

## قياس فجوة جودة الخدمة في البنوك التجارية -دراسة حالة عينة من زبائن البنوك التجارية بأمر البواقي-

عبد الكريم حساني<sup>a</sup>، جبار بوكثير<sup>b</sup>

a. abdelakrimhassani@gmail.com، جامعة أم البواقي، الجزائر.

b. djebarkouketir@yahoo.fr، جامعة أم البواقي، الجزائر.

Received date: 15/ 08/2019, Accepted date: 07/ 10/2019, online publication date: 30/ 01/2020

### الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى قياس الفجوة بين جودة الخدمة المتوقعة وجودة الخدمة المدركة في بنوك القطاع العمومي بالجزائر. لتحقيق هدف هذه الدراسة، تم اختيار عينة عشوائية من العملاء لإجراء هذه الدراسة، أين قد تم جمع البيانات من 251 عميلاً من قطاع البنوك العمومية باستخدام استبيان، حيث تم تصميم هذا الاستبيان وتطبيقه لقياس توقعات وإدراكات الزبائن. تحقيقاً لأهداف الدراسة، استخدمنا بعض أساليب التحليل الإحصائي مثل اختبار  $T$  للمجموعات غير المستقلة، المتوسطات، وهذا لاختبار فرضيات الدراسة. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين توقعات وإدراكات الزبائن فيما يتعلق بجميع أبعاد جودة الخدمة (الملموسة، الموثوقية، الاستجابة، الضمان والتعاطف. كما بينت النتائج أيضاً وجود فجوة سلبية بين توقعات وإدراكات الزبائن فيما يتعلق بجميع أبعاد جودة الخدمة.

**الكلمات المفتاحية:** جودة الخدمة البنكية، أبعاد جودة الخدمة البنكية، التوقعات، الإدراكات.

**تصنيفات (JEL):** M31, G29, G21.

### 1. مقدمة

إن اتصاف الخدمات البنكية بالنمطية يقلل من إمكانية التميز في الخدمات المقدمة للزبائن، ومن هنا سعت البنوك للبحث عن مجالات أخرى للتنافس فبرز مفهوم الجودة ك مجال من مجالات التميز

والتنافس بين البنوك، إذ أصبحت إستراتيجية تسويقية أساسية لكل البنوك التي تريد النجاح والاستمرار في السوق، وذلك من خلال تقديمها لخدمات ذات جودة عالية تفوق توقعات زبائنها. هناك مدخلين أساسيين لتقييم الجودة المقدمة: الجودة من وجهة نظر البنك، والجودة من وجهة نظر الزبائن، ولا بد على البنك أن يعتمد على المدخل الأخير في تقديم خدماته وعلى هذا الأساس لا بد عليه من قياس جودة الخدمة البنكية المقدمة قصد إجراء التحسينات الضرورية للوصول إلى المستوى المرغوب وذلك من خلال قيام البنك بسد الفجوات بين الخدمة الفعلية (المدركة) والخدمة المتوقعة، إذ أن مستوى توقعات الزبائن هو المحدد لمستوى التحسينات الضرورية. إن قدرة البنك على تحديد فجوات جودة الخدمة بالدقة اللازمة والمطلوبة يعطيه إمكانية كبيرة لسد هذه الفجوات أو على الأقل التقليل منها بالشكل الذي يقابل احتياجات ورغبات زبائنه مما يجعل مستوى الرضا لديهم مرتفعاً. ولا يتأتى هذا للبنك إلا إن قام بدراسة توقعات الزبائن من جهة ومدى إدراكهم لمستوى جودة الخدمة البنكية المقدمة من جهة أخرى.

### 1.1. إشكالية البحث:

تأسيساً لما سبق يتم طرح الإشكالية التالية:

– هل توجد فجوة بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة البنكية؟

### 2.1. فرضيات الدراسة:

بناء على إشكالية البحث يمكن طرح الفرضية الرئيسية التالية: "توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لأبعاد جودة الخدمة البنكية."

يمكن تقسيم الفرضية الرئيسية السابقة إلى الفرضيات الفرعية التالية:

- "توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعد الملموسية".
- "توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعد الاعتمادية".
- "توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعد الاستجابة".
- "توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعد الأمان".
- "توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعد التعاطف".

### 3-1. أقسام الدراسة:

للإجابة عن إشكالية البحث فقد تم تقسيم البحث إلى المحاور التالية:

- المحور الأول: جودة الخدمة البنكية.
- المحور الثاني: فجوات جودة الخدمة البنكية.
- المحور الثالث: الدراسة الميدانية.

## 2- جودة الخدمة البنكية

## 2-1- مفهوم جودة الخدمة البنكية

- تعرف جودة الخدمة البنكية على أنها: "إدراك العملاء لمستوى الخدمة البنكية المقدمة الذي يلي أو يتجاوز توقعاتهم (Akhade et al., 2016, P.71) ، فالجودة هنا تقاس من وجهة نظر الزبون حيث البنك الناجح هو البنك القادر على تقديم مستوى من الجودة في مستوى توقعات زبائنه أو يتجاوز توقعاتهم.

- كما تعرف بأنها: "جودة الخدمة البنكية هي نتيجة التقييم الموضوعي للمقارنة بين توقعات العميل وإدراكاته للخدمة البنكية المقدمة، فكلما كانت الإدراكات أقرب إلى التوقعات أو تتجاوزها دل ذلك على ارتفاع مستوى جودة الخدمة البنكية (Chen et al., 2007, p.245)، فالجودة هي عملية مقارنة بين توقعات وإدراكات الزبون للخدمة البنكية المقدمة، فإذا اقتربت الخدمة المدركة من الخدمة المتوقعة أو تجاوزتها يكون البنك قد حقق الجودة المطلوبة.

