

جودة الخدمة الالكترونية

في

المصارف الاردنية

وعلاقتها برضا العملاء

م.م ربيع ياسين سعود الدليمي

كلية الادارة والاقتصاد - قسم العلوم المالية والمصرفية

أ.م. معتز سلمان عبد الرزاق

كلية الادارة والاقتصاد - الجامعة العراقية

الملخص

هدف هذه الدراسة الى التعرف على علاقة جودة الخدمة الالكترونية برضا العملاء للخدمات المصرفية في المصارف الاردنية، ولتحقيق هذا الهدف تم تصميم استبانة و توزيعها على عينة قوامها (٢٤٠) عميلا من المصارف الاردنية، و قد تم استرداد (٢١٤) استبانة فقط.

و قد توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج من اهمها ان هناك علاقة بين جودة الخدمة الالكترونية و رضا العملاء، اوصت الدراسة بالتركيز على عاملي السلامة و الامان في الخدمة الالكترونية كونها تشكل احد اهم هواجس العملاء.

Abstract

The aim of this study is to be acquainted with relationship about the electronic service quality with agents consent for the services banking at the Jordanian banks, and to achieve this aim which design a questionnaire and is distributed about sample almost(240) agent from the Jordanian banks agents, and received almost (214) questionnaire only.

And the study is arrived to a group of results from important there is a relationship between the electronic service quality and agents consent, the study recommended with focus on two factors safety and security in the electronic service because it is the most important in the agents obsession.

الدكتور / المروان ع. (جودة الخدمة)
هدفت الدراسة الى ايجاد العلاقة

المقدمة

اصبح مفهوم الجودة في عالم الاعمال التجارية اليوم وعلاقته بصناعة الخدمات النشاط الرئيسي في جميع صناعة الخدمات، حيث شهدت العقود الاخيرة من القرن العشرين تغييراً كبيراً في وعي المستهلك للجودة، مما دفع الكثير من المديرين والباحثين لبذل افضل الجهود لجمع التفاصيل عن عناصر جودة الخدمة لاسباب عدة من اهمها رضا العميل والربحية، وعلى ضوء ذلك تزايد الاهتمام بجودة الخدمة من قبل المنظمات في صناعة الخدمات كأستراتيجية رئيسية لرضا العميل والربحية. (Zeithaml et al, 2002,p317).

ومن هنا فقد جاءت هذه الدراسة للتعرف على العلاقة بين جودة الخدمة الالكترونية ورضا العميل ولتحقيق ذلك؛ فسيتم تقسيم هذه الدراسة الى عدة مباحث، يتناول المبحث الاول منها منهجية الدراسة، اما المبحث الثاني فيتناول الاطار النظري ويتناول المبحث الثالث الجانب الميداني، ثم النتائج والتوصيات.

المبحث الاول

□ أولاً- مشكلة الدراسة وأسئلتها:

اخذت المنظمات الخدمية بتنويع خدماتها وخاصة في ظل التطور التكنولوجي اذ بدأت بتطوير خدماتها وتحويلها الى خدمات الكترونية بهدف مواكبة التطور التكنولوجي وتلبية رغبات العميل المتغيرة، ومن بين الامثلة على الخدمات الالكترونية الخدمات المصرفية الحديثة والتي تتناولها الدراسة بالبحث ومن هنا؛ فان مشكلة البحث تكمن في الاجابة على الاسئلة الآتية:

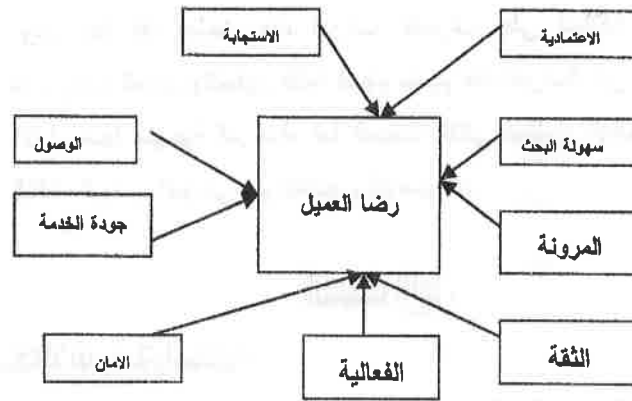
- ١- هل عملاء الخدمة المصرفية الالكترونية راضون عن جودة الخدمة التي يتلقونها؟
- ٢- هل هناك علاقة بين جودة الخدمة الالكترونية ورضا العميل من وجهة نظر العملاء؟
- ٣- ما اهم السليبيات التي تؤثر على عدم رضا العملاء عن جودة الخدمة المصرفية الالكترونية من وجهة نظر العملاء؟

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

ثانياً- اهداف الدراسة:

- تسعى هذه الدراسة الى البحث في علاقة جودة الخدمة الالكترونية برضا العميل في الخدمة المصرفية فضلاً عن الاهداف التالية:
- دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل.
- تحديد اهم ابعاد جودة الخدمة الالكترونية التي تؤثر على رضا العميل.
- الخروج بنتائج وتوصيات قد تساعد مقدمي الخدمات في تحديد اهم ابعاد الجودة التي تؤثر على رضا العميل.

ثالثاً- نموذج الدراسة:



١- المتغيرات والتعريفات الإجرائية:

- أ- الخدمة الالكترونية: ويقصد بها الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها المصارف للعميل دون الحاجة للذهاب للمصرف. (Noel and Jeremy, 2003:p134)
- ب- الاعتمادية: وتعني القدرة على توفير معلومات دقيقة وإداء الخدمة الموعودة وتقاس بتوافر المواقع بشكل دائم والعمل بشكل صحيح. (Gerrard and Cunnigham, 2005:p108)
- ج- الاستجابة: ويقصد بها قدرة الخدمة على اداء الخدمة المستندة على الشبكة بدقة، وتقاس بقدرة الموقع على اعطاء المستخدم خدمة فورية، سرعة التنفيذ، وتوافر المساعدة عند وجوده مشكلة. (Shachaf and Shannon, 2007:p87)

