

امكانية اقامة ابعاد جودة الخدمة المصرفية: لمصرفي الرشيد والرافدين في صلاح الدين (نموذجاً) دراسة: استطلاعية

**The possibility of establishing the dimensions of the quality of banking service:
for the Rasheed and Rafidain bankers in Salah al-Din (model) Study: An
exploratory**

مازن نعمان عبدالله¹ ، سعد سالم غانم² ، حاضر صباح شعير³ *

¹ جامعة تكريت، العراق، mazin34@tu.edu.iq

² جامعة تكريت، العراق، hathe.Saadsalim@tu.edu.iq

³ جامعة تكريت، العراق، hathers@tu.edu.iq

تاريخ النشر: 2020-12-27

تاريخ القبول: 2020-12-22

تاريخ الاستلام: 2020-12-04

ملخص: يهدف البحث الحالي إلى التعرف على ابعاد جودة الخدمة المصرفية ومدى التزام المصارف المبحوثة بها لضمان الجودة في تقديم خدماتها , وتم وضع فرضية البحث الرئيسية تحقيقاً لمقاصدها وتوجهاتها , ووزعت (39) استمارة استبانة على العاملين في مصرفي الرشيد والرافدين, وجرى اختبار فرضية البحث باستخدام مجموعة من الادوات الاحصائية بين ابعاد متغير البحث وخلص البحث إلى مجموعة من الاستنتاجات لعل من أهمها. وهناك تفاوتاً في الاهتمام والالتزام من قبل المصارف المبحوثة بأبعاد جودة الخدمات المصرفية واستناداً إلى الاستنتاجات التي توصل إليها البحث , قدم الباحث مجموعة من التوصيات التي تتسجم مع هذه الاستنتاجات من أجل تطوير عمل المصارف المبحوثة ومن أهم هذه التوصيات ينبغي على المصارف المبحوثة الاهتمام الكافي والمتساوي بأبعاد جودة الخدمات المصرفية بغية تحقيق أهدافها في تحقيق المتميز على المنافسين .

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة, التحسين المستمر , القيادة الادارية , الادارة العليا, القرارات الادارية

تصنيف JEL : G21 ؛ M10.

Abstract: This study aims at identifying the quality dimensions of banking service and the extent to which the banks in question are committed to quality assurance in providing their services. The main research hypothesis was developed in accordance with research objectives. Hence, (39) copies of the questionnaire were distributed to employees of Al-Rasheed and Al-Rafidain banks. The hypothesis was tested using a set of statistical tools for research variables. The study concluded that there is a difference in attention and commitment of banks under study in terms of quality dimensions of banking services. According to the findings of this study, a set of recommendations were presented in order to develop the work of banks under study. The most important recommendation is that banks covered have to pay adequate and equal attention to the quality dimensions of banking services in order to accomplish their goals in achieving excellence over competitors.

Keywords: Service Quality, Continuous Improvement, Administrative Leadership, Top Management, Total Quality

JEL Classification Codes : G21 ; M10.

1. مقدمة:

يعتبر نجاح ادارة الجودة في المصارف من اهم الاهداف التي تسعى الى تحقيقها حيث اصبحت محط انظار وحافز للكثير من القطاعات الخدمية للاستفادة من تجارب القطاع المصرفي في هذا المجال ومن ثم العمل على تطبيقها في نطاق عملها الخاص من اجل تطوير الخدمة المقدمة والعمل على التحسين المستمر بهدف مواكبة التغيرات التقنية والاقتصادية السريعة وجذب الزبائن وتحقيق التميز في الاداء لاسيما بعد أن أدركت هذه المنظمات أن الجودة المناسبة تستند إلى إشباع متطلبات وتوقعات الزبون المستهدف كونه المحور الأساس للمصارف, وبما أن العمليات المصرفية قد حظيت مؤخراً باهتمام واسع من صانعي القرار نتيجة الدور الكبير الذي تلعبه هذه العمليات في إقامة متطلبات جودة الخدمات المصرفية وإسهاماتها في تحسين عمليات المصرف ومهارات وخبرات أفرادها العاملين فيها حيث تعتبر الجودة المصرفية احد المفاهيم العصرية التي تحث المنظمات على تبني اساليب حديثة تجعل من خلال تقديم خدمات مميزة لهم تتميز بها المنظمات المصرفية القائمة على هذه الخدمات عن المنظمات المصرفية الاخرى وتحقق من خلالها ميزة تنافسية, حيث ان تقديم الخدمات المصرفية مميزة تساعد المنظمات المصرفية في مواجهة الكثير من التحديات واستغلال الفرص لخلق ميزة تنافسية لها في بيئة الاعمال, وان نجاح المنظمات في تقديم خدمة مصرفية مميزة تعتمد على تبني المنظمات المصرفية لأبعاد المفاهيم العصرية في مجال الخدمات المصرفية , ولعل من اهمها (جودة الخدمات المصرفية) التي تحقق للمنظمات المصرفية ميزة تنافسية ومن خلالها تحقق تفاعل ورضا الزبائن بالشكل الذي تفضي الى ولاء الزبائن لهذه المنظمات, وخاصة الذين يستخدمون الخدمة بتكرار لفترة طويلة . وتحقيقا لما تقدم فقد تضمن البحث اربعة محاور وقع المحور الاول منهجية البحث واجراءاته والثاني الإطار النظري للبحث اما المحور الثالث تضمن الجانب العملي للبحث واخيرا المحور الرابع الاستنتاجات والمقترحات.

