وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
كلية الإدارة والاقتصاد
قسم العلوم المالية والمصرفية

بحث بعنوان

جودة الخدمات المصرفية وتأثيرها في ولاء الزبون

(دراسة تحليلية في مصرف الرشيد / 16 فرع الديوانية)

بحث مقدم الى مجلس قسم العلوم المالية والمصرفية
كجزء من متطلبات نيل درجة البكالوريوس في
العلوم المالية والمصرفية من قبل الطالبة

(بشرى حميد عبد الرزاق دبي)

بأشراف أ . م . د
حسين فلاح ورد

1439هـ **2018 م**

بسم الله الرحمن الرحيم

نَرْفَعُ دَرَجَاتٍ مَنْ نَشَاءُ ۗ وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ ﴿٧٦﴾

صدق الله العلي العظيم

سورة يوسف (76)

الأهـــداء

اهدي هذا العمل إلى من فضلني على جميع المخلوقات حينما رزقني العقل والذي به استطعت إكمال بحثي .

والى سيدي ومولاي إمام المتقين وسيد البلغاء علي بن أبي طالب(عليه السلام)

إلى من نذرت عمرها في أداء رسالة , صنعتها من أوراق الصبر , وطرزتها في ظلام الدهر ,على سراج الأمل , بلا فتور أو كلل والى الأهل والأصدقاء .

اسأل الله عزوجل ان يجعله في سجل أعمالنا الصالحة ويوفقنا في طريق العلم والمعرفة لخدمة هذا البلد

الباحثة

شكر وتقدير :

الحمد لله أولاً وأخرا الذي وفقنا لإتمام هذا العمل فأنه نعم المولى ونعم النصيـــر 0

والى أستاذي الدكتور المشرف حسين فلاح ورد لما قدمه لي من توجيهات ونصائح سهلت علي كتابة البحث

وإلى أبي الذي لم يبخل علي يوماً بشيء

وإلى أمي التي زودتني بالحنان والمحبة

أقول لهم: أنتم وهبتموني الحياة والأمل والنشأة على شغف الاطلاع والمعرفة وإلى إخوتي وأسرتي جميعاً

(الباحثة)

المقدمة

الحمد لله على نعمائه , وصلاته وسلامه على خاتم أنبيائه وعلى آله وأصحابه وأوليائه . اللهم اني أحمدك أرضى الحمد لك , وأحب الحمد لك , وأفضل الحمد عندك حمداً لاينقطع عهده ولا يفنى مدده .

وأسألك المزيد من صلواتك وسلامك على مصدر الفضائل الذي ظل ماضيا على نفاذ أمرك حتى أضاء الطريق للعباد وهدى الله به القلوب , واقام به موضحات الإسلام سيدنا محمد بن عبد الله أفضل خلق الله , وأكرمهم عليه , وأعلامهم منزلة , صلى الله عليه وعلى صحابته الأخيار وآله الإبرار.

تحتل جودة الخدمة المصرفية مكاناً مهماً في مجال الولاء من قبل الزبون, وذلك لما لها من قيمة وأهمية في مجال كسب الزبون وولائه.

ولقد واجهتَ الكثير من الصعوبات سواء في الحصول على المصادر او الاستعانة بالغير ولكن رغم ذلك قمت باجتيازه وحاولت انتقاء أفضل الموضوعات ووضعها في موضع بحثي هذا.

وقد قسمت البحث الى ثلاثة مباحث حمل الأول منه منهجية البحث لأوضح فيه إشكالية البحث مع مجموعة تساؤلات إضافة الى أهمية وأهداف البحث مع توضيح مجتمع البحث, ثم تناولت في المبحث الثاني الجانب النظري للبحث وكان على قسمين الاول كان متضمناً جودة الخدمات المصرفية من مفهوم وأهمية وخصائص وانواع وابعاد اما القسم الثاني فقد اختص في ولاء الزبون ومفهومه واهميته , هذا وقد تضمن المبحث الثالث نبذة تأريخية عن مصرف الرشيد ليلحق بعده جانباً عملي يتضمن استبانه في مصرف الرشيد فرع الديوانية.

واضع بين أيديكم بحثي هذا الذي أرجوا أن يكون في المستوى و أمل ان على الأقل لم اقصر و لم أهمل تبيان جواهر عناصر البحث لأنني محصور بعاملين اثنين يصعب التوفيق في كثير من الأحيان بينهما و هما الوقت الموزع بين مختلف المواد الذي يتشكل منها المنهاج الدراسي و كذلك الإحاطة النسبية بموضوع البحث الذي هو مبتغيا. وأقوم بإهداء شكري وتقديري المتواضع بكل فخر الى أستاذي المشرف على بحثي والى رئيس قسم العلوم المالية والمصرفية ومقرر قسمها وارجوا ان يقبلوا مني هذا العمل البسيط مع جزيل الشكر والامتنان.

المبحث الأول

منهجية البحث

- **مشكلة البحث**

بحكم وجود العديد من المصارف في القطاعين العام والخاص وتزايد الخدمات المقدمه من قبلي الجمهور والزبائن جعل من مهمة كسب ولاء الزبون ليست بالسهلة بالنسبة لادارة المصرف ولذا تتمثل المشكلة الرئيسيه للبحث في تساؤلين

1- هل توجد علاقة بين جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبون ؟

2- هل توجد هنالك تأثير لجودة الخدمات المصرفية في ولاء الزبون ؟

- **أهداف البحث**

1- التعرف على مستوى الخدمة المصرفية التي تقدم فعلا للزبون .

2- التعرف وبشكل دقيق على ابرز المعايير التي يهتم بها الزبون لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة .

3- توفير قاعدة معلومات تساعد إدارة المصارف في تقييم مستوى جودة الخدمات التي يقدمها المصرف مع تحديد أكثر العوامل أهمية للزبون عند تقييمه لمستوى جودة الخدمة المقدمة وأخذها بنظر الاعتبار .

- **اهمية البحث**

1- الكشف عن النقاط الأساسية في أبعاد جودة الخدمات المصرفية والتي يجب ان تؤخذ بنظر الاعتبار مستقبلا للتكيف مع التطورات التي تطرأ ومحاولة مواكبتها ليسهل التعامل بين المصرف والزبون بصورة حديثة بدلا من ان تكون تقليديه.