- كما أن هناك من يعرف جودة الخدمة البنكية بأنها تعني: " قدرة الخدمات المصرفية على تحقيق توقعات العملاء في ضوء مجموعة من المؤشرات التي يعتمد عليها هؤلاء العملاء للحكم على جودة هذه الخدمات (Al-Habil et al., 2017, P.200) ، فالجودة بذلك تتحدد بمدى مطابقتها لمجموعة من المؤشرات المعتمدة من قبل العميل.

وهناك أيضا من يعرفها بأنها: "مقياس لمدى تطابق الخدمة التي يقدمها البنك مع توقعات الزبائن (Camilleri, et al., 2014 , p.02)، فالجودة تتحقق لما تتطابق التوقعات مع الخدمة المقدمة. من التعاريف السابقة يمكن القول أن جودة الخدمة البنكية هي تقديم خدمة بنكية تتوافق أو تتجاوز توقعات الزبون بالشكل الذي يجعله راضيا.

## 2-2- أهمية جودة الخدمة البنكية

تكمن أهمية جودة الخدمة البنكية في أنها تعمل على: (Atiyah, 2017 , p. 22)

- فهم احتياجات ورغبات العميل لتحقيق ما يريده العميل؛
- توفير خدمة بنكية وفقا لمتطلبات العملاء من حيث الجودة التي يرغبون فيها؛
- التكيف مع المتغيرات التقنية والاقتصادية والاجتماعية التي تحدث في البيئة التسويقية للبنوك؛
- التميز في الأداء من خلال التحسين المستمر للخدمة البنكية المقدمة للزبائن؛
- جذب المزيد من العملاء والاحتفاظ بالعملاء الحاليين،
- عند حصول العملاء على خدمة ذات جودة عالية تفوق توقعاتهم فذلك يعد أفضل وسيلة لتعزيز موقع الخدمة البنكية.
- عملية تصحيح الأخطاء التي تحدث في أداء الخدمة البنكية هي فرصة للبنك لتقديم الخدمات التي تتجاوز توقعات العملاء، ونتيجة لحل وتصحيح الأخطاء بشكل فوري والتعامل بشكل

جيد مع العميل والعمل على حل المشكلة بسرعة، فإنه يمكن تحويل النقاط السلبية إلى نقاط إيجابية للبنك.

### 2-3- أبعاد جودة الخدمة البنكية

في أغلب الدراسات يتم الاعتماد على أبعاد جودة الخدمة البنكية التي تبناها Parasuraman et al. 1988، التي يبينها الجدول التالي:

**الجدول رقم 1: أبعاد جودة الخدمة**

البعد	التعريف
الاعتمادية	القدرة على أداء الخدمة الموعودة بشكل يعتمد عليه وبدقة
الأمان	معرفة ومعاملة الموظفين للعملاء وقدرتهم جعلهم يتقنون في البنك وموظفيه
الملموسية	ظهور المرافق المادية والمعدات والأفراد ووسائل الاتصال
العطف	توفير الرعاية، الاهتمام الفردي للعملاء
الاستجابة	الرغبة في مساعدة العملاء وتقديم خدمة سريعة هم

**Source:** (Kulašin and Fortuny-Santos, 2005,p 135)

نلاحظ من الشكل السابق أنه تم تطوير نموذج يحتوي على 5 أبعاد تتمثل في: الاعتمادية، الأمان، الملموسية والاستجابة أصبحت عماد الأبحاث التي جاءت بعد هذا.

### 3- فجوات جودة الخدمة البنكية

إن من أهم أولويات البنك تقديم خدمات ذات جودة عالية وذلك من خلال العمل على التحسين المستمر للأداء ولا يتم ذلك إلا من خلال فهم وقياس فجوات جودة الخدمات المقدمة وتحديد أي الفجوات ذات أولوية للعمل على سدها، ويعد مقياس الفجوة من أهم الأدوات التي تحقق ذلك.

#### 3-1- فجوات جودة الخدمة البنكية والعوامل المؤثرة عليها

عند قيام البنك بتحديد وقياس فجوات جودة الخدمة البنكية فإن هناك مجموعة من الفجوات تعد المصدر الرئيسي لمشاكل الجودة في البنك وتؤثر على مجموعة من العوامل على حجم كل فجوة.

#### أ- فجوات جودة الخدمة البنكية:

هناك خمسة فجوات هي المصدر الرئيسي لمشاكل جودة الخدمات البنكية وهي كما يلي:

- 1- الفجوة 1: هي الفرق بين توقعات الزبائن وإدراكات إدارة البنك لهذه التوقعات.
- 2- الفجوة 2: هي الفرق بين إدراكات إدارة البنك لتوقعات الزبائن ومواصفات جودة الخدمة البنكية.
- 3- الفجوة 3: هي الفرق بين مواصفات جودة الخدمة البنكية والخدمة البنكية المتوقعة.
- 4- الفجوة 4: هي الفرق بين الخدمة المقدمة والاتصالات الخارجية نحو المستهلكين حول الخدمة البنكية المقدمة.
- 5- الفجوة 5: وهي الفرق بين توقعات وإدراكات الزبائن للخدمة البنكية.

قياس فجوة جودة الخدمة في البنوك التجارية-دراسة حالة عينة من زبائن البنوك التجارية بأم البواقي

تتأثر الفجوة 5 بباقي الفجوات من 1 إلى 4 ومنه فلا بد من تحليل هذه الفجوات لتحديد الإجراءات التصحيحية بغية التقليل من أو القضاء على الفجوة (Sui and Zhu, 2016, p 28).5.