1.1 إشكالية البحث:

تعتبر ابعاد جودة الخدمات المصرفية من الابعاد الاساسية لتحقيق اهداف المصارف المحلية والتي من اهم هذه الابعاد تحسين جودة الخدمات المصرفية, وجعلها اكثر تفاعلا لكسب رضاء الزبائن وتقديمها للزبائن بطريقة غير تقليدية ,بهدف تقوية العلاقة معهم وتحقيق الولاء الدائم وميزة تنافسية, لذلك مشكلة البحث تتحدد من خلال الكشف عن مدى قدرة المصارف قيد البحث من تقديم خدمات مصرفية ذات جودة مميزة عن المصارف الاخرى, ومعرفة اثر هذه الجودة على تقوية العلاقة بين الزبائن والمصرف, وبشكل عام يمكن تأطير مشكلة البحث بتساؤلات الاتية:

1. هل هناك تصور واضح لدى الأفراد العاملين في المصارف قيد البحث عن مفهوم وأهداف وأبعاد جودة الخدمات المصرفية ؟
2. هل تتوفر أبعاد جودة الخدمة المصرفية في المصارف قيد البحث ؟
3. هل تتباين المصارف قيد البحث في الاستجابة لأبعاد جودة الخدمات المصرفية ؟

1. 2 أهداف البحث:

يهدف البحث أساساً إلى تحديد دور العمليات المصرفية في فرعي المصرفين البحث بالشكل الذي يحقق جودة الخدمات المصرفية فضلاً عن تحقيق الأهداف الآتية:

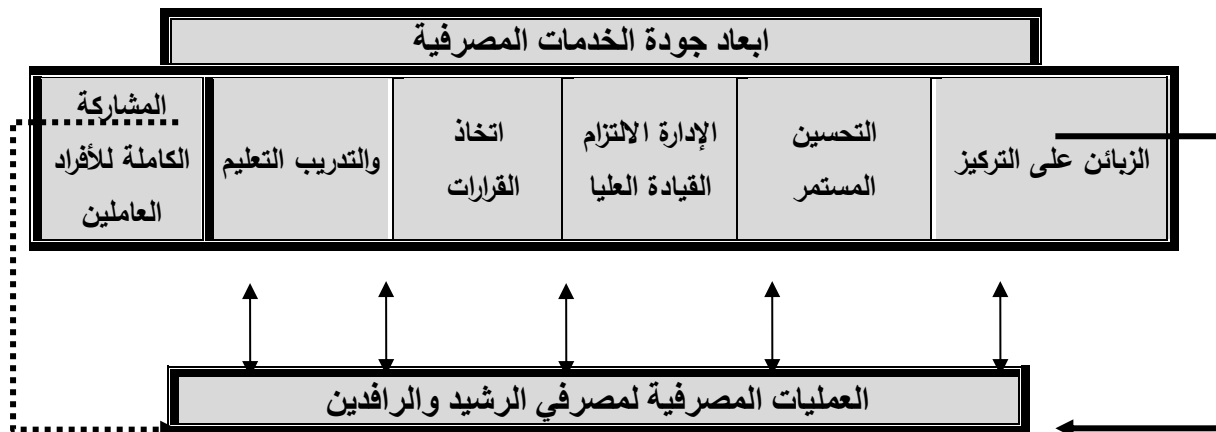
1. مساعدة المنظمات المصرفية قيد البحث على تحديد أنواع المصرف المتوافرة لديه والسعي إلى استخدام هذه المصرف للتأثير إيجابياً على تحقق جودة الخدمات المصرفية وبالتالي تحسين الخدمة المقدمة للزبون.
2. تشخيص وتحليل الواقع الفعلي للمصارف قيد البحث تجاه أبعاد جودة الخدمة المصرفية.
3. تعريف الأفراد العاملين في المصارف قيد البحث بمفهوم وأهداف وأبعاد جودة الخدمات المصرفية من خلال تحديد إمكانيتها للمصارف قيد البحث .
4. تحديد المصرف الأكثر استجابة لأبعاد جودة الخدمات المصرفية من أجل إقامتها .

1. 3 أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث من كونه يتناول واحدة من أهم القضايا المالية في هذا العصر الذي استخدمت فيها الأساليب والمفاهيم العصرية التي ترتبط بالحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وهي قضية جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف لتحقيق متطلبات زبائنها في جودة الخدمات المصرفية، والتعرف على مدى اهتمام العاملين في المصارف قيد البحث بأبعاد جودة الخدمات المصرفية .

1. 4 مخطط البحث:

اعتمد البحث الحالي على المخطط الافتراضي للشكل (1) لأبعاد جودة الخدمات المصرفية .



المصدر: من إعداد الباحثون

1. 5. فرضية البحث الرئيسية :

يعتمد البحث على فرضية مفادها: تمتلك المصارف قيد البحث أبعاد جودة الخدمة المصرفية، ويتفرع منها ثلاثة فرضيات فرعية تنص على ؟ تطبيق ادارة المصرف قيد البحث كل بعد من أبعاد جودة الخدمة التي تشمل : (التركيز على الزبائن، التحسين المستمر، الالتزام الإدارة العليا القيادة، المشاركة الكاملة للأفراد العاملين، اتخاذ القرارات على أساس الحقائق، . التعليم والتدريب) باعتبار الحد الأدنى لنسبة الاعتماد يبلغ (%60).

1. 6. حدود البحث :

- أ. الحدود المكانية: تتحدد حدود البحث المكانية بمصرفي الرافدين والرشيد في محافظة صلاح الدين.
- ب. الحدود الزمانية : تحددت المدة الزمنية للبحث ضمن السنة المالية (2019\1\1 . 2019\12\30)
- ت. الحدود البشرية : حدد البحث عينة من الافراد المبحوثين في المصارف قيد البحث.

1. 7. منهج البحث :

1. المنهج الوصفي من خلال الأدبيات ذات الصلة بموضوعه من رسائل واطاريح جامعية ودوريات وكتب ومقالات وأبحاث انترنت .
2. المنهج التحليلي باستخدام استمارة الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة للحصول على البيانات والمعلومات ، وحدد اسلوب (ليكيرت الثلاثي) لقياس استجابة المبحوثين، وقد تضمنت الاستمارة ثلاثة اجزاء، اشتمل الأول منها على المعلومات الشخصية عن المبحوثين من حيث (اسم المصرف، العمر، التحصيل الدراسي، عدد سنوات الخدمة) في حين اشتمل الثاني منها على الفقرات الخاصة بأبعاد جودة الخدمة المصرفية والتي شملت (30) فقرة.