2- تعد هذه الدراسة ذات أهمية بالغة للمصارف على اختلاف أنواعها وأنظمتها نظرا لما تقدمه من مقترحات تدعم المصرف والزبون معاً وتسهل التعامل فيما بينهم .

3- .تقديم نتائج علميه حول جدول الخدمات المصرفية وأثرها في رضا الزبون في المصارف .

4- ان نتائج البحث يمكن ان تكون مدخلا تساعد المصارف مع تحسين وتطوير خدماتها لتكسب رضا الزبون.

- **فرضيات البحث**

ينطلق البحث من فرضيتين رئيسيتين :-

1- توجد علاقة معنوية بين جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبون .

2- يوجد تأثير معنوي لجودة الخدمات المصرفية في ولاء الزبون .

- **مجتمع البحث وعينته**
- **مجتمع البحث**

يتحدد مجتمع البحث في كل الموظفين العاملين في مصرف الرشيد/١٦ فرع الديوانية والبالغ عددهم ( )موظف .

- **عينة البحث**

تم اختيار (٣٠) موظف كعينة للبحث وقد وزعت في استمارة استبيان (أداة البحث) لأفراد العينة وحرصت الباحثة على استرجاعها .

- **ادارة البحث**

تم اعتماد استمارة استبيان كأداة للبحث ، تضم مجموعتين من المعلومات خصص النوع الأول منها للفقرات المتعلقة بالمعلومات العامة التي تخص السمات الشخصية لأفراد العينة من حين خصص النوع الثاني للفقرات المتعلقة بالمتغيرات التي ضمنها البحث.

- **حدود البحث**

أ- الحدود الزمانية تتحدد الحدود الزمانية للبحث بالمدة الزمنية المحصورة بين (٢٠١٧/١٠/١٠) - (٢٠١٨/٤/١)

ب- الحدود المكانية اجريتُ البحث في مصرف الرشيد /١٦ فرع الديوانية

المبحث الثاني

الجانب النظري

أولا:- جودة الخدمات النظرية

- مفهوم الخدمة المصرفية
- مفهوم جودة الخدمة
- أهمية الخدمة المصرفية
- خصائص الخدمة المصرفية
- نماذج تقييم الجودة
- أنواع الخدمة المصرفية
- أبعاد جودة الخدمات المصرفية

ثانيا:- ولاء الزبون

- مفهوم ولاء الزبون
- أهمية رضا الزبون
- العلاقة بين جودة الخدمات وولاء الزبون
- العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية وولاء الزبون

- **مفهوم الخدمات المصرفية**

تنفرد الخدمات عموما ومنها الخدمات المصرفية بوجود ملامح مميزه يجب ان تؤخذ في الحساب من قبل رجل التسويق كما ان مفهوم الخدمة المصرفية لا تختلف كثيرا عن مفهوم الخدمة بصفه عامه كما ان الخدمة هنا ليست شيئا ماديا ملموسا ولا يمكن تملكها مثال ذلك عندما تتقدم لبنك لإجراء عملية تحويل مالي لأحد الأقارب فإننا لا نحصل على شيء مادي ملموس وانما نحصل على الإشباع والرضا من خلال عملية التحويل

(عبد الكريم احمد جميل،٢٠١٥،ص،116)

وبشكل أكثر تفصيلا تعتبر الخدمة المصرفية جميع الأنشطة والعمليات التي يمارسها المصرف بهدف تزويد الزبائن بالقيمة التي عن طريقها تم إشباع حاجاتهم ورغباتهم

(زينه محمود احمد،٢٠١٦،ص٧٩)

وفي حقيقة الأمر ان مفهوم الخدمات المصرفية يحدد معالم وأسس العملية المصرفية التي تنتج الأموال الداخلة على المصارف فيحقق دخلا يجعلها مستمرة في نشاطها ومستقره في نمو أعمالها .

(عبد اللطيف حمزة الغراري،٢٠١٦،ص55)

تم عرفها النمر بأنه :-

((أنها قياس لتوقعات الزبائن الموضوعية حول الخدمة المصرفية لمستوى الأداء الذي يستند إلى التجربة السابقة)) وعاد بعدها العسكري ليقول ((عرض الخدمة للزبون المصرفي وتقديمها له لغرض إشباع حاجاته المالية وتحقيق الرضا))

(احمد عقيل واخرون،٢٠١٧،ص٣)

مفهوم جودة الخدمة المصرفية

يعد مفهوم جودة الخدمة المصرفية انها درجة تلبية مجموعة الخصائص الموروثة في المنتج لمتطلبات الزبون , او انها مجموعة من الخواص والمواصفات للسلعة او الخدمة المتعلقة بقدرتها على تلبية المتطلبات الموجودة او المفترض وجودها .

(حاكم الخفاجي,2012 ,ص79)

وتعتبر هنا جودة الخدمة ذو مفهوم مختلف عن الخدمة بشكل عام , اذ تعد جودة الخدمة الكلمة الاساسية للبقاء على قيد الحياة من المنظمات في الاقتصاد العالمي .

(حاكم الخفاجي,2012 ,ص80)

أهمية الخدمات المصرفية : -

أن جودة الخدمات المصرفية لها أهمية كبيره بالنسبة للمؤسسات وذلك من اجل تحقيق النجاح والاستقرار وهنا فان الزبون والموظف معا لابد أن يتعاملوا من اجل الخدمة وتقديمها على أعلى مستوى وهنا إشارة إلى أهمية مقدم الخدمة خلال النقاط التالية

1- تبرز أهمية مقدم الخدمة من خلال أهمية عنوانه الوظيفي ومهماته في المنظمات المصرفية.
2- عنصر أساسي في عرض الخدمة المسؤولة عن تطوير العلاقات الايجابية طويلة الأمد مع الزبون وإدامتها.
3- عنصر التماس المباشر والحيوي في المنظمات الخدمية المصرفية والتأثير في تحقيق رضا الزبون

وهنا لابد أن يتوفر كل ما يساعد على كسب رضا الزبون وفي كل جوانب الخدمات المصرفية.

