

الآية

بسم الله الرحمن الرحيم

قال تعالى: ﴿أَمْ مَنْ يَبْدَأُ الْخَلْقَ ثُمَّ يُعِيدُهُ وَمَنْ يَرْزُقُكُمْ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ أَلِلَّهُ مَعَ اللَّهِ قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِن كُنْتُمْ صَادِقِينَ }.

صدق الله العظيم

سورة النمل

الآية (64)

الإهداء

إلى..

من قال فيهما الله تعالى: ﴿وَخِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا﴾ (سورة الإسراء ، الآية 24).

إلى ..

نوري في الدنيا وشفاعتي في الآخرة وإلى من كنت أتمنى أن تراني كما تحب ، وأسأل الله أن يجعل لك الفردوس نْزْلاً ...

والدتي الحبيبة (رحمها الله)

إلى..

من أتوَّشح بصبره الجميل .. وإلى من أحمل أسمه بكل فخر وإعزاز
والدي العزيز (أمد الله في عمره)

إلى ..

من أتمنى أن يعينهم الله في مسيرة حياتهم
أخواني وأخواتي

إلى..

رفقاء الدرب والمسيرة ومن جعلوا الدرب سهلاً وشيقاً
زملائي

إلى ..

من احترقوا لينيروا لنا الطريق ، وأعطوا وما بخلوا
أساتذتي الأجلاء

إلى ..

كل طالب للعلم والمعرفة

إليكم جميعاً أهدي هذا البحث راجياً القبول ، ، ،

الشكر والتقدير

قال تعالى: ﴿لَا دِينَ شَكَرْتُمْ لِأَزِيْنَكُمْ﴾ الحمد والشكر لله سبحانه وتعالى، وقال رسولنا الكريم (p):
(إن الحوت في البحر والطير في السماء ليصلون على **معلمي** الناس الخير).
والشكر والتقدير لمنازة العلم جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، التي أعطتنا الفرصة السانحة
لنكون من ضمن طلابها الطامحين لنيل درجة الماجستير والناهلين من علمها الغزير ، كما أقدم
أسمى آيات الشكر والتقدير إلى أستاذي الذي أشرف على هذا البحث د/ صديق بلل إبراهيم ، فقد

كان خير موجه ومعين ولم يبخل عليّ بنصح ولا إرشاد ، وله مني كل الشكر وأجزل التقدير لتوجيهاته القيمة التي كان لها الأثر العظيم على تنقيح هذا البحث وخروجه في صورته النهائية.

كما أخص بالشكر أسرة مكتبة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ومكتبة جامعة الخرطوم ومكتبة جامعة النيلين.

كما أشكر كل أخوتي وزملائي الذين أعانوني ، وكانوا لي خير معين وخير زاد.

مستخلص الدراسة

نسبةً للتسارع والتقدم التكنولوجي في مجال صناعة الخدمة المصرفية ، كان لابد من الاهتمام بالبراهين المادية في تقديم الخدمة ، وكذلك دراسة سلوك العميل المصرفي والذي بدوره يؤدي إلى إدراك الخدمة ، وبالتالي خلق ميزة تنافسية للمصارف. إلا أن البحث في الدراسات السابقة بيّن أن معظم الدراسات التي تناولت هذا الموضوع كانت في دول متقدمة ، وأن معظمها تناولت أثر البراهين المادية على سلوك المستهلك بصورة عامة لذا تناولت هذه الدراسة (البراهين المادية وأثرها على سلوك العميل المصرفي) ، تهدف الدراسة إلى معرفة مستوى تقييم عملاء المصارف السودانية للبراهين المادية ، ودراسة العلاقة بين البراهين المادية والسمعة المنقولة ومعرفة مكونات البراهين المادية ، وللوصول لهذه الأهداف تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان كأسلوب لجمع البيانات من

