

دور جودة الخدمات البنكية في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف

**The role of the quality of banking services in enhancing
the banks' ability to compete**

م.م. كفاء عبدالكريم شاكر

مكان العمل : الجامعة العراقية - كلية الهندسة

Kifaa abud alkareem shaker

kifaa.kareem@gmail.com

المستخلص

إن تزايد توجه العالم نحو العولمة بكافة أشكالها في العقود الماضية أدى إلى حدوث الكثير من التغيرات من حيث تنقل رؤوس الأموال وتنامي الاستثمارات لزوال الحواجز والقيود العالمية كذلك تسهيل التبادل التجاري نتيجة للإتفاقات الاقتصادية الأمر الذي أدى إلى تزايد المنافسة في القطاع المصرفي كأحد قطاعات الخدمات. حيث يلعب قطاع الخدمات المصرفية دوراً مهماً ومميزاً في إقتصاديات الدول وتسعى المصارف لتحقيق رضا العملاء الأمر الذي يُمكنها من البقاء في السوق والوقوف في وجه المنافسة، حيث نجد أن جودة الخدمة قد أصبحت السمة المميزة للقرن الواحد والعشرين والعنصر الأكثر أهمية في تحقيق أهداف المؤسسات سواء الإنتاجية منها أو الخدمية، وتُعد جودة الخدمة من القضايا الحديثة في الفكر التسويقي.

يقوم هذا البحث على إثارة الأهتمام بموضوع جودة الخدمة المصرفية لتعزيز القدرة التنافسية بين المصارف على أساس التنوع في تقديم الخدمات أو على أساس الابتكار والتجديد كإستراتيجية للمنافسة تستطيع المصارف من خلالها التميز عن باقي المنافسين وبالتالي تحقيق أهدافها.

يتكون البحث من ثلاثة مباحث يقوم المبحث الأول بعرض مفهوم الخدمة البنكية وخصائصها ومميزاتها بينما يتطرق المبحث الثاني إلى أهمية جودة الخدمة البنكية في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف وسلط المبحث الثالث الضوء على محاور العمل لتطوير وتحسين جودة الخدمة البنكية في توسيع القدرة التنافسية.

وخلُص البحث إلى إستنتاج رئيسي هو أنه يعتمد معيار جودة الخدمة البنكية لدى العميل على قدرة البنك في تقديم خدمات لعملاءه تتطابق مع توقعاتهم ورغباتهم ومع ما يطمح إليه العملاء في تعاملاتهم مع البنوك.

وإعتماداً على ذلك جاءت توصية البحث الرئيسية هي على البنوك أن تقوم بدراسات لمعرفة كل جديد يتعلق بالخدمة البنكية للوصول الى الميزة التنافسية.

Abstract

The increase in the world's tendency towards globalization in all its forms in the past decades has led to a lot of changes, from the transference of capitals and the growth of investments to the removal of global blocks and restrictions, as well as facilitating commercial trading as a result of the economical agreements which led to an increase in competition in the banking sector as one of the service sectors. The sector of banking services plays an important and special role in the economics of countries, and the banks work hard to achieve client satisfaction which enables them to stay in the market and not lose to other competitors, where it is evident that service quality has become the characteristic of the twenty first century and the most important element in achieving the goals of institutions; whether they were production or service related, and service quality is one of the recent matters in marketing ideology.

This research invokes the subject of the quality of banking services to enhance the ability to compete between banks based on diversification in offering these services, or innovation and novelty as a strategy to compete, through which banks can stand out amongst other competitors and consequently achieve their goals.

The research consists of three chapters; the first chapter presents the concept of banking services, their traits, and their characteristics, while the second chapter looks into the importance of the quality of the banking services in enhancing the ability of banks to compete, and the third chapter sheds light on the axes of efforts to develop and improve the quality of banking services in broadening the ability to compete.

The research has reached a main conclusion which is that the criteria of the quality of banking services, according to the client, depends on the ability of the bank to deliver services to its clients that rise up to their expectations, desires, and aspirations in their transactions with banks.

And depending on that, the main recommendation of the research was that the banks should conduct studies to reach new findings related to banking services to achieve the characteristic of competition.

المقدمة

نتيجة عولمة النشاط المصرفي وتحرير الخدمات المالية والمصرفية أفرزت هذه المتغيرات العالمية تحديات تنافسية كبيرة لذلك كان من الضروري أن تتكيف الإدارات المصرفية مع تلك المتغيرات وتتصدى لأثارها السلبية وفي نفس الوقت تستفيد من الأرباح التي تحصل عليها جراء ذلك وعليه فقد أصبح تحسين الخدمات المصرفية والتماشي مع التطورات التكنولوجية المستمرة في مجال الصناعة البنكية الى جانب الأعتناء بوجودتها عند تنفيذ رغبات العملاء هي أحد المداخل الرئيسية التي تقود الى زيادة قدرة المنافسة للمصارف.

منهجية البحث:

أولاً- أهمية البحث: إظهار دور وأهمية جودة الخدمة المصرفية في تعزيز قدرة منافسة البنوك.
ثانياً- هدف البحث : إن هدف البحث هو التعرف على أبعاد وخصائص كفاءة الخدمات البنكية والسعي الى لفت إنتباه الدارسين والباحثين الى أهمية تطبيق فلسفة ادارة الجودة الشاملة في حقل الخدمة المصرفية للوصول الى خدمة عالية الكفاءة وملبية جميع إحتياجات العميل محققة رضاه وإرتياحه.