1. 8. الدراسات السابقة:

1. دراسة (Sanjiv et al, 2015) : هدفت هذه الدراسة لاكتشاف تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في بنوك القطاع الخاص في بنغلادش، من خلال دراسة أبعاد جودة الخدمة وهي الملموسية والموثوقية والاستجابة والتعاطف والضمان. استخدمت الاستبانة مع مقياس ليكيرت لجمع البيانات عن طريق إجراء مسح لحجم العينة المكونة من 110 وتوصلت نتائج الدراسة لأبعاد جودة الخدمة أن لها الأثر الكبير والإيجابي على العملاء من حيث الرضا، وأن أبعاد جودة الخدمة هي حاسمة لرضا العملاء في القطاع المصرفي التجاري الخاص في بنغلادش.

2. دراسة (حورية جنان، 2013): دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية:

حيث من النتائج التي توصلت إليها الدراسة ارتباط مفهوم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل بمدى قدرة المنظمة على تقديم الخدمة تقابل توقعاته أو تتجاوزها، فتقديم خدمات ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي ويعكس مدى توافر أبعاد جودة الخدمة مع توقعات العملاء لهذه الأبعاد.

كما أن الصيرفة الالكترونية تمثل تمطا جديدا يشهد إقبالا متزايداً من طرف الأفراد والمؤسسات، لما لها من فوائد ومميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية كاختصار الزمن والمسافة، وقد حققت نتائج فاقت كل التوقعات وذلك بإتباعها للتطور الحاصل في مجال التكنولوجيا.

وتختلف هذه الدراسة عن الموضوع المدروس من خلال ربط جودة الخدمة المقدمة من طرف البنوك ومدى مساهمتها في تحسين وزيادة أداء البنوك التجارية.

3. دراسة ليلي فروحات (2012): جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية.

حيث من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن البنوك التجارية في الجزائر تسعى للتنافس وتهدف لتحقيق مزايا تنافسية من خلال الاهتمام بإدارة الجودة الشاملة كنظام في البنوك العمومية. يكاد يكون منعماً، بينما البنوك الخاصة وبالذات الأجنبية منها فهي تولي اهتماما كبيرا بإدارة الجودة الشاملة كنظام لاعتبار البعد الاستراتيجي.

4. دراسة التميمي (2005): "إدارة الجودة الشاملة واثرها في الاداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية الاردنية".

لقد هدفت هذه الدراسة الى التعرف على مستويات تطبيق ادارة الجودة الشاملة وتأثيرها في الاداء الوظيفي للعاملين في البنوك التجارية الأردنية، وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها أن البنوك التجارية الأردنية تطبق إدارة الجودة الشاملة بكافة ابعادها وبمستوى عالي. كما ظهرت النتائج وجود تأثير معنوي لجميع ابعاد إدارة الجودة الشاملة في الاداء الوظيفي للعاملين.

ان تميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، لاتوجد هناك دراسة سابقة للمصارف المذكورة انفاً في محافظة صلاح الدين، لذا سوف يتم التطرق الى دراسة امكانية إقامة ابعاد جودة الخدمة المصرفية في محافظة صلاح الدين لمصرفي (الرشيد والرافدين) بشكل استطلاعي.

2. الاطار النظري للبحث:

2. 1 مفهوم إدارة الجودة وجودة الخدمة المصرفية :

2. 1.1 مفهوم إدارة الجودة:

تعد إدارة الجودة فلسفة إدارية عصرية تركز على عدد من المفاهيم الإدارية الحديثة الموجهة التي يستند إليها في المزج بين الوسائل الإدارية الأساسية والجهود الابتكارية وبين المهارات الفنية المتخصصة من أجل الارتقاء بمستوى الأداء والتحسين والتطوير المستمر وقد بدأت في تطبيقه العديد من المنظمات الإدارية والمالية لتحسين وتطوير جودة خدماتها ونتاجها والمساعد في مواجهة التحديات الصعبة لكسب رضا الجمهور. (الدرادكة، 2001، صفحة 45)

ويرى (السلمي، 2006، صفحة 43): بأن ادارة الجودة هي مجموعة من المبادئ والأساليب والمهارات التي تستهدف التحسين المستمر للأداء فيما يخص العمليات والوظائف والمنتجات والخدمات والأفراد في

جميع المصارف المالية وذلك باستخدام الموارد المالية والبشرية من خلال الالتزام والانضباط لمواجهة احتياجات وتوقعات الزبائن وتحقيق رضاهم .

اما جودة الخدمة: فهي مجموعة النشاطات والإجراءات التي تتخذها المصارف وفقا لمعايير محددة مسبقا للخدمة التي يتم بالفعل الوصول اليها بانتظام ، وهي القوة المرشدة وراء نجاح أي برنامج أو نظام أو مقرر دراسي. وتهدف دائما الى التقليل من الوقوع في أخطاء تؤدي الى الفشل ومن أمثلتها تطوير المقررات الدراسية وإجراء مراجعات مستمرة للبرامج الأكاديمية، والحوافز وتطوير كافة الموظفين في المصارف. (الزيات، 2007، صفحة 56)

وجودة الخدمة هي: نشاط اختياري غير حكومي الذي يهدف الى الارتقاء بنوعية التطور والتنوع والمتتبع لوسائل التطور المصرفي في شتى تخصصاته وفروعه واتجاهاته الحديثة، والتي يلتمس التغيير المستمر الذي تشهده المصارف العالمية ، وهذا بحد ذاته يشكل تحديا كبيرا في الوقت الراهن لأن ليس فقط يتم تقديمه لكل الزبائن فحسب بل التأكيد على أن يقدم بجودة عالية الذي يعتبر رأس المال الحقيقي في عصر العولمة والمعلوماتية التي تمتلك خصائص الجودة المتعددة التي ترتبط بجودة الخدمة المصرفية ويمكن من خلالها تحديد قدرة إشباعها للحاجات الضرورية وخصوصا للمكونات التي تشمل عليها جودة الخدمة . (حمود، 2002، صفحة 57)

2.1.2 أهداف جودة الخدمة المصرفية:

يمكن حصر أهداف جودة الخدمة المصرفية في ثلاثة أهداف رئيسية وهي على النحو الاتي :

(العجارمة، 2005، صفحة 35)

1 . خفض التكاليف:

فالجودة تتطلب عمل الأشياء الصحيحة بالطريقة الصحيحة من أول مرة وهذا يعني تقليل الأشياء التالفة أو إعادة إنجازها والتي تؤدي الى تقليل التكاليف.

