الفصل الثاني : الإطار التطبيقي لدراسة دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية و كالة تبسة – 488.

تعتبر الدراسة الميدانية تطبيقا عمليا للإطار النظري الذي تم تناوله في الفصل النظري، حيث تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على دور التسويق الداخلي في تحسين جودة الخدمة المصرفية ، دراسة تطبيقية على بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة تبسة –488–

وفي هذا الصدد سيتم التركيز في هذا الفصل على توضيح أهم الإجراءات المنهجية المتبعة ثم جدولة البيانات وتحليلها مع ذكر أهم الأساليب والطرق الإحصائية لمعالجتها، ثم التطرق لأهم نتائج الدراسة الميدانية ليتم استخلاص أهم التوصيات يمكن الاستفادة منها على مستوى المؤسسة وعلى مستوى البحث العلمي.

وعلى هذا الأساس تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين كالآتي:

- ✓ **المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية ؛**
- ✓ **المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة.**

المبحث الأول : الطريقة و الأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية

في هذا المبحث سيتم إستعراض عناصر الدراسة الميدانية التي تم إختيارها بناء على مدى ملائمتها مع الموضوع، متمثلة في مجتمع الدراسة و عينة الدراسة و منهج الدراسة و كذا توضيح جميع الجوانب المتعلقة بالاستبيان و إعداده وصولا الى الاساليب الاحصائية المستخدمة في عملية تحليل البيانات .

و على هذا الأساس سيتم تقسيم هذا المبحث الى :

- ✓ **المطلب الأول : الإطار المنهجي للدراسة ؛**
- ✓ **المطلب الثاني : الأدوات المستخدمة في الدراسة**

المطلب الأول : الإطار المنهجي للدراسة

سيضم هذا المطلب شرحا لمجتمع الدراسة و العينة المستخدمة و كذا المنهج المتبع في هذه الدراسة.

الفرع الأول : مجتمع الدراسة

نظرا لأن موضوع التسويق الداخلي من أهم المواضيع الحديثة التي اهتم بهما الباحثون، فقد تم إختيار بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة تبسة 488 لتكون محل الدراسة لذا وجب إختيار مجتمعين هما :

– موظفي بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة تبسة

– عملاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة تبسة و بما أن البنك يقدم خدمات للأفراد و المؤسسات فقد تم حصر الدراسة على بعض العملاء للأفراد فقط.

أولا– تعريف بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR – 488–

بنك الفلاحة و التنمية الريفية مؤسسة تنتمي الى القطاع العمومي ، أنشأ بتاريخ 13 مارس 1983 وفقا للمرسوم 106/82، مهمته تطوير القطاع الفلاحي و ترقية العالم الريفي، تكون في بداية تأسيسه من 140 وكالة متنازل عنها من طرف البنك الوطني الجزائري.

و في إطار الاصلاحات الإقتصادية تحول بنك الفلاحة و التنمية الريفية بعد عام 1988 الى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 33 مليار دينار جزائري، تعود ملكية جميع أسهمها للدولة،يتكون بنك الفلاحة و التنمية الريفية من أكثر من 300 وكالة و 39 مديرية جهوية موزعة على مستوى القطر الوطني، أما بالنسبة لولاية تبسة تتكون من 07 وكالات هي :

– وكالة رئيسية بتبسة –488–

– وكالة ثانوية بتبسة –494–

– وكالة ونزة – 489–

– وكالة الشريعة –485–

– وكالة الماء الابيض –492–

– وكالة العوينات –491–

– وكالة بئر العاتر –490–

و بموجب قانون النقد و القرض 90–10 المؤرخ في 1990/04/14 ، ألغى نظام التخصص الذي كان ساريا على البنوك و صارت مهام بنك الفلاحة و التنمية الريفية لا تقتصر على تمويل القطاع الفلاحي فحسب، بل صار يقدم جميع الخدمات التي تقدمها مختلف البنوك التجارية .[1]

ثانيا : إمتيازات بنك الفلاحة و التنمية الريفية – 488–

تعرض الوكالة العديد من الامتيازات هي :

– سرعة تنفيذ العمليات البنكية من سحب، إيداع و تحويل ؛

– التقديم المنتظم لبيانات تسليم طلبات منح القروض ؛

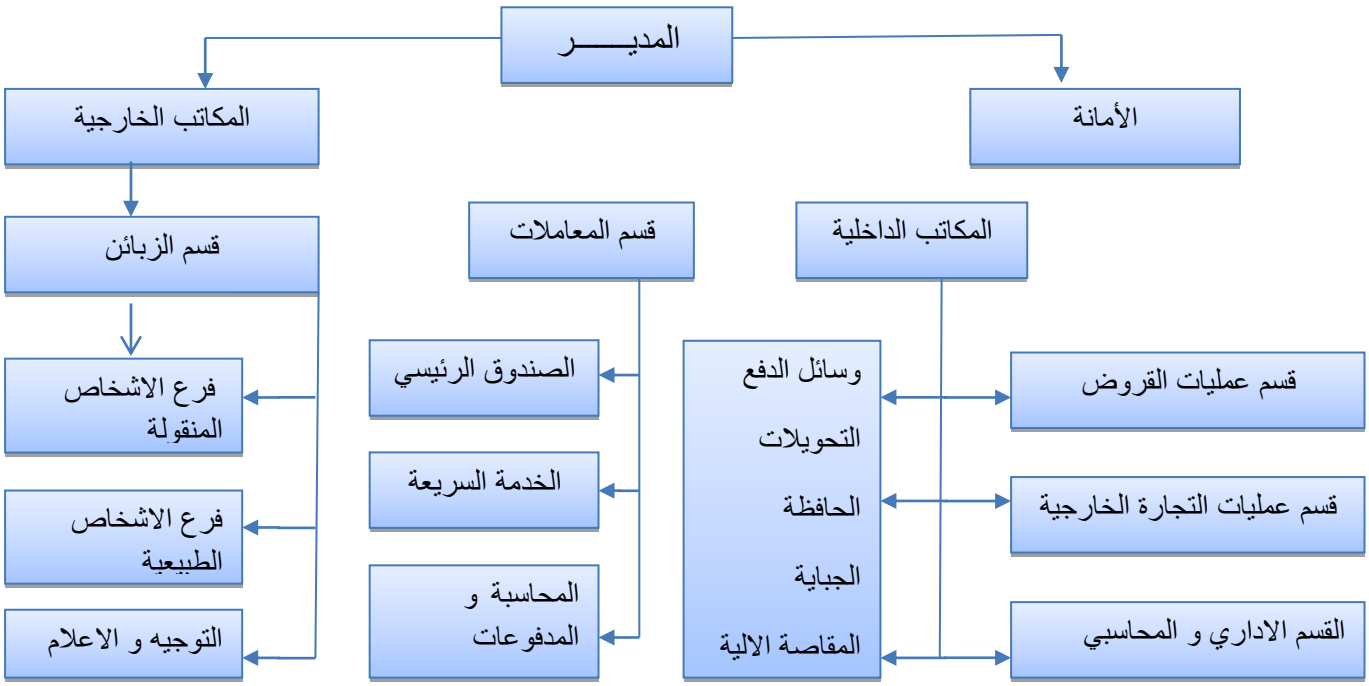
– الاعتماد على الموزعات الآلية للأوراق النقدية لتسهيل العمليات البنكية ؛

– تحليل عمليات التجارة الخارجية في ظرف زمني قصير .

ثالثا : الهيكل التنظيمي لوكالة تبسة 488 :

يمكن توضيح الهيكل التنظيمي للوكالة من خلال الشكل التالي :

شكل رقم (08):الهيكل التنظيمي لوكالة بدر تبسة–488–



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعلومات الداخلية للبنك

[1]– معلومات مقدمة من طرف الوكالة على رابط الموقع ، www.badr-bank-dz // : http على الساعة 23:08 بتاريخ 2019/04/11 .

الفرع الثاني : عينة الدراسة

استهدفت الدراسة عينة عشوائية قُدّرت بـ 30 عامل أي ما نسبته 93.75% من مجتمع الدراسة، ويعود سبب عدم الاهتمام بمجتمع الدراسة كاملا لغياب بعض الموظفين ، وعينة عشوائية قدرت ب 50 عميل ، والجدول الموالي يوضح تداول الاستمارة.

جدول رقم (04): تداول الاستمارة.