ثالثاً- مشكلة البحث : تكمن مشكلة البحث في التساؤل التالي :- ما هو تأثير جودة الخدمة البنكية في زيادة القدرة التنافسية للمصارف؟
وللإجابة على هذا التساؤل يتطلب منا البحث للإجابة على عدد من التساؤلات الفرعية التالية :

١- ما المقصود بجودة الخدمة البنكية ؟

٢- ما هو تأثير جودة الخدمة البنكية على زيادة القدرة التنافسية للمصارف؟

٣- ماهي مقتضيات تحسين جودة الخدمة البنكية ؟

رابعاً- فرضية البحث :- بناءً على ما جاء في مُشكلة البحث تقوم فرضيته على أن هناك علاقة وثيقة بين جودة الخدمة البنكية من جهة وبين زيادة القدرة التنافسية للمصارف من جهةٍ أخرى.

خامساً- منهج وإسلوب البحث : إستند البحث على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة ومعرفة مفهوم الخدمة البنكية وفاعليتها في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف.

سادساً- خطة البحث: يحتوي البحث على ثلاثة مباحث، تطرق المبحث الأول الى عرض مفهوم الخدمة البنكية وكذلك خصائصها ومميزاتها، أما المبحث الثاني فيعرض أهمية جودة الخدمة البنكية في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف أما المبحث الثالث فقد قدم محاور العمل لتطوير وتحسين جودة الخدمة البنكية في توسيع القدرة التنافسية.

المبحث الأول

مفهوم الخدمة البنكية وخصائصها ومميزاتها

أولاً - مفهوم الخدمة البنكية

إن الخدمة البنكية هي تصرف أو نشاط أو أداء يقدم من جهة إلى جهة أخرى وهذه الخدمة غير ملموسة ولا ينتج عنها نقل ملكية لأي شيء كذلك أن تقديم أي خدمة قد تكون مرتبطة أو غير مرتبطة بمنتج ملموس ومادي (زيود وآخرون، ٢٠٠٥: ٥٦) وعليه يمكن القول بأن الخدمة المصرفية هي نشاط أو منفعة أو إشباع حاجة تقدم من طرف (البائع) الى طرف آخره (المشتري) وتكون غير ملموسة بطبيعتها ولا يتحقق من بيعها نقل ملكية لأي شيء وقد يرتبط إنتاجها وتقديمها أو لا يرتبط بمنتج ملموس ومادي وقد يمزج البعض بين السلع والخدمات فالتفرقة الصحيحة بين السلع والخدمات تتضح في أن الخدمات ليست شيئاً ملموساً ومادياً كما لا يمكن تملك الخدمة وعلى سبيل المثال فإنك في حال إستأجرت غرفة في فندق ما فإنك لا تأخذ شيئاً مادياً عند تركك الفندق ولكن فقط تحصل على نوع من الإشباع في الخدمة التي حصلت عليها وهي شيء غير مادي وغير ملموس كذلك حالنا عندما نقدم إلى البنك لغرض إجراء عملية تحويل مبلغ مالي الى أحد أقاربنا مثلاً فنحن لا نحصل على شيء ملموس ومادي وإنما فقط نحصل على الرضا والإشباع عندما قمنا بتحويل المبلغ المالي.

ثانياً - مميزات وخصائص الخدمة البنكية

بالرغم من الاتفاق حول خصائص الخدمات بين المفكرين فإن الملفت للنظر أن هناك اختلاف في الخصائص المميزة للخدمات البنكية وذلك بسبب خصوصية وطبيعة النشاطات المصرفية هذا من ناحية وأما الناحية الأخرى فهي بسبب طبيعة الخدمة المصرفية من حيث تنوعها وتعددتها وإستجابتها للتغيرات بشكل مستمر ودائم.

ونستعرض في الآتي خصائص الخدمات البنكية بحسب آراء بعض المفكرين والكتاب أصحاب الاختصاص في حقل ترويج الخدمة البنكية.

أهم خصائص الخدمات البنكية :- (الملا حسن، ٢٠٠٦: ٥٤)

١- إنها غير قابلة للتلف لأنها غير مادية وغير مجسمة وعليه لا يمكن تخزين الخدمة.

٢- إنها لا تتمتع بحماية براءة الاختراع ومن حق كل بنك أن يقدم نفس الخدمة التي يقدمها باقي البنوك.

٣- إنها تتصف بالتكامل فلا يمكن تجزئة الخدمة أو تقسيمها عندما يقدمها البنك.

٤- يعتمد تسويقها على الموظف مقدم الخدمة بشكل كبير وذلك من خلال التقابل الشخصي مع الزبون.

وآخر يُعَدُّ خصائصها (أبو ميرز، ٢٠١٩: ١٦) كالتالي :-

١- هي تُنتج وتُقدم في ذات اللحظة التي يطلبها الزبون من البنك وعليه لا يمكن صنعها مقدماً أو تخزينها.

٢- لا ترسل إلى الزبون كعينة لأخذ موافقته عن جودتها قبل شراؤه للخدمة.

٣- عند وجود خطأ أو عيب عند تقديمها فليس هناك بديل غير الاعتذار وترضية الزبون أمام الموظف مقدم الخدمة.

٤- غير قابلة للفحص من قبل الموظف مقدم الخدمة قبل أن يقوم بتقديمها للعميل.

٥- إن طبيعة الخدمات المصرفية غير روتينية وتختلف طرق تقديمها من عميل لآخر بحسب درجة التواصل بين موظف المصرف والزبون.

ثالثاً - مفهوم جودة الخدمة البنكية (محمود، ٢٠١٥: ٣٧)

تُعتبر جودة الخدمة البنكية من المواضيع التي تتصدر اهتمام المفكرين الممارسين والأكاديميين منهم على حد سواء ولذلك تمخضت عن ذلك الكثير من الدراسات والبحوث ساهمت في معالجة هذا الموضوع، فبعض هذه الدراسات انصب اهتمام فيها على وضع تعريف لجودة الخدمة البنكية بالدرجة الأولى ومن ثم إعطاء إيضاح لمفهومها، أما دراسات أخرى فقد ركزت على أبعاد طرق قياس الخدمة وجودتها لذلك يُلاحظ المتتبع لهذه المجهودات أن هناك تبايناً فيها بما يتعلق بإيجاد تعريف يخص جودة الخدمة البنكية، وعليه نرى أن من اللازم عرض مفاهيم خاصة بتعريف الجودة البنكية كمدخل نستعرض فيه تعريف جودة الخدمة البنكية مع مفهومها وأهميتها.