- د- الوصول: ويقصد بها الوصول السريع الى الموقع والمصرف عند الحاجة وتقاس بسهولة وسرعة الوصول الى الموقع وتوافر رقم هاتف للوصول للمصرف (Tan et al, 2003:p166)
- ه- سهولة البحث: ويقصد به تطوير سهولة، ويقاس من خلال سهولة وصول المستخدمين لما يريدون وتوافر محرك للبحث والقدرة على المناورة من خلال الموقع وسرعة المناورة من خلاله (Shachaf and Shannon, 2007:p87)
- و- المرونة: ويقصد بها توافر طريقة للدفع والشحن والشراء واعادة البنود، وتقاس من خلال وجود خيار للبحث عن المعلومات وطريقة التسديد وطريقة الشحن وطرق اعادة البنود (Tan et al, 2003:p167)
- ز- الفعالية: ويقصد بها بساطة الاستخدام وتقاس من خلال عرض مناسب لكفاية المعلومات، الحد الأدنى من المعلومات لوضعها من قبل المستخدمين و هيكلية مناسبة. (Noel and Jeremy , 2003:p135)
- ح- الثقة: ويقصد بها الثقة والاعتماد وتقاس بالثقة، ببيان الخصوصية، اشعار البريد الالكتروني، ردود البريد الالكتروني ذات صلة ودقيقة واحتواء الموقع على معلومات مناسبة (Tan et al , 2003:p167)
- ط- الامان: وتعني ثقة العميل بسلامة الموقع من التدخل وحماية الخصوصية. (Tan et al , 2003:p167)
- ي- جودة الخدمات: وتعني قدرة على الخدمة على توفير جودة للمعلومات وتقاس بملائمة المعلومات في الموقع، الدقة، الفائدة وامكانية التحديث (Noel and Jeremy, 2003:p136).
- ك- رضا العميل: هو عبارة عن خبرة ما قبل الاستهلاك، التي يقارن فيها العميل بين الخدمة التي يتصورها مع الجودة المتوقعة. (Tan et al , 2003:p168).

رابعاً- فرضيات الدراسة:

١- الفرضية الأولى:

Ho : لا توجد علاقة بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل وينبثق عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الاتية:

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

أ- الفرضية الفرعية الأولى:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد الاعتمادية في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

ب- الفرضية الفرعية الثانية:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد الاستجابة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

ج- الفرضية الفرعية الثالثة:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد الوصول في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

د- الفرضية الفرعية الرابعة:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد سهولة البحث في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

هـ- الفرضية الفرعية الخامسة:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد الامان في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

و- الفرضية الفرعية السادسة:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد الفعالية في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

ز- الفرضية الفرعية السابعة:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد الثقة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

ح- الفرضية الفرعية الثامنة:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد المرونة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

ط- الفرضية الفرعية التاسعة:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

خامساً - محددات الدراسة:

١. تقتصر هذه الدراسة على الخدمة الالكترونية المصرفية نظراً لكونها الأكثر انتشاراً والأكثر استخداماً من قبل العملاء.

٢. كما تقتصر الدراسة على عملاء المصارف في العاصمة الاردنية عمان.

المبحث الثاني الاطار النظري

اولا - مفهوم جودة الخدمة الالكترونية:

ان مفهوم الخدمة الالكترونية لا يعني ببساطة مزج كلمات الخدمة والالكترونية، اذ ان الخدمة الالكترونية الفعلية يتم جزءاً منها او كلها من خلال التفاعل بين مزود الخدمة والعميل يتم من خلال الانترنت (Surjadja et al, 2003, 39) ويرى (Zeithaml et al, 2002:p42) ان مديري المنظمات التي تقدم الخدمات من خلال الانترنت عليهم ان يدركوا كيف يمكن للعملاء ادراك وتقييم الخدمة على الخط وهذا يتطلب تعريف جودة الخدمة الالكترونية. ويرى (Parasuraman, 2000:p44) ان المنافع الايجابية للبيئة الالكترونية هي: المرونة، الملائمة، الفعالية، اما المنافع السلبية فتتركز في الاهتمامات التالية وهي: المخاطر وغياب التواصل الشخصي وقلة الرقابة، وتجدر الاشارة الى ان ممارسة الخدمات على الخط نمت بقوة خلال العقد الاخير؛ الا ان جودة هذه الخدمات تم ادراكها على اساس الخدمة التقليدية، وقد استخدم (Noel et al, 2002:p27) ابعاد قياس الجودة SERVQUAL لفحص جودة الخدمات الالكترونية وركزوا على الاتصال، الاستجابة، الاعتمادية والملموسية، وقد تم تطوير اداة لمقياس الخدمة الالكترونية. طور (Zeithaml, et al, 2002:p368) مقياس SERVQUAL للخدمة الالكترونية لقياس جودة الخدمة الالكترونية بهدف التعرف على كيفية تقدير او تقييم العملاء لجودة الخدمة الالكترونية وقد تم وضع هذا النموذج خلال عملية مكونة من ثلاثة مراحل وقد اشتمل على سبعة ابعاد هي الفعالية والاعتمادية والوفاء والخصوصية والاستجابة والتعويض والاتصال، وقد صنفت الابعاد الثلاثة الاخرى وقد اعتبرت بانها مقياس الاسترداد؛ لانها لا تظهر الا عندما يكون لدى العملاء على الخط اسئلة او مشاكل. وقد حظيت نظرية وممارسة جودة الخدمة على مدى القرنين السابقين اهتماماً كبيراً من الأكاديميين والممارسين على حد سواء. إذ تم النظر إليها على أنها وسائل يمكن من خلالها التمييز بين المنظمات المتنافسة. ومن المعروف انه جودة الخدمة تساهم في الحصة السوقية ورضا المستهلك. وعليه فان متابعة جودة الخدمات في منظمات كلا القطاعين العام والخاص تدفعها الحاجة إلى البقاء والحفاظ على التنافس. وقد ثبت معظم منظمات

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

القطاع الخاص مبادئ جودة الخدمة بسرعة اكبر من منظمات القطاع العام. ويعزى ذلك إلى الفروق المتلازمة بين القطاعات من حيث سياق البيئي والتاريخ. وبشكل خاص فإن الهدف الرئيسي لمعظم منظمات القطاع العام هو تقديم منفعة اجتماعية ضمن ميزانية محددة وتكاليف منخفضة.

ثانياً- مفهوم رضا العميل:

عرف أوليفر رضا العميل بأنه: استجابة العميل الكاملة بأن صفة المنتج أو الخدمة أو ان المنتج أو الخدمة نفسها توفر مستوى مربح للاستهلاك (Zeithmal, 1990:p48), ويمكن تفسير هذا التعريف الى ان الرضا يعني تقييم العميل للخدمة أو المنتج من حيث تلبية المنتج أو الخدمة لحاجات العميل وتوقعاته، ويعرف كوتلر (Kotler,2001:p32) الرضا بأنه احساس العميل بالسرور أو عدمه الناتج من مقارنة أداء المنتج المدرك بالنسبة لتوقعات العميل.