### ب- العوامل المؤثرة على فجوات الخدمة البنكية

لكل فجوة من الفجوات السابقة لجودة الخدمة البنكية مجموعة من العوامل التي تؤثر عليها إما بتوسيع الفجوة أو تضيقها، تتمثل أهم هذه العوامل في:

#### الفجوة 1: الفرق بين توقعات الزبائن وإدراك إدارة البنك لهذه التوقعات

وتتكون هذه الفجوة نتيجة الفرق بين توقعات العميل وتصور هذه التوقعات من قبل إدارة البنك (Kadlubekand Grabara, 2015 , p 267)، حيث أن مديري البنوك هنا لا يفهمون ما يمكن أن يعتبره الزبائن جودة خدمة بنكية عالية، ويكون هذا نتيجة للعوامل التالية:

1- **بحوث التسويق:** تعتبر بحوث التسويق من أهم الوسائل التي تترك من خلالها الإدارة في البنك مستوى توقعات الزبائن، ومن هنا فإن مدى وطبيعة ونوعية البحوث التسويقية التي يقوم بها البنك يمكن أن يوسع أو يقلل من هذه الفجوة، فالدور الفعال لبحوث التسويق يؤثر على إدراك الإدارة لتوقعات الزبائن.

2- **الاتصالات الصاعدة:** تشير الكثير من الدراسات إلى أن الموظفين المكلفين بالاتصال بالزبائن يمكنهم التنبؤ بدقة بتوقعات المستهلكين وإدراكاتهم لمستوى خدمات البنك، وبالتالي فإن الاتصالات الصاعدة من موظفي الاتصال بالعملاء إلى الإدارة العليا يمكن أن يؤثر على الفجوة 1 فكلما كان الاتصال فعالا كلما تقلصت الفجوة.

3- **المستويات الإدارية:** يؤثر عدد المستويات الإدارية الموجودة بين موظفي الاتصال بالزبائن والإدارة العليا على الفجوة 1، حيث أن هذه المستويات تمنع الاتصال الجيد بين الطرفين نظرا للحوجز والعراقيل التي يمكن أن تضعها بين المرسل والمستقبل، وبالتالي كلما زاد عدد المستويات الإدارية بين موظفي الاتصال بالزبائن والإدارة العليا في البنك، من المتوقع أن تتسع الفجوة (Ditsa ,1998 ,p 756).

#### الفجوة 2: الفرق بين تصورات الإدارة لتوقعات الزبائن وترجمة التصورات إلى مواصفات جودة الخدمة

وتعرف بفجوة إدراك الإدارة لمواصفات جودة الخدمة حيث تتعلق هذه الفجوة بالفرق بين تصورات الإدارة لتوقعات المستهلك ومواصفات جودة الخدمة، أي فشل الإدارة في تحديد مواصفات جودة الخدمة المقدمة التي تتناسب مع توقعات الزبائن. (Arash and Samea 2010, p 2)

يمكن أن يتأثر حجم الفجوة 2 بالعوامل التالية:

1- **التزام الإدارة بجودة الخدمة:** إذا لم تلتزم إدارة البنك بجودة الخدمة فإن الفجوة 2 ستكون كبيرة، لذا وللتقليل من هذه الفجوة على الإدارة في البنك الالتزام الدائم بجودة الخدمة.

2- **تحديد الأهداف:** البنوك التي نجحت في تقديم مستويات عالية من الجودة إنما نجحت في ذلك من خلال تحديد أهداف محددة تتعلق بجودة خدماتها، إذ أن تحديد البنك لأهداف رسمية متعلقة بجودة خدماته يؤدي إلى تعريف البنك لماهية جودة الخدمة البنكية وكيفية توحيد الجهود لتحقيقها.

3- **تتميط المهام:** تتميط المهام المتعلقة بالخدمات التي يقدمها البنك يمكن أن يؤثر بشكل كبير على توسيع أو تضيق الفجوة 2، والهدف من ذلك كله هو محاولة تقديم خدمة ذات جودة عالية بنفس المستوى في كل الأوقات ولكل الزبائن، للقضاء على مشكلة تذبذب مستوى جودة الخدمة البنكية المقدمة. (Grapentine, 1998 , p 08)

### **الفجوة 3: الفرق بين الخدمة المقدمة ومواصفات جودة الخدمة**

تشير هذه الفجوة إلى فجوة أداء الخدمة، وتحدث عندما تكون الخدمة البنكية التي يتم تقديمها للزبائن مختلفة عن مواصفات إدارة البنك للخدمة بسبب الاختلافات في أداء موظفي الخدمة (Wright and Watkins, 1995,p 119)

من العوامل التي تؤدي لحدوث هذه الفجوة نذكر ما يلي: (Grapentine, 1998 , p 09)

1- **العمل الجماعي:** مدى شعور الموظفين بالارتباط بالبنك، والتزامهم الوظيفي.

2- **العمال المؤهلين:** قدرة الموظفين على أداء العمل المطلوب منهم.

3- **التكنولوجيا الملائمة:** ملاءمة الأدوات والتقنيات الموجودة بالبنك لتقديم الخدمة بالشكل المطلوب.

4- **السيطرة المتصورة:** مدى إدراك الموظفين أنهم يسيطرون على وظائفهم.

5- **أنظمة الرقابة الإشرافية:** مدى تقييم الموظفين لما يقومون به من سلوكيات وعمل منجز.

6- **الصراع على الأدوار:** الصراع المتصور بين توقعات العملاء وتوقعات البنك

### **الفجوة 4 : الفرق بين الخدمة المقدمة والاتصالات الخارجية نحو الزبائن**

وهي الفرق بين جودة الخدمة المقدمة من قبل البنك والاتصالات المتعلقة بتلك الخدمة المقدمة للعميل، سواء تمت هذه الاتصالات بشكل خاطئ أو تمت بشكل مبالغ فيه. (Kadlubek and Grabara, 2015 p 267)

من أهم العوامل التي يمكن أن تؤثر على الفجوة 4 نجد: (Grapentine, 1998 , pp 10-11)

1- **الاتصال الأفقي:** يشير الاتصال الأفقي إلى الاتصال داخل وبين الإدارات في البنك، إذ أن عدم التنسيق بين الإدارات من خلال الاتصالات الأفقية قد يؤدي إلى تضارب بين الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي.

2- **الإفراط في الوعود:** على البنك عند بثه للإعلانات والحملات الترويجية عدم الإفراط في وعود لا يستطيع الوفاء بها لأن ذلك قد يؤدي إلى تأثير عكسي على صورة البنك.