فقد ركزت المساعي التي تختص بتعريف وقياس الجودة من ناحية تاريخها في مجال السلع المادية غير أن المعلومات المتوفرة عن مفهوم الجودة الخاصة بالسلع المادية تُعتبر غير كافية للوصول الى تحقيق فهم واضح عن جودة صناعة الخدمات، والخدمات البنكية بشكل خاص أما صعوبة تعريف جودة الخدمة فيستمد من خصائص الخدمة المصرفية المميزة لها وكما سبق ذكر ذلك

عندما تعددت آراء الباحثين في مفهوم جودة الخدمة البنكية عندما حدّدها بعضهم في أبعاد أربعة رئيسية كالآتي :-

- ١- الخدمات البنكية.
- ٢- أسلوب إعطاءها.
- ٣- خدمة الزبون.
- ٤- الموارد البشرية والوسائل المادية والإلكترونية.

رابعاً – الأبعاد الرئيسية في قياس جودة الخدمة البنكية (النجار وآخرون، ٢٠١٦ : ٧٨) تكون من خلال الآتي :-

- ١- الموثوقية :- أي إنجاز الخدمات بصورة سليمة وأفضل من السابق كذلك وفاء البنوك بما تعد به عملائها مع ثبات الأداء وهذا يحتوي على :
 - صحة حسابات البنوك وملفاتها مع تفادي حدوث الأخطاء من أي نوع.
 - أداء الخدمات المصرفية بشكل دقيق وسريع.
 - الوفاء بتقديم الخدمات المصرفية في الموعد والوقت المحدد لها.
 - إستقرار مستوى أداء الخدمة المقدمة من حيث الجودة.
- ٢ – سرعة إستجابة العاملين :- وهي الإستجابة الفورية لطلبات الزبائن مع إستعداد العاملين في تقديم الخدمات لهم ومساعدتهم في الرد الفوري على استفساراتهم.
- ٣ – الكفاءة والقدرة :- وهي إمتلاك المهارة والمعرفة اللازمتين عند أدائهم للخدمات مع تفهم الزبائن وإمتلاك روح الإتصال معهم.
- ٤ – سهولة إنجاز الخدمة :- وتعني قصر فترة الحصول على الخدمة بسبب سهولة الاتصال من طرف العميل وذلك لوجود منافذ متعددة عند الحصول على الخدمة البنكية وكذلك ملائمة ساعات العمل مع العميل.
- ٥ – لباقة العاملين :- وهي تمتع موظفي البنك وبشكل خاص اللذين لهم اتصال بالزبائن على قدر من حسن المظهر وإمتلاكه لروح الود والصدقة عند تعامله مع عملاء البنك.
- ٦ – الإتصال :- ويعني تهيئة المعلومات للزبائن وباللغة التي يفهمونها والمزايا التي تترتب عن الخدمة وكذلك البدائل المتاحة بعد توضيح وشرح حول طبيعة الخدمة وكلفتها.
- ٧ – الصدق :- لكي تولد الثقة بين الطرفين (البنك والعميل) يجب مراعاة البنك للأمانة

والصدق عند تعامله مع زبائنه لإن العمل المصرفي أساساً قائم على المصداقية والثقة.

٨ - الثقة :- أن تكون المعاملات البنكية خالية من الشك والخطورة مع الحفاظ على سرية المعاملات التي تخص العميل.

٩ - فهم العميل :- الإهتمام بالعميل من حيث فهم احتياجاته والقيام بالتوجيه وإعطاء النصح والإستشارة له.

١٠ - التسهيلات المادية :- بدءاً بالمظهر الخارجي للبنك وإنهاءً بالأجهزة والوسائل المستخدمة لأداء خدمة العملاء.

ولذا فإن جودة الخدمة البنكية مرتبطة بتقديم خدمة تتوافق مع حاجات العملاء. لذلك فإن جودة الخدمة هي مقياس للدرجة التي يريدها العملاء وبشكل مستمر من البنك وتحقق للبنك عوامل إيجابية كالنمو وزيادة الأرباح والإستمرارية في الأسواق وقدرته على المنافسة مع البنوك الأخرى.

المبحث الثاني

أهمية جودة الخدمة البنكية في تعزيز القدرة التنافسية للمصارف

هناك ضرورة حتمية في الإعتماد على مدخل تخطيط وتنظيم سبل تطوير الخدمات البنكية من خلال تبني استراتيجية التطوير لتمكين البنوك من مواجهة كل التداعيات المتعلقة في قدرة البنوك على تخطي تحديات المنافسة.

أولاً- جودة الخدمة البنكية كميزة تنافسية : (جاد الرب، ٢٠١٦ : ٢٣٤-٢٣٥)

إن جودة الخدمات البنكية هي سلاح تنافسي فاعل للبنوك تستخدمه لتمييز خدماتها عن باقي المنافسين ويتطلب ذلك عدة مقومات أهمها : (تحت مظلة إدارة الجودة الشاملة) :-

١- حاجة العميل هي أساس تصميم الخدمة وإعتبار العميل هو المحور الرئيسي تدور حوله إستراتيجية المصارف.

٢- إن رأس إستراتيجية الإدارة العليا هي جودة الخدمات.

٣- خلق ثقافة الجودة وزرعها لدى موظفي البنوك.

٤- تقديم أداء متميز مبني على التدريب والتحفيز وقائم على الابتكار في تسويق الخدمات.

٥- تبني جودة الأداء السليم من المرة الأولى من دون مراقبة على جودة العمل.

٦ - تبني مفهوم التحسين المستمر تحت مظلة إدارة الجودة الشاملة في العمل.

٧- تقديم الخدمات البنكية المتعددة بما يتناسب مع التكنولوجيا المتقدمة.