ثالثاً- الدراسات السابقة:

١- دراسة (Philip & Barton, 2006) التي طورت نموذجاً لقياس جودة الخدمة للبنوك الالكترونية ويتكون النموذج من سبعة عوامل منسجمة مع العوامل الاربعة الرئيسية كنموذج e-SERVQUAL ولكنه اقل انسجاماً مع العوامل الثلاث غير الرئيسية وقد تم تحديد مظاهر ونوعيات العاملين كمعامل جديدة في هذه الدراسة وانها مهمة لادارة البنوك الالكترونية لانها عوامل ذات علاقة بعملاء البنوك الالكترونية وقد برزت العوامل السبعة من تحليل المحتوى للتعليقات التي عملها العملاء حول خبراتهم بالبنوك الالكترونية.

٢- تبنت دراسة (Noel & Jerney, 2003) ابعاد e-SERVQUAL وحاولت فحص ادراك العملاء لجودة الخدمة في بنوك الانترنت وكذلك تلك الادراكات على رضا المستهلك ونوايا الاستهلاك المستقبلي وتم اعتبار هونج كونغ كمنطقة تجارية اقليمية وخدماتية في اسيا كحالة دراسية وقد تم تحديد اربعة ابعاد تحليلية هي : المصداقية، الفعالية، معالجة المشكلة، والامان وقد اشارت النتائج ان جميع الابعاد باستثناء الامان مهمة لتحديد ادراكات جودة الخدمة كما وجدت الدراسة ان المصداقية ومعالجة المشكلة

والامان لها تاثير مهم على رضا العميل هذا بالاضافة الى ان الامان والفعالية مرتبطة بشكل كبير مع سلوك الاستهلاك المستقبلي.

٣- تناولت دراسة (Pnina & Shannon, 2007) امكانية الخدمة الالكترونية لسد ثغرات الاتصال وبشكل خاص الى مجموعات مختلفة من المستخدمين ووفقا للادب النظري يمكن للخدمة الالكترونية ان تزيد او تنقص جودة الخدمة المستلمة. تحلل هذه الدراسة مستوى الخدمة المستلمة من مختلفة مجموعات النوع الاجتماعي والمجموعات العرقية لدى اجابة العاملين في المكتبات العامة على استفسارات المراجع على الخط وقد تم تقييم جودة الخدمة الالكترونية من ثلاثة ابعاد هي: الاستجابة، الاعتمادية والتحية وقد وجدت الدراسة اختلافات مهمة بين مجموعات المستخدمين المختلفة في الابعاد الثلاثة وهذا ما يدعم بان البيئة الافتراضية تسهل الخدمة وقد تتعدى او تتجاوز بعض تحديات مجموعات المستخدمين المتنوعة.

٤- اقترحت دراسة (Tan et al, 2003) اطار عمل واسع لقياس جودة الخدمة المستندة على الشبكة وقد بدأت الدراسة بمناقشة المشاكل المتعلقة بقياس جودة الخدمة المستندة على الشبكة ويعد المدخل المستخدم احد افضل المقاييس المتطورة لتسويق البناءات.

٥- قدمت دراسة (Peter and Philip, 2005) اداة وتقارير عن دراسة رائدة مطبقة على طلبة الجامعة وكان الهدف الرئيسي تطوير اداة تساعد المكتبيين لفحص جودة الخدمة الالكترونية وقد اكدت هذه الدراسة وقدمت اتصالا من طرفين بين المكتبة ومستخدميها.

٦- اختبر (Zeithaml et al, 2000) احد عشر بعدا لجودة الخدمة الالكترونية: الوصول، سهولة البحث، الفعالية، الاعتمادية، الشخصية، الامان، الخصوصية، الاستجابة، التاكيد، الثقة، جمال الموقع ومعرفة السعر. وفي عام ٢٠٠٤ طور الباحثون انفسهم مجموعة مكونة من ١٢١ فقرة في استبانة تمثل جميع نواحي جودة الخدمة الالكترونية والتي تم تخفيضها فيما بعد الى ١١٣ فقرة استخدمت في استبانة وزعت على عينة عشوائية من مستخدمي الويب من خلال دراسة على الخط وقد ادى التحليل العملي للبيانات الناتجة الى تقليل القائمة الى ٢٢ فقرة على اربعة ابعاد E-S.QUAL: القياس، الفعالية، الاكتمال، توافر النظام والخصوصية.

المبحث الثالث منهجية الدراسة

اولا- نوع الدراسة:

صنفت هذه الدراسة على أنها دراسة وصفية تحليلية تفسيرية.

ثانيا- مجتمع وعينة الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من عملاء المصارف الاردنية، اما عينة الدراسة فقد تم اختيارها عشوائيا من بين عملاء المصارف وبلغت (٢٤٠) عميلا.

ثالثا- طرق جمع البيانات:

تم جمع البيانات اللازمة لاستكمال هذه الدراسة من نوعين من المصادر هي:
١- مصادر البيانات الأولية: وتتمثل هذه المصادر باستبانة قام الباحث بتصميمها وتطويرها لأغراض هذه الدراسة والمبينة في الملحق رقم (١)، حيث تم تصميم الاستبانة في ضوء نموذج الدراسة قاصداً من ذلك فحص وتحليل متغيرات الدراسة. وقد اشتملت استبانة الدراسة على جزئين، الأول يشتمل على المعلومات الديموغرافية للأفراد المبحوثين أما الجزء الثاني في الاستبانة فإنه يتألف من تسعة أقسام تهدف جميعها إلى قياس علاقة ابعاد جودة الخدمة الالكترونية على رضا العملاء حسب ما يأتي:

- الاعتمادية، ويستدل عليها من الأسئلة من (١-٤).
- الاستجابة ويستدل عليها من الاسئلة من (٥-٨).
- الوصول ويستدل عليها من الاسئلة من (٩-١٢).
- سهولة البحث ويستدل عليها من الاسئلة من (١٣-١٦).
- المرونة ويستدل عليها من الأسئلة من (١٧-٢٠).
- الفعالية ويستدل عليها من الأسئلة من (٢١-٢٤).
- الثقة ويستدل عليها من الأسئلة من (٢٥-٢٨).