### **4- الدراسة الميدانية**

بغرض الإجابة عن إشكالية البحث واختبار فرضياته فقد تم القيام بدراسة ميدانية على عينة من زبائن البنوك التجارية بمدينة أم البواقي.

#### 4-1- مجتمع الدراسة وعينته

بالنظر لصعوبة إن لم نقل استحالة القيام بدراسة مسحية تشمل كافة عملاء البنوك التجارية الجزائرية، فقد تم الاعتماد على أسلوب دراسة الحالة، وعلى هذا الأساس فإن مجتمع الدراسة يتمثل في زبائن البنوك التجارية العاملة بمدينة أم البواقي وهي كلها بنوك عمومية، وقد وزع الباحث 280 استبيان على زبائن البنوك التجارية محل الدراسة، استرجع منها 263 استبيان، وتم استبعاد 12 استبياناً نظراً للتناقضات التي تضمنتها أو عدم إجابة المستقصى منهم على كافة أسئلة الاستبيان، فكان الحجم النهائي لعينة الدراسة هو 251 مفردة.

#### 4-2- ثبات أداة الدراسة

يوضح الجدول الموالي نتائج اختبار ألفا كرونباخ المتعلقة بجودة الخدمة البنكية

الجدول رقم 2: نتائج اختبار ألفا كرونباخ المتعلقة بجودة الخدمة البنكية

جودة الخدمة المتوقعة		جودة الخدمة المدركة		البعد
قيمة ألفا كرونباخ	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ	عدد العبارات	
0.867	4	0.654	4	الملموسية
0.713	5	0.701	5	الاعتمادية
0.735	4	0.922	4	الاستجابة
0.845	4	0.624	4	الأمان
0.697	5	0.668	5	التعاطف
0.734	22	0.815	22	أداة الدراسة

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

تشير نتائج الاختبار الموضحة أعلاه أن كل قيم معامل ألفا كرونباخ لفقرات القياس كانت أكبر من 0,60 وهو الحد الأدنى المقبول، وهي قيم تدل على ثبات واستقرار نتائج محاور أداة القياس لو أعيد الاختبار مع نفس الأفراد وفي نفس الظروف.

#### 4-3- التحليل الوصفي لعينة الدراسة

تضمن الاستبيان مجموعة من الأسئلة حول الخصائص الشخصية لأفراد العينة والمتمثلة في: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة ومدة التعامل مع الوكالة البنكية. (أنظر الملحق رقم 1) الملاحظ من الملحق رقم 1 أن أغلبية أفراد العينة هم من الذكور بنسبة 69.3% والباقي إناث وهذا لأن تعامل الذكور مع البنوك أكبر من الإناث. وكما يتضح أيضا الملحق رقم 1 أن أعلى نسبة في فئة العمر هي الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 41-50 سنة، فهي تمثل نسبة 39.1%، تليها مباشرة الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 31 و 40 سنة بنسبة 31.1%، فالملاحظ أن أغلبية أفراد العينة هم من الشباب، وهذا يعود لتعدد نشاطات هذه البنوك فيما يخص تمويل مشاريع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من خلال الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب. أما فيما يتعلق بالمستوى التعليمي وكما يوضحه الملحق رقم 1، فقد كان أغلب أفراد العينة من الجامعيين بنسبة 39.0%، ومن ذوي

المستوى الثانوي بنسبة % 35.9، فأغلبية أفراد العينة هم من الجامعيين و الثانويين. ويبين الملحق رقم 1 أيضا توزيع أفراد العينة حسب المهنة وفي هذا الصدد نجد أن أغلب معاملات البنوك محل الدراسة تتم مع التجار إذ تمثل هذه الفئة ما نسبته % 23.1 من مجموع أفراد العينة، ثم تليها فئة الموظفين بنسبة % 21.9. كما يتضح أيضا من خلال الجدول أعلاه نجد أن أكثر العملاء المستقصى منهم يتعاملون مع البنوك محل الدراسة منذ فترة تتجاوز 6 سنوات و تمثل هذه الفئة ما نسبته % 51.8

#### 4-4- تحليل فجوات جودة الخدمة البنكية

##### أ- إدراكات الزبائن لجودة الخدمة البنكية

##### 1- أعلى خمسة إدراكات لجودة الخدمة البنكية

يوضح الجدول الموالي متوسطات أعلى خمسة إدراكات لجودة الخدمة البنكية

الجدول رقم 3: أعلى خمسة إدراكات لجودة الخدمة البنكية

العبارة	متوسط الإدراكات
15- محافظة البنك على سرية المعلومات المتعلقة بالزبائن	4,57
7- عدم ارتكاب الأخطاء أثناء تقديم الخدمة	4,14
3- مظهر العاملين لائق	4,09
4- وجود تجهيزات ومعدات حديثة	4,04
22- الاستقبال الجيد للزبون من قبل الموظفين	3,99

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أكبر خمس إدراكات لجودة الخدمة البنكية، وكما هو موضح فإن أكبر متوسط حسابي كان للعبارة رقم 15 " محافظة البنك على سرية المعلومات المتعلقة بالزبائن " (بعد الأمان)، وأدنى متوسط حسابي كان للعبارة رقم 22 " الاستقبال الجيد للزبون من قبل الموظفين " (بعد التعاطف)، مما يدل على نجاح البنوك في بعض السياسات المتعلقة بتقديم الخدمات البنكية من بينها المحافظة على سرية المعلومات المتعلقة بالزبائن.