ويُمكن للبنوك في حال قدمت خدمة بنكية عالية الجودة أن تحصل مزايا منها إكتساب ميزة تنافسية حيث تمكنها من زيادة ولاء عملائها ودفعهم للتعامل معها على الدوام وهذا يُمكن البنك من رفع أرباحه وهذا يجعل له نصيب وحصّة سوقية أعلى مما كان سابقاً عليه.

ثانياً- معايير القدرة التنافسية للبنوك (الحداد، ١٩٩٩ : ٣٤٣-٣٤٥)

تعتمد القدرة التنافسية على أمرين الأول هو قدرة التفوق على المنافسين، أما الأمر الثاني هو قدرة كسب العملاء من خلال جودة الخدمة وتقديمها، وإن كلا الأمرين متوقفان على نجاح بعضهما البعض مما يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية للبنوك. وعليه فإن تعدد قدرة المعايير التنافسية

للبنوك تعتبر أحد مؤشرات جودة الإدارة في التحكم والسيطرة أما أهم المعايير فهي كالآتي:

- ١- تبني أسلوب الجودة الشاملة للبنك.
- ٢- رصد مخصصات لتدريب موظفي البنك.
- ٣- زيادة القدرة التنافسية من خلال بحوث التطوير المصرفي.
- ٤- تصميم إستراتيجيات وأهداف وسياسة أداء الخدمات المصرفية على أساس حاجات ورغبات وتغيرات تلك الرغبات والتكيف معها.
- ٥- إيجاد وزرع روح الفريق الواحد بين مستويات العاملين في البنك.
- ٦- توفير عاملين مصرفيين مؤهلين للعمل في البنك.
- ٧- مدى استخدام أحدث تكنولوجيا الصناعة المصرفية لمختلف الخدمات.
- ٨- الحصة السوقية للبنك ونسبتها إلى إجمالي الحصة السوقية للجهاز المصرفي ككل.
- ٩- القدرة على التعامل مع المتغيرات البيئية المحلية والعالمية داخل البنك.

ثالثاً- دور الجودة الشاملة في زيادة القدرة التنافسية للبنوك

إن ظهور حاجة إدارة الجودة الشاملة الى تعزيز وزيادة القدرة التنافسية هي حقيقة قائمة كمدخل للمنافسة وجلب العملاء باعتبار أن الجودة الشاملة هي تطوير فكري وثقافة تنظيمية متجددة وثورة إدارية حديثة لذلك أضحت المدخل الرئيسي إلى التحسين والتطوير المستمر وبدوره يشمل كافة مراحل ونواحي الأداء ويصنع مسؤولية تضامنية بين الإدارات العليا للبنوك وبين باقي الأقسام والإدارات وكذلك فروع البنك إن وجدت سعياً منها لغرض إشباع إحتياجات زبائن البنك. (عبد القادر، ٢٠٠٥: ٢٦١)

رابعاً - طرائق تميز جودة الخدمة للوصول الى الجودة الشاملة

إن تزايد وتنوع رغبات الزبائن ومع زيادة حدة المنافسة جعل من الأهمية إيجاد قدرة تنافسية للبنوك تُهيئ لها سبقاً على مُنافسيها في مجالات متعددة تُنشأ لها مقومات وسبل لتنمية القدرة التنافسية وذلك من طرق متعددة :- (زيدان، ٢٠٠٥: ٦٧)

- ١- دراسة وتحليل رغبات وإتجاهات خصائص الزبائن لمعرفة الخدمة التي يرومونها من خلال هيكل بيئتهم الديموغرافية.
- ٢- دراسة وتقييم منافسة السوق البنكية من تحليل إتجاه المنافسة المصرفية تسويقياً وتكنولوجياً

وذلك من خلال التعرف على الخدمة المقدمة من قبل البنوك والمؤسسات المالية الأخرى ومعرفة إستراتيجيات التسويق التي يتبناها منافسوا البنوك الأخرى.

٣- تخطيط وتبني استراتيجيات تنافسية كإستراتيجية التركيز والجودة والتميز والتركيز والتكتل الإستراتيجي وغير ذلك.

٤- للوصول الى الخيار الإستراتيجي الذي لا حياد عنه يجب تبني مدخل إدارة الجودة الشاملة.

٥- من ضرورات الأداء المصرفي المتميز هو تطوير الخدمة وتحسينها المستمر في هيكل الخدمات المقدمة كضرورة أساسية في اعتماد مبدأ جودة الخدمة.

٦- رغبات ومتطلبات الزبون هي الحجر الأساس في تصميم وتطوير الخدمة المصرفية عند قياس جودتها.

٧- يجب مراعاة تناسب إستيعاب التكنولوجيا المصرفية المُستعملة من قبل الزبائن عند إستخدامها كسلاح تنافسي، ومن أمثلة ذلك البنك المنزلي والبنك عبر الإنترنت والبطاقات البنكية وخدمات الصرف الآلي والهاتف المصرفي وغيرها وذلك لإثراء مزيج الخدمات المصرفية.

تبقى إستراتيجية الجودة هي الأهم من بين الإستراتيجيات التنافسية مهما تعددت هذه الإستراتيجيات لذلك توجب على البنك تبنيها لزيادة وتطوير قدرته على المنافسة والصمود في وجه التحديات التي أصبحت سمة السوق المصرفية، لأن أساس ثقة الزبون تعتمد على جودة الخدمة المصرفية وصناعتها وهي مُتأتية من تبني المصرف فلسفة إدارة الجودة الشاملة بكل أبعادها.

المبحث الثالث

محاوَر العمل لتطوِير وتحسين جودة الخدمة البنكية في توسيع القدرة التنافسية

لكي ترتقي البنوك إلى مستوى التحديات المتباينة التي تواجهها في العمل المصرفي كان يجب عليها أن تسعى بخطوات حثيثة نحو تطوِير جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها. وعليه سوف نعرض بعض المحاور ذات الخصوص في موضوع تطوِير جودة الخدمات المصرفية.