- الامان ويستدل عليها من الأسئلة من (٢٩-٣٢).
 - جودة الخدمة ويستدل عليها من الأسئلة من (٣٣-٣٦).
 - رضا العميل ويستدل عليه من الاسئلة (١-١٠) في الجزء الثالث.
- ٢- مصادر البيانات الثانوية: وقد تمثلت المصادر الثانوية بالدراسات والبحوث وما هو منشور في هذا المجال وجمع المعلومات المتعلقة بجودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية من خلال الدراسات السابقة التي تناولت موضوع جودة الخدمة الالكترونية المنشورة على شبكة المعلومات الدولية (Internet) وذلك من اجل توفر المعلومات التي يمكن من خلالها الاستفادة في بناء هذه الدراسة.

رابعاً: تصميم الاستبانة:

بعد الاطلاع على الادب النظري والدراسات السابقة تم تصميم استبانة الدراسة وفقاً لمتغيراتها.

خامساً- مقياس الدراسة:

تم استخدام ليكرت الخماسي (Likert Scale) لتحليل الإجابات وتحديد قيمة الاستجابة التي تتطابق مع وجهة نظر المستجيب وفقاً لأوزان الاستبانة، إذ أعطيت خمسة أوزان ترجيحية لإجابات المستجيبين على أسئلة الاستبانة وهي : ٥، ٤، ٣، ٢، ١ لكل إجابة من الإجابات التالية وعلى التوالي موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، وغير موافق بشدة.

وبعد ذلك قام الباحث بضرب كل وزن من الأوزان الترجيحية على إجابات المستجيبين وذلك للوصول إلى تحديد المتوسط العام لدرجة التأثير لكل متغير من المتغيرات، كما تم احتساب معامل الانحراف المعياري لهذه الاجابات.

سادسا- الصدق والثبات:

لقد تم اختبار صدق الاداة عن طريق عرض استبانته الدراسة على الدكتور المشرف الذي قام بابداء بعض الملاحظات وقد قام الباحثان بأخذ الملاحظات والمقترحات التي تفضل بها، وذلك للوصول الى صورة الاستبانة النهائية (الملحق رقم ١) وبما يعكس الصدق الظاهري للمقياس. أما ثبات اداة جمع البيانات فقد تم استخدام اختبار معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Coefficient Alpha) للتحقق من درجة تناسق إجابة المبحوثين على كل الأسئلة الموجودة بالمقياس وبلغت قيمة معامل كرونباخ ألفا (٨٨.٨%) وهي نسبة جيدة كونها أعلى من النسبة المقبولة (٦٠%).

سابعا- أساليب التحليل الإحصائية:

انسجاماً مع أهداف الدراسة ولغايات تحليل بياناتها تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المتوفرة في الرزمة الخاصة بالعلوم الانسانية (SPSS) ومنها:

١ - الإحصاء الوصفي: (Descriptive Statistics)

حيث تم استخدام التكرارات والمتوسطات والانحرافات المعيارية لمعالجة البيانات الوصفية الخاصة بالجنس، العمر، المؤهل العلمي وسنوات التعامل مع المصرف.

٢- معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) حيث استخدم هذا المعامل للتحقق من ثبات اداة القياس المستخدمة.

٣- اختبار الانحدار البسيط (Simple Regression) وذلك لقياس تأثير العلاقة بين متغير مستقل واحد والمتغير التابع.

٤- اختبار الانحدار المتعدد (Multiple Regression) وذلك لقياس تأثير العلاقة بين أكثر من متغير مستقل والمتغير التابع.

المبحث الرابع تحليل ومناقشة النتائج

تهدف هذه الدراسة الى البحث في اثر جودة الخدمة الالكترونية في المصارف على رضا العميل، لذا قام الباحث بتوزيع (٢٤٠) استبانة على أفراد عينة الدراسة في حين تم استرداد (٢٢٠) استبانة واستبعاد (٦) لعدم استكمالها للشروط وبذلك تصبح العينة (٢١٤) استبانة وتكون نسبة الاسترداد ٨٩.٢ %، وفيما يأتي نتائج تحليل الاستبانات.

أولاً- وصف عينة الدراسة:

جدول (١)

توزيع عينة الدراسة حسب المعلومات الديموغرافية

النسبة	التكرار	الجنس
٧٠.١	١٥٠	ذكر
٢٩.٩	٦٤	أنثى
١٠٠	٢١٤	المجموع
العمر		
٣٢.٧	٧٠	٢٥ سنة فما دون
٣٥.٥	٧٦	٢٦-٣٥
٢٠.٦	٤٤	٣٦-٤٥
١١.٢	٢٤	٤٦ فأكثر
١٠٠	٢١٤	المجموع
المؤهل العلمي		
٩.٣	٢٠	ثانوية فما دون
٨.٤	١٨	دبلوم كلية مجتمع
٤٥.٨	٩٥	بكالوريوس
٢٧.١	٥٨	ماجستير
٩.٣	٢٠	دكتوراه
١٠٠	٢١٤	المجموع

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

طبيعة عمل العميل		
طالب	٧٨	٣٦.٤
موظف	٥٢	٢٤.٣
رجل اعمال	٦٨	٣١.٨
غير ذلك	١٦	٧.٥
المجموع	٢١٤	١٠٠
سنوات التعامل مع المصرف		
٥-١	٩٠	٤٢.١
١٠-٦	٥٨	٢٧.١
١٥-١١	٣٦	١٦.٨
١٦ فأكثر	٣٠	١٤
المجموع	٢١٤	١٠٠

ثانيا- عرض النتائج واختبار الفرضيات:

جدول (٢)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل سؤال من أسئلة الاستبيان المتعلقة بأبعاد جودة الخدمة الالكترونية

السؤال	نص السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري
١	تحصل على الخدمة المصرفية الالكترونية في الموعد الذي تريد.	٤.٤١١٢	٠.٧٣٧٤
٢	تعمل الخدمة المصرفية الالكترونية لمدة ٢٤ ساعة	٤.٤٣٩٣	٠.٦٧٣٨
٣	تحصل على الخدمة المصرفية الالكترونية بشكل صحيح.	٤.٢٣٠	٠.٧٨٥٣
٤	تحصل على الخدمة المصرفية في موعدها.	٤.٠٨٤١	٠.٨٨٩٤
٥	هناك سرعة في تنفيذ الخدمة المصرفية.	٤.٠٦٥٤	٠.٩١١٨
٦	الخدمة الالكترونية تعطيك خدمات مصرفية دقيقة.	٣.٨٨٧٩	٠.٩٦٢٥
٧	تعمل الخدمة على حل المشاكل ان وجدت.	٣.٦٢٧٩	١.١٠٢٩
٨	هناك دقة في معلومات الخدمة الالكترونية.	٤.٠٦٥٤	٠.٩١١٨
٩	هناك سهولة الوصول للخدمة.	٣.٩٩٠٧	١.٠٢٠٩