2 . تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهمات للزبون

فكثير من الاجراءات التي توضع من قبل المصارف لإنجاز الخدمات للعميل تركز على الرقابة على الأهداف والتأكد من تحقيقها وبالتالي تكون هذه الاجراءات طويلة وجامدة في كثير من الأحيان مما يؤثر سلبياً على العميل، ولذلك فمن أهداف إدارة الجودة الشاملة الرئيسية تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهمات للعميل. (Tari, 2005, p. 67)

3 . تحقيق الجودة:

وذلك بتطوير المنتجات والخدمات حسب رغبة العملاء ، وإن عدم الاهتمام بالجودة يؤدي لزيادة الوقت لأداء وإنجاز المهام وزيادة أعمال المراقبة وبالتالي زيادة شكوى المستفيدين من هذه الخدمات بينما يري السلمي بأن أهداف الجودة تتمثل في النقاط التالية: (السلمي، 2006، صفحة 40)

أ. زيادة القدرة التنافسية للمنظمة.

ب. زيادة كفاءة المصرف في إرضاء العملاء و التفوق و التميز على المنافسين.

ت. زيادة إنتاجية كل عناصر المصرف.

ث. زيادة حركة و مرونة المصرف في تعاملها مع المتغيرات قدرة أعلى على استثمار الفرص وتجنب المخاطر والمعوقات.

ح . ضمان التحسين المتواصل الشامل لكل قطاعات ومستويات و فعاليات المصرفية.

2. 1. 3 معوقات تطبيق جودة الخدمة المصرفية :

أن العديد من المصارف تبذل أقصى جهدها لتبني والبدء في تطبيق جودة الخدمة المصرفية بسبب إدراكها لأهميتها بالإضافة إلى مجموعة من الدوافع والمبررات والتي اختلفت من وفقاً لظروفها الخاصة والتي تعمل على التطبيق الناجح لإدارة جودة الخدمة المصرفية , وقد نجحت بعض المصارف المالية في تطبيق برامج جودة الخدمة المصرفية بينما يفشل البعض منها. (Porter, 2001, p. 45).

وفي الواقع فإن الصفات الأساسية التي تمتاز بها جودة الخدمة بسيطة، ويرجع السبب الرئيسي لفشل هذه المصارف في عملية التطبيق نفسها، وقد لا يكون السر في نجاح هذه المصارف في اختيار برامج الأفضل لجودة الخدمة بل في تبني البرنامج الذي يناسب ثقافة المصرف أو أفرادها، وفي مشاركة والتزام كل فرد في المصرف بهذا البرنامج وأهدافه. (العزاوي، 2007، صفحة 79) .

ويمكن القول بأن من بين المعوقات الشائعة في تطبيق برامج جودة الخدمة المصرفية وهي كالاتي : (العوض، 2005، صفحة 20) .

1 . عدم التزام الإدارة العليا بتطبيق برنامج إدارة جودة الخدمة المصرفية، ولا بد لهذه الإدارة أن تتعلم خطوات هذا البرنامج ثم توجد هيكلًا تنظيميًا ونظاماً للمكافآت يدعم هذا البرنامج، ومن ثم يكون لديها الرغبة في تكريس المصادر والجهود اللازمة لتطبيق هذا البرنامج.

2. التركيز على أساليب معينة في إدارة جودة الخدمة المصرفية الشامل وليس على النظام ككل ولا يوجد أسلوب واحد يضمن تطبيقه تحقيق الجودة العالية. (Martinich, 2006, p. 65)

3. عدم تمكين الموظفين في المشاركة ببرنامج إدارة جودة الخدمة المصرفية ، ولإنجاح هذا

البرنامج لا بد من مشاركة كافة الموظفين في المصرف والتزامهم المستمر ومسئوليتهم تجاهه.

4 . بعض المصارف تحصل على التزام الإدارة والموظفين نحو برنامج إدارة الجودة , وتقوم بتدريب هؤلاء الموظفين على البرنامج، من خلال خطوة مهمة جداً وهي تحويل هذا التدريب إلى حيز الواقع مثل إيجاد أنظمة تحسين الجودة ونظام الاقتراحات .

5. توقع نتائج فورية وليست على المدى البعيد فقد يستغرق تحقيق نتائج مهمة وملموسة من

تطبيق إدارة جودة الخدمة لسنة أو سنتين، وللحصول على فوائد سريعة قد تقوم بعض المصارف بتكثيف جهودها في تطبيق البرنامج وبالتالي يحدث الفشل المتوقع. (اللطيف، 2002، صفحة 45)

2.1.4. متطلبات تطبيق ابعاد جودة الخدمة المصرفية :

إن تطبيق مفهوم إدارة جودة الخدمة المصرفية في المصارف المالية يستلزم بعض المتطلبات التي تسبق البدء بتطبيق هذا البرنامج حتى يمكن إعداد العاملين على قبول الفكرة ومن ثم السعي نحو تحقيقها بفعالية وحصر نتائجها المرغوبة ومن هذه المتطلبات الرئيسة هي : (Hsing, 2008, p. 76)

1. التركيز على الزبائن

يعتبر الزبائن من الذين يحكمون على الجودة من خلال القيمة التي تقدمها لهم الخصائص المتعلقة بالجودة أو الخدمة وهي تلك القيمة التي تؤدي إلى تحقيق اهدافهم ، وبالتالي كسب تفصيلاتهم ، فلا بد أن يتم التركيز على الزبائن من قبل الإدارة من خلال القيمة والإشباع والتفضيل التي قد تتأثر بالعديد من العوامل خلال عملية التعامل التي يقوم بها الزبون، ومن هذه العوامل على سبيل المثال - علاقة المصارف مع جمهور العملاء او الزبائن. (Ivancevich, 2007, p. 45).