	عدد الإستبيانات الموزعة		عدد الاستمارات غير المسترجعة		الصالحة للتحليل	
	الموظفين	العملاء	الموظفين	العملاء	الموظفين	العملاء
العدد	32	50	02	00	30	50
النسبة	% 100	% 100	% 6,25	% 00	% 93,75	%100

المصدر : من إعداد الطالبه

الفرع الثالث : منهج الدراسة

يمثل منهج الدراسة الطريق الذي يقود الى الكشف عن الحقيقة و هو بمثابة المسار الذي يتخذ قصد الوصول الى نتائج علمية في دراسة المواضع على إختلافها ،و ذلك من خلال عدد من القواعد العامة التي يجب توافرها للوصول الى أفضل النتائج حيث تم إتباع المنهج الوصفي الذي يعتبر من أبرز و أكثر المناهج شيوعا و يعرف على أنه " منهج يهدف الى وصف ظواهر و أحداث أو أشياء معينة، و جمع الحقائق و المعلومات و الملاحظات عنها ووصف الظروف الخاصة، و لا يتوقف الأمر عن هذا الحد بل يتعدى للتشخيص الوصفي، و يهتم بتقرير ما ينبغي أن يكون عليه حال الظواهر و الأحداث التي يتناولها و اقتراح الخطوات و الأساليب التي يمكن أن تتبع للوصول الى نتيجة "[1] كما تم إستخدام المنهج الاحصائي لتفسير الفروق و الدلالات الاحصائية بين بعض المتغيرات التابعة و المستقلة.

المطلب الثاني : الأدوات المستخدمة في الدراسة

في هذا المطلب سيتم شرح إستمارة الإستبيانين و كذا طريقة جمع المعلومات

[1]–عمار بوحوش و محمد الذنيبات ، **مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، الطبعة الثانية، 2001 ، ص: 246.

الفرع الاول : أداة الدراسة (إستبيان)

هي المصدر الاول و الاساسي الذي تم إستخدامه لجمع المعلومات في هذا البحث، و هي عبارة عن وثيقة تحتوي عدد معين من الاسئلة تسمح بحصول الباحث على إجابات فيها ما يكفيه من معلومات تساعده على التوصل الى نتائج موضوعية لاثراء البحث المنجز و تحقيق الاهداف المسطرة.

– ولإعداد الاستمارة الموجهة للموظفين تم الاعتماد على الآتي:

✓ مراجعة الأدبيات ذات الصلة بالموضوع وتحرير المقولات والعبارات منها؛

✓ إعداد استمارة أولية من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات؛

✓ احتوت الاستمارة على مجموعة من الأسئلة المقدرة بـ25 سؤالا مقسمة إلى الأجزاء الموالية:

– جزء خاص بالبيانات الشخصية والوظيفية؛

– جزء خاص بالتسويق الداخلي .

ولإعداد الاستمارة الموجهة للعملاء تم الاعتماد على الآتي:

✓ مراجعة الأدبيات ذات الصلة بالموضوع وتحرير المقولات والعبارات منها؛

✓ إعداد استمارة أولية من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات؛

✓ احتوت الاستمارة على مجموعة من الأسئلة المقدرة بـ24 سؤالا مقسمة إلى الأجزاء الموالية:

– جزء خاص بالبيانات الشخصية والوظيفية؛

– جزء خاص بجودة الخدمة المصرفية .

وصيغت الاستمارة وفقا لسلم ليكارت والمتكونة من الدرجات الخمسة للموافقة التالية:

✓ **موافق بشدة:** 5 درجات؛

✓ **موافق:** 4 درجات؛

✓ **محايد:** 3 درجات؛

✓ **غير موافق:** 2 درجة؛

✓ **غير موافق بشدة:** 1 درجة.

وبعد ذالك يتم حساب المتوسط المرجح لدرجات سلم ليكارت التي من خلالها تحدد درجة استجابات أفراد العينة لعبارات الاستبيان، ويتم ذلك من خلالمايلي:

✓ إيجاد طول المدى 5–1=4، ثم قسمة المدى على عدد الفئات 5/4=0.8، وبعد ذلك يضاف 0.8 إلى الحد الأدنى للمقياس وتصبح كالتالي:

جدول رقم (05): قيم المتوسط المرجح

فئة قيمة المتوسط	مقياس ليكارت الخماسي	درجة التقدير
من 1 إلى 1.79	غير موافق بشدة	منخفضة جدا
من 1.80 إلى 2.59	غير موافق	منخفضة
من 2.60إلى 3.39	محايد	متوسطة
من 3.40 إلى 4.19	موافق	مرتفعة
من 4.20 إلى 5	موافق بشدة	مرتفعة جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءا على استمارة الاستبيان

ووُزّعت عبارات الاستبيان الاول[1] حسب الأجزاء الموالية:

✓ **الجزء الأول**

ويشتمل على متغيرات الدراسة الميدانية والمتمثلة في كل من الجنس، العمر، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، المركز الوظيفي.

✓ **الجزء الثاني**

والذي تم تخصيصه للمتغير المستقل للبحث والذي جاء في شكل أبعاد التسويق الداخلي والمتمثلة في كل من: التدريب ،التحفيز ،التمكين ،الاتصال الداخلي، ثقافة الخدمة

ووُزّعت عبارات الاستبيان الثاني[2] حسب الأجزاء الموالية:

✓ **الجزء الأول**

ويشتمل على البيانات الشخصية للعملاء والمتمثلة في كل من الجنس، العمر، المستوى التعليمي، مدة التعامل مع البنك.

✓ **الجزء الثاني**

والذي تم تخصيصه للمتغير التابع للبحث والذي جاء في شكل أبعاد جودة الخدمة المصرفية والمتمثلة في كل من: الاعتمادية ،الاستجابة ،الثقة والامان، التعاطف ،الملموسية.

الفرع الثاني: طريقة جمع المعلومات

بالنسبة لطريقة جمع المعلومات في هذه الدراسة كانت عن طريق الاعتماد على الاستمارة، حيث تم استخدام أسلوب التوزيع والجمع المباشر، إذ أن العامل حصل على الاستمارة في الصباح وتم جمعها في

[1] -ملحق رقم (01).
[2] -ملحق رقم (02).

نهاية اليوم، وقد تم توزيع 32 استمارة على الموظفين لكن تم الاعتماد في عملية التحليل على 30 استمارة فقط، أما الباقي فلم تسترجع و 50 استمارة على العملاء .

الفرع الثالث: أدوات التحليل الإحصائي

أولا: التكرارات والنسب المئوية

حيث أُستخدمت في وصف خصائص مجتمع الدراسة، ولتحديد الاستجابة تجاه محاور أداة الدراسة وتحسب بالقانون الموالي:

النسبة المئوية $= \frac{\text{تكرار المجموعة}}{\text{المجموع الكلي للتكرارات}} \times 100$

ثانيا:معامل ألفاكرونباخ

أُستخدم لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة، ويُعبّر عنه بالمعادلة الموالية:

$$a = \frac{n}{n-1}\left[1 - \frac{\sum vi}{vt}\right]$$

n: يمثل حجم العينة؛

Vi: يمثل التباين لأسئلة المحور؛

Vt:يمثل التباين في مجموع أسئلة الاستمارة.

ثالثا :المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

تم حسابهما لتحديد استجابات أفراد الدراسة نحو محاور وأسئلة أداة الدراسة.

1-المتوسط الحسابي

يُعبّر عنه بالعلاقة الموالية:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

xi: عدد القيم؛

$\bar{X}$: المتوسط الحسابي؛

n: حجم العينة.

2-الانحراف المعياري

الانحراف المعياري هو عبارة عن مؤشر إحصائي يقيس مدى التشتت في التغيرات، وهو الجذر التربيعي للتباين ويُعبّر عنه بالعلاقة الموالية:

$$\delta = \sqrt{\frac{\sum(xi-\bar{X})^2}{n}}$$

xi: عدد القيم.

$\bar{X}$: المتوسط الحسابي.

n: حجم العينة.

رابعا: معامل ارتباط بيرسون

يُعرف الارتباط بأنه "مقياس لاتجاه وقوة العلاقة الخطية بين متغيرين كميين، ويُرمز له بالرمز r" فالارتباط هو مقياس لاتجاه العلاقة الخطي ويكون لتحديد مدى ارتباط متغيرات الدراسة ببعضها، ويتم حسابهم انطلاقا من برنامج الحزم الإحصائية " SPSS"، ويُعبّر عنه بالعلاقة الموالية:

$$r_{xy}= \frac{\sum(xi - \bar{X})(\bar{y}i - \overline{y})}{(n-1)SxSy}$$

حيث:

n: عدد المشاهدات.

Xi: قيم المتغير الأول.