(احمد عقيل مسلم واخزون،٢٠١٧،ص٤-٥)

خصائص الخدمات المصرفية

تحمل الخدمات المصرفية خصائص عديدة يمكن ان نلحظها فيما يلي:

1- التلازمية (التكاملية)

وهو ان الخدمات المصرفية تنتج وتوزع في ان واحد وعليه فان اهتمام المصرف ينصب في خلق المنفعة للزبائن وتكوينها

(احمد عقيل مسلم واخرون،٢٠١٧،ص٦)

2- عدم الملموسية

فالخدمات المصرفية ليست أشياء ماديه لذا فاننا لا نستطيع رؤيتها او لمسها .

(ام الخير دراجي،٢٠١٥،ص٤)

3- نظام التسويق ذو توجه شخصي عالي

حيث يختار المصرف قناة توزيع ملائمة لقطاع الخدمة وغالبا لا يوجد خيار أمام المصارف سوى ان تنتهج سياسة القنوات المباشرة اذ تتوطد العلاقة بين المصرف والزبون بسبب الأبعاد الشخصية وعلى مستوى عالي .

(أحمد عقيل مسلم وآخرون،٢٠١٧،ص٦)

4- الافتقار الى هوية خاطئة وتعني ان الخدمات التي تقدمها البنوك تكاد تكون متشابهه او متطابقه(. أم الخير دراجي ،٢٠١٥،ص٤)

5- التوازن بين النمو والمخاطرة

عندما يتوسع المصرف في القروض فهذا في الحقيقة هو يشتري الحمل (يتحمل المخاطر)وهنا من الضروري إيجاد نوع من التوازن بين التوسع في النشاط المصرفي من جهه وبين الحيطه والحذر وتجنب المخاطر من جهة أخرى

(أحمد عقيل مسلم واخرون،٢٠١٧،ص٦)

نماذج تقييم جودة الخدمة

أعد الباحثون نموذجين يمكن خلالهما تقييم جودة الخدمة ويكونان قابلين للتكيف والتعديل حسب المؤشرات التقييمية.وهما

1- نموذج الفجوة

ظهر هذا النموذج مطلع الثمانينات لاستخدامه في تحليل مصادر ومشاكل الجودة وكيفية تحسينها ، ان تقييم الجودة حسب نموذج الفجوة يعني الفجوة بين توقعات الزبائن لمستوى الخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها،اي تحديد مدى التطابق بين مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة،ويشمل هذا النموذج خمسة فجوات وهي-:

الفجوة الأولى: وهي الفجوة التي تنتج من الاختلافات بين توقعات الزبون وادراك المؤسسة الخدمية.

(حاكم الخفاجي , 2012 , ص83)

الفجوة الثانية: وتشير إلى عدم وجود تطابق في المواصفات الخاصة بالخدمة مع ادراكات الإدارة لتوقعات الزبون.

الفجوة الثالثة: وهي فجوة تنشأ بين مواصفات الخدمة الموضوعة والأداء الفعلي لها.

الفجوة الرابعة: وتتمثل في فجوة من الخدمة المروجة والخدمة المقدمة.

الفجوة الخامسة: وتتعلق بالفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المقدمة فعلا، يعني هذا أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة المدركة وتكون محصلة لجميع الفجوات بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة المؤسسة الخدمية.

(حاكم الخفاجي , 2012 , ص83)

2- نموذج الاتجاه

نموذج الاتجاه ظهر هذا النموذج بعد الدراسات التي اجراها تايلور كرونين ، ان الجودة في هذا النموذج

ذات مفهوم اتجاهي يرتبط بادراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المقدمة ويعرف الاتجاه هنا على انه تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة. وانه يقوم على أساس رفض فكرة الفجوة في تقييم جودة الخدمة ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة وأي على جانب الادراكات الخاصة بالزبون فقط ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الاتجاهات وهي دالة لإدراكات الزبون السابقة وخبرات وتجارب التعامل للمؤسسة ، ومستوى الرضا عن الأداء الحالي للخدمة فالرضا حسب هذا النموذج يعتبر عاملا وسيطا بين إدراكاته السابقة للخدمة والأداء الحالي لها، وضمن هذا الإطار تتم عملية تقييم جودة الخدمة من طرف الزبون فهو يقيم الخدمة على أساس خبرته السابقة .

(حاكم الخفاجي , 2012 , ص85)

- أنواع الخدمات المصرفية

أ- إدارة العملية وأسعار الصرف

يظهر التاريخ ان أولى الخدمات التي تقدمها المنظمات المصرفية قد كانت صرافه العملات اذ كان المصرف مستعد لتبادل اي شكل من اشكال العملات مثلا تبادل الدولار مقابل الدينار العراقي

(أحمد عقيل واخرون،٢٠١٧،ص8)

ب- خصم الأوراق التجارية وتقديم القروض للأعمال

ان أول بداية في تاريخ الصرفيين بدؤوا بخصم الأوراق فعليا وقامو بتقديم القروض للتجار المحليين الذين باعوا الديون (الحسابات المدينة)والتي احتفظوا بها ضد زبائنهم الى المصرف لغرض دفع النقد سريعا الى الصيارفة .

جـ- .قبول الودائع

ان تقديم القروض مربح للمصارف وكان مصدر اموالهم قبول ودائع الادخار وترك الاموال ذات الفائدة لدى المصارف لفترة محدده

د- دعم النشاطات الائتمانية

حدث ذلك بداية الثورة الصناعية اذ اهتمت الحكومات في أوربا وأمريكا بقابلية الصيرفيين على تحريك مقادير ضخمه من المال وتحقيق القروض وتغطية الطلب

(أحمد عقيل واخرون،٢٠١٧،ص8)

- **ابعاد جودة الخدمات المصرفية:**

اتفق الباحثون على تحديد خمسة أبعاد رئيسيه يعتمدها الزبون في تقسيم جودة الخدمة المصرفية وهي :

1- الاعتمادية : تعني الأداء او الوثوق : اي الالتزام بتقديم الخدمة بحسب المواعيد المحددة.

2- الاستجابة : وهنا يعني وجود رغبه في المساعدة الفورية للزبائن وتزويدهم بالخدمة

3- الثقة والتوكيد : جميع المنظمات المصرفية تسعى جاهدة تكسب قناعة الزبون بقدرة المصرف على كسب ثقة الزبائن بالمعلومات ولطافة القائمين على تقديم الخدمة .

4- التعاطف :هي صفة خاصة بمقدم الخدمة فلابد ان يتحلى بالأدب والمودة خلال الاتصال الشخصي بالزبون خصوصا مع الاستمرارية .