أولاً - مسايرة تكنولوجيا تطورات العمل البنكي

يتميز عصر العولمة فيما يختص في العمل المصرفي هو تنامي دور تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات في عمل البنوك لتحقيق الإستفادة العظمى من ثمار هذه التكنولوجيا لتطوِير وسائل ونظم تقديم الخدمة المصرفية وبما يتلائم مع إيقاع إبتكار تطبيقات متجددة للخدمات المصرفية تتصف بكفاءة وسرعة الأداء المتسارع للصناعة المصرفية بشكل مُتميز.

أهتمت البلدان المتقدمة بتكثيف إستخدام أحدث تقنيات الإتصالات والمعلومات في العمل المصرفي لتقليل العمليات المصرفية التي تتم داخل فروع البنك بحيث أضحت لا تتجاوز ١٠٪ من مجموع الخدمات المصرفية بينما يتم إنجاز باقي العمليات الأخرى عن طريق قنوات إلكترونية مثل نقاط البيع الإلكترونية وأجهزة الصراف الآلي وهو ما أدى إلى إحداث تغييرات واضحة في طبيعة وآلية تقديم الخدمات المصرفية ومن أهمها:- (ثويني وخلف، ٢٠٠٥: ٨).

١- تحجيم إستخدام النقد كصيغة للمبادلات المالية مما أدى إلى إنخفاض كلفة التشغيل وبالأخص الكلفة الحقيقية لعمليات المدفوعات.

٢- زيادة إستخدام وسائل الدفع الإلكتروني مثل النقود الإلكترونية والشبكات الإلكترونية وكذلك بطاقة الإئتمان وغيرها من الوسائل الأخرى.

٣- ظهور ما يُسمى بالخدمة المنزلية المصرفية وذلك مما ساعد في تحرير العملاء من قيود المكان والزمان وذلك سيوفر بدوره الجهد والوقت لعملاء البنوك.

٤- تمكين البنوك من تقديم خدمات مصرفية جديدة لعملائها لم تكن من قبل معروفة مثل خدمات سداد الفواتير بالتلفون وظهور ما يُسمى بالبنوك الألكترونية والبنك المحمول وكذلك أجهزة الصراف الآلي، وذلك من جراء إستخدام تطبيق التقنيات الحديثة.

لقد أصبح أمر نجاح البنوك وصمودها في مواجهة التحديات مرهوناً بإعتمادها على تقنية المعلومات لتدعيم قدرتها التنافسية من خلال بذل مزيد من الجهود في الاستفادة من ثورة العلم والتكنولوجيا كأحد ركائز اتخاذ القرار لرفع مستوى أدائها.

ثانياً - محاور تطبيقات تكنولوجيا العمل المصرفي (الغماس، ٢٠٠٦ : ٤٤)

- ١- الصمود في وجه منافسة البنوك وتقديم خدمات مصرفية متطورة من خلال زيادة إنفاقها الاستثماري في ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ٢- سرعة تداول البيانات الخاصة بالعملاء من خلال تنفيذ شبكة اتصال بين المركز الرئيسي للبنك وباقي الفروع بما يضمن ارتباط الشبكات الإلكترونية بالمؤسسات المالية والبنوك.
- ٣- تقديم خدمات متنوعة من خلال استخدام الصراف الآلي لتسجيل أوامر الدفع التي يرومها الزبون.
- ٤- يساعد إصدار البطاقة البلاستيكية كالكروت الذكية في تأمين المعاملات المصرفية الإلكترونية التي ترتبط بالتجارة الإلكترونية كونها توفر عنصر الحماية ضد عمليات التزوير وسوء الاستخدام.

ثالثاً - الارتقاء بالعنصر البشري

- يُعدُّ العنصر البشري الركيزة الأساسية للارتقاء بأداء البنوك فمهما بذلت إدارات البنوك من جهود لتطوير الخدمة المصرفية سوف تظل محدودة النتائج ما لم يصاحبها تطوير إمكانية الموظفين وقدرتهم لإستيعاب التطورات المتلاحقة في مجال الخدمة المصرفية بما يحقق من رفع في مستوى تقديم الخدمة المصرفية وتحقيق أحسن استثمار للعنصر البشري للارتقاء بمستوى أدائه للوصول إلى نموذج « المصرفي الفعال » وهي كالاتي: (البغدادى، ٢٠٠٦ : ٨٣)
- ١- لغرض تدريب الكادر المصرفي يجب الإستعانة بالبنوك الكبرى أو بأحد بيوت الخبرة العالمية لإستخدام أدوات العصر الحديث كالإنترنت والسوفت وير.
 - ٢- يجب إستيعاب أدوات تكنولوجيا البنوك العالمية المستخدمة من خلال تدريب موظفي البنوك بإرسالهم في بعثات خارج البلاد للإطلاع على طرق التعامل مع تلك الأدوات وكيفية تطبيق إستخدامها.
 - ٣- تطوير منتجات الخدمة المصرفية لكسب عملاء جدد عن طريق إيجاد مفاهيم متطورة لها

علاقة بالابتكار وبالإبداع لدى موظفي البنوك لمواكبة تطورات التكنولوجيا الحديثة.

٤- صقل وتنمية مهارات قدرة التفاوض وحسن التصرف والقدرة على التفاوض والتخطيط في عملية إتخاذ القرار المناسب من خلال صياغة الأهداف التدريبية المناسبة لمستويات الموظفين.

٥- تطوير مهارات موظفي المصارف بتلقي برامج تدريبية على استخدام الحاسب الآلي والأطلاع على تكنولوجيا الاتصالات لتحقيق المطلوب في هذا الخصوص وإلزامهم بذلك باعتباره عنصراً رئيسياً في هذا المجال.