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

١٠	هناك سرعة الوصول الى الخدمة.	٤.٠٩٣٥	٠.٩٦٤٥
١١	توافر هاتف للاتصال مع البنك.	٤.١٤٠٢	١.٠٢٠٤
١٢	توافر مداخل متعددة للوصول للخدمة.	٣.٧٢٩٠	١.١٢٦٥
١٣	توفر عدة طرق للبحث عن الخدمة.	٣.٧٩٤٤	٠.٩٩٥٢
١٤	توافر مجال اختيار الحصول على الخدمة المصرفية.	٣.٨١٣١	٠.٩٦٠٥
١٥	توافر بدائل متنوعة للخدمة.	٣.٧٠٠٩	١.٠٢٧٥
١٦	توافر طرق التحويل من خدمة لآخرى.	٣.٨٧٨٥	٠.٨٧٤٤
١٧	توفر محرك البحث عن الخدمة المصرفية.	٣.٨٦٩٢	١.٠٥٣٤
١٨	سهولة ايجاد الخدمة المصرفية التي تريد	٣.٨٥٠٥	١.١٠٣٢
١٩	السرعة في التحركات من خلال الموقع الالكتروني.	٣.٩٨١٣	٠.٣٩٣
٢٠	هناك تعدد لمحركات البحث.	٣.٩٤٣٩	٠.٩٢٧٧
٢١	احتواء الخدمة على كم كافي من المعلومات.	٣.٩٢٥٢	٠.٩٥٦٣
٢٢	الحصول على خدمة منظمة بشكل صحيح.	٣.٩٤٣٩	٠.٩٩٦١
٢٣	الحاجة في الحصول الى حد ادنى من الوقت.	٣.٩٥٣٣	٠.٩٤٣٣
٢٤	الحصول على الخدمة بشكل دقيق.	٤.٠٤٦٧	٠.٩٥٣٢
٢٥	الحصول على خصوصية في الخدمة المصرفية الالكترونية.	٤.٢٤٣٠	٠.٩٦٧٥
٢٦	هناك دقة استجابة الخدمة للاستفسارات.	٤.٠١٨٧	٠.٩٨٨٠
٢٧	وجود سرعة الابلاغ عن الخدمة بالبريد الالكتروني.	٣.٨٨٧٩	١.١٠٧٦
٢٨	صحة المعلومات التي يتم الحصول عليها من خلال الخدمة المصرفية الالكترونية.	٤.٤٦٧٣	٠.٧٦٦٩
٢٩	اشعر ان هناك ترتيبات حماية للخدمة.	٣.٩٧٢٠	٠.٧٣١٠
٣٠	هناك توافر الجدران النارية لضمان السلامة الامنية.	٣.٩٨١٣	٠.٨٧٧٣
٣١	هناك صعوبة الوصول الى معلوماتك الخاصة.	٣.٩٢٥٢	٠.٩٨٥٣
٣٢	هناك الثقة بنظم الحماية.	٣.٨٦٩٢	١.٠٢٦٣
٣٣	جودة الخدمة مناسبة لمتطلباتك.	٣.٧٥٧٠	٠.٩٥٧٧
٣٤	هناك دقة في الخدمة المقدمة.	٤.٠٣٧٤	٠.٨٩٧٨
٣٥	الخدمة المصرفية الالكترونية ذات منافع كثيرة.	٤.٠٥٦١	٠.٩٤٧٨
٣٦	هناك سرعة لانجاز الخدمة المصرفية.	٤.١٦٨٢	٠.٩٦٤٠

يوضح الجدول (٢) ان المتوسطات الحسابية لاجابات عينة الدراسة حول ابعاد جودة الخدمة الالكترونية في المصارف تراوحت ما بين (٣.٦٢٧ - ٤.٤٦٧٣) وجميعها اكبر من المتوسط الافتراضي (٣) وهذا يشير الى موافقة عينة الدراسة على جميع

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

العبارات التي تقيس متغيرات جودة الخدمة الالكترونية، كما يبين الجدول ان الفقرة التي تنص على: «صحة المعلومات التي يتم الحصول عليها من خلال الخدمة المصرفية الالكترونية» «احتلت المرتبة الاولى»، في حين احتلت الفقرة التي تنص على: «تعمل الخدمة على حل المشاكل ان وجدت» احتلت المرتبة الاخيرة.

جدول (٣)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل سؤال من أسئلة الاستبيان المتعلقة برضى العملاء عن جودة الخدمة الالكترونية

السؤال	نص السؤال	المتوسط	الانحراف المعياري
١	مدى رضاك عن الخدمة الالكترونية.	٤.٢٩٩١	٠.٨٤٧١
٢	مدى رضاك عن الحصول على الخدمة في موعدها.	٤.٠٠٩٣	٠.٨٩٣٣
٣	مدى رضاك عن سرعة الاستجابة في تنفيذ الخدمة.	٣.٩٣٤٦	٠.٨٦٩٦
٤	مدى رضاك عن سرعة الوصول الى الخدمة.	٣.٩٤٣٩	٠.٨٩٦٩
٥	مدى رضاك عن توافر بدائل متنوعة للخدمة.	٣.٦٣٥٥	١.٠٣٨٢
٦	مدى رضاك عن سهولة إيجاد الخدمة التي تريد.	٣.٧٨٥٠	٠.٩٦٩٣
٧	مدى رضاك في الحصول على الخدمة بشكل دقيق.	٤.٠٠٠٠	٠.٨٦٦٧
٨	مدى رضاك على خصوصية الخدمة المصرفية الالكترونية.	٤.٠٨٤١	١.٠٠٨١
٩	مدى رضاك في ترتيبات الحماية للخدمة.	٣.٩٢٥٢	٠.٩٢٦٤
١٠	مدى رضاك عن جودة الخدمات ومناسبتها لمتطلباتك.	٣.٨٦٩٢	١.٠٥٣٤

يوضح الجدول (٣) ان المتوسطات الحسابية لاجابات عينة الدراسة حول الرضا عن جودة الخدمة الالكترونية في المصارف تراوحت ما بين (٣.٦٣٥٥ - ٤.٢٩٩١) وجميعها اكبر من المتوسط الافتراضي (٣) وهذا يشير الى موافقة عينة الدراسة على جميع العبارات التي تقيس رضا العملاء عن متغيرات جودة الخدمة الالكترونية، كما يبين الجدول ان الفقرة التي تنص على رضا العملاء عن الخدمة المصرفية الالكترونية «احتلت المرتبة الاولى»، في حين احتلت الفقرة التي تنص على توافر بدائل متنوعة للخدمة «احتلت المرتبة الاخيرة».