5- الملموسية : وهنا إعطاء دليل مادي للخدمة عن طريق الزي الرسمي لموظفي الخدمة والمكان المناسب للموظفين ليتمكنوا من تقديم الخدمة في الوقت اللازم وغالبا ما تعتمد *عليها المصارف لبناء علاقات جيدة مع الزبون

(أمجد عقيل واخرون ،٢٠١٧،ص٩-١٠)

ولاء الزبون

هو ظاهرة سلوكية ناتجة عن حالة الرضا العالي المتحققة من تجربة استخدام علاقة معينه من السلعة والتي خلالها ينبني موقفا ايحابياً وتمسكاًعالياً من قبل الزبون والتي ينتج عنها تحقق الاستجابة السلوكية المتمثلة بإعادة الشراء للعلاقة نفسها عند الحاجة إليها ولأكثر من مرة أي (الولاء للعلاقة) على الرغم من التأثيرات الموقفية والجهود التسويقية من المنافسين الهادفة الى تحويل سلوكه نحو علاقة أخرى

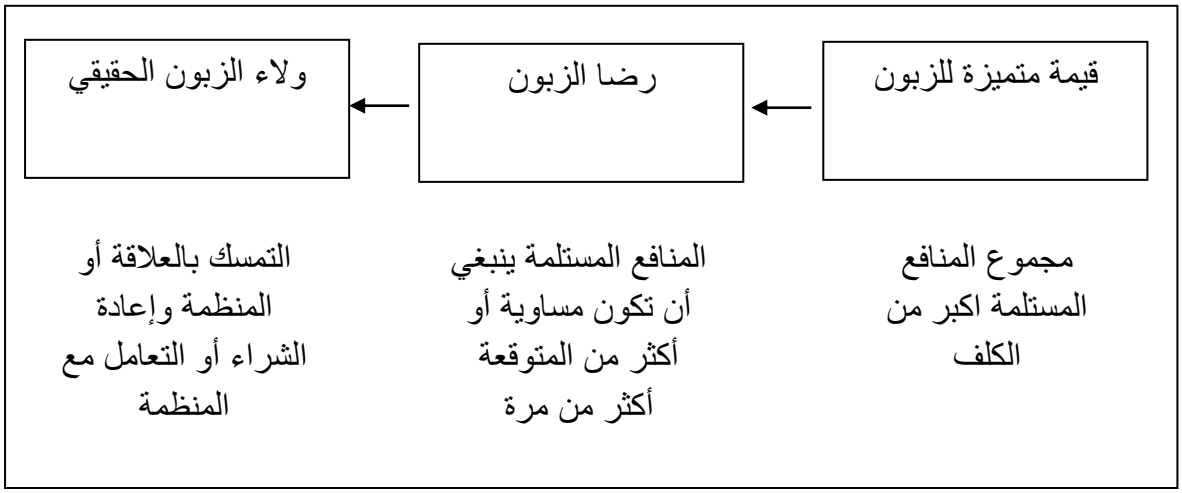
(أنيس احمد عبد الله ،٢٠١٦،ص١٥)

يعد رضا الزبون من الثوابت التي تقود المنظمة او المؤسسة للنجاح باعتبار المنتجات التي يتم إنتاجها لابد ان تلغي رواج وقبول لدى مختلف الزبائن ولابد من تحقيق رضاهم عن هذه المنتجات في هذه الحاله يجب وضع خطط إستراتيجيه وخاصة في مجال الجودة سعيا لكسب العميل .

(حاكم الخفاجي ,2012,ص86)

وينطبق الأمر على ولاء الزبون للمنظمة او المصرف كان تكون متجراً او فندقاً او اية منظمه أخرى لانه التجربة الايجابية الناتجة من تعامل الزبون مع المصرف بحصوله على قيمة متميزة تولد لديه موقفاً ايجابياً ونية في التعامل المستقبلي

(أنيس احمد عبد الله ،٢٠١٦،ص١٥)



1-1

يبين الشكل (١-١) ان تسليم قيمة مرضيه تؤدي الى رضاه وقد تبني موقفا ايجابيا وسلوكا يتمثل بإعادة الشراء للعلاقة او التعامل مع المنظمة أكثر من مرة (ولاء حقيقي).

(أنيس احمد عبد الله ،٢٠١٦،ص١٥)

- **أهمية رضا الزبون**

يعد رضا الزبون من المعايير المهمة في تقييم اداء المنظمات واتجاهات المستقبلية ولاسيما في ظل التكنولوجيا المتقدمة وأجهزة الاتصال الحديثة التي دخلت أبواب كل منظمه خدمية لتقدم من خلالها خدماتها عبر احدث وسائل الاتصال : وقد تكمن أهمية في العديد من المحاور والاتجاهات ومنها

1- ان الزبائن هم معظمي القيمة ومنهم من يكونون القيمة ويعملون على أساس ذلك

2- رضا الزبون هو الأداة للأداء المتحقق لتوقعات الزبون لذا يؤدي الرضا إلى الولاء الكبير الذي يظهره الزبون تجاه المنظمة او المؤسسة .

3- إن خسارة أي زبون يمكن أن يؤثر بشكل كبير على أنشطة المنظمة وأرباحها

(امجد عقيل وآخرون،٢٠١٧،ص٢٢)

- **العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية وولاء الزبون**

إن زبائن المنظمة الخدمية سوف يظلون على ولائهم لمنظمة الخدمة اذا كانت قيمة ما يحصلون عليه أعظم نسبيا مما يتوقعون الحصول عليه من المنافسين ،وبما ان الولاء يعبر عن معاودة الزبون وتكراره التعامل مع منظمة الخدمة فان ذالك يؤثر على مدى قناعة الزبون بما تقدمه المنظمة من خدمات حيث يفضل الزبائن دائما المنظمة التي تتسم بجودة ومواصفات و خصائص تتطابق مع احتياجاتهم ورغباتهم وبتالي تؤدي الى بناء الولاء لتلك المنظمة , يتضح ان العديد من المنظمات قد أدركت ان الحفاظ على التميز مرهون بكسب الزبائن خصوصا وان جودة الخدمة تمثل مقوما ضروريا من اجل إقناع الزبائن باختيار منظمة دون أخرى فهي تعد الشريان الحيوي الذي يمد المنظمة الخدمية بالزبائن الموالين فضلاً عن تفوقها على منافسيها من خلال الاحتفاظ بالزبائن الموالين لها.

