميل رضا

b. Predictors: (Constant), جودة الصراف الآلي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق يتبين أن مستوى دلالة الاختبار أصغر من 0.05، وبناء على ذلك فإنه يوجد انحدار معنوي بين المتغير المستقل والمتغير التابع، وبناء عليه نقبل الفرضية القائلة بأن جودة خدمات الصراف الآلي تؤثر في رضا العميل في مصارف القطاع العام.

الجدول رقم (7): تحليل الانحدار بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل في القطاع العام

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.351	.501		-.700	.488
	عنصر الصراف الآلي	1.037	.140	.750	7.429	.000

a. Dependent Variable: العميل رضا

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

يتبين من خلال الجدول السابق أن التغير في جودة خدمات الصراف الآلي في القطاع العام بمقدار وحدة واحدة سيعمل على زيادة رضا العميل بمقدار 1.037، كما يلاحظ من الجدول السابق معنوية أثر المتغير المستقل (جودة خدمات الصراف الآلي)، إذ بلغت P-Value=0.00 وهي أقل من $\alpha=0.05$ ، وعليه ومما سبق فإن المتغير المستقل (جودة خدمات الصراف الآلي) يؤثر في رضا العميل.

اختبار الفرضية الثانية: لا تؤثر جودة خدمات الصراف الآلي في رضا العميل في المصارف الخاصة.

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام معامل الارتباط سبيرمان (Spearman's rho correlation) بدايةً لتحديد طبيعة وقوة العلاقة بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل في المصارف الخاصة، ثم بعد التأكد من وجود الارتباط تم استخدام

اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) لمعرفة أثر جودة خدمات الصراف الآلي في رضا العميل في القطاع الخاص.

الجدول رقم (8) : معامل الارتباط بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل في القطاع الخاص

Correlations			رضا العميل	جودة الصراف الآلي
جودة الصراف الآلي	Correlation		.734**	1.000
	Coefficient			
	Sig. (2-tailed)		.000	.
	N		45	45
رضا العميل	Correlation		1.000	.734**
	Coefficient			
	Sig. (2-tailed)		.	.000
	N		45	45

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر : مخرجات برنامج SPSS

يظهر من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل في المصارف الخاصة تبلغ 0.734، وعليه فهناك علاقة ارتباط قوية (EVANS, 1996)، لأن معامل الارتباط كان ضمن المجال من [0.6,0.79]، وبما أن معامل الارتباط موجب فهذا يعني أن العلاقة طردية، بينما تدل النجمتان على أن قيمة هذا المعامل معنوية عند مستوى الدلالة 0.01، أي أنه يعبر تعبيراً حقيقياً عن العلاقة بين المتغيرين.

وبعد أن توصلنا إلى أن هنالك علاقة ارتباط طردية بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا العميل، تم العمل على اختبار الانحدار البسيط بينهما، وذلك مع الأخذ بعين الاعتبار التوزيع الطبيعي للبواقي (Residuals). * وفيما يلي نعرض لنتائج اختبار الانحدار:

* قام الباحث بإجراء اختبار Kolmogorov-Smirnov لاختبار اعتدالية بواقي الانحدار بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المدركة ورضا العميل في القطاع الخاص، وأظهرت النتائج أن البواقي تخضع للتوزيع الطبيعي وعليه يمكن الاعتماد على نتائج اختبار الانحدار.

الجدول رقم (9): ملخص نموذج الانحدار البسيط بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل في القطاع الخاص

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 ^a	.562	.552	.55060

a. Predictors: (Constant), جودة الصراف الآلي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

بالنظر إلى قيمة R Square في الجدول السابق نجد أن 56.2% من التغير في المتغير التابع (رضا العميل) يمكن تفسيره بالتغير في المتغير المستقل (جودة الصراف الآلي) وذلك في مصارف القطاع الخاص.

الجدول رقم (10): تحليل ANOVA لاختبار تحليل الانحدار البسيط بين جودة الصراف الآلي ورضا العميل في القطاع الخاص

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	16.732	1	16.732	55.193	.000 ^b
Residual	13.036	43	.303		
Total	29.768	44			

a. Dependent Variable: رضا العميل

b. Predictors: (Constant), جودة الصراف الآلي

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق يتبين أن قيمة معنوية الاختبار أصغر من 0.05، وبناء على ذلك فإن يوجد انحدار معنوي بين المتغير المستقل والمتغير التابع، عليه نقبل الفرضية القائلة بأن جودة خدمات الصراف الآلي تؤثر في رضا العميل في القطاع الخاص*.