ثالثا- اختبار فرضيات الدراسة

١- الفرضية الرئيسية

Ho: لا توجد علاقة بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل

جدول (٤)

نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الفقرة

المحسوبة F	الجدولية F	Sig.(الفا).	قيمة R	نتيجة الفرضية العدمية
11.528	1.88	0.000	0.581	رفض

تم استخدام اختبار الانحدار المتعدد ووجد من مطالعتنا لنتائج الحاسب الآلي في الجدول السابق أن قيمة (F المحسوبة = ١١.٥٢٨) اكبر من قيمتها الجدولية، وبما ان قاعدة القرار هي : تقبل الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار فإنه سيتم رفض الفرضية العدمية (Ho) وقبول الفرضية البديلة (Ha)، وهذا يعني أنه توجد علاقة بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

٢- الفرضية الفرعية الأولى:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد الاعتمادية في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل

جدول (٥)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

المحسوبة T	الجدولية T	Sig. (ألفا)	قيمة R	نتيجة الفرضية العدمية
3.109	1.96	0.002	0.209	رفض

تم استخدام اختبار الانحدار البسيط ووجد من مطالعتنا لنتائج الحاسب الآلي في الجدول السابق أن قيمة (T المحسوبة = 3.109) اكبر من قيمتها الجدولية، وبما ان قاعدة القرار هي: تقبل الفرضية العدمية (H_0) اذا كانت القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (H_0) اذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار فإنه سيتم رفض الفرضية العدمية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_a)، وهذا يعني أنه توجد علاقة بين بعد الاعتمادية في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

٣- الفرضية الفرعية الثانية:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد الاستجابة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

جدول (٦)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

المحسوبة T	الجدولية T	Sig. (ألفا)	قيمة R	نتيجة الفرضية العدمية
3.145	1.96	0.002	0.211	رفض

تم استخدام اختبار الانحدار البسيط ووجد من مطالعتنا لنتائج الحاسب الآلي في الجدول السابق أن قيمة (T المحسوبة = 3.145) اكبر من قيمتها الجدولية، وبما ان قاعدة القرار هي: تقبل الفرضية العدمية (H_0) اذا كانت القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (H_0) اذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار فإنه سيتم رفض الفرضية العدمية (H_0) وقبول الفرضية

البديلة (Ha)، وهذا يعني أنه توجد علاقة بين بعد الاستجابة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

٤- الفرضية الفرعية الثالثة:

Ho: لا توجد علاقة بين بعد الوصول في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

جدول (٧)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

المحسوبة T	الجدولية T	Sig. (ألفا)	قيمة R	نتيجة الفرضية العدمية
3.321	1.96	0.001	0.222	رفض

تم استخدام اختبار الانحدار البسيط ووجد من مطالعتنا لنتائج الحاسب الآلي في الجدول السابق أن قيمة (T المحسوبة = ٣.٣٢١) اكبر من قيمتها الجدولية، وبما ان قاعدة القرار هي: تقبل الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار فإنه سيتم رفض الفرضية العدمية (Ho) وقبول الفرضية البديلة (Ha)، وهذا يعني أنه توجد علاقة بعد الوصول في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

٥- الفرضية الفرعية الرابعة:

Ho: لا توجد علاقة بين بعد سهولة البحث في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

جدول (٨)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

المحسوبة T	الجدولية T	Sig. (ألفا)	قيمة R	نتيجة الفرضية العدمية
2.921	1.96	0.004	0.197	رفض

تم استخدام اختبار الانحدار البسيط ووجد من مطالعتنا لنتائج الحاسب الآلي في الجدول السابق أن قيمة (T المحسوبة = ٢.٩٢١) اكبر من قيمتها الجدولية، وبما ان قاعدة

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

القرار هي: تقبل الفرضية العدمية (H_0) اذا كانت القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (H_0) اذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقا لقاعدة القرار فإنه سيتم رفض الفرضية العدمية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_a)، وهذا يعني أنه توجد علاقة بين بعد سهولة البحث و رضا العميل.

٦- الفرضية الفرعية الخامسة:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد الامان في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل

جدول (٩)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

المحسوبة T	الجدولية T	Sig. (ألفا)	R قيمة	نتيجة الفرضية العدمية
3.569	1.96	0.000	0.238	رفض

تم استخدام اختبار الانحدار البسيط ووجد من مطالعتنا لنتائج الحاسب الآلي في الجدول السابق أن قيمة (T المحسوبة = ٣.٥٦٩) اكبر من قيمتها الجدولية، وبما ان قاعدة القرار هي: تقبل الفرضية العدمية (H_0) اذا كانت القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (H_0) اذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقاً لقاعدة القرار فإنه سيتم رفض الفرضية العدمية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_a)، وهذا يعني أنه توجد علاقة بين بعد الأمان في الخدمة المصرفية الالكترونية و رضا العميل

٧- الفرضية الفرعية السادسة:

H_0 : لا توجد علاقة بين بعد الفعالية في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل

جدول (١٠)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية السادسة

الحسوبة T	الجدولية T	Sig. (ألفا)	قيمة R	نتيجة الفرضية العدمية
4.889	1.96	0.000	0.316	رفض

تم استخدام اختبار الانحدار البسيط ووجد من مطالعتنا لنتائج الحاسب الآلي في الجدول السابق أن قيمة (T المحسوبة = ٤.٨٨٩) اكبر من قيمتها الجدولية، وبما ان قاعدة القرار هي: تقبل الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقاً لقاعدة القرار فإنه سيتم رفض الفرضية العدمية (HO) وقبول الفرضية البديلة (Ha)، وهذا يعني أنه توجد علاقة بين بعد الفعالية ورضا العميل.