Yi: قيم المتغير الثاني.

Sx: الانحراف المعياري للمتغير الأول.

Sy: الانحراف المعياري للمتغير الثاني.

خامسا: الانحدار البسيط

يُستخدم هذا الاختبار بشكل أساسي لدراسة العلاقة السببية بين متغيرين كميين أحدهما مستقل والآخر تابع، ويُستخدم كذلك للتنبؤ بقيم المتغير التابع نتيجة التغير الحاصل في المتغير المستقل، ولبناء نموذج رياضي يقوم على التنبؤ باستخدام الانحدار الخطي البسيط لابد من رسم خط الانحدار للوصول إلى معادلة الانحدار $\boldsymbol{Y = ax + b}$

حيث أن **a** تمثل انحدار الخط المستقيم(ميله) ونعني به معدل التغير في **y** عندما تتغير قيمة المتغير المستقل **x**، أما bفتمثل معامل التقاطع(ثابت المعادلة).

المبحث الثاني: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

بغية تحليل النتائج المستخلصة من بيانات الاستبيان، والموزع على أفراد عينة الدراسة تم الاعتماد على مجموعة من الطرق الإحصائية وذلك بالاستعانة بالبرنامج الإحصائيspss، كما تم إثبات صحة وثبات أداة الدراسة ومن ثم تحليل مختلف محاور الاستبيان وصولا إلى النتائج.

وعلى هذا الأساس تم تقسيم هذا المبحث إلى:

- ✓ **المطلب الأول: المعالجة الإحصائية للبيانات؛**
- ✓ **المطلب الثاني:نتائج اختبار فرضيات الدراسة.**

المطلب الأول: المعالجة الإحصائية للبيانات

الفرع الاول: اختبار صحة الاستبيان

أولا: صدق أداة الدراسة

بعد إعداد الاستمارة كان لابد من قياس ثباتها وصدقها، حيث تم عرضها على الأستاذ المشرف من أجل اختبار مدى ملائمتها لجمع البيانات، وتعديلها بشكل أولي حسب مايراه الأستاذ المشرف، وبعد ذلك تم عرضها على مجموعة من المحكمين والمتمثلين في مجموعة من الأساتذة[1] الذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وتعديل وحذف ما يجب حذفه.

ثانيا: ثبات أداة الدراسة

لقياس مدى ثبات الاستمارة تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ* الذي قيمته عالية، ومعامل الصدق وهو عبارة عن الجذر التربيعي لمعامل "ألفاكرومباخ"، وعليه يمكن استعمال الاستمارة والوثوق في النتائج المتوصل إليها، ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول الموالي:

[1]- الملحق رقم (03).

***ألفا كرونباخ:** هو اختبار لفحص مدى إنسجام أسئلة المحور فيما بينها وكذا مدى انسجام محاور الدراسة مجتمعة، وعليه فهو يُحدّد مدى اعتمادية استمارة الاستبيان للدراسة وقدرتها على إعطاء بيانات وقياسها مستقرة نوعا ما وغير متباينة، فكلما كانت قيمة معامل "ألفا كرونباخ" أعلى تكون أداة القياس (الاستمارة) أفضل، وتتراوح قيمة المعامل بين 0 و1، ويعتبر الحد الأدنى المقبول لهذا المعامل هو 60% (محمود مهدي العتبي، **تحليل البيانات الإحصائية باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS**، دار حامد، 2005، ص: 49.)

جدول رقم (06): معامل الثبات "ألفاكرونباخ" و معامل الصدق لأجزاء الاستبيان

أجزاء الدراسة	عدد الفقرات	معامل ألفاكرونباخ	معامل الصدق
التسويق الداخلي	20	0,745	0,863
جودة الخدمة المصرفية	20	0,819	0,904

المصدر: من أعداد الطالبة بناءا على نتائج SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم (06) ان قيمة معامل **ألفاكرونباخ** مرتفعة لكل مجال من مجالات الاستبيان ، فوجد ان متغير التسويق الداخلي نال ما نسبته 74 % من المعامل الثبات و**0,863** من معامل الصدق، في حين حظي متغير جودة الخدمة المصرفية ما نسبته 81% من معامل الثبات و**0,904** من معامل الصدق، مما يدل على قبول الأداة والاعتماد عليها كمصدر لجمع البيانات واختبار فروض الدراسة

الفرع الثاني: تحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة

أولا: تحليل البيانات الخاصة بالموظفين

1. متغير الجنس

يمثل الجدول الموالي توزيع عينة الموظفين حسب متغير الجنس

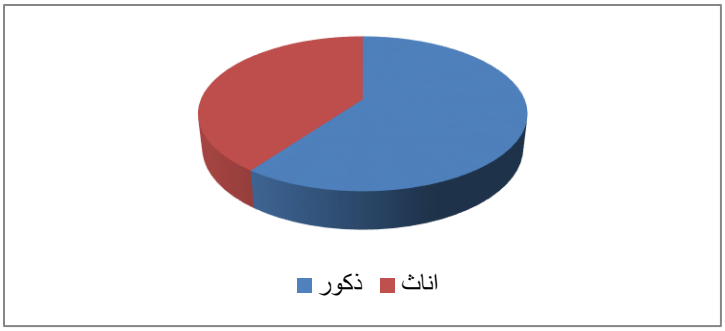
جدول رقم(07): توزيع عينة الموظفين حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة%
ذكر	18	%60
أنثى	12	%40
المجوع	30	%100

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم (07) ان نسبة الذكور من عينة الموظفين مرتفعة مقارنة بنسبة الإناث ، إذ بلغت نسبة الذكور 60% ونسبة الإناث 40% والشكل الموالي يوضح ذلك:

شكل رقم (09): توزيع عينة الموظفين حسب متغير الجنس



المصدر : من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

2. متغير العمر

يظهر توزيع متغير العمر للموظفين من خلال الجدول الموالي:

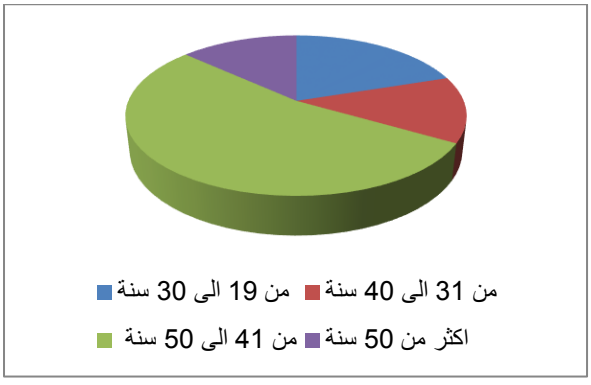
جدول رقم (08): توزيع عينة الموظفين حسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة%
من 19 الى 30 سنة	6	%20
من 31 الى 40 سنة	4	%13,3
من 41 الى 50 سنة	16	%53,4
أكثر من 51 سنة	4	%13,3
المجموع	30	% 100

المصدر: من إعداد الطلبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائيSPSS

من خلال الجدول رقم (08) يتضح ان نسبة 53,4 % من افراد العينة هي الفئة العمرية من 41 الى 50 سنة، اما بالنسبة العمرية من 19 الى 30 سنة قد بلغت 20%، ونسبة 13,3% بالنسبة للفئتين من 31 الى 40 سنة ومن 51 سنة فأكثر وهذا يدل ان المؤسسة تختار موظفيها من جميع الفئات العمرية كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (10): توزيع عينة الموظفين حسب متغير العمر



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائيSPSS

3. متغير المستوى التعليمي

يمثل الجدول الموالي أفراد عينة الموظفين حسب مستواهم التعليمي.

