

ملحق رقم(1) الدراسات السابقة

الرقم	المؤلف	عنوان الدراسة	المتغيرات المستقلة	المتغيرات التابعة	منهج الدراسة	أهم النتائج	التوصية بحوث مستقبلية
1	رشا جمال رشيد حنون - جواد عبد الرحمن - حج أسعد - عبد الغني فواز سليمان محمد وليد إسماعيل. عام 2009-2010م جامعة النجاح الوطنية، مشروع تخرج	العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء في المصارف التجارية	الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، الأمان، العاطفة	رضا العملاء	الوصفي السببي	هناك علاقة بين كل أبعاد جودة الخدمة المصرفية في تحقيق رضا العملاء ما عدا بعد الاستجابة.	أن تقوم البنوك بإجراء دراسات لمتابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية. -ضرورة العمل على دراسات أخرى مماثلة لموضوع العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة المصرفية ورضا العملاء في المصارف التجارية بحيث تتناول بشكل موسع مجتمع دراسي أعلى.
2	بليالي عبد النبي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة عام 2010م، رسالة ماجستير	دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية تم كسب رضا الزبائن دراسة حالة عينة من البنوك التجارية (BDL-BNA-BADA) بادرار	التسويق الداخلي جودة الخدمات المصرفية	رضا الزبائن	الوصفي التحليلي	اهتمام الوكالات البنكية بالعمل دون الاهتمام بمتطلبات وحاجات العاملين إهمال الأبعاد الإنسانية عند التعامل مع الزبائن بسبب عدم الاهتمام بحاجات ورغبات العاملين.	-التسويق الداخلي ودوره في تحقيق رضا العاملين. -التسويق الداخلي كمدخل لكسب ميزة تنافسية لدى المؤسسة الخدمية. -أثر جودة الخدمات المصرفية على كسب رضا الزبائن. -إدارة الجودة الشاملة ودورها في تنفيذ أساليب وإجراءات التسويق الداخلي.
3	سومر أديب ناصر - د. بيان حرب - د. علي ميا مجلة جامعة تشرين	أثر تسويق الخدمات المصرفية على سلوك العملاء بالتطبيق على المصارف العامة	جودة الخدمات المصرفية الحالية أسعار الخدمات المصرفية الحالية ترويج الخدمات	إقبال العملاء	الوصفي التحليلي	لا تقدم التسهيلات الكافية - الأسعار الحالية التي تفرضها المصارف محل الدراسة على خدماتها تناسب العملاء وتحقق رضاهم.	لا توجد

	للبحوث والدراسات العلمية، عام 2008م	في محافظة اللاذقية	المصرفية الحالية توزيع الخدمات المصرفية الحالية. أداء الأفراد العاملين البيئة المادية الحالية عملية تقديم الخدمات المصرفية الحالية.			- موقع الإدارة العامة لا يساعدهم على إتمام معاملاتهم. بسبب عدم وجود اللوحات الإرشادية ووسائل النقل المناسبة. - الواقع الحالي لأداء الأفراد العاملين غير جيد ولا يحقق رضا العملاء. - لا تتوافر الأجهزة التكنولوجية بالمستوى المطلوب الذي يتوقعه العملاء. - إن العملاء غير راضين في الواقع الحالي لعملية تقديم الخدمات ابتداء من الاستقبال والترحيب وصولاً إلى الحرية المعطاة للأفراد العاملين في العمل.
4	بوعنان نور الدين، جامعة محمد بوضياف المسيلة، رسالة ماجستير عام 2006- 2007م	جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسككدة	الجودة المدركة للخدمة المقدمة	رضاء العملاء	الوصف في التحليل	- عملية الاتصال بين المؤسسة المينائية لسككدة وعملائها ضعيفة - أغلبية عملاء المؤسسة وضعوا خدمة الشحن والتفريغ في المرتبة الأولى فهذه الخدمة تحتاج إلى يد عاملة كبيرة. - عملاء المؤسسة المينائية لسككدة أن الأداء الفعلي للخدمة المينائية المقدمة يتميز بالضعف في أغلب مظاهره. - يرجع انخفاض جودة الخدمة المينائية إلى عدم وجود أماكن كافية لتوقيف السيارات والشاحنات. - طول فترة الرد على شكاوي العملاء.
5	وسام محمد ناصر الكركي، جامعة الخليل، رسالة	جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة	الجودة المدركة للخدمة المقدمة	جودة الخدمات المصرفية	الوصف في التحليل	- أن درجات تقرير أفراد العينة ضمن الإداريين كانت عالية حول أثر الخدمات المصرفية في
	لا توجد					