* من نتائج اختبار الفرضيتين الأولى والثانية تبين أن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية تؤثر إيجاباً في رضا العميل، وهذا يتطابق مع النظرية السائدة القائلة بأن جودة الخدمة تؤثر في رضا العميل، وعليه يمكن القول بأن أداة القياس المصممة تتمتع بصلاحية المفهوم أو البناء (Construct Validity)، والتي يقصد بها أن أداة القياس تعطي نتائج تتطابق مع النظرية.

الجدول رقم (11): تحليل الانحدار بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل في القطاع الخاص

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.552	.675		-2.298	.026
1 جودة الصراف الآلي	1.408	.218	.681	6.444	.000

a. Dependent Variable: العميل رضا

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

يتبين من خلال الجدول السابق أن التغير في جودة خدمات الصراف الآلي في القطاع الخاص بمقدار وحدة واحدة سيعمل على زيادة رضا العميل بمقدار 1.408، كما يلاحظ من الجدول السابق معنوية أثر المتغير المستقل (جودة خدمات الصراف الآلي)، إذ بلغت P-Value=0.00 وهي أقل من $\alpha=0.05$ ، وعليه ومما سبق فإن المتغير المستقل (جودة خدمات الصراف الآلي) يؤثر في رضا العميل.

اختبار الفرضية الثالثة: لا تختلف جودة خدمات الصراف الآلي بين المصارف العامة والخاصة.

تم الاعتماد على اختبار Mann Whitney في اختبار هذه الفرضية، وفيما يأتي نعرض لنتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (12): مجموع ومتوسط الرتب لجودة خدمات الصراف الآلي حسب نوع المصرف

Ranks

المصرف نوع	N	Mean Rank	Sum of Ranks
(عام) حكومي	50	37.36	1868.00
خاص جودة الصراف الآلي	45	59.82	2692.00
Total	95		

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (13): اختبار Mann Whitney لجودة خدمة الصراف الآلي حسب نوع المصرف
Test Statistics^a

	جودة الصراف الآلي
Mann-Whitney U	593.000
Wilcoxon W	1868.000
Z	-3.970-
Asymp. Sig. (2-tailed)	.000

a. Grouping Variable: نوع المصرف

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

بالنظر إلى الجدول (13) نجد أن قيمة اختبار Mann Whitney لرضا العميل هي 593، ومستوى دلالة الاختبار هو 0.00 وهو أصغر من مستوى الدلالة ألفا = 0.05، وعليه نقبل الفرضية القائلة بوجود اختلاف في جودة خدمات الصراف الآلي بين المصارف العامة والخاصة، وبالنظر إلى الجدول (13) نجد أن متوسط الرتب لجودة خدمات الصراف الآلي بلغ 37.36 في القطاع العام وهو أصغر منه في القطاع الخاص والذي بلغ 59.82. اختبار الفرضية الرابعة: لا يختلف رضا العميل بين المصارف العامة والخاصة.

تم الاعتماد على اختبار Mann Whitney في اختبار هذه الفرضية، وفيما يأتي نعرض لنتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (14): مجموع ومتوسط الرتب لرضا العميل حسب نوع المصرف

Ranks

نوع المصرف	N	Mean Rank	Sum of Ranks
حكومي (عام)	50	39.80	1990.00
رضا العميل خاص	45	57.11	2570.00
Total	95		

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

الجدول رقم (15): اختبار Mann Whitney لرضا العميل حسب نوع المصرف

Test Statistics^a

	رضا العميل
Mann-Whitney U	715.000
Wilcoxon W	1990.000
Z	-3.084-
Asymp. Sig. (2-tailed)	.002

a. Grouping Variable: نوع المصرف

بالنظر إلى الجدول (15) نجد أن قيمة اختبار Mann Whitney لرضا العميل هي 715، أما بالنسبة إلى قبول أو رفض الفرضية فإن مستوى دلالة الاختبار هو 0.002 وهو أصغر من مستوى الدلالة ألفا = 0.05، وعليه نقبل الفرضية القائلة بوجود اختلاف في رضا العميل بين المصارف العامة والخاصة، وبالنظر إلى الجدول (14) نجد أن متوسط الرتب لرضا العميل بلغ 39.80 في القطاع العام وهو أصغر منه في القطاع الخاص والذي بلغ 57.11، وعليه يمكن القول بأن رضا العميل في القطاع الخاص أعلى منه في القطاع العام، ويمكن إرجاع ذلك إلى أن جودة خدمات الصراف الآلي في القطاع الخاص كانت أعلى منها في القطاع العام كما تبين عند اختبار الفرضية الثالثة.