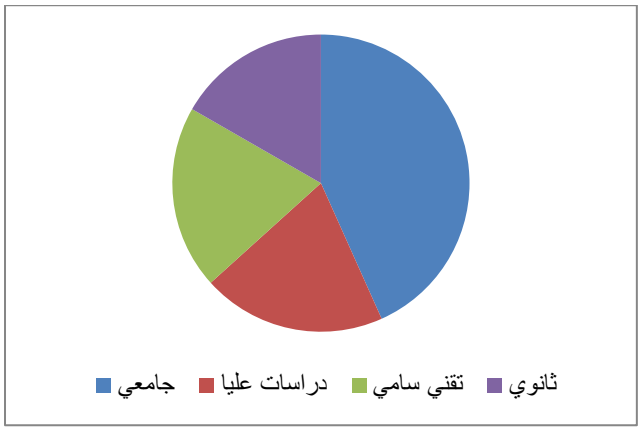
جدول رقم(09): توزيع عينة الموظفين حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة%
ثانوي	05	%16,7
تقني سامي	06	%20
جامعي	13	%43,3
دراسات عليا	06	%20
المجموع	30	%100

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم(09) أن اكبر نسبة 43,3% كانت لمستوى الجامعي، 20% كانت لمستوى تقني سامي ودراسات عليا، أما نسبة 16,7% كانت لمستوى ثانوي، وهذا يدل على ان البنك يبحث عن المؤهلات والمهارات التي عند أصاحب الشهادات والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (11): توزيع عينة الموظفين حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

4. متغير سنوات الخبرة

يمثل الجدول الموالي أفراد عينة الموظفين حسب متغير سنوات الخبرة :

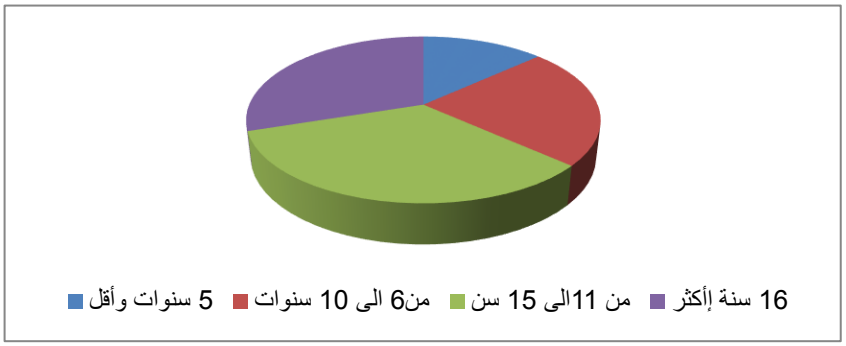
جدول رقم (10): توزيع عينة الموظفين حسب متغير سنوات الخبرة

الفئات	التكرار	النسبة%
5 سنوات وأقل	04	%13,3
من 6 الى 10 سنوات	07	%23,3
من11 الى 15 سنة	10	%33,4
16 سنة فأكثر	09	%30
المجموع	30	%100

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائيSPSS

يتضح من خلال الجدول رقم(10) ان النسبة المئوية لسنوات الخبرة من 11 الى 15 سنة بلغت أكبر من نسبة 33,4% في حين بلغت النسبة المئوية 16 سنة فأكثر 30% أما سنوات الخبرة من 6 الى 10 سنوات بلغت النسبة المئوية 23,3% و5 سنوات وأقل بلغت نسبة 13,3 % والشكل الموالي يوضح ذلك:

شكل رقم (12): توزيع عينة الموظفين حسب متغير سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

5. متغير المركز الوظيفي

يمثل الجدول الموالي أفراد عينة الموظفين حسب متغير المركز الوظيفي:

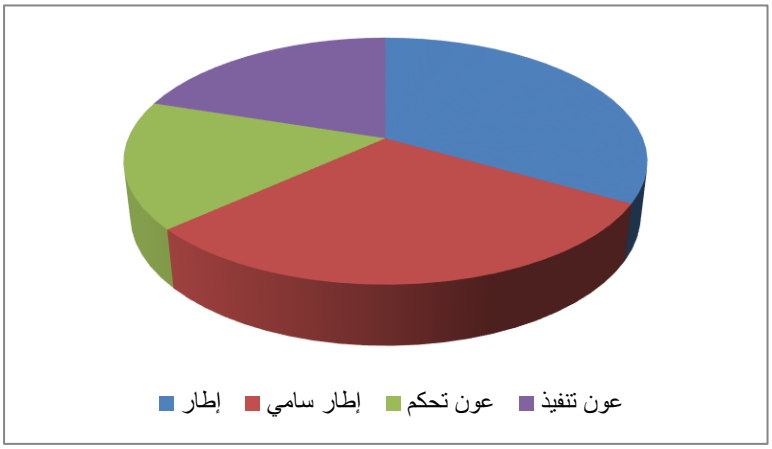
جدول رقم(11): توزيع عينة الموظفين حسب متغير المركز الوظيفي

المركز الوظيفي	التكرار	النسبة%
إطار	10	%33,3
إطار سامي	09	%30
عون تحكم	05	%16,7
عون تنفيذ	06	%20
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائي SPSS.

يتضح من خلال الجدول رقم(11) ان نسبة إطار تقدر ب 33,3 % في حين أن نسبة إطار سامي هي 30 %، أما نسبة عون تنفيذ 20% ونسبة عون تحكم 116,7 % كما هو موضح في الشكل التالي:

شكل رقم(13): توزيع عينة الموظفين حسب متغير المركز الوظيفي



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

يتضح من خلال ما سبق أن معظم موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية من الذكور بنسبة بالغة 60% وهم في الفئة العمرية من 41 إلى 50 سنة بنسبة 53.4%، أما أكبر نسبة بالنسبة للمستوى التعليمي فكانت لمستوى جامعي بنسبة 43,3%، في حين كان المركز الوظيفي للإطارات بنسبة 33,3%، أما النسبة الأكبر للخبرة المهنية فكانت لفئة أقل من 11الى15 سنة بـ 33.4%

ثانيا: تحليل البيانات الخاصة بالعملاء

1. متغير الجنس

يمثل الجدول الموالي توزيع عينة العملاء حسب متغير الجنس

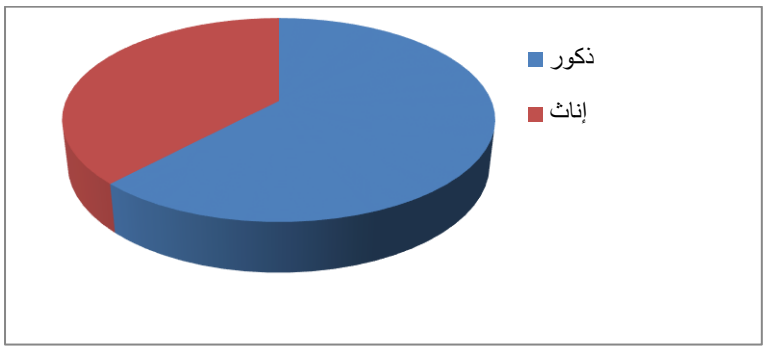
جدول رقم (12): توزيع عينة العملاء حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة%
ذكور	31	%62
إناث	19	38%
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائيSPSS

يتضح من خلال الجدول رقم (12) ان نسبة الذكور أكبر مقارنة بنسبة الإناث، إذ بلغت نسبة الذكور 62 % ونسبة الإناث 38% والشكل الموالي يوضح ذلك :

شكل رقم (14) :توزيع عينة العملاء حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج التحليل الإحصائي

2. متغير العمر

يظهر توزيع عينة العملاء حسب متغير العمر من خلال الجدول الموالي:

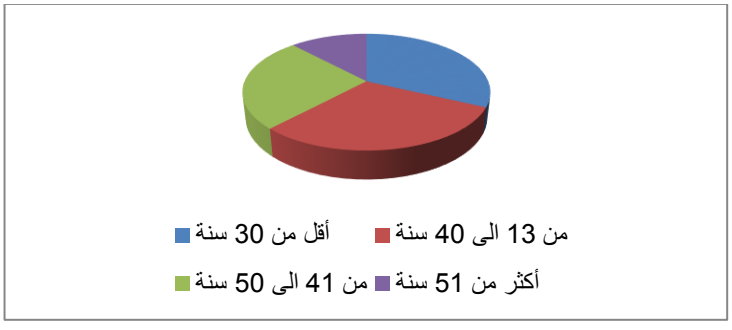
جدول رقم (13): توزيع عينة العملاء حسب متغير العمر

العمر	التكرار	النسبة%
أقل من 30 سنة	16	%32
من 13 الى 40 سنة	15	%30
من 41 الى 50 سنة	13	%26
أكثر من 50 سنة	06	%12
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا نتائج التحليل الإحصائي SPSS

يتضح من خلال الجدول رقم(13) أن نسبة 32% هي لفئة أقل من 30 سنة، الفئة العمرية من 31 الى 40 سنة نسبتها 30%، فيما يخص الفئة من 41 الى 50 سنة نسبة 26% أما أكثر من 51 سنة بنسبة 12% وهذا يدل أن البنك عملائه من مختلف فئات العمر كما موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (15): توزيع عينة الدراسة حسب متغير عمر العملاء



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا نتائج التحليل الإحصائيSPSS

3. متغير المستوى التعليمي

يمثل الجدول الموالي توزيع عينة العملاء حسب متغير المستوى التعليمي :