	ماجستير عام 2010م	التنافسية في فلسطين من جهة نظر الإداريين والزبائن		وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في البنوك	ي المقار ن	تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من حيث الأبعاد (التجسيد، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، التعاطف). - وجود فروق ذات دلالة إحصائية لاستجابات الموظفين نحو جودة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية تعزي إلى بعد الاعتمادية. - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاستجابات الموظفين نحو جودة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية تعزي إلى بعد الاعتمادية. - توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من جهة نظر الزبائن تعزي إلى متغيرات بعد الاستجابة، الأمان، التعاطف
6	دخيل الله غنام المطيري، جامعة الشرق الأوسط للدراستات العليا، عام 2010م، رسالة ماجستير	أثر جودة الخدمة والتسويق العلاقات على ولاء الزبائن دراسة تحليلية على عينة من المسافرين على شركة طيران الجزيرة في دولة الكويت	المتغيرات الديمغرافية وهي الجنس، المستوى التعليمي، السكن، الوظيفة، الدخل، البنك. التجسيديات، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف	ولاء الزبائن التسويق بالعلاقات الثقة، الالتزام، الاتصالات	الوصف ي التحليل ي	-إن اهتمام شركة طيران الجزيرة يتركز في جوانب إدارية أخرى مما يؤثر على مستوى جودة الخدمات المقدمة. -إغفال شركة الجزيرة للطيران أهمية العلاقات في كسب الزبائن والترويج للخدمات التي تقدمها الشركة. -عدم اهتمام الإدارة العليا بإعطاء الحوافز والمكافآت لموظفي الشركة بشكل رئيسي. -يمكن رفع مستوى ولاء الزبائن لشركة طيران الجزيرة عن طريق التحسين من جودة الخدمة المقدمة بكل أبعادها الملموسية،

							الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف. -التسويق بالعلاقات (الثقة، الالتزام، الاتصالات) أثر موجب ومباشر على مستوى ولاء الزبائن لشركة طيران الجزيرة
7	د. وفاء ناصر المبيرك، جامعة الملك سعود، القصيم، الملتقى الأول التسويقي في الوطن العربي (الواقع وآفاق التطوير) عام 2002م	جودة الخدمات المصرفية النسائية في المملكة العربية السعودية	أبعاد الجودة الخمسة الملموسة، الاحتمالية، الاستجابة، الأمان، التعاطف	جودة الخدمة الكلية	اختبار الفروض	-الانطباع الإيجابي عن الجودة الكلية للخدمة المصرفية النسائية في المملكة. -وجود علاقة ارتباط طردية بين أربعة من أبعاد هذا المقياس بمستوى الجودة الكلية للخدمة المصرفية. -وأخفق مقياس SERVPERF في إظهار علاقة ذات دلالة إحصائية للأمان على الجودة الكلية للخدمة المصرفية.	-تكثيف الدراسات التي تعني بمعرفة خصائص وتوجهات المجتمع النسائي في المملكة وخاصة الفئات اللاتي يظهر لديهن توجهاً إدارياً. حيث أن الاهتمام بهذا الجانب كفيل بالمساعدة في تصميم برامج مصرفية ملائمة لكل فئة في المجتمع النسائي.
8	صالح عابر بشيت الخالدي، جامعة الشارقة الأوسط، رسالة ماجستير، عام 2012م	دور أبعاد جودة الخدمة وقدرات التعلم التنظيمي في تطوير ثقافة التميز. (دراسة ميدانية في الشركات الصناعية المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية)	أبعاد الجودة، البعد المادي الملموس، الاعتمادية، الاستجابة، البعد التوكيدي، التعاطف، أبعاد التعلم التنظيمي، توليد المعرفة، الإبداع المعرفي،	تطوير ثقافة التميز	الوصفي التحليلي	-وجود علاقة ارتباطية بين البعد المادي الملموس وبين تطوير ثقافة التميز وكانت بدرجة قوية وذات اتجاه طردي. -وجود علاقة ارتباطية بين بعد الاعتمادية وبين تطوير ثقافة التميز وكانت بدرجة مرتفعة. -وجود علاقة ارتباطية بين بعد الاستجابة وبين البعد التوكيدي وبين تطوير ثقافة التميز وكانت	-إجراء دراسات وأبحاث تركز على مفهوم جودة الخدمة وقياسه ضمن منظور إدارة الشركات على اعتبار أنها تقوم بتصميم وتقديم الخدمة ومعرفة آراءها بالعملاء القائمين والمحتملين. -إجراء دراسات وأبحاث متعمقة حول الفجوة في قياس الأداء الفعلي للخدمة والتوقع لهذه الخدمة من منظور العملاء.