##### 2- أدنى إدراكات لجودة الخدمة البنكية

يوضح الجدول الموالي متوسطات أدنى خمسة إدراكات لجودة الخدمة البنكية

الجدول رقم 4: أدنى خمسة إدراكات لجودة الخدمة البنكية

العبارة	البعد	متوسط الإدراكات
10- الاستجابة الفورية لطلبات الزبائن	الاستجابة	1,88
11- السرعة في تقديم الخدمة	الاستجابة	1,96
8- السمعة الجيدة للبنك	الاعتمادية	2,04
18- الاهتمام الشخصي بالزبون	التعاطف	2,39
19- ملاءمة ساعات العمل لتقديم الخدمة	التعاطف	2,61

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

قياس فجوة جودة الخدمة في البنوك التجارية-دراسة حالة عينة من زبائن البنوك التجارية بأم البواقي

يبين الجدول السابق أدنى خمس إدراكات لجودة الخدمة البنكية، وكما هو موضح فإن أدنى متوسط حسابي كان للعبارة رقم 10 " الاستجابة الفورية لطلبات الزبائن "(بعد الاستجابة)، وأعلى متوسط حسابي كان للعبارة رقم 19 " ملائمة ساعات العمل لتقديم الخدمة "(التعاطف)، مما يدل على أن الأوقات التي تقدم فيها البنوك محل الدراسة خدماتها هي أوقات ملائمة للزبائن من جهة ومن جهة أخرى فإننا نلاحظ فشلا لدى البنوك محل الدراسة في ما يتعلق بالاستجابة بشكل فوري وسريع لطلبات الزبائن وهو ما يخفض مستوى جودة الخدمة المقدمة لدى هذه البنوك.

### ب: توقعات الزبائن لجودة الخدمة البنكية

#### 1- أعلى خمسة توقعات لجودة الخدمة البنكية

يوضح الجدول الموالي متوسطات أعلى خمسة توقعات لجودة الخدمة البنكية

#### الجدول رقم 5: أعلى خمسة توقعات لجودة الخدمة البنكية

العبارة	البعد	متوسط التوقعات
22- الاستقبال الجيد للزبون من قبل الموظفين	التعاطف	4,73
14- شعور الزبائن بالأمان في التعامل	الأمان	4,71
6- الحرص على حل مشاكل الزبون	الاعتمادية	4,70
21- التفهم الجيد لطلبات الزبون	التعاطف	4,64
15- محافظة البنك على سرية المعلومات المتعلقة بالزبائن	الأمان	4,61

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أعلى خمس توقعات لجودة الخدمة البنكية، وكما هو موضح فإن أدنى متوسط حسابي كان للعبارة رقم 15 " محافظة البنك على سرية المعلومات المتعلقة بالزبائن "(بعد الأمان)، وأعلى متوسط حسابي كان للعبارة رقم 22 " الاستقبال الجيد للزبون من قبل الموظفين "(التعاطف)، وعموماً فإننا نلاحظ الارتفاع الكبير لتوقعات الزبائن لاسيما فيما يخص الاستقبال الجيد للزبائن الذي يراه أفراد العينة شيئاً أساسياً لا بد أن توفره البنوك لزيائنها.

#### 2- أدنى توقعات لجودة الخدمة البنكية

يوضح الجدول الموالي متوسطات أدنى خمسة توقعات لجودة الخدمة البنكية

#### الجدول رقم 6: أدنى خمسة توقعات لجودة الخدمة البنكية

العبارة	البعد	متوسط التوقعات
17- امتلاك مقدمي الخدمة معارف كافية للرد على	الأمان	4,12
3- مظهر العاملين لائق	الملموسية	4,13
10- الاستجابة الفورية لطلبات الزبائن	الاستجابة	4,24
16- اللباقة والسلوك الجيد للموظفين	الأمان	4,24
2- وجود تسهيلات مادية	الملموسية	4,29

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أدنى خمس توقعات لجودة الخدمة البنكية، وكما هو موضح فإن أدنى متوسط حسابي كان للعبارة رقم 17 " امتلاك مقدمي الخدمة معارف كافية للرد على " (بعد الأمان)، وأعلى متوسط حسابي كان للعبارة رقم 2 " وجود تسهيلات مادية " (بعد الملموسية)، مما يدل على انخفاض توقعات الزبائن فيما يتعلق بامتلاك الموظفين لمؤهلات ومعارف تمكنهم من الإجابة عن تساؤلات واستفسارات الزبائن وهذا قد يرجع لاعتماد الزبائن على طرق أخرى للحصول على الأجوبة التي يحتاجونها.

### ج- فجوات جودة الخدمة البنكية

#### 1- أعلى فجوات لجودة الخدمة البنكية

يوضح الجدول الموالي متوسطات أعلى خمسة فجوات لجودة الخدمة البنكية  
الجدول رقم 7: أعلى خمسة فجوات لجودة الخدمة البنكية

العبارة	البعد	الفجوة
11- السرعة في تقديم الخدمة	الاستجابة	2,50 -
8- السمعة الجيدة للبنك	الاعتمادية	2,47 -
10- الاستجابة الفورية لطلبات الزبائن	الاستجابة	2,36 -
18- الاهتمام الشخصي بالزبون	التعاطف	2,19 -
12- استعداد مقدمي الخدمة لمساعدة الزبائن	الاستجابة	1,94 -

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول السابق أعلى خمس فجوات لجودة الخدمة البنكية، وكما هو موضح فإن أعلى فجوة بين الإدراكات والتوقعات كانت للعبارة رقم 11 " السرعة في تقديم الخدمة " (بعد الاستجابة) حيث بلغت هذه الفجوة -2.50، وأدنى فجوة كانت للعبارة رقم 12 " استعداد مقدمي الخدمة لمساعدة الزبائن " (بعد الاستجابة)، مما يدل على القصور الكبير للبنوك محل الدراسة في الاستجابة لتطلعات الزبائن فيما يخص إنجاز وتقديم الخدمة بالسرعة المطلوبة، وهو ما يستلزم منها بذل الكثير من الجهود لتقليص هذه الفجوة من خلال الاعتماد أكثر على التكنولوجيا في تقديم الخدمة والعمل على غرس ثقافة التوجه نحو الزبون لدى موظفي هذه البنوك.