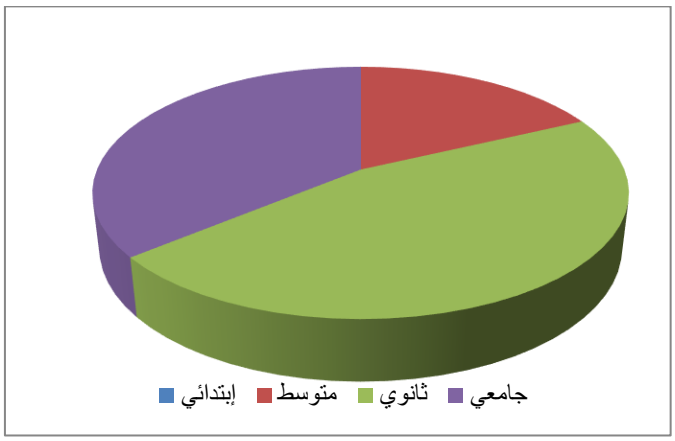
جدول رقم (14): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة%
إبتدائي	00	00%
متوسط	09	18%
ثانوي	23	46%
جامعي	18	36%
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا نتائج التحليل الإحصائي SPSS

من خلال الجدول يتضح لنا أن نسبة متغير المستوى التعليمي ثانوي هي 46% ونسبة جامعي هي 36% أما نسبة مستوى متوسط هي 18%، أما فيما يخص إبتدائي فهي منعدمة، وهذا يدل على ان البنوك متعاملين من فئة ذات مستوى تعليمي مرتفع، ويتضح ذلك في الشكل الموالي:

الشكل رقم (16): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائي SPSS

4. المتغير حسب مدة التعامل مع البنك

يمثل الجدول الموالي أفراد عينة العملاء حسب متغير التعامل مع البنك :

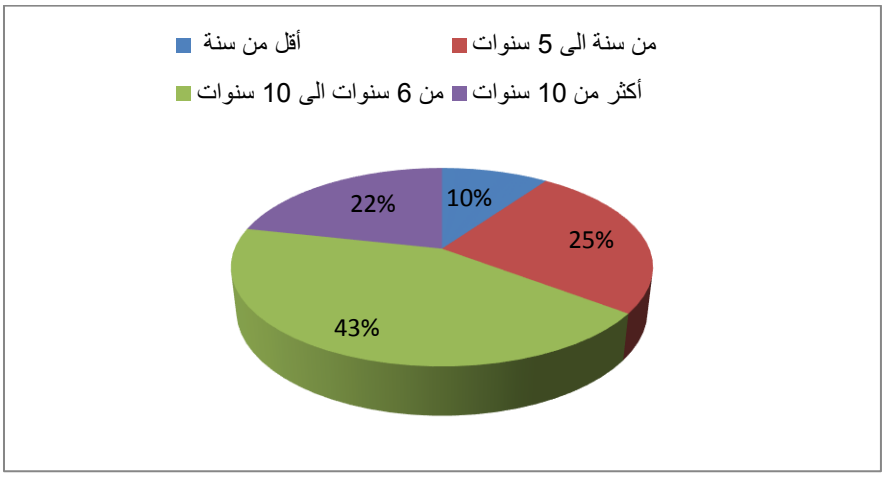
الجدول رقم (15): توزيع عينة العملاء حسب متغير مدة التعامل مع البنك

مدة التعامل مع البنك	التكرار	النسبة %
أقل من سنة	05	%10
من سنة الى 5 سنوات	13	%26
من 6 الى 10 سنوات	22	%44
أكثر من 10 سنوات	10	%22
المجموع	50	%100

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائيSPSS

يتضح من الجدول أن نسبة 44 % هي لمدة التعامل مع البنك من 6 الى 10 سنوات ومن سنة الى 5 سنوات مدة التعامل مع البنك هي 26 %، أما نسبة 22% فهي مدة أكثر من 10 سنوات، ومدة أقل من سنة هي 10% ويتضح ذلك من خلال الشكل الموالي:

شكل رقم (17): توزيع عينة العملاء حسب متغير مدة التعامل مع البنك



المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائيSPSS

يتضح من خلال ما سبق أن معظم عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية من الذكور بنسبة بالغة 62% وهم في الفئة العمرية اقل من 30 سنة بنسبة 32%، أما أكبر نسبة بالنسبة للمستوى التعليمي فكانت لمستوى ثانوي بنسبة 46%، في حين كانت أكبر مدة للتعامل مع البنك هي من 6 الى 10 سنوات بنسبة 44% .

الفرع الثاني: تحليل بيانات متغيرات الدراسة

سيتم عرض تحليل البيانات الأساسية والتي تمثل إستجابات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة الواردة في أداة الدراسة المتمثلة في استمارة الموظفين و استمارة العملاء، وقد تم الاستعانة في ذلك ببرنامج SPSS .

أولا: استجابات أفراد العينة نحو أبعاد التسويق الداخلي

سيتم إختيار بيانات هذا المحور من خلال الفقرات الموجودة في الاستبيان الموجه نحو الموظفين من خلال الفقرات من (1 الى 20) ويمكن تلخيص النتائج التي تم الحصول عليها في الجدول التالي:

الجدول رقم (16): استجابات افراد عينة الموظفين نحو ابعاد التسويق الداخلي

رقم العبارة	العبارات	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التحقق	الترتيب
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة				
01	يقوم البنك بتخصيص .برامج تدريبية تتعلق بالوظيفة.	0	0	0	0	3	10	17	56,7	10	33,3	4,23	0,62	مرتفعة جدا	04
02	يشارك جميع العاملين في العملية التدريبية.	0	0	0	0	10	33,3	11	36,7	9	30	3,96	0,8	مرتفعة	06
03	تستحدث ادارة البنك دورات تدريبية حديثة مع التطور الحاصل.	0	0	0	0	0	0	10	33,3	20	66,7	4,66	0.47	مرتفعة جدا	01
04	تدريبك يزيد من معرفتك و إعطاء جودة احسن للخدمة.							13	43,3	17	56,7	4,56	0,5	مرتفعة جدا	02
05	يتم توزيع الحوافز بطريقة عادلة بين العاملين في البك.	0	0	9	30	14	46,7	7	23,3	0	0	2,93	0,73	متوسطة	13
06	نظام الحوافز في البنك يشجع على العمل بشكل أفضل.	4	13,3	10	33,3	16	53,3	0	0	0	0	2,4	0.72	منخفضة	17
07	تتلقى مكافآت مادية نتيجة مردودك في العمل.	2	6,7	10	33,3	12	40	6	20	0	0	2,73	0,86	متوسطة	14
08	يقدم البنك حوافز مادية كافية للموظفين.	8	26,7	18	60	4	13,3	0	0	0	0	1,86	0,62	منخفضة	19
09	الادارة تدعم الافكار التي يقدمها العامل لتحسين أدائه في العمل.	0	0	0	0	11	36,7	19	63,3	0	0	3,63	0,49	مرتفعة	08
10	يمكن القيام بالمهام دون رقابة مستمرة من طرف مدير البنك .	0	0	0	0	17	56,7	13	43,3	0	0	3,43	0,5	مرتفعة	10
11	تعطي الادارة حرية للعامل في اداء مهامه بالشكل المناسب له.	1	3,3	6	20	12	40	11	36,7	0	0	3,1	0,84	متوسطة	11
12	تشجع إدارة البنك العمال بالمشاركة في اتخاذ القرارات	0	0	1	3.3	12	40	15	50	2	6,7	3,6	0,67	مرتفعة	09
13	الاتصال بين اطراف البنك يتم بصورة آلية وسريعة.	0	0	0	0	0	0	17	56,7	13	43,3	4,43	0,5	مرتفعة جدا	03
14	يمتلك البنك وسائل اتصال حديثة تسهل انتقال المعلومة افقيا و عموديا .	0	0	0	0	2	6,7	9	30	19	63,3	4,56	0,62	مرتفعة جدا	02
15	هناك اتصال مباشر بين العمال والادارة لحل المشاكل الطارئة بشكل سريع.	0	0	0	0	6	20	16	53,3	8	26,7	4.06	0,69	مرتفعة	05
16	لا يجد العاملون صعوبة في تبادل المعلومات فيما بينهم.	0	0	0	0	9	30	18	60	3	10	3,8	0,61	مرتفعة	07
17	تقوم ادارة البنك بتسويق ثقافتها لموظفيها .	0	0	10	33,3	18	60	2	6,7	0	0	2,73	0,58	متوسطة	15
18	تسعى ادارة البنك الى ترسيخ ثقافة الخدمة لدى العاملين لديها .	1	3,3	15	50	14	46,7	0	0	0	0	2,43	0,56	منخفضة	16
19	تزود ادارة البنك جميع العاملين بالخدمات التي تقدمها.	8	26,7	14	46,6	8	26,7	0	0	0	0	2	0,74	منخفضة	18
20	يتعامل البنك مع الموظفين كشركاء ملتزمين بإنجاز هدف مشترك.	0	0	9	30	14	46,7	6	20	1	3,3	2,96	0,8	متوسطة	12
المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري العام)												3,40	0,17	مرتفعة	

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائي(SPSS).