				الإحلال المعرفي، المعرفة الجديدة، التشـارك بالمعرفة.			بدرجة متوسطة. -وجود علاقة ارتباطية بين بعد التعاطف وبين تطوير ثقافة التميز وكانت بدرجة مرتفعة.	-إجراء دراسات وأبحاث تركز على مواكبة التغيرات التي قد تحدث في تفضيلات العملاء حول إدراكاتهم لجودة الخدمة. -إجراء دراسات وأبحاث حول بعد التعاطف والذي يهتم بالتعامل مع العملاء وذلك للتأكد من مدى مطابقتها للنتيجة التي توصلت إليها الدراسة الحالية.
9	وفاء صبيحي صالح التميمي، جامعة العلوم التطبيقية، عام 2007م	أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية دراسة ميدانية في المصارف التجارية الأردنية	عناصر الابتكار التسويقي الأفراد القائمين على تقديم الخدمة - الإجراءات، والتكنولوجيا.	أبعاد جودة الخدمة المصرفية الجوانب الملموسة، الاعتمادية، مدى الاستجابة، الأمان، التعاطف	الوصف ي التحليل ي	-وجود تأثير معنوي لمجمل عناصر الابتكار التسويقي في إجمالي أبعاد جودة الخدمات المصرفية للمصارف التجارية الأردنية. -وجود تأثير معنوي لعنصري الابتكار على مستوى الأفراد والإجراءات في كل من الجوانب الملموسة، الاعتمادية، مدى الاستجابة، الأمان، ولكن لم يكن هذا التأثير معنوياً فيما يتعلق بالابتكار التكنولوجي في كل من الجوانب. -هناك تأثير معنوي لعنصري الابتكار التسويقي على مستوى الأفراد والتكنولوجيا من حيث التعاطف ولكن لم يكن هذا التأثير معنوياً فيما يخص الابتكار على مستوى الإجراءات في جودة الخدمة من حيث التعاطف. -إن العنصر الوحيد الذي كان تأثيره معنوياً في جميع أبعاد جودة الخدمات المصرفية هو الابتكار على مستوى الأفراد.	-إجراء دراسات أخرى مماثلة للتعرف على الابتكار في قطاعات أخرى والتعرف على علاقته بمتغيرات أخرى، -كالابتكار ودوره في تحقيق رضا العملاء . -الابتكار وأثره على الصورة الذهنية للعملاء، - أثر الابتكار في تطوير الأداء. -الابتكار في مجال الترويج. الابتكار في مجال التوزيع، الابتكار في مجال بحوث التسويق.	

10	صلاح عبد الرحمن مصطفى الطالب، جامعة جرش الأهلية	قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في المملكة الأردنية الهاشمية (دراسة تحليلية ميدانية)	الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف.	الجودة الكلية للخدمة المصرفية	الوصف والتحليل	-الانطباع الإيجابي عن جودة الخدمات المصرفية الإسلامية في مجال الجوانب المادية الملموسة والاستجابة والتعاطف، أما في مجال الاعتمادية والأمان فلم تكن بالدرجة التي ترضي العملاء عينة البحث مما يدل على أن البنوك الإسلامية يقع على عاتقها العمل لتحسين هاتين الناحيتين في مجال تقديم الخدمة	-تكثيف الدراسات التي تعني بمعرفة خصائص توجهات المجتمع الأردني وخاصة الفئات يكون لديها ميل أكبر للتعامل مع البنوك الإسلامية حيث أن هذا الاهتمام بهذا الجانب كفيل بالمساعدة في تصميم برامج مصرفية ملائمة لكل فئة من العملاء.
----	---	---	---	-------------------------------	----------------	--	--

ملحق رقم (2)
بسم الله الرحمن الرحيم
جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا
كلية الدراسات العليا
برنامج ماجستير العلوم في إدارة الأعمال (MSC)

عزيزي المجيب،

بعد التحية، تقوم الباحثة بإجراء دراسة بعنوان (أثر جودة الخدمات المصرفية والنوايا السلوكية على الصورة الذهنية للمصرف) وتتعلق هذه الاستبانة بأكثر مصرف تتعامل معه. يرجى التكرم بقراءة عبارات الاستبانة المرفقة بدقة والإجابة عنها بموضوعية لما في ذلك من أثر على صحة النتائج علماً بأن إجاباتكم ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستعامل بسرية تامة، إذا أردت معرفة النتائج نرجو كتابة البريد الإلكتروني.....شاكراً سلفاً حسن تعاونكم مع فائق الشكر والتقدير.

تنقسم هذه الإستبانة إلي قسمين

القسم الاول

البيانات الشخصية:

فضلاً قم بتعبئة الاستبانة بوضع علامة (√) في المكان المخصص:

1/ هل لديك حساب باي مصرف:

نعم

لا

☐☐

2/ حدد المصارف التي لديك حساب معها

.....

3/ نوع الحساب الذي لديك؟

أ. جاري

إدخار

ج. اس

☐☐

4/ نوع المصرف الذي تتعامل معه؟

أ. متخصص
ب. تجاري

5/ فترة تعاملك مع المصرف.