٦- استخدام أسلوب الحوافز والمكافآت عن طريق الترقية لوظائف متقدمة أو تحفيزهم بصورة مادية وعينية تشجيعاً منهم للعاملين المجدّين والمتميزين لبذل مزيد من الجهد ولإستهناض طاقاتهم الإبداعية.

٧- إن إشراك موظفي المصارف عند وضع أساليب تطوير الأداء سيؤدي ذلك الى ضمان إلزامهم وحماسهم في استخدام تلك الأساليب وتطبيقها.

رابعاً – تحديث التسويق البنكي

في ظل التطورات التي شهدتها الساحة المصرفية وبعد تبلورها أصبح من الملزم إعتبار التسويق المصرفي من الأمور الملحة وخاصة بعد إحتدام المنافسة في زيادة موارد البنوك من بعد تحقيق الموازنة بين إيراداته والإستخدامات أما أهم وأحدث الوظائف التسويقية للبنوك فهي كالآتي :- (أبو تايه, ٢٠٠٨ : ٧٠-٧١)

١- خلق أو صناعة العميل المُحتمل من خلال السعي نحو ذلك العميل.

٢- تحديد الفرص الجيدة وإكتشاف الفرصة الاقتصادية المناسبة ليعزز إيجاد العميل المناسب.

٣- بعد دراسة وافية وكافية عن رغبات الزبائن بما يضمن إشباع لإحتياجاتهم يتم تصميم مزيج الخدمة المصرفية ويكفل من خلال ذلك رضا العميل وقبوله وبشكل مستمر.

٤- إستخدام المنهج العلمي في تصميم مزيج الخدمة المصرفية عند تحليل قدرة العميل المالية في تحديد إحتياجاته من خلال إستخدام أدوات وأساليب مُبتكرة وغير تقليدية عند إختيار نوعية الخدمة أو طريقة تقديمها وذلك بالتعايش الكامل لبيئة البنك الاقتصادية والاجتماعية من قبل مسؤولي التسويق المصرفي.

٥- إستبعاد أي تعارض بين وظائف التسويق المصرفي وبين الوظائف المصرفية الأخرى لتحقيق التكامل بين تلك الوظائف لتحقيق الأهداف المخطط لها.

- ٦- إن الأداة التحليلية المهمة في إستيعاب النشاط المصرفي هي من خلال إيجاد تسويق مصرفي متطور عند رسم سياسة البنك ومراقبة أعماله المصرفية ومتابعتها.
- ٧- ضرورة القيام بجمع وفحص ومن ثم تحليل ذلك ومن خلال تطورات السوق المصرفية وبكافة الاتجاهات.
- ٨- قياس إنطباع العملاء على مزيج الخدمات المصرفية المقدمة لهم بعد متابعة ومراقبة البيانات المرتدة من الأسواق المصرفية لقياس مدى رضاهم وتقبلهم وكذلك إنطباعهم لأوجه الإيجاب والسلب من ذلك.
- ٩- إنتقاء موظفين تتوافر فيهم صفات شخصية مميزة مثل اللباقة والكفاءة ليخلق ذلك إنطباع لدى العملاء بحسن البيئة المصرفية التي يتعامل معها مما يمكن المصرف بالإحتفاظ بزبائنه علاوة على كسب زبائن جدد.

خامساً – مسايرة المعايير الدولية للبنوك (الجوراني, ٢٠١١ : ٧٣)

إن البنوك مُطالبة بالمحافظة على سياق المعايير الدولية في سعيها الى وضع قواعد ومعايير تحقق السلامة الدولية للبنوك للأرتقاء بمستوى الخدمة المقدمة عالمياً وهذا ما فرضه صانعي السياسات البنكية للمؤسسات الدولية من وضع عديد من القواعد والمعايير التي ترمي الى ذلك.

سادساً – مجالات بنكية يجب العمل بموجبها (سليمان, ٢٠٠٤ : ٧٧)

١- دعم قاعدة رأس المال :- تُعتبر رؤوس أموال البنوك من أموال المودعين فيه هي الخط الدفاعي الأول ولأهميتها المتنامية بكونها صمام الأمان في منح قدرة كبيرة للبنوك على مواجهة الأزمات والصدمات عند تنويع خدماته, أما بخصوص أهمية كفاية رؤوس الأموال فهناك ضرورة في إيجاد إقتراحات جدية وجديدة ترفع من الحد الأدنى المعمول به لكفاية رؤوس الأموال في الأوقات الراهنة التي يمكن تواجدها للبنوك فلذلك يجب وضع أسس وقواعد تُبين المخاطر التي يمكن أن تُواجهها البنوك في أعمالها.

٢- تطوير السياسات الائتمانية بالبنوك :- يجب أن تُقيد سياسة أئتمان البنوك أختصاص الجهة المسؤولة على منح الأئتمان في البنك من خلال رفع زيادة فاعلية دور الرقابة على عملية الأئتمان المصرفي من خلال إتباع قواعد منح الأئتمان وذلك لضرورة جودة قواعد إرشاد منح الأئتمان وكفاءة سياسة تقدير جودة الأصول وكذلك كفاية مخصص الديون المعدومة بالإضافة الى وضع

ضوابط لتقليل مخاطر التركيز وعادةً ما تُقدر بنسبة ٢٥٪ من رأس المال.

٣- الأهتمام بإدارة المخاطر:- تركز الصناعة المصرفية في محتواها على مهارة إدارة المخاطر وذلك بسبب ما تشهده العملية المصرفية من إنفتاح كبير على الأسواق المالية وكذلك التطور التكنولوجي المتسارع في إستخدام إبتكارات مالية في صناعة المصارف فإن تكامل إدارة مخاطر البنوك تركز على مراحل ثلاث مترابطة مع بعضها وهي كما يلي :-

أ - تحديد نوع المخاطر التي قد يتعرض إليها البنك في عملياته المصرفية.