يبين الجدول رقم (16) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ورتبة كل عبارة ، حيث استمل هذا المحور على 20 فقرة تقسيم مجملها اتجاهات الموظفين نحو متغير التسويق الداخلي، حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لإجابات أفراد العينة حول مختلف العبارات 3,40 وفقا لسلم ليكارت الخماسي فإن مستوى الإجابات يقابل الخيار موافق، كما بلغ الإنحراف المعياري الكلي 0,71 مما يدل على عدم وجود تشتت بين القيم عن متوسطها الحسابي

- العبارة رقم (01): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4,43 وإنحراف معياري قيمته 0,62 واحتلت العبارة المرتبة الخامسة بنتيجة مرتفعة جدا، ويدل هذا على أن البنك يقوم بتخصيص برامج تدريبية تتعلق بالوظيفة.
- العبارة رقم (02): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,960 وانحراف معياري 0,8، وأحتلت المرتبة السادسة وهذا يدل على ان البنك يشارك جميع العاملين في عملية التدريب.
- العبارة رقم (03): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4,66وانحراف معياري 0,47 ، وأحتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على ان البنك يستحدث دورات تدريبية مع التطور الحاصل.
- العبارة رقم (04): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4,56وانحراف معياري 0,50 ، وأحتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على ان التدريب يزيد من معرفة الموظفين .
- العبارة رقم (05): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,93وانحراف معياري 0,73، وأحتلت المرتبة الثالثة عشرة، وهذا يدل على ان البنك لا يوزع الحوافز بطريقة عادلة .
- العبارة رقم (06): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,4وانحراف معياري 0,72، وأحتلت المرتبة السابعة عشرة،وهذا يدل على نظام الحوافز في البنك لا يشجع على العمل بشكل أفضل.
- العبارة رقم (07):): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,73 وانحراف معياري 0,86 ، وأحتلت المرتبة الرابعة عشرة، وهذا يدل على المكفأة المادية التي يتلقاها الموظف بنسبة متوسطة
- العبارة رقم (08): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1,86وانحراف معياري0,62 ، وأحتلت المرتبة التاسعة عشرة، وهذا يدل على أن البنك لا يقدم حوافز مادية كافية للموظفين .
- العبارة رقم (09): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,63 وانحراف معياري 0,49 ، وأحتلت المرتبة الثامنة وهذا يدل تدل على ان البنك يدعم الأفكار التي يقدمها العامل.
- العبارة رقم (10): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,43 وانحراف معياري 0,5، وأحتلت المرتبة العشرة، وهذا يدل على ان الموظف يمكنه القيام بالمهام دون رقابة من طرف مدير البنك.
- العبارة رقم (11): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,1 وانحراف معياري 0,84 ، وأحتلت المرتبة الحادية عشرة، وهذا يدل على ان إدارة البنك يعطي الحرية للعامل في أداء مهامه بنسبة متوسطة .
- العبارة رقم (12): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,6وانحراف معياري 0,67، وأحتلت المرتبة التاسعة وهذا يدل على أن إدارة البنك يشجع على المشاركة في اتخاذ القرارات.

•العبارة رقم (13): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4,43 وانحراف معياري 0,50 ، وأحتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على ان الإتصال يتم بين أطراف البنك بصورة آلية وسريعة .

•العبارة رقم (14): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4,56وانحراف معياري0,62 وأحتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على ان البنك يمتلك وسائل اتصال حديثة.

•العبارة رقم (15): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4,06وانحراف معياري 0,69 ، وأحتلت المرتبة الخامسة ،وهذا يدل على ان هناك اتصال مباشر بين العمال والادارة.

•العبارة رقم (16): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,8وانحراف معياري 0,61 ، وأحتلت المرتبة السابعة، وهذا يدل على ان العاملين لا يجدون صعوبة في تبادل المعلومات .

•العبارة رقم (17): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,73 وانحراف معياري 0,58 ، وأحتلت المرتبة الخامسة عشرة، وهذا يدل على ان البنك تسوق ثقافتها الى موظفيها بنسبة متوسطة.

•العبارة رقم (18): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,43 وانحراف معياري 0,56 ، وأحتلت المرتبة السادسة عشرة، وهذا يدل على ان ادارة البنك لا ترسخ ثقافة الخدمة لدى العاملين .

•العبارة رقم (19): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2 وانحراف معياري 0,74، وأحتلت المرتبة الثامنة عشرة، وهذا يدل على ان ادارة البنك لا تزود جميع العاملين بالخدمات التي تقدمها .

•العبارة رقم (20): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,96 وانحراف معياري 0,8 ، وأحتلت المرتبة الثانية عشرة، وهذا يدل على ان البنك يتعامل مع الموظفين كشركاء بنسبة متوسطة.

من خلال النتائج السابقة لمتغير التسويق الداخلي يتضح أن جميع المتوسطات الحسابية مرتفعة وذلك مقابل درجة موافقة في عبارات التدريب وبعد التمكين وبعد الاتصال الداخلي في حين كانت المتوسطات الحسابية في اغلبها منخفضة في عبارات التحفيز وثقافة الخدمة ، وهذا يشير إلى أن البنك يقوم بتطبيق جزء من ابعاد التسويق الداخلي ، وهذا موضح من خلال إجاباتهم.

ثانيا: استجابات افراد العينة نحو ابعاد جودة الخدمة المصرفية

سيتم إختيار بيانات هذا المحور من خلال الفقرات الموجودة في الاستبيان الموجه نحو العملاء من خلال الفقرات من (1 الى 20) ويمكن تلخيص النتائج التي تم الحصول عليها في الجدول التالي:

جدول رقم (17): استجابات افراد عينة العملاء نحو جودة الخدمة المصرفية

رقم العبارة	العبارات	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدّة		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التحقق	الترتيب
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة				
01	تتطابق خدمات المؤسسة مع ما روجت له.	1	2	19	38	21	42	9	18	0	0	2,76	0,77	متوسطة	17
02	يقدم البنك خدمات تشبع رغبات وحاجات العملاء.	0	0	13	26	27	54	10	20	0	0	2,94	0,68	متوسطة	14
03	يتم تقديم الخدمة للعملاء بطريقة صحيحة من اول مرة .	0	0	0	0	15	30	32	64	3	6	3,76	0,55	مرتفعة	07
04	لدى موظفي البنك القدرة على التعامل بشكل سلس مع العملاء.	0	0	1	2	17	34	30	60	2	4	3,66	0,59	مرتفعة	08
05	إدارة البنك تساعد في حل مشكلات العملاء.	4	8	22	44	15	30	9	18	0	0	2,58	0,88	منخفضة	18
06	موظفو البنك يقدمون للعملاء خدمة فورية عند التصال بهم .	1	2	20	40	14	28	14	28	1	2	2,88	091	متوسطة	16
07	موظفو البنك يخبرونك بالمعلومات عن الخدمات الجديدة .	2	4	5	10	19	38	21	42	3	6	3,66	0,89	متوسطة	12
08	موظفو البنك على استعداد دائم للاستجابة الى طلبات العميل.	5	10	12	24	17	34	15	30	1	2	2,90	1,01	متوسطة	15
09	يتعامل البنك مع المعلومات الخاصة بالعميل بسرية.	0	0	0	0	9	18	34	68	7	14	3,96	0,57	مرتفعة	05
10	يعمل البنك قصارى جهده في وضع الثقة لدى العميل .	0	0	3	6	18	36	24	48	5	10	3,62	0,75	مرتفعة	09
11	يشعر العميل بالراحة و الاطمئنان عند التعامل مع مختلف الموظفين .	0	0	2	4	10	20	31	62	7	14	3,86	0,70	مرتفعة	06
12	يوجد عدد كاف من حرلس الامن في البنك.	19	38	25	50	5	10	1	2	0	0	1,76	0,71	منخفضة جدا	19
13	يعتبر البنك خدمة العملاء من أهم أولوياته.	0	0	7	14	22	44	21	42	0	0	3,28	0,70	متوسطة	13
14	يتحلى موظفي البنك بالمحادثة المهذبة .	0	0	3	6	17	43	27	54	3	6	3,60	0,69	مرتفعة	10
15	يغلب على ممارسة الموظفين الالفة و الاحترام اتجاه مختلف العملاء.	0	0	6	12	21	42	22	44	1	2	3,36	0,72	متوسطة	12
16	يتحلى موظفي البنك بالشفافية التامة اتجاه العملاء لدى تقديمهم مختلف الخدمات	0	0	4	8	21	42	24	48	1	2	3,44	0,67	مرتفعة	11
17	المظهر الخارجي للبنك ممتاز وجذاب .	0	0	0	0	3	6	17	34	30	60	4,54	0,61	مرتفعة جدا	01
18	موقع البنك يسهل الوصول اليه .	0	0	0	0	3	6	17	34	30	60	4,50	0,54	مرتفعة جدا	02
19	يمتلك البنك على تجهيزات متطورة.	0	0	0	0	1	2	23	46	26	52	4,38	0,56	مرتفعة جدا	03
20	يمتلك البنك وسائل استقبال توف الراحة للعملاء.	0	0	0	0	2	4	27	54	21	42	4	0,67	مرتفعة	04
المتوسط الحسابي والإنحراف المعياري العام)												3,40	0,20	مرتفعة	