(حاكم الخفاجي , 2012 , ص87)

المبحث الثالث

- نبذة تاريخية عن مصرف الرشيد
- تحليل إجابات العينة

- **نبذة تاريخية عن مصرف الرشيد**

هو مصرف عراقي حكومي، تأسس في بغداد عام 1988، كبنك عراقي تجاري. ينتشر له 162 فرعا داخل العراق.

نبذة تاريخية

تأسس مصرف الرشيد بموجب القانون رقم (52) لسنة 1988 وأصبح شركة عامة بموجب قانون الشركات العامة رقم (22) لسنة 1997وبتاريخ 4/12/ 2001 أصبح رأس مال المصرف مليــاري دينار عراقي حيث كان مليار دينار عراقي يهدف مصرف الرشيد المساهمة في دعم الاقتصاد الوطني من خلال الوظائف التي يقوم بها وتتمثل بما يلـي-:

1- الصيرفة التجارية
2- أستثمار الأموال
3- تمويل مختلف القطاعات وفق خطط التنمية
4- الخدمات المصرفية في مجال المعاملات الخارجية والمعاملات المصرفية الداخلية المتمثلة بالحسابات الجارية والتوفير والودائع الثابتة والقروض المتنوعة (بالدينار والدولار الأمريكي) والتسهيلات الائتمانية .خدمات المصرف بالنسبة للودائع الثابتة مقتصرة على سكان المنطقة الجغرافية التي يقع فيها المصرف أي انك لن تستطيع فتح حساب توفير مثلا الا إذا كنت تسكن قرب المصرف.

فروع البنك

للمصرف (165) فرعا ومكتبا، منها (52) فرعا و(21) مكتبا في بغداد و(84) فرعا و(6 (مكاتب خارج بغداد, كما أن الإدارة العامة للمصرف تضم ضمن تشكيلاتها (13 (قسما و(56) شعبة.

النظام الداخلي لمصرف الرشيد

استنادا الى حكم الفقرة /6 من المادة الرابعة من قانون مصرف الرشيد رقم 52 لسنة 1988 صدر النظام الآتي:

الباب الأول

التعاريف وأهداف المصرف

التعاريف:

يكون للتعابير الآتية المعاني المبينة ازاءها لأغراض هذا النظام:

الوزير – وزير المالية

المصرف – مصرف الرشيد

المجلس – مجلس ادارة المصرف

الرئيس – رئيس مجلس ادارة المصرف

المدير العام – مدير عام المصرف ورئيس مجلس ادارته

أهداف المصرف:

يهدف المصرف الى المساهمة في تعجيل النمو الاقتصادي في القطر في اطار السياسة العامة للدولة وذلك عن طريق ممارسة الأعمال المصرفية المعتادة لحسابه أو لحساب الغير، وتقديم الخدمات المصرفية المختلفة في ضوء أحكام القوانين والأنظمة ومنها:

1- قبول الودائع النقدية واجبة الدفع عند الطلب أو في تأريخ استحقاق معين أو بانذار أو بدونه أو بالحساب الجاري أو التوفير أو غيره، بفائدة أو بدونها واصدار شهادات الودائع، ودفع مبالغ الشيكات أو الأوامر الصادرة على المصرف من المودع
2- اقراض الأفراد من العراقيين مبالغ لقاء رهن أموال لا يتسرب اليها التلف بسرعة ويسهل حفظها وتحدد بتعليمات يصدرها المصرف شروط الاقراض وأوصاف الأموال التي تقبل تأمينا للقرض.
3- خصم الأوراق التجارية واعادة خصمها.
4- منح الائتمان التعهدي، كاصدار خطابات الضمان وفتح واصدار الاعتمادات المستندية بضمان أو بدونه أو بتأمينات نقدية أو بدونها، وقبول أو ضمان الأوراق التجارية.
5- التسليف على عمليات التصدير وعلى مستندات الشحن وأوامر تسليم الأموال على اختلاف أنواعها.
6- تحويل المبالغ داخل القطر واصدار الحوالات التجارية والسندات للأمر والشيكات واعتمادها.
7- تحصيل مبالغ الأوراق التجارية ومستندات الشحن وسائر أنواع الأوراق والسندات الأخرى لحساب أصحابها

8- استثمار الأموال في حوالات الخزينة وسندات الحكومة العراقية والسندات وحوالات الخزينة والأوراق المالية العربية والأجنبية وممارسة عمليات شرائها وبيعها.
9- شراء وبيع أو استيراد وتصدير السبائك والمسكوكات الذهبية، والمعادن الثمينة الأخرى
10- شراء وبيع الأوراق النقدية وأي من وسائل الدفع المحررة بالعملات الأجنبية، أو التسليف عليها وكذلك القيام بجميع أنواع عمليات التحويل الخارجي.
11- شراء وبيع الأسهم والسندات لحساب الغير.
12- حفظ النقود والمعادن الثمينة والأسهم والسندات والرزم والممتلكات الأخرى سواء عرفت محتوياتها أم لم تعرف، وكذلك تأجير خزائن الايداع الخاصة للغير.
13- القيام بأعمال الأمين أو الوكيل وتعيين الوكلاء.
14- تأسيس المستودعات العامة والخاصة لخزن البضائع لحساب المصرف أو لحساب الغير.
15- فتح وحفظ الحسابات لدى المصارف الخارجية والمؤسسات المالية وتعيين وكلاء فيها ومراسلين له في الخارج، وله أن يفتح ويحتفظ لها بحسابات لديه وكذلك العمل بصفة مراسل أو وكيل لها.
16- شراء وبيع وتحصيل وتأدية أقيام الأسهم والسندات والعملات وأي من وسائل الدفع وأوراق الائتمان نيابة عن المصارف والمؤسسات المالية الخارجية.
17- التعامل بالعملات الأجنبية مع المصارف والأسواق المالية العربية والدولية.
18- المساهمة في القروض المصرفية العربية والدولية ذات الطبيعة التجارية.
19- المساهمة في المصارف التجارية العربية والاقليمية، والدولية وله أن يؤسس أو يساهم بشركات خارج العراق تتعاطى أعمال الصيرفة.
20- كفالة القروض والتسهيلات الائتمانية الخارجية والاقتراض من المصارف والمؤسسات المالية الخارجية والحصول على التسهيلات الائتمانية لحسابه أو لحساب الغير.
21- تقديم الخدمات والقيام بالأعمال المصرفية الأخرى التي تقوم بها المصارف التجارية.