والتي ستساعد في بناء الثقة والولاء من قبل المصارف المالية و التركيز على الزبائن من أجل تحقيق مفهوم جودة الخدمة مفهوما استراتيجياً والذي يركز على تحقيق القدرة على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين والقدرة على كسب حصة اكبر لدى المصارف المالية، وهذا يتطلب حساسية ثابتة من قبل الإدارة تجاه المتطلبات المستمرة للزبائن والأسواق، ويتطلب هذا أيضا قياس العوامل التي تؤدي إلى تحقيق رضا الزبون، عن طريق الوعي بالتطورات الحديثة في التكنولوجيا التي يستخدمها المنافسون . (مصطفى م.، 2003، صفحة 53)

2.التحسين المستمر

يعتبر التطور المستمر من أعلى انجازات المستويات من الجودة والقدرة التنافسية والذي يتطلب إتباع آلية محددة بشكل دقيق من أجل التحسين المستمر ويشير مصطلح التحسين المستمر إلى التحسين التدريجي المفاجئ في المعرفة أو التقنية، ويقصد بالتحسين أيضاً تحسين الحاجات، بحيث تصبح جزءاً لا يتجزأ من الأسلوب الذي تعمل جميع المصارف ضمن إطاره، والمقصود بجزء لا يتجزأ هنا هو ما يلي (مصطفى ر.، 2005، صفحة 56) .

أ : التحسين هو جزء من العمل اليومي ويتضمن كل الوحدات.

ب : تسعى عمليات التحسين نحو حذف المشكلات والتخلص من مصادرها.

ج : يكون التحسين مشتقاً من الفرص التي تسمح بالعمل بشكل أفضل، إضافة إلى أنه مشتقاً من المشكلات التي تحتاج إلى حلول. ويمكن القول هنا بأن فرصاً لتحسين لها أربعة مصادر أساسية أفكار الموظفين البحث والتطوير المعلومات من الزبائن. (جودة، 2004، صفحة 64).

3. الالتزام الإدارة العليا القيادة (بالجودة والخدمة المصرفية)

يجب على الإدارة العليا أن تهتم في التوجه نحو الزبائن، وأن توضح وتبلور القيم الخاصة بالجودة والخدمة المستمرة لجميع العاملين على مبادئ وعناصر ومتطلبات تطبيق إدارة الجودة والخدمة المصرفية لتنمية ووعي جميع العاملين بأهمية التحسين المستمر للجودة و شرح الفوائد التي ستعود عليهم من جراء ذلك مشاركة العاملين في عملية صنع اتخاذ القرارات المتعلقة بتحسين الجودة وتطويره وحث العاملين على تنمية و تطوير مهاراتهم بشكل مستمر و تقديم كافة أنواع الدعم المادي و المعنوي لهم (John, 2002, p. 56).

4. المشاركة الكاملة للأفراد العاملين

يركز نظام إدارة جودة الخدمة المصرفية على أهمية التعاون بين مختلف المستويات الإدارية في المصارف المالية بدلا من المنافسة بينهم من خلال تفعيل نظام المكافآت والحوافز أساسه تقييم الأداء، والذي يعتمد على اساس الاداء الذي يقدمه الموظفين لدى المصرف الى العميل(الزبون) ذات بتنوعه الخدمة التي تمتاز بجودتها . (الجمعان، 2011، صفحة 95).

5. التعليم والتدريب

لكي يتم تطبيق مفهوم إدارة جودة الخدمة المصرفية بالشكل الصحيح فإنه يجب تدريب وتعليم جميع الموظفين بأساليب وأدوات هذا المفهوم الجديد حتى يمكن أن يقوم على أساس سليم وصلب وبالتالي يؤدي إلى نتائج المرغوبة في تطبيقه حيث أن تطبيق هذا البرنامج بدون وعي أو فهم لمبادئه ومتطلباته قد يؤدي إلى الفشل الذريع فالوعي الكامل يمكن تحقيقه عن طريق برامج التدريب الفعالة، وإن الهدف من التدريب هو نشر الوعي وتمكين المشاركين من التعرف على أساليب التطوير وهذا التدريب يجب أن يكون موجهاً لجميع فئات ومستويات الإدارة الهيئة التنفيذية، المدراء، المشرفين العاملين فيها. (البلبيسي، 2002، صفحة 54) .

2. 1. 5 الأساليب الداعمة لتحقيق إدارة جودة الخدمة المصرفية :

يشترط رواد إدارة جودة الخدمة المصرفية جملة من الأساليب الداعمة لتحقيقها على مستوى المصارف المالية تتمثل فيما يلي.

1. العلاقة مع الزبائن (الموردين)

يقصد بهذه العلاقة تلك الميزات التي ينبغي أن تسود وتجمع بين الأفراد والوحدات التنظيمية في المصارف المالية ، والتي يطلق عليها اسم علاقة الزبون الداخلي فهذه العلاقة التي ترتب المصارف المالية بزبائنها وعملائها الخارجيين تسمى علاقة الزبون الخارجي، بحيث تعد المصارف المالية شبكة من العلاقات التي ترتب علاقة الزبون بالمصرف الجهة المالية سواء كان الأمر يتعلق بالعلاقة داخل المصارف أو في علاقاتها مع الزبون الخارجي، وهي وسيلة وطريقة تهدف إلى تعزيز فلسفة إدارة جودة الخدمة المصرفية داخل المصارف المالية. (Dess, 2008, p. 231)

2. تكلفة الجودة

إن أسلوب تكلفة جودة الخدمة المصرفية يعد وسيلة بارزة في غاية الأهمية التي تركز على توضيح العلاقة بين الجودة والتكلفة المقابلة لها، باعتبارها استثمار طويل المدى وسوف تكون له عوائد يصعب تعويلها تتمثل أساساً في تحقيق متطلبات وتطلعات الزبائن، وبالتالي كسب ولائهم وثقتهم لها، بحيث تتواصل أرباح وانجازات المصارف المالية ويعلو شأنها بين المنافسين الزبائن أي المتعاملين مع المصرف. (الصيرفي، 2009، صفحة 65)