المصدر: من إعداد الطالبة بناءا على نتائج التحليل الإحصائي(SPSS).

يبين الجدول رقم (17) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ورتبة كل عبارة ، حيث اشتمل هذا لمحور على 20 فقرة تقيس بمجملها اتجاهات العملاء نحو متغير جودة الخدمة المصرفية، حيث بلغ المتوسط حسابي الكلي لإجابات أفراد العينة حول مختلف العبارات 3,40 وفقا لسلم ليكارت الخماسي فإن مستوى الإجابات يقابل الخيار موافق، كما بلغ الإنحراف المعياري الكلي 0,20 مما يدل على عدم وجود تشتت بين القيم عن متوسطها الحسابي

- العبارة رقم (01): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,76 وإنحراف معياري قيمته 0,77 واحتلت العبارة المرتبة السابعة عشر بنتيجة متوسطة ، ويدل هذا على أن الخدمات التي يقدمها البنك تتطابق مع الخدمات التي روج لها بصفة متوسطة.
- العبارة رقم (02): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,94 وانحراف معياري 0,68، وأحتلت المرتبة الرابعة عشرة بنتيجة متوسطة وهذا يدل على ان البنك لا يقدم خدمات تشبع رغبات و حاجات العملاء.
- العبارة رقم (03): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,76 وانحراف معياري 0,55 ، وأحتلت المرتبة السابعة ، بنتيجة مرتفعة وهذا يدل على ان البنك يقوم بتقديم الخدمة للعملاء بطريقة صحيحة من أول مرة
- العبارة رقم (04): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,66وانحراف معياري 0,59 ، وأحتلت المرتبة الثامنة،بنتيجة مرتفعة وهذا يدل على ان البنك لديه موظفي لديهم الخبرة على التعامل بشنل سلس مع العملاء.
- العبارة رقم (05): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,58 وانحراف معياري 0,88، وأحتلت المرتبة الثامنة عشرة، بنتيجة منخفضة وهذا يدل على ان إدارة البنك لا تساعد على حل مشكلات العملاء.
- العبارة رقم (06): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,88 وانحراف معياري 0,91، وأحتلت المرتبة السادسة عشر، بنتيجة متوسطة وهذا يدل على ان موظفو البنك يقدمون للعملاء خدمة فورية بصفة متوسطة
- العبارة رقم (07):): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,36 وانحراف معياري 0,89 ، وأحتلت المرتبة الثانية عشرة، بنتيجة متوسطة وهذا يدل ان موظفي البنك لا يخبرون العملاء بكل المعلومات الجديدة.
- العبارة رقم (08): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 2,90 وانحراف معياري0,17 ، وأحتلت المرتبة الخامسة عشرة، بنتيجة متوسطة وهذا يدل على أن موظفي البنك ليسوا دائما على استعداد للاستجابة لطلبات العملاء.
- العبارة رقم (09): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,96 وانحراف معياري 0,57 ، وأحتلت المرتبة الخامسة ، بنتيجة مرتفهة وهذا يدل على ان البنك يتعامل مع المعلومات الخاصة بالعميل بسرية.
- العبارة رقم (10): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,36 وانحراف معياري 0,75، وأحتلت المرتبة التاسعة، بنتيجة مرتفعة وهذا يدل على ان البنك يعمل قصارى جهده في وضع الثقة لدى العميل .

- العبارة رقم (11): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,86 وانحراف معياري 0,70 ، وأحتلت المرتبة السادسة ،بنتيجة مرتفعة وهذا يدل على ان العميل يشعر بالراحة عند التعامل مع الموظفين.
- العبارة رقم (12): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 1,76 وانحراف معياري 0,67، وأحتلت المرتبة التاسعة عشرة، بنتيجة منخفضة جدا وهذا يدل على أن البنك لا يوجد فيه عدد كاف من حراس الامن.
- العبارة رقم (13): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,28 وانحراف معياري 0,70 ، وأحتلت المرتبة الثالثة عشرة، بنتيجة متوسطة وهذا يدل على البنك لا يعتبر دائما خدمة العملاء من اهم أولوياته.
- العبارة رقم (14): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,60 وانحراف معياري0,69 وأحتلت المرتبة العاشرة ، بنتيجة مرتفعة وهذا يدل على ان موظفي البنك يتحلون بالمحادثة المهذبة .
- العبارة رقم (15): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,36 وانحراف معياري 0,72 ، وأحتلت المرتبة الثانية عشر، بنتيجة مرتفعة وهذا يدل على ان ممارسة الموظفين لا يغلب عليها دائما الالفة و الاحترام.
- العبارة رقم (16): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 3,44 وانحراف معياري 0,67 ، وأحتلت المرتبة الحادية عشر ،بنتيجة مرتفعة وهذا يدل موظفي البنك يتحلون بالشفافية اتجاه العملاء.
- العبارة رقم (17):): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4,54 وانحراف معياري 0,61 ، وأحتلت المرتبة الاولى ، بنتيجة مرتفعة جدا وهذا يدل على ان المظهر الخارجي للبنك جذاب وممتاز
- العبارة رقم (18):): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4,50 وانحراف معياري 0,54 ، وأحتلت المرتبة الثانية ،بنتيجة مرتفعة جدا وهذا يدل على ان موقع البنك يسهل الوصول اليه.
- العبارة رقم (19): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4,38 وانحراف معياري 0,56، وأحتلت المرتبة الثالثة ، بنتيجة مرتفعة جداوهذا يدل على ان البنك يمتلك تجهيزات متطورة .
- العبارة رقم (20): بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة 4 وانحراف معياري 0,67، وأحتلت المرتبة الرابعة ، بنتيجة مرتفعة اوهذا يدل على ان البنك يمتلك وسائل الراحة .

من خلال النتائج السابقة لمتغير جودة الخدمة المصرفية يتضح أن جميع المتوسطات الحسابية مرتفعة وذلك مقابل درجة موافقة في بعد الملموسية وبعد الثقة والامان و التعاطف في حين كانت متوسطة في بعد الاعتمادية والاستجابة بمعنى أن كل أفراد عينة الدراسة موافقة على إجابات محتوى عبارات الدراسة، وهذا يشير إلى أن البنك لا يهتم بكل ابعاد الجودة من منظور العملاء عينة الدراسة ، وهذا موضح من خلال إجاباتهم.

المطلب الثاني :نتائج اختبار الفرضيات

يتضمن هذا المطلب عرض وتفسير النتائج و مناقشتها من خلال ما تم التوصل إليه من أدوات الدراسة، من اجل معرفة العلاقة بين التسويق الداخلي و جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة –488–.

الفرع الاول :إختبار التوزيع الطبيعي

تم إجراء اختبار "كولمجروف–سيمرنوف" للتحقيق من مدى إتباع التوزيع الطبيعي كاختيار ضروري للفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمة تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا، والذي تم بعد توزيع كل الاستبيانات وجمعها من عينة الدراسة ،والجدول التالي يوضح ذلك :

جدول رقم (18): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

متغيري الدراسة	قيمة الاختبار Z	مستوى الدلالة sig
التسويق الداخلي	**0,949**	**0,156**
جودة الخدمة المصرفية	**0,968**	**0,139**

المصدر :من اعداد الطالبة بناء على نتائج التحليل الاحصائي (SPSS)

ويوضح الجدول رقم (18) نتائج الاختبار حيث بلغت قيمة الاختبار Z بالنسبة لمتغير التسويق الداخلي 0.949 عند مستوى دلالة Sig=0,156،في حين بلغت قيمة الاختبار Z لمتغير جودة الخدمة المصرفية 0,968 مع مستوى دلالة Sig=0,139، وهذا يدل على أن البيانات تتبع توزيعا طبيعيا.