9. الاستنتاجات:

- تميل الشريحة العمرية الشابة في مدينة حماة إلى التعامل بخدمات الصراف الآلي التي تقدمها المصارف الخاصة، وتبين أن معظم مستخدمي الصرافات الآلية في مدينة حماة هم من الشريحة الاجتماعية التي تتصف بالتحصيل العلمي المرتفع.
- يتأثر عملاء خدمات الصراف الآلي في مدينة حماة بالقطاع الذي يعملون فيه، إذ يلاحظ أن غالبية عملاء المصارف الخاصة هم ممن يعملون في القطاع الخاص، وفي المقابل فغالبية عملاء المصارف العامة يعملون في القطاع العام، ويمكن إرجاع ذلك إلى ظاهرة توظيف الراتب في سورية إذ يعمل القطاع الخاص على توظيف الراتب في مصارف القطاع الخاص، مما يؤدي إلى تعامل الموظف مع مصرف خاص، الأمر الذي يدفعه إلى التوجه لهذا المصرف عند رغبته في الحصول على خدمات مصرفية بما فيها خدمات الصراف الآلي، والأمر ذاته ينطبق على عملاء القطاع العام.
- يقيم عملاء المصارف في مدينة حماة جودة خدمات الصراف الآلي التي تقدمها مصارف القطاعين العام والخاص بمستوى متوسط، مع الإشارة إلى أن جودة هذه الخدمات لدى المصارف الخاصة أعلى منها في المصارف العامة التي يكاد يصل فيها مستوى الجودة إلى المستوى الضعيف.
- يقدر مستوى رضا عملاء المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة بمستوى متوسط، مع الإشارة إلى أن رضا العملاء في المصارف الخاصة أعلى منه في المصارف العامة.

• توجد علاقة طردية بين جودة خدمات الصراف الآلي ورضا العميل في كل من المصارف الخاصة والعامّة العاملة في مدينة حماة، فكلما ارتفعت جودة خدمات الصراف الآلي ارتفع معها رضا العميل، وبالعكس في حال انخفاضها.

10. التوصيات والمقترحات:

- من المهم العمل على تصميم مقاييس لقياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية سواء التقليدية منها أو الإلكترونية في السنوات القادمة، وذلك لمتابعة ما يمكن أن يطرأ من تغيرات على الخدمات المصرفية، ولمواكبة التطورات التي يمكن أن تحصل على توقعات وحاجات العملاء.
- نوصي بالعمل على زيادة عدد الصرافات الآلية، ومواكبة تطوراتها التكنولوجية الحديثة، والعمل على زيادة عدد الخدمات المقدمة بوساطة هذه القناة وذلك بما يتلاءم مع احتياجات العملاء، الأمر الذي سوف يؤدي إلى تقوية العلاقة مع العميل وكسب عملاء جدد، والحصول على ميزة تنافسية والاستمرار في السوق.
- ضرورة قيام المصارف العامة والخاصة بنشر الوعي بالخدمات المصرفية الإلكترونية بما فيها خدمات الصراف الآلي، والعمل على تفعيل مزايا هذه الخدمات وفي مقدمتها السرعة في إنجاز المعاملات.

11. المراجع العلمية:

المراجع باللغة العربية:

1. الردايدة، رمزي، 2011. أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن (دراسة مقارنة على عينة من زبائن المصارف الأردنية والمصارف الأجنبية في مدينة عمان)، رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
2. الشمري، ناظم؛ العبد اللات، عبد الفتاح، 2008. الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات و معيقات التوسع). دار وائل، الأردن.
3. سيكاران، أوما، 1998. طرق البحث في الإدارة: مدخل بناء المهارات البحثية. (ترجمة إسماعيل بسيوني وعبد الله العزاز). مطابع جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية. 600 صفحة.
4. نور الله، مصطفى، 2013. تقييم جودة الخدمات المصرفية في المصارف السورية (دراسة ميدانية مقارنة بين القطاع العام والخاص)، رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة تشرين، سورية.
5. AL-HAWARI, M; WARD, T ,2006. The Effect of Automated Service Quality on customer Satisfaction. Marketing Intelligence and Planning. Vol 24, 2, 127-147.
6. ASABERE, N; BAAH, R; ODEDIYAH, A, 2012. Measuring Standards and Service Quality of Automated Teller Machines (ATMs) in the Banking Industry of Ghana. International Journal of Information and Communication Technology Research. Vol 2-3. 216-226.
7. BAUER, H; HAMMERSCHMIDT, M; FALK, T, 2005. Measuring the Quality of E-banking Portals. International Journal of Bank Marketing. Vol 23, 2, 153-175.
8. BELBI, R, 2012, The Impact of Internet Banking Service Quality on customer Satisfaction in the Banking Sector of Ghana, Master's Thesis, Blekinge Institute of Technology, Sweden.