العملاء ، حيث تم توزيع عدد (350) بنسبة استرداد بلغت 85% ، وللتأكيد من جودة المقاييس تم استخدام التحليل العاملي واختبار الفرضيات تم استخدام أسلوب الانحدار والارتباط ، توصلت الدراسة إلى أن هنالك علاقة ايجابية بين مكونات البراهين المادية وسلوك العميل نحو البنك ، وأيضاً توجد علاقة ايجابية بين التسهيلات الداخلية والأخرى نحو سلوك العميل. كما لا توجد علاقة بين التسهيلات الخارجية وأسلوب العميل نحو المصرف ، وأخيراً توصلت الدراسة إلى نتيجة إضافية من خلال التحليل العاملي لمتغيرات الدراسة أنه توجد علاقة إيجابية بين البراهين المادية وسلوك العاملين بالمصرف ، كما أوصت الدراسة بضرورة التركيز على مكونات البراهين المادية خاصة التسهيلات الداخلية والأخرى ، لما لها من أثر في سلوك العميل المصرفي وضرورة استخدام أحدث التقنيات المصرفية في تقديم الخدمة.

Abstract

In view of rapid technology development in banking services industry, it is necessary to consider the physical evidences for providing service and study the behavior of bank's customer, and so the customer would realize the type of service provided. This, in turn, achieving a competitive **developed** among banks. The former studies in this respect were conducted in advanced counters and most of them generally concerned with the effect of the physical evidences of services provided on the customer's behavior. This study has focused on the physical evidences and their effects on the banking customer's behavior.

The study is aimed at identifying the Sudanese banks' customer level of evaluating the physical evidences of services provided and studying the relation between the physical evidences and the bank' image as well as determining the physical evidences components.

The descriptive analysis approach and questionnaire were used. 350 questionnaires were distributed to customers and 85% of them were collected. The factoring analysis was applied to ensure the quality of measurement and also the regression and correlation methods were used to test the hypotheses.

Findings: There is a significant relation between the physical evidences components and customer's behavior towards the bank. Also, there is another significant relation between the internal facilities and other facilities related to the customer's behavior. However, there is insignificant relation between the external facilities and the customer's behavior towards the bank. Further conclusion indicates that there is a significant relation between the physical evidences and staff of the bank.

The study recommends that concentration on the physical evidences related to the internal facilities and others should be emphasized because of their effects on the customer's behavior and it is necessary to apply the latest banking technology for providing service.

فهرس الموضوعات

رقم الصفحة	الموضوع
أ	الآية
ب	الإهداء
ج	الشكر والتقدير
د	مستخلص الدراسة
هـ	مستخلص الدراسة باللغة الإنجليزية
و	فهرس الموضوعات
ط	فهرس الجداول
ي	فهرس الأشكال

الفصل الأول: الاطار العام للدراسة	
2	0/1 المقدمة
2	1/1 مشكلة الدراسة
3	2/1 أسئلة الدراسة
3	3/1 أهداف الدراسة
3	4/1 أهمية الدراسة
4	5/1 تعريفات إجرائية
5	6/1 تنظيم الدراسة
الفصل الثاني: البراهين المادية وسلوك المستهلك المصرفي	
7	0/2 المقدمة
8	1/2 تمهيد لمفهوم جودة الخدمة المصرفية
8	2/2 أهمية جودة الخدمة
8	3/2 معايير جودة الخدمة
12	4/2 ماهية البراهين المادية
12	5/2 أقسام الأدلة والبراهين
13	6/2 البراهين المادية
13	7/2 أهمية البراهين المادية في تنميط الخدمات
14	8/2 أهمية البراهين المادية للعاملين والعملاء
14	9/2 عناصر البراهين المادية
14	10/2 أنواع الخدمات المصرفية وفقاً للبراهين المادية
16	11/2 كلمة الفم Word of mouth
16	12/2 تعريف كلمة الفم Word of Mouth
17	13/2 طرق تعزيز كلمة الفم Word of Mouth
18	14/2 إستراتيجيات تطوير كلمة الفم (WOM)
18	15/2 مفهوم سلوك المستهلك
19	16/2 تطور سلوك المستهلك
20	17/2 العوامل المحددة لسلوك المستهلك المصرفي
21	18/2 العوامل الداخلية المؤثرة في سلوك المستهلك المصرفي