ب- قدرة البنك في قياس تلك المخاطر وتحديدتها بشكل مستمر من خلال وضع نظم

معلومات تتناسب مع مستويات المخاطر التي قد تواجه البنوك في عملياتها البنكية

ج- من المتعارف عليه أن للعمل المصرفي مخاطر كثيرة يُمكن أن يتعرض لها كمخاطر الائتمان للعمليات البنكية ومخاطر الأستثمار والسيولة ومخاطر أسعار العائد بالإضافة الى المخاطر الألكترونية وغير ذلك من المخاطر فعلى ذلك يتبين قدرة إدارة ومراقبة وقياس المخاطر بموجب معايير تتناسب واتخاذ القرارات المناسبة لمواجهة تلك المخاطر من أجل تعظيم عوائد البنك مقابل التقليل من حجم المخاطر وهذا ما يوجب عمل مُتواصل وحديث يقع على عاتق إدارة البنوك للعمل عليه وهذا ما يُمثل صُلب وجوهر العمل البنكي.

بما أن كفاية رؤوس الأموال تعتمد على تنوع المخاطر التي تتعرض لها البنوك كان من الأهمية بمكان أن تُباشر وبصورة سريعة باتخاذ إجراءات لتحقيق ما يلي :-

أ- إن من حُسن إدارة المخاطر يكون من خلال إنجاز السياسة الائتمانية المتفق عليها وتفعيل دور الرقابة بحيث يُمكن توقع الخطر قبل وقوعه بدلاً من أسلوب مواجهة رد الفعل أي بعد حدوث الخطر ووقوعه.

ب- لتفادي وقوع أي نوع من المخاطر يجب القيام بتدريب كوادر مصرفية لها القدرة بالتعامل مع هكذا أمور وبشكل فعال.

٤-وضع آلية الإنذار المبكر في البنوك:- إن إنشاء وحدات تنبؤ مبكر للأزمات البنكية تُساعد البنوك على زيادة قدرتها في إستخدام مواردها بشكل كفوء لمواجهة المخاطر بالإضافة الى مساعدة مُتخذي القرار على معرفة الأختلالات في المدى القريب مع إقتراح أساليب وأجراءات تُعالج الأخطاء قبل تزايد المخاطر وتعاضمها مما يدعم سلامة النظام المالي ومثاقته. فلذلك يجب الأخذ بعين الاعتبار بعض التوصيات عند إنشاء وحدة الإنذار المبكر ومنها :-

- أ- وضع صورة كاملة للوضع داخل الجهاز البنكي من خلال توفير نظام إتصالات مناسب لتجميع ورصد المعلومات الكافية والدقيقة في إتخاذ القرارات السليمة والمناسبة.
- ب- التنبؤ بالمخاطر من خلال توفير مجموعات تتناسب والمؤشرات المعيارية والقياسية وهذا بدوره يعتمد على الوضع الاقتصادي للبنوك وعلى وضع البلد ككل.
- ج- تلافي الأخطاء التي جرت سابقاً لأخذ العبرة منها من خلال دراسة الأزمات البنكية التي مرت في السابق على الدول الناشئة للاستفادة من تلك الدروس.
- د- توفير قيادات تتمتع بثقافة إدارية يجعلها تتمكن من التعامل مع الأزمات والتحديات التي تواجهها بطريقة علمية وواقعية إنطلاقاً من خبرتها في هذا المجال.
- هـ- تطوير نظم إدارة السياسة البنكية :- إن نجاح القيادة يعتمد على حُسن إدارة المخاطر من خلال التكيف مع مستجدات العمل لتقليل قيمة الخسائر وتلافي حدوثها مما أوجب تطوير نظم الادارة والقيادات البنكية وإيجاد عناصر مثل (قدرة إتخاذ قرارات المخاطرة والطبيعة القيادية للأشخاص وخبرة الإدارة ونوعيتها) ضمن عوامل تحديد مستوى رأس المال المناسب لكل بنك.

سابعاً- تنشيط دور الدولة والبنك المركزي لتفعيل أداء الجهاز البنكي :- يُعتبر الجهاز المصرفي مسألة مهمة له علاقة في مستقبل الاقتصاد القومي بأعباءه أحد أهدافه الرئيسية التي تتبناها الدول ومؤسساتها المختلفة وخاصة البنك المركزي في الوقت الحاضر من خلال تفعيل هذا الدور وتطويره من خلال الآتي :-

- ١- تحضير مناخ تشريعي مُلائم مع مستجدات التطورات الدولية في هذا المجال وبالخصوص العولمة وما يتعلق بالاقتصاد العالمي
- ٢- تفعيل وتطوير دور البنك المركزي من حيث الرقابة والأشراف على باقي البنوك بهدف تقليل المخاطر التي باتت البنوك تتعرض لها نتيجة زيادة إقبالها على تقديم خدمات بنكية مُستحدثة وبحسب ما تتضمنه المبادئ الرقابية التي تصدر في هذا الخصوص.
- ٣- توحيد وتدعيم القواعد المُحاسبية للبنوك ومراجعتها بحسب المعايير الدولية الصادرة في هذا المجال (الاسكندرية، ٢٠٠٢ : المجلد ٣٤).

الخاتمة

مهما تعددت الإستراتيجيات التنافسية تبقى إستراتيجية الجودة البنكية أهم المداخل لتلك الإستراتيجيات المتبعة لدى البنوك وبحسب التغيرات الراهنة لذلك فأن أساس ثقة العميل في مجال يقوم على الجودة والثقة تُصبح مرهونة بفلسفة الجودة الشاملة لاكتساب قدرة تنافسية تقف في وجه التحديات.

النتائج :

- ١- يعتمد معيار جودة الخدمة البنكية لدى العميل على قدرة البنك في تقديم خدمات لعملاءه تتطابق مع توقعاتهم ورغباتهم.
- ٢- إن إعتداد وسائل الدفع الألكتروني يُساهم في تحسين جودة الخدمات البنكية بحيث يكون في إستطاعة العميل الإستفادة من الخدمات البنكية من مكان إقامته أو عمله.
- ٣- إن تقديم الخدمة البنكية بالجودة المطلوبة يزيد من ثقة العميل بالبنك الذي يتعامل معه باعتبارها مدخل لزيادة القدرة التنافسية مع البنوك الأخرى.