#### 2- أدنى فجوات لجودة الخدمة البنكية

يوضح الجدول الموالي متوسطات أدنى خمسة فجوات لجودة الخدمة البنكية  
الجدول رقم 8: أدنى خمسة فجوات لجودة الخدمة البنكية

العبارة	البعد	الفجوة
3- مظهر العاملين لائق	الملموسية	0,04 -
15- محافظة البنك على سرية المعلومات المتعلقة بالزبائن	الأمان	0,04 -
17- امتلاك مقدمي الخدمة معارف كافية للرد على	الأمان	0,17 -
استفسارات الزبائن	الاعتمادية	0,44 -

7- عدم ارتكاب الأخطاء أثناء تقديم الخدمة	الملموسية	0,49 -
2- ملاءمة المكان لتقديم الخدمة		

**المصدر:** من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

كما هو موضح في الجدول أعلاه فإن أدنى كان للعبارة رقم 3 " مظهر العاملين لائق " (بعد الملموسية) حيث بلغت الفجوة -0.04، وكما نلاحظ فإن هناك تقاربا كبيرا بين توقعات وإدراكات الزبائن لهذه العبارة نظرا لاهتمام زبائن البنك بهندامهم من جهة وانخفاض مستوى توقعات الزبائن نحو هذه العبارة من جهة أخرى، بينما نجد أن أعلى فجوة كانت للعبارة رقم 2 " ملاءمة المكان لتقديم الخدمة " (بعد الملموسية).

## 2- ترتيب فجوات جودة الخدمة البنكية:

يمكن ترتيب فجوات جودة الخدمة البنكية من أعلاها إلى أدناها حسب ما يبينه الجدول التالي:

**الجدول رقم 9:** ترتيب فجوات جودة الخدمة البنكية حسب حجمها من الأعلى إلى الأدنى

الترتيب	البعد	المدرک	المتوقع	الفجوة
1	الاستجابة	2.34	4.40	2.04 -
2	التعاطف	3.07	4.58	1.51 -
3	الاعتمادية	3.14	4.54	1.40 -
4	الملموسية	3.79	4.35	0.56 -
5	الأمان	3.94	4.42	0.48 -
	جودة الخدمة	3.24	4.46	1.22 -

**المصدر:** من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

حسب الجدول أعلاه فإن أعلى فجوة سجلها بعد الاستجابة بحجم قدره - 2.04 وهي فجوة عالية توضح مدى فشل البنوك في الرد على احتياجات و طلبات العملاء بشكل سريع و التعامل مع هم برحابة صدر والترحيب والرد على استفساراتهم، كما أن بعد التعاطف سجل الفجوة الثانية بمقدار - 1.51 وهو ما يبين عدم الاهتمام بشكل شخصي بالزبائن و إشعارهم بأهميته م والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاتهم، وقد سجلت الاعتمادية الفجوة الثالثة حجما قدره - 1.40 وهو حجم مرتفع يوضح عدم قدرة البنوك محل الدراسة على تقديم الخدمات في الوقت المحدد، والوفاء بوعودها والتزاماتها، أما بالنسبة للفجوة الرابعة فقد كانت لبعد الملموسية وهي فجوة منخفضة إذ سجلت حجما قدره - 0.56 وهو ما يبين النجاح النسبي للبنوك في الجوانب الملموسة ومظهر الموظفين اللائق وغيرها، وقد سجل بعد الأمان أدنى فجوة بحجم قدره - 0.48 وهو ما يبين الشعور النسبي للزبائن بالاطمئنان و تقديم البنوك لخدمة تخلو من من الخطأ أو الخطر أو الشك.

## 4-5- اختبار فرضيات الدراسة:

تنص الفرضية الرئيسية على أنه: "لا توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لأبعاد جودة الخدمة البنكية"

وقد تم تقسيم هذه الفرضية إلى الفرضيات الفرعية التالية:

أ- الفرضية الفرعية الأولى: التي تنص على أنه "توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعد الملموسية" وبغرض اختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام اختبار T للعينات المرتبطة (غير المستقلة) كما يلي:

## الجدول رقم 10: اختبار T للعينات غير المستقلة لبعد الملموسية

Sig.	درجات الحرية	قيمة T	الفروق المرتبطة			
			المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	%95 مجال الثقة للفروق
0.000	250	-15.57	0.565	0.577	0.036	-0.637 - 0.49

الملموسية المدركة - الملموسية المتوقعة

## المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.000$  وهي أقل من 0.05 وهو دليل كاف لإثبات صحة الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على أن هناك فروقا بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعد الملموسية، مما يعني وجود فجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة فيما يتعلق ببعد الملموسية، فإدراكات الزبائن لهذا البعد لا تتوافق مع توقعاتهم، وهو ما يدل على فشل البنوك في تحقيق توقعات الزبائن فيما يتعلق بهذا البعد.

ب- الفرضية الفرعية الثانية: والتي تنص على أنه:

"توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعد الاعتمادية" ويظهر الجدول الموالي نتائج اختبار T للعينات المرتبطة (غير المستقلة) لبعد الاعتمادية:

## الجدول رقم 11: اختبار T للعينات غير المستقلة لبعد الاعتمادية

Sig.	درجات الحرية	قيمة T	الفروق المرتبطة			
			المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	%95 مجال الثقة

0.000	250	31.07 -	1.30-	1.48 -	0.045	0.713	1.39 -	-
الاعتمادية								
المدركة -								
الاعتمادية								
المتوقعة								

**المصدر:** من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.000$  وهي أقل من 0.05 وهو دليل كاف لإثبات صحة الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على أن هناك فروقا بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعدها الاعتمادية، مما يعني وجود فجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة فيما يتعلق بهذا البعد، فإدراكات الزبائن لهذا البعد لم تصل إلى مستوى توقعاتهم، وهو ما يدل على عدم قدرة البنوك على تحقيق التوقعات التي يصبو إليها الزبائن فيما يتعلق بهذا البعد.