3. أسلوب تقنية التوقيت المناسب

لقد نشأت هذه التقنية في اليابان من خلال الاسلوب التي تتبعه في جميع عملياتها المصرفية وذلك بالاعتماد على قوى واداء الجودة والخدمة المصرفية عن طريق استخدام هذه التقنية لجميع الزبائن (العملاء المتعاملين معها والتي تعمل على تقديم الخدمة بجودة عالية و متطورة و في الوقت والمكان المناسبين. (عزام، 2000، صفحة 89)

4. فرق العمل

تعرف فرق العمل علي أنها مجموعة من الأفراد يعملون مع بعضهم لأجل تحقيق أهداف محددة مشتركة في المصارف المالية ، وهو أسلوباً أساسياً ومحورياً لتحقيق إدارة الجودة المصرفية ، والذي يجب يراعي الاعتبارات التالية: . (Steven, 1996, p. 88).

أ - ضرورة تحديد أهداف الافراد العاملين لتقديم الخدمة بدقة وبوضوح.

ب _ منح افراد العمل كامل الصلاحيات المتعلقة بالخدمة والجودة التي أنشئت من اجله

ج - ضرورة تشجيعهم ومنحهم حوافز مادية ومعنوية التي تساهم في تعزيز أداء أفرادها

3. الجانب العملي للبحث:

التشخيص الأولي للعاملين حول متغيرات البحث: استخدم الباحث البرنامج الاحصائي SPSS لتحديد قيم الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف ونسبة التكرارات لا بعاد متغيرات البحث واعتمد الباحث، وبلغ (30) فقرة.

3. 1 وصف اجابات الافراد المبحوثين ازاء متغيرات محوري البحث :

3. 1.1 وصف اجابات الافراد المبحوثين : انسجاماً مع توجهات البحث قام الباحث بتوزيع استمارة الاستبانة على الموظفين المبحوثين، اذ تم توزيع (20) استمارة لمصرف الرشيد وتم توزيع (19) استمارة لمصرف الرافدين واسترجعت كلها وصالحة للتليل، ويبين الجدول (1) سمات هؤلاء المبحوثين.

الجدول رقم (1) السمات المميزة للمبجوثين (المصرفي الرشيد والرافدين)

البيان	الفئات	العدد	النسبة %
المؤهل العلمي	ماجستير	6	12
	بكالوريوس	21	63
	معهد/ دبلوم	12	25
العمر	اقل من 25	11	41
	30 فأكثر	28	59
مدة الخدمة	اقل من 5	13	42
	10 فأكثر	26	58

المصدر: إعداد الباحثون بالاعتماد على استمارة الاستبانة

يوضح الجدول (1) السمات المميزة للموظفين المبجوثين وكما يأتي:

- **المؤهل العلمي**: يتضح من الجدول (1) إن التحصيل العلمي لأفراد مجتمع البحث وامتلاكهم للمؤهلات العلمية، يعكس تطور خبراتهم ومعلوماتهم إذ نلاحظ أن عدد نسبة الافراد الذين يمتلكون تحصيلًا دراسيًا لشهادة البكالوريوس بلغت (63%) وعدد نسبة الأفراد الذين يحملون شهادة الماجستير بلغت نسبتهم (12%) ونسبة عدد الافراد الذين يحملون شهادة الدبلوم بلغت نسبتهم (25%) وهذا مؤشر جيد لا مكانيتهم من التعامل مع استمارة الاستبيان بصورة دقيقة وعلمية وفهم محتوياتها.

- **العمر**: يتبين من خلال نتائج الاستبانة والخاصة بعمر الافراد المبجوثين التي تتراوح اعمارهم اقل من (25) سنة فقد شكلت نسبهم (41%)، فيما شكلت الافراد التي تكون اعمارهم اكثر من (30) سنة فقد شكلت نسبهم (59%) في مجتمع البحث، نلاحظ من خلال الاستبيان اختلاف في خبرات الافراد العاملين ومدى كفاءتهم في العمل داخل المصرف.

- **سنوات الخدمة في المصرف**: يتضح من نتائج الاستبانة إن عدد الافراد الذي يتراوح نسبة خدماتهم اقل من (5) سنة شكلت نسبهم (42%)، فيما شكلت نسبة الافراد التي تراوحت سنوات خدمتهم اكثر من (10) سنة هم (58%)، نلاحظ أن هنالك اختلاف واضح في خبرة الافراد العاملين في مجتمع البحث مما يتيح لهم اعطاء تصور واضح عن المعلومات الخاصة لمتغيرات البحث على مستوى المصارف المبجوثة.

3.1.2 الوصف والتشخيص لعينة البحث:

الاولى لأبعاد متغيرات البحث في المصارف

تبنى الباحثون لقياس جودة الخدمات المصرفية من خلال الابعاد (الزبون محور عمل المصرف، و تحسين مستمر، و قيادة ادارية، ومشاركة عاملين، واتخاذ قرارات، وتدريب وتعليم) وبالاعتماد على المقياس الثلاثي

(لكرت) وفيما يأتي الوصف والتشخيص لهذه الابعاد كما يدركه الافراد المبحوثين على المستوى الكلي للمصارف قيد البحث.