21	19/2 العوامل الخارجية المؤثرة في سلوك المستهلك
21	20/2 اتخاذ القرار الشرائي للخدمة المصرفية
23	21/2 أسباب اختيار العميل للمصرف المناسب
24	22/2 علاقة البراهين المادية في تحقيق رضا العميل المصرفي
24	23/2 مفهوم الرضا لدى العميل
25	24/2 أساليب تحقيق رضا العملاء
25	25/2 مؤشرات رضا العميل
25	26/2 نتائج الرضا
الفصل الثالث: نموذج ومنهجية الدراسة	
27	0/3 المقدمة
27	1/3 العلاقة بين البراهين المادية وسلوك العميل المصرفي
27	2/3 فروض الدراسة
28	3/3 منهجية الدراسة
31	4/3 أساليب التحليل الإحصائي
31	5/3 الأساليب الإحصائية المستخدمة
الفصل الرابع: تحليل البيانات واختبار الفروض	
34	0/4 المقدمة
34	1/4 تحليل البيانات
34	2/4 تحليل البيانات الشخصية
36	3/4 التحليل العاملي لمكونات البراهين المادية
37	4/4 تحليل درجة الاعتمادية
38	5/4 التحليل العاملي لمتغير سلوك العميل نحو البنك
39	6/4 بنود الإستبانة التي حذفت والتي لم تحذف
40	7/4 المتوسطات والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة
40	8/4 تحليل الارتباط (Person Correlation)
41	9/4 تحليل الانحدار المتعدد
42	10/4 الانحدار لمكونات البراهين المادية وسلوك العاملين Beta coefficient
43	11/4 ملخص اختبار الفروض
43	12/4 مبررات خروج كلمة الفم (WOM)

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات	
45	0/5 المقدمة
45	1/5 مناقشة النتائج
46	2/5 مناقشة مستوى ادراك عملاء المصارف السودانية للبراهين المادية
46	3/5 مناقشة مستوى كلمة الفم (WOM)
47	4/5 مناقشة أبعاد البراهين المادية وتأثيرها على سلوك العملاء
48	5/5 محددات الدراسة
48	6/5 التوصيات
49	7/5 دراسة مستقبلية
50	الخاتمة
51	قائمة المصادر والمراجع
الملاحق	
54	ملحق (1)
58	ملحق (2)
62	ملحق (3)

فهرس الجداول

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
29	يوضح العبارات التي فسرت متغير التسهيلات الخارجية	(1/3)
29	يوضح العبارات التي فسرت متغير التسهيلات الداخلية	(2/3)
30	يوضح العبارات التي فسرت متغير التسهيلات الأخرى	(3/3)
30	يوضح العبارات التي فسرت متغير التسهيلات الأخرى	(4/3)
31	يوضح العبارات التي فسرت متغير التسهيلات الأخرى	(5/3)

34	نسبة الاستجابة	(1/4)
35	تحليل البيانات الشخصية	(2/4)
36	التحليل العاملي لمكونات البراهين المادية	(3/4)
37	يوضح تحليل درجة الاعتمادية	(4/4)
38	التحليل العاملي لمتغير سلوك العميل نحو البنك	(5/4)
39	بنود الإستبانة التي حذفت والتي لم تحذف	(6/4)
40	المتوسطات والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة	(7/4)
41	Table Person's تحليل الارتباطات بين متغيرات الدراسة Correlation Coefficient for All Variables	(8/4)
42	الانحدار لمكونات البراهين المادية وسلوك العملاء نحو البنك Beta coefficient	(9/4)
42	Beta الانحدار لمكونات البراهين المادية وسلوك العاملين coefficient	(10/4)
43	ملخص اختبار الفروض	(11/4)

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
10	يوضح مقاييس جودة الخدمات	(1/2)
20	العوامل الداخلية والخارجية المؤثر في سلوك المستهلك المصرفي	(2/2)
27	نموذج الدراسة المقترح	(1/3)
37	يوضح نموذج الدراسة المعدل	(1/4)