**ج- الفرضية الفرعية الثالثة:** والتي تنص على أنه:

" توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعدها الاستجابة" ويظهر الجدول الموالي نتائج اختبار T للعينات المرتبطة (غير المستقلة) لبعدها الاستجابة:

**الجدول رقم 12:** اختبار T للعينات غير المستقلة لبعدها الاستجابة

Sig.	درجات الحرية	قيمة T	الفروق المرتبطة					
			المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري			
0.000	250	34.2-	1.94 -	2.18 -	0.060	0.9557	2.06 -	-
الاعتمادية								
المدركة -								
الاعتمادية								
المتوقعة								

**المصدر:** من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.000$  وهي أقل من 0.05 وهو ما يدل على صحة الفرضية الفرعية الثالثة القائلة بوجود فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعدها الاستجابة، أي أن هناك فجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة فيما يتعلق ببعدها الاستجابة، فإدراكات الزبائن لهذا البعد لم تصل إلى مستوى توقعاتهم، وهو ما يدل على فشل البنوك محل الدراسة تحقيق تطلعات وتوقعات الزبائن فيما يتعلق بهذا البعد.

**د- الفرضية الفرعية الرابعة:** والتي تنص على أنه: " توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعدها الأمان". ويظهر الجدول الموالي نتائج اختبار T للعينات المرتبطة (غير المستقلة) لبعدها الأمان:

## الجدول رقم 13: اختبار T للعينات غير المستقلة لبعده الأمان

Sig.	درجات الحرية	قيمة T	الفروق المرتبطة					
			المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	95% مجال الثقة الأدنى	الأعلى	
0.000	250	11.6-	0.40-	0.56-	0.662	0.9553	0.48 -	الأمان المدرك - الأمان المتوقع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.000$  وهي أقل من 0.05 وهو دليل كاف لإثبات صحة الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على أن هناك فروقا بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعده الأمان، مما يعني وجود فجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة فيما يتعلق بهذا البعد، فإدراكات الزبائن لهذا البعد لم تصل إلى مستوى توقعاتهم، وهو ما يدل على عدم قدرة البنوك على تحقيق التوقعات التي يصبو إليها الزبائن فيما يتعلق بهذا البعد.

هـ- الفرضية الفرعية الخامسة: والتي تنص على أنه: " توجد فروق بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعده التعاطف" ويظهر الجدول الموالي نتائج اختبار T للعينات المرتبطة لبعده التعاطف:

## الجدول رقم 14: اختبار T للعينات غير المستقلة لبعده التعاطف

Sig.	درجات الحرية	قيمة T	الفروق المرتبطة					
			المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري	95% مجال الثقة الأدنى	الأعلى	
0.000	250	34.8-	1.45-	1.59-	00433	0.6867	1.51 -	التعاطف المدرك - التعاطف المتوقع

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن  $\text{Sig. (2-tailed)} = 0.000$  وهي أقل من 0.05 وهو ما يدل على صحة الفرضية الفرعية الخامسة التي تنص على أن هناك فروقا بين إدراكات الزبائن وتوقعاتهم لجودة الخدمة فيما يتعلق ببعده التعاطف، مما يعني وجود فجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة فيما يتعلق بهذا البعد، فإدراكات الزبائن لهذا البعد لم تصل إلى مستوى توقعاتهم، وهو ما يدل على فشل البنوك محل الدراسة في تحقيق توقعات الزبائن فيما يتعلق بهذا البعد.

## 5-خاتمة

من خلال هذا البحث الذي تناول قياس مختلف فجوات جودة الخدمة البنكية تم التوصل للنتائج التالية:

- سجلت أعلى الإدراكات فيما يتعلق بمحافظه البنك على سرية المعلومات وأدائها فيما يتعلق بالاستجابة الفورية لطلبات الزبائن.
- سجلت أعلى التوقعات فيما يخص الاستقبال الجيد من قبل العاملين في البنوك وأدائها فيما يتعلق بامتلاك الموظفين للمعارف الكافية للرد على الاستفسارات.
- هناك فجوة سالبة نحو كل أبعاد جودة الخدمة البنكية وهو ما يدل على عدم رضا الزبائن عن جميع أبعاد جودة الخدمة البنكية.
- سجل بعدي الاستجابة والتعاطف أعلى الفجوات وهو يدل على فشل البنك في تقديم الخدمة بالسرعة المطلوبة وكذا الاهتمام الشخصي بالزبائن.
- حسب حجم الفجوات فإن ترتيب أبعاد جودة الخدمة البنكية بناء على مستوى الرضا عنها كان كالتالي: الأمان، الملموسية، الاعتمادية، التعاطف ثم الاستجابة.
- حسب تقييم الزبائن لأبعاد جودة الخدمة البنكية المدركة ومدى توفرها في البنوك التجارية كان كالتالي: الأمان، الملموسية، الاعتمادية، التعاطف ثم الاستجابة.
- توصلت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين كل أبعاد جودة الخدمة البنكية المدركة والمتوقعة، وهو ما يبين وجود اختلاف بين المتوقع والمدرك في هذه الأبعاد.
- بناء على النتائج السابقة يمكن تقديم مجموعة من التوصيات التالية للبنوك التجارية:
  - الاهتمام أكثر بجودة الخدمة المقدمة وتحسينها المستمر لتكون في مستوى تطلعات الزبائن في البنوك التجارية.
  - عدم المبالغة في تقديم وعود كبيرة للزبائن لا تستطيع البنوك الوفاء بها لأن ذلك من شأنه الإضرار بصورة هذه البنوك ويخفض من مستوى جودة الخدمة المقدمة.
  - الاعتماد على الأبحاث والدراسات التسويقية والمسوحات الميدانية لتحديد حاجات ورغبات وكذا مستوى التوقعات لدى زبائن البنوك التجارية للعمل على إشباعها وتحقيق تطلعات وتوقعات الزبائن.
  - جعل مفهوم الجودة كفلسفة عمل للبنوك التجارية ومن ثم ستُعتمد كأولوية عند إعداد الإستراتيجية التسويقية لهذه البنوك.