الباب الثاني
مجلس إدارة المصرف

أولا – تشكيلات المجلس:

يدير مصرف الرشيد مجلس ادارة يشكل بالاستناد الى أحكام القانون رقم 52 لسنة 1988.

ثانيا – اجتماعات المجلس:

1- يجتمع المجلس مرة واحدة في الشهر على الأقل بدعوة من رئيسه أو وكيله.

2- يكتمل النصاب في اجتماعات المجلس بحضور ثلثي عدد أعضائه على أن يكون من بينهم الرئيس أو وكيله وتتخذ القرارات بأغلبية عدد أصوات الحاضرين وأن تساوت يرجح الجانب الذي فيه الرئيس.
3- اذا تغيب عضو المجلس ممثل الوزارة أو الدائرة المعنية عن حضور جلسة أو أكثر من جلساته بعذر مشروع فعليه أن يخبر الرئيس بذلك، وأن يحل محله من يقوم بأعماله وكالة في المنصب الوظيفي الذي يشغله.
4- اذا تغيب عضو المجلس من ذوي التحصيل العلمي العالي بالشؤون المالية والمصرفية والاقتصادية أربع جلسات متوالية بدون عذر مشروع يقبله المجلس يعد مستقيلا.
5- اذا كان لعضو من أعضاء المجلس أية مصلحة مباشرة أو غير مباشرة في أي اجراء أو عمل من أعمال المصرف التي يجري بحثها في جلسة من جلسات المجلس فعلى ذلك العضو أن يعلن عن تلك المصلحة وأن ينسحب من الجلسة أثناء المذاكرة بشأن ذلك الاجراء أو العمل.
6- لأي من أعضاء المجلس طلب بحث أي موضوع له علاقة بأعمال المصرف أثناء انعقاد الجلسة وللمجلس اصدار القرار اللازم بشأنه.
7- لا يحق لعضو المجلس طلب معلومات تتعلق بأية معاملة تخص أحد عملاء المصرف الا بتخويل من المجلس.
8- تدون محاضر الجلسات والقرارات في سجل خاص يوقع عليها الحاضرون.
9- للمجلس أن يدعو لحضور جلساته من يشاء من موظفي المصرف أو غيرهم للاستئناس بآرائهم دون أن يكون لهم حق التصويت، وله أن يعهد اليهم بالأعمال التي ينسبها ويمنحهم المكافآت المناسبة.
10- اختصاصات وصلاحية المجلس:

يضع المجلس السياسة التي يسير عليها المصرف لتحقيق أغراضه وذلك وفق القوانين والأنظمة والتعليمات الصادرة بموجبها وله في سبيل ذلك:

1- فتح الفروع والمكاتب داخل العراق وخارجه وغلقها أو دمج البعض منها بالآخر.
2- اقرار الموازنات التخطيطية السنوية والملاك قبل حلول السنة المالية بمدة مناسبة.
3- المصادقة على الحسابات الختامية والميزانية العامة السنوية للمصرف.
4- التوصية بتعديل أحكام قواعد الخدمة في المصرف والتعليمات الصادرة بموجبها.
5- اقرار الصلح عن أي حق أو دين بعضو ينسبه والاتفاق على التحكيم.
6- شطب بدل الأموال المستهلكة والتالفة والديون غير القابلة للتحصيل.
7- اقرار الخطة الائتمانية السنوية للمصرف.
8- تحديد الصلاحيات الادارية والمصرفية للمدير العام.
9- تعيين حدود وشروط منح التسهيلات المصرفي لعملاء المصرف.
10- الاطلاع على الوضع المالي الشهري لحسابات المصرف والمصادقة عليه خلال الشهر الذي يلي الشهر الذي يعود له.
11- تحديد أسعار العمليات المصرفية.

12- الاقتراح باستحداث أو دمج أو الغاء الشعب في أقسام المصرف.

رابعا : قرارات المجلس:

1-أ- ترسل قرارات المجلس الى الوزير خلال خمسة أيام من تأريخ انعقاد الجلسة.

ب- تخضع القرارات المتعلقة بالأمور المصرفية الى مصادقة الوزير وتعتبر مصدقة وقابلة للتنفيذ اذا لم يعترض عليها خلال خمسة عشر يوما من تأريخ استلام الوزارة لها

جـ - تنفذ القرارات الادارية وترسل الى الوزير للاطلاع.

2- للوزير تخويل الرئيس تنفيذ بعض القرارات قبل عرضها عليه، وترسل نسخ من تلك القرارات اليه للاطلاع

3- اذا اعترض الوزير على أي من قرارات المجلس يعيد المجلس النظر فيه، فاذا أصر المجلس على رأيه يعرض الوزير الخلاف على مجلس الوزراء للبت فيه واتخاذ القرار المناسب بشأنه.

4- للمجلس تخويل بعض اختصاصاته وصلاحياته المشار اليها في الفقرة (ثالثا) من المادة (3) أعلاه الى المدير العام.

خامسا – واجبات وصلاحيات الرئيس

1- يعتمد الرئيس جدول الأعمال والمذكرات الخاصة بجلسات المجلس، ويرسلها الى أعضاء المجلس قبل موعد انعقاده بثلاثة أيام على الأقل.
2- على الرئيس اخبار الوزير عند اعتبار أي عضو مستقيلا وفقا لأحكام هذا النظام
3- للرئيس أن يطلب بحث أي موضوع له علاقة بأعمال المصرف أثناء انعقاد الجلسة واصدار القرار اللازم بشأنه.
4- ينسب الرئيس أحد موظفي المصرف ليقوم بسكرتارية المجلس ويكون مسؤولا عن ضبط محاضر جلساته وتدوينها في السجل وتعقيب تنفيذ قراراته وعن حفظ سجلاته ووثائقه.

الباب الثالث

إدارة المصرف

أولا – المدير العام

هو الرئيس الأعلى للمصرف المنفذ لسياسته والسؤول عن ادارة شؤونه والاشراف على تشكيلاته ومراقبة سير أعمالها، وتصدر باسمه القرارات والأوامر والتعليمات في كل ماله علاقة بأمور المصرف بموجب الصلاحيات المخولة له وحسبما تتطلبه مقتضيات العمل.