الجدول (2): وصف متغيرات البحث في المصارف المبحوثة

معامل	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	مقياس الاستجابة			الرمز	النسب المئوية ابعاد البحث
			لا أتفق %	محايد %	أتفق %		
12	0.36	2.85	0	6	94	X1	الزبون محور عمل المصرف
18	0.49	2.62	0	15	85	X2	
11	0.33	2.87	0	5	96	X3	
14	0.40	2.80	0	8	92	X4	
15	0.44	2.90	3	0	98	X5	
14	0.41	2.81	0.04	6.8	93.2		المعدل العام
15	0.43	2.75	0	10	90	X6	تحسين مستمر
20	0.50	2.50	0	20	80	X7	
25	0.64	2.52	3	13	84	X8	
17	0.46	2.70	0	12	88	X9	
24	0.65	2.67	4	4	92	X10	
20	0.54	2.63	1.4	11.8	86.8		المعدل العام
21	0.59	2.72	3	3	94	X11	قيادة إدارية
21	0.57	2.65	2	9	89	X12	
15	0.43	2.75	0	10	90	X13	
29	0.69	2.32	5	17	78	X14	
22	0.57	2.61	2.5	9.8	87.8		المعدل العام
28	0.71	2.52	5	9	86	X15	مشاركة عاملين
18	0.49	2.62	0	15	85	X16	
18	0.49	2.60	0	16	84	X17	
27	0.67	2.42	3	14	83	X18	
22	0.60	2.70	3	7	91	X19	
16	0.47	2.77	1	7	82	X20	
22	0.57	2.61	2	11.2	86.8		المعدل العام
16	0.45	2.72	2	11	89	X21	اتخاذ قرارات
26	0.67	2.57	4	9	87	X22	
31	0.72	2.32	6	15	79	X23	

19	0.53	2.77	2	5	93	X24	
24	0.59	2.60	3	10	87		المعدل العام
30	0.64	2.12	6	23	71	X25	تدريب وتعليم
26	0.62	2.35	3	20	77	X26	
23	0.59	2.50	2	17	82	X27	
23	0.59	2.52	3	15	83	X28	
21	0.57	2.65	2	10	88	X29	
17	0.46	2.70	0	12	88	X30	
22	0.08	2.47	2.5	16	81.5		المعدل العام

الجدول (3): المعدل العام لوصف متغيرات البحث في المصارف المبحوثة:

معامل % الاختلاف	T	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	% لا اتفق	محايد %	اتفق %	المتغيرات
10	101.49	0.41	2.81	0.04	6.8	93.2	الزبون محور عمل المصرف
20	72.66	0.54	2.63	1,4	11.8	86.8	التحسين المستمر
21	48.01	0.57	2.61	2.5	9.8	87.8	القيادة الادارية
21	72.30	0.57	2.61	2	11.2	86.8	مشاركة العاملين
23	44.93	0.59	2.60	3	10	87	اتخاذ القرارات
23	71.60	0.58	2.47	2,5	16	81.5	التدريب والتعليم
21	68.50	0.54	2.62	1.9	10.9	87.2	المعدل العام

(*) تدرج مواقف العاملين إزاء متغيرات البحث وفق مؤشر نسبة الاستجابة إلى آلية المقياس على النحو الآتي: تقسم آلية المقياس على خمسة مستويات متساوية (نشاو, 1990, 374):
المستوى الأول يقع بين 20 - 39,99 ويمثل تدني شديد في مستوى الحالة المدركة.
المستوى الثاني يقع بين 40 - 99,99 ويمثل تدني في مستوى الحالة المدركة.
المستوى الثالث يقع بين 60 - 69,99 ويمثل المستوى المتوسط للحالة المدركة.
المستوى الرابع يقع بين 70 - 89,99, ويمثل ارتفاع مستوى الحالة المدركة.
المستوى الخامس يقع بين 90 - 100 ويمثل ارتفاع شديد في مستوى الحالة المدركة.
يتضح من الجدول (3) ان المعدل العام لإجابات افراد عينة البحث في المصارف المبحوثة للأبعاد (الزبون محور عمل المصرف, و التحسين المستمر, و القيادة الادارية, و مشاركة .

العاملين) هما الابعاد الاكثر التزاما واهتماما من قبل افراد عينة البحث ,وتحقق هذا من خلال نتائج معامل الاختلاف (15) (20) (21) (21) على التوالي وهما الاقل من المعدل العام البالغ (21) وتعزز هذه النتيجة القيمة المعنوية لـ(T) البالغة (49.100) (72.66) (48.01) (72.30) على التوالي, وهما اكبر من باقي القيم لـ(T) وبأكبر وسط حسابي البالغ (2.81) (2.63) (2.61) (2.54) وباقل انحراف معياري (0.41) (0.54) (0.57) (0.57), ومن خلال الجدول (2) الفقرات التي ساهمت في تعزيز هذه النتائج هي (x5) التي تنص على "تقدم مصارفنا خدمات مصرفية ملائمة للزبائن دون وجود اي اخطاء" و (x10) التي تنص على تعمل مصارفنا على تخفيض العيوب في عملياتها الى ادنى مستوى ممكن و (x11) التي تنص على ان تأخذ القيادة الادارية جودة الخدمات المصرفية مبدأ اساسيا لها و (x19) التي تنص على تولي مصارفنا اهمية كبيرة للمقترحات التي يقدمها العاملين والمتعلقة بجودة الخدمات المصرفية الشاملة, على التوالي, ويوضح الجدول (3) ايضا ان البعدان اللذان اقل التزاما واهتماما من لدن افراد عينة البحث وهما (اتخاذ القرارات, والتدريب والتعليم), بدليل نتائج التحليل الوصفي وكما يأتي : معامل الاختلاف البالغ (23) لكل منهما وهما اكبر من المعدل العام البالغ (21) , وقيمة (T) البالغة (440.93) (71.60) على التوالي, وبوسط حسابي (2.60) (2.47) اقل من الابعاد الاخرى, وبانحراف معياري (0.59) و (0.58) , مما يعني ان المصرفان قيد البحث لا تأخذ بنظر الاعتبار رغبات الزبائن عند اتخاذهم القرارات المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية, فضلا عن عدم اهتمام ادارات المصارف قيد البحث بالدورات التدريبية لتحسين مهارات وقدرات عاملها المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية . واستنادا الى نتائج تحليل الجدولين اعلاه(تقبل الفرضية الرئيسية للبحث التي تنص على (تتباين المصارف قيد البحث في الاستجابة لأبعاد جودة الخدمات المصرفية) .