٨- الفرضية الفرعية السابعة:

HO: لا توجد علاقة بين بعد الثقة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

جدول (١١)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية السابعة

الحسوبة T	الجدولية T	Sig. (ألفا)	قيمة R	نتيجة الفرضية العدمية
4.906	1.96	0.000	0.319	رفض

تم استخدام اختبار الانحدار البسيط ووجد من مطالعتنا لنتائج الحاسب الآلي في الجدول السابق أن قيمة (T المحسوبة = ٤.٩٠٦) اكبر من قيمتها الجدولية، وبما ان قاعدة القرار هي: تقبل الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقاً لقاعدة القرار فإنه سيتم رفض الفرضية العدمية (HO) وقبول الفرضية البديلة (Ha)، وهذا يعني أنه توجد علاقة بين بعد الثقة ورضا العميل.

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

٩- الفرضية الفرعية الثامنة:

Ho: لا توجد علاقة بين بعد المرونة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

جدول (١٢)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثامنة

المحسوبة T	الجدولية T	(ألفا) Sig.	R قيمة	نتيجة الفرضية العدمية
5.126	1.96	0.000	0.332	رفض

تم استخدام اختبار الانحدار البسيط ووجد من مطالعتنا لنتائج الحاسب الآلي في الجدول السابق أن قيمة (T المحسوبة = ٥.١٢٦) اكبر من قيمتها الجدولية، وبما ان قاعدة القرار هي: تقبل الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقاً لقاعدة القرار فإنه سيتم رفض الفرضية العدمية (Ho) وقبول الفرضية البديلة (Ha)، وهذا يعني أنه توجد علاقة بين بعد المرونة ورضا العميل.

١٠- الفرضية الفرعية التاسعة:

Ho: لا توجد علاقة بين بعد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

جدول (١٣)

نتائج اختبار الفرضية الفرعية التاسعة الفقرة

المحسوبة T	الجدولية T	(ألفا) Sig.	R قيمة	نتيجة الفرضية العدمية
9.066	1.96	0.000	0.529	رفض

تم استخدام اختبار الانحدار البسيط ووجد من مطالعتنا لنتائج الحاسب الآلي في الجدول السابق أن قيمة (T المحسوبة = ٩.٠٦٦) اكبر من قيمتها الجدولية، وبما ان قاعدة القرار هي: تقبل الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اقل من القيمة الجدولية وترفض الفرضية العدمية (HO) اذا كانت القيمة المحسوبة اكبر من القيمة الجدولية ووفقاً لقاعدة القرار فإنه سيتم رفض الفرضية العدمية (Ho) وقبول الفرضية

البديلة (Ha)، وهذا يعني أنه توجد علاقة بين جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

المبحث الخامس النتائج والتوصيات

اولا- النتائج :

في ضوء تحليل البيانات يمكن استنتاج ما يأتي:

1. اظهرت نتائج التحليل الى وجود علاقة بين ابعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل بشكل عام.
2. كما بينت الدراسة من الناحية التفصيلية ان هناك علاقة لبعد الاعتمادية كأحد ابعاد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.
3. وبينت الدراسة ايضاً ان هناك علاقة بين بعد الاستجابة كأحد ابعاد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.
4. كما اشارت نتائج التحليل الى ان هناك علاقة لبعد الوصول كأحد ابعاد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.
5. وبينت نتائج التحليل ان هناك علاقة لبعد سهولة البحث كأحد ابعاد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.
6. وكشفت الدراسة عن وجود علاقة بين بعد الامان كأحد ابعاد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل، وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Noel & Jermey, 2003)، ويعود ذلك الى ان العميل يهتم بشكل كبير بدرجة الامان المتوفرة بالخدمات المصرفية الالكترونية.
7. كما بينت نتائج التحليل ان هناك علاقة لبعد الفعالية كأحد ابعاد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.
8. واشارت نتائج التحليل الى وجود علاقة بين بعد الثقة كأحد ابعاد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.
9. وتبين ايضاً وجود علاقة بين بعد المرونة كأحد ابعاد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

١٠. واخيراً كشفت النتائج وجود علاقة بين بعد جودة الخدمة كاحد ابعاد جودة الخدمة في الخدمة المصرفية الالكترونية ورضا العميل.

ثانياً- التوصيات:

تشكل الخدمة المصرفية الالكترونية خدمة متطورة وجديدة بالنسبة لغالبية المتعاملين مع المصارف الاردنية والذي اعتادوا على الخدمات المصرفية اليدوية او النصف آلية، لذا فان من المطلوب من المصارف الاردنية العمل على تسويق هذه الخدمات من خلال:

١. التركيز على العميل الذي يشكل احد اركان الخدمة المصرفية من خلال تلبية حاجاته واشباعها بتقديم خدمة مصرفية متميزة ذات جودة عالية.
٢. التركيز على ناحية السلامة والامان والتي تشكل احد اهم هواجس المتعاملين مع الخدمة المصرفية الالكترونية.
٣. توخي استخدام اجهزة متطورة قادرة على تلبية حاجات وتوقعات العميل.
٤. اجراء ندوات تعريفية للخدمة المصرفية الالكترونية وبيان منافعها للعملاء.

ابحاث مستقبلية

- يعتبر القطاع المصرفي من اهم القطاعات الاقتصادية، وقد شهدت الصناعة المصرفية في الاردن تطوراً ملحوظاً خلال العقد الاخير من القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين لذا فان هناك حاجة ملحة الى:
- ١- اجراء بحوث ودراسات موسعة بخصوص جودة الخدمة الالكترونية تساعد في توضيح نقاط القوة والضعف في هذه الخدمة.
 - ٢- اجراء ابحاث مستقبلية حول رضا العملاء عن جودة الخدمة الالكترونية، نظراً للتغير المستمر سواء في حاجات العملاء او في التكنولوجيا المستخدمة.
 - ٣- القيام بدراسة شاملة لكافة جوانب القطاع المصرفي لتحديد مستوى الجودة المقدمة في القطاع المصرفي بشكل عام.