الفرع الثاني: نتائج إختبار الفرضيات

لاختبار الفرضيات الفرعية تم الاعتماد على نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط ($Y = ax + b$) الذي يسمح بدارسة إمكانية وجود علاقة بين المتغير المستقل التسويق الداخلي والمتغير التابع جودة الخدمة المصرفية، كما تم الاعتماد على معامل الارتباط (**R**) لمعرفة طبيعة العلاقة (طردية أو عكسية) عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وقد تم حساب معامل التحديد ($\mathbf{R^2}$) لمعرفة نسبة التغير في المتغير التابع نتيجة للتغير في المتغير المستقل.

أولا: الفرضيات الفرعية

1-الفرضية الفرعية الاولى

الفرضية العدمية: **لا يوجد تطبيق لابعاد التسويق الداخلي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة – 488– تبعا لاتجاهات أفراد عينة الموظفين**

الفرضية البديلة: **يوجد تطبيق لابعاد التسويق الداخلي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة – 488– تبعا لاتجاهات أفراد عينة الموظفين**

والجدول التالي يوضح نتائج إختبار الفرضية الفرعية الاولى :

الجدول رقم (19): يوضح نتائج إختبار الفرضية الفرعية الاولى

ابعاد التسويق الداخلي	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التحقق	الترتيب
التدريب	4,35	0,35	مرتفعة جدا	1
التحفيز	2,48	0,40	منخفضة	5
التمكين	3,44	0,29	مرتفعة	3
الاتصال الداخلي	4,21	0,31	مرتفعة جدا	2
ثقافة الخدمة	2,53	0,29	منخفضة	4
التسويق الداخلي	3,40	0,17	مرتفعة	

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على نتائج التحليل الاحصائي (SPSS)

يتضح من خلال الجدول رقم (19) أن المتوسط الحسابي لبعد التدريب هو 4,35 وإنحراف معياري 0,35 وهذا يدل على أن بعد التدريب مطبق في البنك بصفة مرتفعة جدا وفي المرتبة الاولى ، المتوسط الحسابي لبعد التحفيز هو 2,48و انحراف معياري قدره 0,40 وهذا يدل على ان بعد التحفيز مطبق في البنك بصفة منخفضة جدا من وجهة نظر الموظفين وهو في المرتبة الخامسة ، اما المتوسط الحسابي لبعد التمكين هو 3,44وانحراف معياري قدره 0,29 مما يعني ان البنك تطبق هذا البعد بصفة مرتفعة وهو في المرتبة الثالثة ، والمتوسط الحسابي لبعد الاتصال الداخلي 4,21 وانحراف معياري قدره 0,31 وهذا يدل على ان بعد الاتصال الداخلي مطبق في لبنك بصفة مرتفعة جدا وبرتبة الثانية ،فيما يخص بعد ثقافة الخدمة المتوسط الحسابي هو 2,53و انحرافه معياري 0,29 هذا يدل على أن هذا البعد مطبق بصفة منخفضة من وجهة نظر الموظفين بالرتبة الرابعة والمتوسط الحسابي للتسويق الداخلي 3,40 وانحرافه المعياري17,0 بدرجة مرتفعة ،وعليه، تُرفض الفرضية العدمية وتُقبل الفرضية البديلة الموالية:

" يوجد تطبيق لابعاد التسويق الداخلي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة –488– تبعا لاتجاهات أفراد عينة الموظفين"

2– الفرضية الفرعية الثانية

الفرضية العدمية: **لا توجد فروقات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لجودة الخدمات المصرفية تعزى للمتغيرات الديمغرافية لعينة العملاء.**

الفرضيةالبديلة: **توجد فروقات ذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لجودة الخدمةالمصرفية تعزى للمتغيرات الديمغرافية لعينة العملاء.**

والجدول التالي يوضح نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

جدول رقم (20): يوضح نتائج إختبار الفرضية الفرعية الثانية

البيانات	القيمة المحسوبة F	مستوى الدلالةSig
الجنس	**0,247**	**0,622**
العمر	**0,016**	**0,901**
المستوى التعليمي	**0,007**	**0,936**
مدة التعامل مع البنك	**0,373**	**0,545**

المصدر: من اعداد الطالبة بناء على نتائج التحليل الاحصائي (SPSS)

يوضح الجدول رقم (20) أن معامل فيشر **F** بين جودة الخدمة المصرفية و المتغيرات الديمغرافية كلها اكبر من 0,05، وبما أن **Sig**≥0,05 فإنه يتم رفض الفرضية البديلة وقبول الفرضية العدمية التي مفادها: لا توجد فروقات ذات دلالة احصائية **عند مستوى معنوية (α≤0.05)** لجودة الخدمات المصرفية تعزى للمتغيرات الديمغرافية

ثانيا: الفرضية الرئيسة

الفرضية العدمية: "**لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (α≤0.05) بين التسويق الداخلي و جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة –488–**

الفرضية البديلة: "**يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (α≤0.05) بين التسويق الداخلي و جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة –488–**

جدول رقم (21): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار B	معامل الانحدار A	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	القيمة المحسوبة T	القيمة المحسوبة F	مستوى الدلالةSig
التسويق الدخلي	**جودة الخدمة المصرفية**	1.336	0.661	0.782	0.611	8.125	66.015	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على نتائج التحليل الإحصائي**(SPSS)**

يوضح الجدول رقم (21) نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لتحديد العلاقة بين التسويق الداخلي وجودة الخدمة المصرفية في البنك محل الدراسة، وقد أكّدت النتائج أن هناك علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)، حيث بلغ معامل الارتباط 0.782 مما يدل على وجود ارتباط قوي جدا بين المتغيرين، أما معامل التحديد فقد بلغ 0.611 أي أن القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار كانت بنسبة 61.1%من زيادة جودة الخدمة المصرفية يعود إلى ممارسات التسويق الداخلي، وقد أوضح اختبار (T) الذي بلغ 8.125 أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات أفراد العينة، بينما أظهر اختبار (F) أن النموذج بشكل عام ذو دلالة إحصائية حيث بلغ مستوى الدلالة Sig=0.000 وهو أقل من مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

وعليه، تُرفض الفرضية العدمية وتُقبل الفرضية البديلة الموالية:

"يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) بين التسويق الداخلي و تحسين جودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة –488 –"

ويمكن كتابة العلاقة بين التسويق الداخلي و زيادة جودة الخدمة المصرفية في شكلها الرياضي من خلال المعادلة الخطية للانحدار كما يلي: $Y = 0.661x + 1.336$، حيث:

X: التسويق الداخلي ؛

Y: جودة الخدمة المصرفية.

خاتمة الفصل

إشتمل هذا الفصل على الدراسة التطبيقية التي أجريت في بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة تبسة

–488–و التي كان الهدف منها هو اسقاط الجانب النظري لمتغيري الدراسة :"التسويق الدخلي و جودة الخدمة المصرفية " و قد تم التطرق في المبحث الاول إلى الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية وذلك من خلال دراسة مجتمع الدراسة وكذا عينة الدراسة والأدوات المساعدة على ذلك وطريقة جمع المعلومات، نُفّذت هذه الدراسة من خلال اختبار مدى صدق الاستبيان وذلك من خلال مجموعة من الأدوات الاحصائية المتعددة، مثل: الإنحراف المعياري والمتوسط الحسابي....إلخ.

اما المبحث الثاني فقد تم التطرق فيه الى عرض و مناقشة نتائج الدراسة من خلال اختبار صدق الاستبيانين ، وتم فيه ايضا تحليل البيانات الشخصية والوظيفية لعينتي الدراسة ، كما تم إجراء اختبار "كولمجروف" للتحقق من مدى إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي لان معظم الاختبارات تشترط ان يكون توزيع البيانات طبيعيا، وتم كذلك اختبار الفرضيات الفرعية و الرئيسية حيث تم قبول الفرضية الرئيسية و التي تنص على وجود تأثير ذات دلالة إحصائية بين التسويق الداخلي وجودة الخدمة المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تبسة –488–.