9. COOPER,D; SCHINDLER,P, 2013 Business Research Method, 11th Edition, McGraw–Hill/Irwin,USA,761p.
10. CRONK, B, 2006 .How to use SPSS, 4th Edition. Pyczak Publishing, USA, 122p.
11. CRONIN, J; TAYLOR, A, 1992 . Measuring Service Quality: a Reexamination and Extension. Journal of Marketing. VOL 56, 3, 55–68.
12. EVANS, J, 1996. Straightforward Statistics for the Behavioral Sciences. Brooks/Cole Publishing, Calif. 600 p.
13. JHA, B; SUREKA, S; SHITIKA 2014. Customer's Satisfaction For ATM Services in Bihar, India. International Journal of Interdisciplinary and Multidisciplinary Studies, Vol.1, No.4, 42–49
14. KOTLER,P ; ARMSTRONG, G, 2010. Principles of Marketing ,13TH Edition, Pearson Education, London. 716p.
15. KUMBHAR, V 2011. Reliability and Validity of " eBankQual" Scale in ATM Service Settings: A Study. Vinimaya (National Institute of Bank Management, Vol.31, No.4, 4–26.
16. NARTEH, B 2013. Service Quality in Automated Teller Machines: an Empirical Investigation. Managing Service Quality: An International Journal . Vol.23, 62–89.
17. PARASURAMAN, P; ZEITHMAL, V; BERRY,L ,1985 .A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing. Vol.49, 41–50.
18. REICHHELD, F, 1996 .The Loyalty Effect .Harvard Business School Press. Boston, MA. 323 p.
19. RUST, R; LEMON, K, 2001. E–service and the Consumer. International Journal of Electronic Commerce. Vol5, 3, 85–101.
20. SANGEETHA. J, 2012. Development of a Service Quality Scale for Multiple Technology Interfaces in Commercial Banking. Journal of Internet Banking and Commerce. Vol 17, 3, 1–13.
21. SAUNDERS, M; LEWIS, P; THORNHILL, A, 2009. Research Methods for Business Students, 5th Edition. Pearson Education Limited, England, 614p.
- 22.SOLOMON, R.C (1998) .The Moral Psychology of Business: Care and Compassion in The Corporation,. Business Ethics Quarterly,Vol.8, 515–533.
- 23.YAVAS, U; BILGINM, Z; SHEMWELL, J, 1997. Service Quality in the Banking Sector in an Emerging Economy: a Consumer Survey. International Journal of Bank Marketing. Vol 15, 6, 217–223.

الملحق رقم (1): بنود الاستبانة المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة

المحور	بنود قياس المحور
جودة خدمات الصراف الآلي	يوفر المصرف عدداً كافياً من أجهزة الصراف الآلي.
	أجهزة الصراف الآلي موجودة في أماكن ملائمة.
	جهاز الصراف الآلي لديه نظام سهل الاستخدام من قبل العملاء.
	خدمات الصراف الآلي متوفرة في أي وقت.
	جهاز الصراف الآلي متصل دائماً بالشبكة.
	الصراف الآلي التابع للمصرف دائماً يحوي نقود.
	جهاز الصراف الآلي لا يعاني من التوقف القصير أو المتقطع بعد إدخال تفاصيل المعاملة المراد تنفيذها.
	جهاز الصراف الآلي ينفذ المعاملات بالدقة المطلوبة.
	تتم معالجة المعاملة المصرفية بسرعة عبر الصراف الآلي.
	المعاملات المنفذة من خلال جهاز الصراف الآلي دائماً آمنة.
	يحتوي الصراف الآلي على لغة دعم مناسبة وملائمة.
	الصراف الآلي يُريح من الانتظار في طابور طويل.
	المصرف يعالج المشكلات المتعلقة بالصراف الآلي بشكل سريع وفوري.
	المصرف يُوقف العمل ببطاقة الصراف الآلي فوراً عند طلبنا لذلك.
المصرف دائماً ما يعوضني عن المشكلات المرتبطة بخلل نظام الصراف الآلي.	
رضا العميل	مدى تلبية الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يحصل عليها العميل لتوقعاته.
	الرضا التام من قبل العميل عن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يتعامل بها.
	توصية العميل زملائه بالتعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية التي يوفرها المصرف.