قائمة المراجع

1. Gerrard , P and Cunningham , J. B , (2005) , The service quality of e- banks: An exploratory study, *Int. J. financial services Management* , Vol 1 , No. pp 102- 117.
2. K.C. Tan, M. Xie, and Y.N.Lie, (2003), A service quality framework for Web- based information systems, *The TQM Magazine* Vol 15,N.3 pp 164-172
3. Noel Y.M. Shi & Jeremy , C. W. Mou (2002) , A study of service quality in Internet banking , *School of business*, Hong Kong Baptist University
4. Peter Hernon and Philip Calvert (2005) , *E- Service quality in libraries : exploring its features and dimensions* Elsevier , Inc.
5. Philip Kotler, (2001), *Marketing Management*, Prentice Hall International, Inc.
6. Pinina Shachaf , and Shannon M., Oltman (2007) , e- quality and E- Service Qaulity , *Proceedings of the 40th.Annual Hawaii international conference on system sciences*.
7. Surjadaja, H, Gosh S, & Antony , J (2003) determining and assessing the determinants of e- service operations , *Managing service quality* , 13, pp 39-53
8. Zeithaml, V. Parasuraman, A. & Malhotra , A (2002) , Service Quality Delivery through Web sites: A Critical Review of Extant Knowledge , *Journal of the Academy of Marketing Science*, 30 (40) , pp 362-375
9. Zeithmal, V.A.,. Parasuraman A., & Berry, L.L. (1990) *Delivering quality service: Balancing Customer Perceptions and expectations*, New York : Free Press.

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

(استمارة الاستبيان)

تحية طيبة وبعد:

تهدف هذه الاستبانة الى دراسة (جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا العملاء)، يرجى التكرم بقراءة الاستبانة المرفقة والإجابة عليها بدقة وموضوعية، علما بأن المعلومات التي سنحصل عليها ستبقى سرية وستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

شكراً لتعاونكم.

الباحث

أسئلة الاستبيان

الجزء الاول:

- ١- الجنس: ☐ ذكر ☐ انثى
- ٢- العمر: ٢٥ سنة فما دون ☐ من ٢٦ - ٣٥ ☐ ٣٦ - ٤٥ ☐ ٤٦ فأكثر ☐
- ٣- المؤهل العلمي: ثانوية فما دون ☐ دبلوم كلية مجتمع ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه ☐
- ٤- طبيعة عمل العميل: طالب ☐ موظف ☐ رجل اعمال ☐ غير ذلك ☐
- ٥- سنوات التعامل مع المصرف: ☐ ٥-١٠ ☐ ١١-١٥ ☐ ١٦ فأكثر ☐

الجزء الثاني- يرجى وضع اشارة (x) ازاء الاجابة التي تراها مناسبة:

الرقم	الفقرة	اوافق بشدة	اوافق	محايد	لا اوافق	لا اوافق بشدة
١-	تحصل على الخدمة المصرفية الالكترونية في الموعد الذي تريد.					
٢-	تعمل الخدمة المصرفية الالكترونية لمدة ٢٤ ساعة.					
٣-	تحصل على الخدمة المصرفية الالكترونية بشكل صحيح.					
٤-	تحصل على الخدمة المصرفية في موعدها.					
٥-	هناك سرعة في تنفيذ الخدمة المصرفية.					

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

-٦	الخدمة الالكترونية تعطيك خدمات مصرفية دقيقة.				
-٧	تعمل الخدمة على حل المشاكل ان وجدت.				
-٨	هناك دقة في معلومات الخدمة الالكترونية.				
-٩	هناك سهولة الوصول للخدمة.				
-١٠	هناك سرعة الوصول الى الخدمة.				
-١١	توافر هاتف للاتصال مع المصرف.				
-١٢	توافر مداخل متعددة للوصول للخدمة.				
-١٣	توفر عدة طرق للبحث عن الخدمة.				
-١٤	توافر مجال اختيار الحصول على الخدمة المصرفية.				
-١٥	توافر بدائل متنوعة للخدمة.				
-١٦	توافر طرق التحويل من خدمة لآخرى.				
-١٧	توفر محرك البحث عن الخدمة المصرفية.				
-١٨	سهولة ايجاد الخدمة المصرفية التي تريد.				
-١٩	السرعة في التحركات من خلال الموقع الالكتروني.				
-٢٠	هناك تعدد لمحركات البحث.				
-٢١	احتواء الخدمة على كم كافي من المعلومات.				
-٢٢	الحصول على خدمة منظمة بشكل صحيح.				
-٢٣	الحاجة في الحصول الى حد ادنى من الوقت.				
-٢٤	الحصول على الخدمة بشكل دقيق.				
-٢٥	الحصول على خصوصية في الخدمة المصرفية الالكترونية.				
-٢٦	هناك دقة استجابة الخدمة للاستفسارات.				
-٢٧	وجود سرعة الاطلاع عن الخدمة بالبريد الالكتروني.				
-٢٨	صحة المعلومات التي يتم الحصول عليها من خلال الخدمة المصرفية الالكترونية.				
-٢٩	اشعر ان هناك ترتيبات حماية للخدمة.				

جودة الخدمة الالكترونية في المصارف الاردنية وعلاقتها برضا

٣٠-	هناك توافر الجدران النارية لضمان السلامة الامنية.				
٣١-	هناك صعوبة الوصول الى معلوماتك الخاصة.				
٣٢-	هناك الثقة بنظم الحماية.				
٣٣-	جودة الخدمة مناسبة لمتطلباتك.				
٣٤-	هناك دقة في الخدمة المقدمة.				
٣٥-	الخدمة المصرفية الالكترونية ذات منافع كثيرة.				
٣٦-	هناك سرعة لانجاز الخدمة المصرفية.				

الجزء الثالث - يرجى وضع اشارة (x) ازاء الاجابة التي تراها مناسبة:

الرقم	الفقرة	راضي جدا	راضي	الى حد ما	غير راضي	غير راضي اطلاقا
١-	مدى رضاك عن الخدمة الالكترونية.					
٢-	مدى رضاك عن الحصول على الخدمة في موعدها.					
٣-	مدى رضاك عن سرعة الاستجابة في تنفيذ الخدمة.					
٤-	مدى رضاك عن سرعة الوصول الى الخدمة.					
٥-	مدى رضاك عن توافر بدائل متنوعة للخدمة.					
٦-	مدى رضاك عن سهولة ايجاد الخدمة التي تريد.					
٧-	مدى رضاك في الحصول على الخدمة بشكل دقيق.					
٨-	مدى رضاك على خصوصية الخدمة المصرفية الالكترونية.					
٩-	مدى رضاك في ترتيبات الحماية للخدمة.					
١٠-	مدى رضاك عن جودة الخدمات ومناسبتها لمتطلباتك.					