- تسهيل إجراءات تقديم الخدمة ووقت الحصول عليها وكذا عدم إرجاء تقديمها لزيادة مستوى الجودة المقدمة.
- العمل على مواكبة التطورات التكنولوجية التي يشهدها القطاع البنكي عالميا من خلال إدخال مختلف التقنيات الحديثة التي ستسهم في تسريع وتسهيل تقديم الخدمة لتحسين مستوى جودتها.

## المراجع

- Akhade, G.N. ; Jaju, S.B. and Lakhe, R.R. (2016). "Healthcare Service Quality Dimensions in Various Countries". *Journal of Nursing and Health Science*, 5(3): 70-76.
- Chen, K.J.; Hsu, Y.L. and Chen, M.L. (2007). "The Study of Chain Department Stores Service Quality in Taipei". *The Journal of Human Resource and Adult Learning*. 3(2): 243-254.
- Al-Habil, W.I. ; Al Hila, A.A. ; Al Shobaki, M.M. ; Abu Amuna, Y.M. and Abu Naser S.S. (2017). 'The Impact of the Quality of Banking Services on Improving the Marketing Performance of Banks in Gaza Governorates from the Point of View of Their Employees'. *International Journal of Engineering and Information Systems*, 1(7): 197-217.
- Camilleri, S.J.; Cortis, J. and French M.D. (2014). 'Service Quality and Internet Banking Perceptions of Maltese Retail Bank Customers'. *Bank of Valletta Review*. 48: 1-17.
- Atiyah, L.A. (2017). 'Impact of service quality on customer satisfaction'. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. 11(5): 20-28.
- Sui, L.P. and Zhu, R. (2016). 'ServiceQuality fo Facilities Management in Hospitals'.Singapore: Springer.
- Kadlubek, M. and Grabara, J. (2015). 'Customers Expectations and Experiences Within Chosen Aspects for Logistic Customer Service Quality'. *International Journal Of Quality Research*. 9(2): 265-278.
- Ditsa, G.E.M. (1998). "Combating the software crisis: Service quality and force-field approach". In Mehdi Khosrowpour (ed), *Effective Utilization and Management of Emerging Information Technologies* (pp 752-761). Boston: Idea Group Publishing.
- Arash S. and Samea M. (2010). *Developing the Models of Service Quality Gaps: A Critical Discussion*, Business Management and Strategy. 1(1): 1-11.
- Grapentine, T. (1998), "The history and future of service quality assessment: connecting customer needs and expectations to business process", *Marketing Research*. 10(4): 5-10.
- Wright M. and Watkins T. (1995). *Marketing Financial Services*, second edition, Butterworth Heineman publications.
- Kadlubek M. and Grabara J. (2015). *Customers Expectations and Experiences Within Chosen Aspects for Logistic Customer Service Quality*, *International Journal Of Quality Research*, 9(2): 265-278.

Kulašin, D. and Fortuny-Santos, J. (2005, November). Review of the Servqual Concept, 4th Research/expert Conference with International Participation "QUALITY 2005" Fojnica, B&H.

### الملاحق

#### الملحق رقم 1: الخصائص الشخصية لأفراد العينة

النسبة المئوية	التكرار	الفئة	الوصف
69.3	174		الجنس
		ذكر	
30.7	77	أنثى	
16.7	42	من 18 إلى 30 سنة	العمر
31.1	78	من 31 إلى 40 سنة	
39.1	98	من 41 إلى 50 سنة	
13.1	33	أكبر من 50 سنة	
16.0	15	أمي	المستوى التعليمي
19.1	48	مستوى ابتدائي أو متوسط	
35.9	90	مستوى ثانوي	
39.0	98	مستوى جامعي	
20.3	51	عامل في القطاع الفلاحي	المهنة
19.1	48	صاحب مؤسسة	
23.1	58	تاجر	
21.9	55	موظف	
15.5	39	مهنة أخرى	
21.5	54	أقل من 3 سنوات	مدة التعامل
26.7	67	من 3 إلى 6 سنوات	
51.8	130	أكثر من 6 سنوات	

المصدر: من إعداد الباحث بناء على مخرجات برنامج SPSS

**MEASURING THE SERVICE QUALITY GAPE IN COMMERCIAL BANKS: A CASE STUDY OF  
A SAMPLE OF COMMERCIAL BANKS CUSTOMERS IN OUM EL BOUAGHI**Abdelakrim HASSANI <sup>a</sup> ★, Djebar BOUKETIR <sup>b</sup>

a .abdelakrimhassani@gmail.com, Oum el Bouaghi University, Algeria.

b .djebarbouketir@yahoo.fr Oum el Bouaghi University, Algeria.

Received date: 15/ 08/2019, Accepted date: 07/ 10/2019, online publication date: 30/ 01/2020

**ABSTRACT**

*This study aimed to measure the gap between expectation service quality and perception service quality in the banks of Public sectors in Algeria. To attain the aim of this study a random sample of customers was chosen to conduct this study within.*

*Data were collected from 251 customers of public banks sector using structured questionnaire, this questionnaire was designed and applied to measure expectations and perceptions of customers. For the purpose of this study, we use certain statistical analysis methods such as paired T-test, means, to test study's hypothesis. The results of statistical analysis showed that there are significant statistical differences between the expectations and perceptions of the customers with respect to all service quality dimensions (tangibility, reliability, responsiveness, assurance, empathy). Also results shows that there is a negative gap between the expectations and perceptions of the customers with respect to all service quality dimensions.*

**Keywords:** Banking service quality, Banking service quality dimensions, Expectations, perceptions.

**JEL Codes:** M31, G29, G21.

---

★ **Corresponding Author:** Abdelakrim HASSANI, abdelakrimhassani@gmail.com.