4. الاستنتاجات والمقترحات:

4. 1 الاستنتاجات:

يستنتج الباحثون من النتائج التي أفصح عنها التحليل الإحصائي ما يأتي :

1. هناك تفاوتاً في الاهتمام والالتزام من قبل المصارف المبحوثة بأبعاد جودة الخدمات المصرفية .
- أ. أظهرت نتائج الوصف والتشخيص اهتماماً متميزاً من قبل المصارف المبحوثة بالأبعاد (الزبون محور عمل المصرف ,و التحسين المستمر , والقيادة الادارية, و مشاركة العاملين) في المصارف المبحوثة.
- ب. تبين من نتائج الوصف والتشخيص عدم اهتمام والتزام افراد عينة البحث بالبعدين (اتخاذ القرارات, والتدريب والتعليم) مما يعني ان المصرفان قيد البحث لا تأخذ بنظر الاعتبار رغبات الزبائن عند اتخاذهم القرارات المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية, فضلا عن عدم اهتمام ادارات المصارف قيد البحث بالدورات التدريبية لتحسين مهارات وقدرات عاملها المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية.

ب. من خلال النتائج التي توصل اليها الباحث تبين ان هناك وجود تأثير معنوي لعدد محدد من متطلبات جودة الخدمة المصرفية في المصارف , وهذه النتيجة تتطابق مع نتيجة علاقات الارتباط بهذا الشأن عن طريق تطبيق التأثيرات الخارجية لهذه المصارف .

4. 2 المقترحات :

في ضوء الاستنتاجات التي تم التوصل اليها نشير إلى أهم التوصيات التي تعزز الإطار البحثي وعلى النحو الآتي :

- 1 . ينبغي على المصارف المبحوثة الاهتمام الكافي والمتساوي بأبعاد جودة الخدمات المصرفية بغية تحقيق أهدافها في تحقيق المتميز على المنافسين .
- 2 . إعطاء المزيد من العناية بأبعاد جودة الخدمات المصرفية الآتية (اتخاذ القرارات, والتدريب والتعليم) من أجل تحقيق أهدافها في البقاء والاستمرار .
- 3 . ضرورة تكثيف الدراسات الخاصة بجودة الخدمات المصرفية بالشكل الذي يحقق التميز في تقديم خدمات مصرفية بالجودة التي تحقق رغبات الزبائن وعلى نطاق أوسع في بيئة الميدان .
- 4 . العمل على قيام المصارف بإجراء دراسات تقييمية لمفاصل عمل المصرف للوقوف على تطبيق مبادئ جودة الخدمة المصرفية فيها.
- 5 . يتطلب من المصارف بذل المزيد في جودة الخدمة المصرفية بأبعادها , من خلال التزام الإدارة العليا والتركيز على الزبون والتعليم والتدريب للموظفين بما يسهم في تحسين جودة هذه الخدمات .

6. قائمة المراجع العربية

- أفنان عبد الحفيظ عبد اللطيف. (2002). دراسة تقييم تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدماتية غير الحكومية في الضفة الغربية، رسالة ماجستير، جامعة القدس، فلسطين.
- بدرية المعتر البليسي. (2002). إدارة الجودة والخدمة الشاملة في الاداء دراسة تطبيقية على القطاعات المصرفية التجارية في الاردن , رسالة ماجستير. عمان: الجامعة الاردنية.
- تيسير العجارمة. (2005). التسويق المصرفي. الاردن: دار حامد للطباعة.
- خضير كاظم حمود. (2002). إدارة الجودة وخدمة العملاء. الاردن: دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- رشا مصطفى. (2005). قياس رضا العملاء عن جودة السلع الاستهلاكية المعمرة ، رسالة ماجستير. مصر: جامعة عين شمس.
- عبدالمرضي عزام. (2000). الإحصاء في الإدارة . الرياض المملكة العربية السعودية : دار المريخ.
- علي السلمي. (2006). إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات تاهيل الايزو. القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر و التوزيع.
- محفوظ أحمد جودة. (2004). إدارة الجودة الشاملة - مفاهيم وتطبيقات . الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.

محمد الصيرفي. (2009). *التميز الاداري للعاملين بقطاع التربية والتعليم . الاسكندرية : مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع.*

محمد العزاوي. (2007). *إدارة الجودة الشاملة . عمان: دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع.*

محمد عبد العزيز العوض. (2005). *تسويق الخدمات المصرفية , الطبعة الأولى. مكة المكرمة: دار البيان للطباعة والنشر.*

محمد عواد الزيات. (2007). *أطار مقترح لضمان الجودة الشاملة. مجلة اتحاد الجامعات العربية / الاردن، صفحة 56.*

محمد مصطفى. (2003). *التسويق الاستراتيجي للخدمات. الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى.*

نادية بارع الجمعان. (2011). *اللية تعبئة سجلات وتقارير الاداء السنوي وفقا لنظام الخدمة المدنية رقم (30) لسنة (2007) قسم مراجعة وتحليل اداء العاملين . عمان: ديوان الخدمة المدنية .*

Dess, L. (2008). *strategic management creating competitive advantages.* United States: Harvard business Review.

Hsing, C. (2008). *Determinants of Customer – Perceived Service Quality in Senior-Care Industry & Their Relationship to Customer Satisfaction & Behavioral Internations. Eight Annual IBER & TLC Conference Proceedings , (p. 76).* Taiwan.

Ivancevich, J. (2007). *management Quality and competitiveness.* USA: IRWIN.

John, M. (2002). *Managing Financial Services Marketing.* London: Pitman Publishing.

Martinich, D. (2006). *Production and Operation Management; An Applied Modern Approach.* New York: John Wiley and Sons Inc.

Porter, M. R. (2001). *Canadian Competitiveness , A Decade after the Crossro.* malaysia.

Steven, C. (1996). *Understanding and Applying Innovation Strategies in the Public Sector. The 57th Annual National Conference of the American Society for Public Administration (p. 67).* Atlanta Georgi: Columbia University.

Tari, J. J. (2005). *Components of Successful Total Quality.* malasiy.