أ. سنتان فأقل
ب. 5 أعوام

ج. 6-10 أعوام
د. أكثر من 10 أعوام

6/ النوع:

أ. ذكر
ب. أنثى

7/ العمر:

أ. أقل من 30 عام
ب. 30-40 عام

ج. 41-50 عام
د. أكبر من 50 عام

8/ المؤهل العلمي:

أ. ثانوي
ب. دبلوم وسيط

ج. بكالوريوس
د. دراسات عليا

9/ الحالة الاجتماعية:

أ. متزوج
ب. غير متزوج

ج. مطلق
د. أرمل

أ. طالب
ب. موظف

ج. تاجر
د. أخرى

القسم الثاني:
العبارة التالية تتعلق بأكثر مصرف تتعامل معه فضلاً قم بقراءة العبارات بعناية ومن ثم ضع علامة (√) أمام الخيار الذي يتفق مع رأيك:

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة
الملموسية						
1	التجهيزات المصرفية تعد ذات تقنية متطورة					
2	تعد الصالات جذابة					
3	يتمتع الموظفون بالمصرف بالمظهر الحسن					
4	المظهر العام للمصرف مناسب لطبيعة الخدمات التي يقدمها للعملاء					
الاعتمادية						
1	يتم الالتزام بتنفيذ الأعمال في الأوقات المحددة					
2	يهتم المصرف بمشاكل العملاء والاجابة السريعة لاستفساراتهم					
3	يهتم المصرف بتقديم افضل الخدمات للعملاء بشكل صحيح ومن المرة الأولى					
4	يحرص المصرف على تقديم الخدمة في الوقت المحدد					
الاستجابة						
1	يراعي المصرف الدقة في إعلام العملاء عن موعد تقديم الخدمات					
2	يقدم المصرف خدماته في الوقت المناسب					
3	يتوفر في المصرف الاستعداد الدائم لمساعدة العملاء					
4	يمتاز المصرف بالسرعة في تلبية طلبات العملاء					
5	يعمل المصرف علي حل المشكلات التي تواجه العملاء بسرعة					

الرقم	العبارة	أولاً فوق بشدة	أولاً فوق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
الامان						
1	سلوك العاملين في المصرف يشعر العملاء بالثقة					
2	سلوك العاملين في المصرف يشعر العملاء بالأمان					
3	يتمتع العاملون باللباقة العامة والتعامل الإنساني					
4	يتمتع العاملون في المصرف بالمعرفة الكافية للإجابة عن أسئلة العملاء					
5	تتم المعاملات في البنك علي درجة كبيرة من الامان والسرية					
التعاطف						
1	يمتاز الموظفون بتفهمهم للمشكلات الخاصة بالعملاء					
2	يمتاز الموظفون باهتمامهم بحل مشكلات العملاء					
3	يمتاز المصرف بتسهيل الخدمات في الأوقات الطارئة					
4	يمتاز الموظفون في المصرف بالتعرف على حاجات العملاء الحالية والمستقبلية					
5	أوقات عمل ودوام المصرف ملائمة بالنسبة للعملاء					
السلوك الايجابي						
1	أشعر أن نوعية الخدمة المقدمة في هذا المصرف أفضل مقارنة بخدمات المصارف الأخرى					
2	يتميز المصرف بتقديم مجموعة من الخدمات المتنوعة					
3	الخدمات التي يقدمها المصرف هي الأكثر فائدة لي وتدفعني للتعامل معه					
4	لدي رضا عن شروط وإجراءات الخدمة المقدمة					
5	لدي رضا عن موقع المصرف					

الرقم	العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	أوافق	لا أوافق بشدة
السلوك السلبي						
1	أشعر بأنني ليس لدي ولاء تجاه المصرف					
2	معاملاتي تجاه المصرف أصبحت قليلة نتيجة للسلوك السيئ من هذا المصرف					
3	يمكنني التحول إلى مصرف آخر بسهولة					
4	أشعر بعدم الرضا تجاه المصرف					
5	جميع الخدمات المقدمة لا تلبي طموحي					
الصورة الذهنية						
1	أشعر بأنني أكثر دراية بخدمات هذا المصرف					
2	أجد نفسي مقتنع بمعظم خدمات المصرف					
3	يقدم المصرف الكثير من الإعلانات لخدماته					
4	لدي تصورات جيدة عن المصرف					
5	في اعتقادي بأن المصرف الذي اتعامل معه أفضل مصرف					

ملحق رقم (3)

هيئة تحكيم الاستبيان

1. لقد تم تحكيم هذا الاستبيان بواسطة كل من أ.د. عبد الحفيظ علي حسب الله- قسم إدارة الأعمال- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
2. د. عرفة جبريل أبو نصيب- قسم إدارة الأعمال- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.