التوصيات :

- ١- على البنوك أن تقوم بدراسات لمعرفة كل جديد يتعلق بالخدمة البنكية للوصول الى الميزة التنافسية
- ٢- يجب أن يعمل البنك على إيجاد نوع من الثقة المتبادلة مع زبائنه لخلق نوع من الطمأنينة في نفوسهم تزيد من ترسيخ الثقة والأمان.
- ٣- وضع السبل الكفيلة بمواجهة التحديات الناتجة عن التعامل بالنقود الألكترونية وبطاقات الأئتمان والشيكات الألكترونية وغيرها من التعاملات الحديثة في مجال الصيرفة الألكترونية والوصول الى العملاء عبر أحدث الوسائل الألكترونية.

آفاق البحث :

إن هذا البحث ما هو إلا مُجرد توضيح لدور جودة الخدمة البنكية في تعزيز القدرة التنافسية

للبنوك وعليه فإن مجال البحث مازال في مهده لذا نرى إمكانية مواصلة البحث من جوانب أخرى لها صلة بموضوع البحث :-

- ١- القيام بدراسة مقارنة بين المصارف الأجنبية الرائدة في تبني تعزيز القدرة التنافسية و بين المصارف العراقية من أجل رصد الاختلافات والمعوقات الموجودة في هذا المجال.
- ٢- أثر استخدام التكنولوجيا المصرفية كبديل عن وسائل الصيرفة التقليدية.

المصادر

- ١- لطيف زيود وماهر الامين ومنيرة المهندس, تقويم اداء المصارف باستخدام ادوات التحليل المالي, مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية, المجلد ٢٧, العدد ٤, جامعة تشرين- سوريا.
- ٢- ثائر طارق حامد الملا حسن, التخطيط الاستراتيجي التسويقي وأثره في جودة الخدمة المصرفية, ٢٠٠٦ اطروحة دكتوراه (غير منشورة) كلية الادارة والاقتصاد- الموصل.
- ٣- دياب ماهر ابو ميرز, جودة الخدمات المصرفية في البنوك الفلسطينية العاملة في مدينة الخليل- دراسة مقارنة بين البنوك الاسلامية والبنوك التجارية, ٢٠١٩ رسالة ماجستير (غير منشورة) في ادارة الاعمال- جامعة الخليل, كلية الدراسات العليا والبحث العلمي.
- ٤- حنين شاكر محمود, السرية المصرفية كميزة تنافسية, بحث تطبيقي في عينة من المصارف, ٢٠١٥ مقدم الى مجلس المعهد العالي للدراسات المالية والمحاسبية, جامعة بغداد.
- ٥- صباح النجار وحسين لازم الزبيدي, امكانية تطبيق الصيرفة الالكترونية في البيئة العراقية - دراسة حالة, ط ١, المطبعة العراقية, بغداد, ٢٠١٦.
- ٦- سيد محمد جاد الرب, ٢٠١٦, التخطيط الاستراتيجي منهج لتحقيق التميز التنافسي, القاهرة - دار الفجر للطباعة - مصر.
- ٧- عوض بدير الحداد, تسويق الخدمات المصرفية, دار البيان للطباعة والنشر, ط ١, القاهرة, ١٩٩٩.
- ٨- بريش عبدالقادر, جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك, مجلة اقتصاديات شمال افريقيا, جامعة حسينة بن بوعلي, الشلف, العدد ٣, ديسمبر-٢٠٠٥.
- ٩- محمد زيدان, دور التسويق في القطاع المصرفي, اطروحة - دكتوراه, في العلوم الاقتصادية, جامعة الجزائر, ٢٠٠٥.
- ١٠- فلاح حسن ثويني ووحيد جبر خلف, الصيرفة الالكترونية المبررات والمخاطر ومتطلبات النجاح, ٢٠٠٥, مجلة الاقتصاد, العدد ٥٤, كلية الادارة والاقتصاد- الجامعة المستنصرية- بغداد.
- ١١- عبدالعزيز عبدالرحمن الغماس, ٢٠٠٦, أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة في الوزارات الاردنية, رسالة ماجستير, في الادارة العامة - الجامعة الاردنية.

- ١٢- عادل هادي حسين البغدادي, ٢٠٠٦, العلاقة بين التعليم التنظيمي وإدارة المعلومات وأثرها في تحقيق قيمة لأعمال المنظمة, اطروحة دكتوراه, الجامعة المستنصرية- كلية الإدارة والاقتصاد.
- ١٣- صباح محمد ابوتايه, ٢٠٠٨, التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق, ط ١, دار وائل للنشر والتوزيع, عمان-الأردن.
- ١٤- اياد خالد مهدي الجوراني, دور نجاح استراتيجيات إدارة المعرفة وريادية الأعمال في تعزيز الميزة التنافسية, رسالة ماجستير في إدارة الأعمال, كلية الإدارة والاقتصاد, جامعة بغداد, ٢٠١١.
- ١٥- احمد هاشم سليمان, التحليل الاستراتيجي وانعكاساته على خيارات الأعمال والميزة التنافسية, اطروحة دكتوراه, في إدارة الأعمال, كلية الإدارة والاقتصاد, جامعة بغداد, ٢٠٠٤.
- ١٦- زهراء جعفر صادق الحريري, دور الاعتماد المستندي في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف, بحث مقدم الى مجلس المعهد العالي للدراسات المالية والمحاسبية, جامعة بغداد, ٢٠١٦.
- ١٧- بنك الاسكندرية, المجلد ٣٤ لسنة ٢٠٠٢, النشرة الاقتصادية.