1- واجباته:

أ – تمثيل المصرف أمام المحاكم وجميع الدوائر والهيئات والأشخاص، وله توكيل غيره في هذا الخصوص.

ب – تنفيذ قرارات المجلس وأية أعمال أو واجبات أخرى يعهد بها اليه من قبل المجلس.

ج – التفرغ لعمل المصرف ولا يجوز له القيام بأي عمل آخر حتى اذا كان خارج أوقات الدوام الرسمي، ويستثنى من ذلك رئاسة أو عضوية مجالس الادارة أو اللجان بصفة رسمية.

2- صلاحياته:

أ – التوقيع على المعاملات والمخابرات الصادرة عن المصرف، وله أن يعهد بذلك الى الموظفين المخولين بالتوقيع عن المصرف على أن تعزز المخابرات والمعاملات التي تكون التزاما ماليا بذمة المصرف تجاه الغير بتوقيع اثنين من هؤلاء الموظفين بشرط أن يكون أحدهما مخولا بالتوقيع من الدرجة الأولى، الا ما استثنى بتعليمات يصدرها المدير العام.

ب – اصدار التعليمات فيما له علاقة بتنظيم العمليات المصرفية وأساليب العمل في المصرف وتعديلها.

ج – تعيين نوع الخدمات والأعمال التي تزاولها الفروع والمكاتب، وتحديد هياكلها التنظيمية وكذلك تحديد الواجبات والأعمال للوحدات والشعب التي تضمها أقسام المصرف.

د – تحديد صلاحيات موظفي المصرف فيما يتعلق بالمعاملات المصرفية والادارية والمالية وتخويلهم قسما من صلاحياته حسب مقتضيات العمل.

هـ – تنفيذ منهاج الاستيراد المقر من قبل المراجع المعنية بشكل مباشر دون الرجوع

الى المجلس.
و – استحداث أو دمج أو الغاء الوحدات في أقسام وشعب المصرف.
ز – ممارسة الصلاحيات التي يخولها له المجلس.

أحكام عامة

حسابات المصرف:

أ – تبدأ السنة المالية للمصرف في الأول من شهر كانون الثاني، وتنتهي في الحادي والثلاثين من شهر كانون الأول من كل سنة.
ب – تخضع حسابات المصرف لتدقيق ورقابة ديوان الرقابة المالية.
ج – تقفل حسابات المصرف في آخر السنة المالية، ويقدم المجلس خلال ثلاثة أشهر من انتهائها الى الوزير نسخة من الحسابات الختامية والميزانية العامة للمصرف مدققة ومؤيدة من قبل ديوان الرقابة المالية مع تقرير موجز عن أعمال ونشاطات المصرف خلال تلك السنة.
د – يجب بيان موجودات المصرف في الحسابات السنوية بقيمتها الحقيقية أو بسعر الكلفة أيهما أقل، ويشار الى كيفية التقييم في التقرير السنوي.
هـ – يتقرر الربح الصافي لكل سنة مالية بعد حسم التخصيصات التي تقتضيها طبيعة العمل المصرفي والمتعارف عليها في هذا العمل وفق ما يقرره المجلس.
و – ينشر المصرف في الصحف اليومية الميزانية السنوية وخلاصة حساب الأرباح والخسائر خلال مدة لا تتجاوز شهرا واحدا من تاريخ المصادقة النهائية عليها.

أ – للمصرف شخصية معنوية، وله حق التعاقد وتملك العقار، والمنقول والتصرف فيها والخصومة والقيام بجميع التصرفات القانونية والفعلية التي تتفق وأغراضه.
ب – يكون مركز ادارة المصرف في بغداد، وله أن يفتح فروعا ومكاتب داخل العراق وخارجه .
ج – تعتبر أموال المصرف من الأموال العامة، كما تعتبر ديونه ديونا ممتازة.
د – يتملك المصرف ما هو ضروري من العقار أو المنقول للقيام بأعماله، ولسكنى منتسبيه أو نتيجة تسوية ديون مستحقة للمصرف على أن يتخلص مما آل اليه من تسوية الديون خلال مدة مناسبة.

ينفذ هذا النظام اعتبارا من تاريخ 1992/6/1.

(rasheedbank.gov.iq)

2- تحليل إجابات العينة

- تحليل إجابات المستجيب (العينة) حول فقرات متغير(جودة الخدمات المصرفية)

- الجدول(١) يبين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول فقرات (جودة الخدمات المصرفية) وكالاتي

جدول(١) الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية حول فقرات (جودة الخدمات المصرفية)

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	ما مدى تقديم الخدمة التي يحتاجها الزبون	3,821	0,833
2	ما سرعة الحلول التي يقدمها المصرف لحل مشكلات الزبون	2,950	0,542
3	هل يوجد التزام بالمواعيد من قبل المصرف	3,771	0,815
4	شعور الزبون بالأمان خلال تعامله مع المصرف	4,00	0,922
5	ملائمة ساعات العمل لكل الزبائن	3,220	0,799
6	حرص المصرف على تقديم الخدمة بشكل صحيح ودقيق	2,88	0,5,321
7	القاعات والمرافق ملائمة وجذابة	3,251	0,8,720
8	فترة الانتظار قصيرة لتقديم الخدمة للزبون	3,661	0,8,832

تبين النتائج الواردة في الجدول أعلاه ان أعلى وسط حسابي حصلت الفقرة(٤) شعور الزبون بالأمان خلال... وبانحراف معياري مقدارة(0,922) في حيث حصلت الفقرة(٦) (حرص المصرف على تقديم الخدمة.....) على اقل وسط حسابي بلغ(2,88) وبأنحراف معياري مقداره (0,5321) مما يشير الى ان المصرف بحاجة إلى ايجاد

نظر كغير من الخدمات المقدمة من قبلة الى الزبون وبالشكل الذي يؤدي الى الاحتفاظ بالزبون وتحقيق ولائه.

- تحليل إجابات المستجيب بين(العينة) حول فقرات متغير (ولاء الزبون)

الجدول(٢) بين الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية حول فقرات (ولاء الزبون)
جدول (2) الأوساط الحسابية والانحراف المعياري حول فقرات (ولاء الزبون)

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	يقوم الزبون بالترويج لخدمات المصرف من خلال الكلام الايجابي.	2,77	0,433
2	دائما ما يقوم الزبون بتزكية خدمات المصرف التي يقدمها لأي شخص يطلب نصيحتي.	2,53	0,421
3	أشجع اصدقائي ومعارفي على التعامل مع الخدمات التي يقدمها المصرف.	3,00	0,638
4	الاستمرار في متابعة الخدمات التي يقدمها المصرف في الأيام المقبلة.	2,91	0,435
5	سوف ادفع اي سعر يطلبه هذا المصرف لقاء خدماته حتى وان كانت اسعار المصارف الأخرى اقل.	2,88	0,444
6	اذا واجه الزبون مشكلة لن ينقلها الى الزبائن الاخرين	2,99	0.437
7	اذا واجه الزبون مشكلة في الخدمة فسوف ينقلها الى العاملين بقصد حلها	2,95	0,429
8	اعتبر ان خدمات المصرف المقدمة هي اختياري الاول	2,66	0,399

تشير نتائج الواردة في الجدول أعلاه إلى ان أعلى وسط حسابي حصلت عليه الفقرة (٣) وأشجع أصدقائي ...) وبانحراف معياري بلغ (٣,٠٠) في حين حصلت الفقرات على أوساط حسابية اقل من الوسط الفرضي، مما يدلل بأن إدارة المصرف غير مكترثة في اعتماد السياسات الكفيلة التي من شأن عن كسب ولاء الزبون بدرجة كبيرة.

- اختبار فرضيات البحث

الجدول (٣) أدناه يبين طبيعة التأثير والعلاقة بين المتغير الوسيط (جودة الخدمات التسويقية) والمتغير المستقل (ولاء الزبون) وكالاتي :

جدول (٣) طبيعة التأثير والعلاقة بين متغيري البحث

المتغير المستقل / المتغير المستقل	قيمة R	قيمة R2	معنوية العلاقة
جودة الخدمات المصرفية	0,850	0,722	

الجدول (٣) يبين ان قيمة الارتباط (R) بين المتغير المستقل (جودة الخدمات المصرفية) والمتغير المستقل(ولاء الزبون)قد بلغت (0.850) وبلغت قيمة معامل (R2) (0,722) مما يؤكد معنوية النموذج وقبول فرضية البحث التي مفادها :

- هناك علاقة ذات دلالة معنوية بين جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبون.

المبحث الرابع

الاستنتاجات والتوصيات

أولا :الاستنتاجات

في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث الى الاستنتاجات الآتية

1- الأمر ان مفهوم الخدمات المصرفية يحدد معالم وأسس العملية المصرفية التي تنتج الأموال الداخلة على المصارف فيحقق دخلا يجعلها مستمرة في نشاطها ومستقره في نمو أعمالها .
2- أن جودة الخدمات المصرفية لها أهمية كبيره بالنسبة للمؤسسات وذلك من اجل تحقيق النجاح والاستقرار.
وهو ان الخدمات المصرفية تنتج وتوزع في ان واحد وعليه فان اهتمام المصرف ينصب في خلق المنفعة للزبائن وتكوينها , فالخدمات المصرفية ليست أشياء ماديه لذا فاننا لا نستطيع رؤيتها او لمسها .
3- ان تقديم القروض مربح للمصارف وكان مصدر اموالهم قبول ودائع الادخار وترك الاموال ذات الفائدة لدى المصارف لفترة محدده
4- يعد رضا الزبون من الثوابت التي تقود المنظمة او المؤسسة للنجاح باعتبار المنتجات التي يتم إنتاجها لابد ان تلغي رواج وقبول لدى مختلف الزبائن ولابد من تحقيق رضاهم عن هذه المنتجات.
5- إن زبائن المنظمة الخدمية سوف يظلون على ولائهم لمنظمة الخدمة اذا كانت قيمة ما يحصلون عليه أعظم نسبيا مما يتوقعون الحصول عليه من المنافسين

تحقق فرضية البحث التي من هنا (ان هناك علاقة معنوية بين جودة الخدمات المصرفية وولاء الزبون .

في ضوء الاستنتاجات التي توصل إليها البحث يتقدم البحث ببعض التوصيات وكالاتي:

1- لابد لإدارة المصارف ان تعطي دورات منهجية ومتواصلة للعاملين لديها بغية التعامل الصحيح بينهم وبين الزبائن.
2- لابد للإدارة المصرفية ان تضع مميزات خاصة بالعملاء الدائمين كي يتم تشجيعهم على العمل المتواصل مع المصرف.
3- خلق سياسيات جديدة تضع في مقدمة أولوياتها كسب ولاء الزبون والعمل على زيادة الخدمة المقدمة من اجل زيادة زبائنها ووضع علامة تجارية ناجحة لها.
4- خلق لجان مختصة بالتعامل مع الزبون ومعرفة كل ما هو جديد في المشاريع المقدمة الى المصرف للحد من التذبذب فيلا العلاقة بين الزبون والمصرف.

خلق علاقة بين المؤسسات الخدمية والمصرف من اجل جذب المستثمرين عن طريق تقديم تسهيلات للمستثمر خلال التعاون بين المؤسسة الخدمية والمصرف.

قائمة المصادر والمراجع

1- القرآن الكريم
2- القراري , عبد اللطيف حمزة , المصارف الاسلامية النظرية والتطبيق , لؤلؤ للنشر والتوزيع .
3- انيس , احمد عبد الله , ادارة التسويق وفق منظور قيمة الزبون , دار الجنان للنشر والتوزيع , 2016.
4- زينة , محمود احمد , العلاقات العامة والمزايا التنافسية في المصارف , دار المناهل للنشر والتوزيع , 2016.
5- عبد الكريم , احمد جميل , التسويق المصرفي , الجنادرية للنشر والتوزيع ,ط1 , 2015.
6- (rasheedbank.gov.iq)
7- امجد عقيل , اكرم رياض , علاقة جودة الخدمات المصرفية بتحقيق رضا الزبون , بحث تخرج قدم الى جامعة القادسية , كلية الادارة والاقتصاد , 2017.
8- الخفاجي , حاكم جبوري , رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون , بحث نشر في مجلة جامعة الكوفة , العدد 25 , 2012.
9- دراجي , ام الخير , اثر عصرنة الخدمات المصرفية على الاداء البنكي , رسالة ماستر قدمت الى جامعة قاصدي , الجزائر , 2015.