

المحاضرة الخامسة: محددات و أهمية جودة الخدمة المصرفية

محددات أهمية الجودة في الخدمات المصرفية:¹

من أهم العوامل التي ساعدت في ترويج أهمية الجودة في الخدمة المالية والمصرفية:

✓ العولمة : تشير إلى تدويل الأسواق والمؤسسات المالية و إلى نمو العلاقات المتبادلة بين الاقتصاديات وزيادة

التفاعل بين الأسواق والمؤسسات المالية وتكون النتيجة عولمة صناعة الخدمات المالية والمصرفية

✓ التقانة : تؤثر التقانة على المصارف بأنواعها المختلفة فالتطورات الحالية والمستقبلية في التقانات المرتبطة

بالخدمات المصرفية ترسم مستقبلا يتميز بتغيرات عنيفة حيث تحقق:

• تعزيز الشفافية: إذ تسمح للمقترضين والمساهمين بتلقي المعلومات في تقارير إلكترونية لاسيما

المالية منها

• تعزيز فرص المديرين في إيجاد إدارة فعالة للتغلب على المخاطر المالية وبيع خدمات مصرفية

ملائمة لهذا الغرض

• تعزيز قدرات المصارف على الاتصال وجذب الزبائن لتسليم خدمات مصرفية ذات جودة

• تعزيز قدرات المصارف على الاتصال بالمنظمين للقوائم والتقارير المالية وبذلك يكون المصرف

قادرا على تخفيض التكاليف

✓ المنافسة : من نتائج المنافسة الاتساع في تقديم خدمات مصرفية جديدة وتسعى هذه الضغوط التنافسية لإيجاد جودة

خدمات مصرفية أفضل في المستقبل

✓ البيئة : تتأثر الخدمات والعمليات لمصرفية بالقوى البيئية والتنظيمية للمصرف كالقوانين والتشريعات المالية السائدة في

البيئة التي يعمل بها

✓ تطور نظم الإدارة : أدت التطورات في نظم الإدارة إلى إيجاد مايسمى بنظم المعلزومات المالية كأحد أجزاء نظم

المعلومات الإدارية

¹ رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، الوراق، عمان، 2008، ص 83

- ✓ شبكات الاتصالات: تعد المصارف الالكترونية إحدى مفرزات شبكات الاتصالات وتمثل في المعالجة الحديثة لاحتياجات ومتطلبات المجتمع غير النقدي
- ✓ تكاثر الخدمات: إذ زاد من الضغوط التنافسية وكذا التكاليف المصرفية واحتمال الوقوع في الفشل
- ✓ الابتكارات المالية: تتضمن الخدمات الجديدة المقدمة للزبائن وهي تغطي النظم والاجراءات والادوات وتأخذ شكلين:
الابتكارات الخدمية والابتكارات العملية وهما شكلان مكملان لبعضهما البعض
- ✓ الشمولية: إن المصارف الشاملة هي إحدى التغيرات المصرفية العالمية التي عكستها العولمة إذ تقوم بالوظائف التقليدية وغير التقليدية بالإضافة الى تنوع مصادر حصولها على الاموال والايادات إلى جانب القيام بجميع الخدمات المصرفية الحالية والمبتكرة
- ✓ التحرر من القيود: شجعت المنافسة وتكاثر الخدمات التحرر من القيود المصرفية والرقابة الحكومية على صناعة الخدمات المالية
- ✓ التكامل العالمي: يقصد به إيجاد آلية لعمليات تبادل وبيع وشراء العملات الاجنبية وفروقات اسعار الصرف للعملات على مستوى العالم
- محددات جودة الخدمة المصرفية: ²

$$SQ=f(FEA, CUL, REP, ENV, DES, INN, TRAI, LOY, DEL)$$

- **FEA** خصائص الخدمة المصرفية وسماتها وتمثل اللمسات الأساسية المميزة لها وكذا الخصائص الثانوية المكمل لها ويتعلق الامر ب(جاهزيتها، موثوقيتها، أداءها)

✓ **جاهزية الخدمة المصرفية**: وترتبط بجاهزية التجهيزات والتسهيلات المستخدمة أي أنها تمثل احتمال

عدم توقفها وفشلها

✓ **الموثوقية**: تشير لاحتمال انجاز النظام المصرفي لأهدافه المختلفة بنجاح خلال فترة زمنية وتعتمد دراسة

الموثوقية على العناصر الأربعة (احتمال دورة حياة الخدمة المصرفية، تحديد الفترة الزمنية التي يجب ان تنجز

خلالها الخدمة، الأداء أي أن تؤدي الخدمة كما هو مطلوب و محدد، ظروف التشغيل: نوعية وكيفية

(استعمال الخدمة)

✓ الأداء: يمثل الخصائص الأساسية للخدمة المصرفية وغالبا ما تظهر على شكل مؤشرات نجاح الاداء

• **CUL** تشير إلى المعتقدات والقيم والطرائق التي تم تعلمها بالتجربة والتي طورت خلال دورة حياة هذه الخدمة

وتاريخها حي تظهر في ترتيب موادها وسلوكيات موظفي المصرف وتعلق بـ:

✓ **المعارف** : تشكل المعارف الجديدة المرتبطة بثقافة جودة الخدمة المصرفية الاساس المتين للتطوير الفعال

في تصميم المصرف وتطويره وخلق ميزة تنافسية.والجديد هو استعمال التقنية المعاصرة للمعلومات ويربط

مديرو المصارف جودة الخدمة عن طريق التعلم الجماعي والتعليم المستمر ورعاية الملكية الفكرية

والمصرف المتعلم

✓ **التغير والتنوع الثقافي** : تظهر أهمية التغير الثقافي باعتبار المصرف يتعامل مع بيئات مختلفة ومنه فهم

هذه الثقافة سيعزز من نجاح المصرف؛ إذ تحاول بعض المصارف تغيير ثقافة جودة خدماتها عندما تواجه

تغيرات في بيئتها. كما أنها تسعى إلى إدارة التنوع الثقافي من خلال تطوير خدمات مصرفية جديدة

وجذب عملاء جدد وتحسين رضاهم

✓ **سمعة المصرف** : هي حالة وجود تتحدد بناء على الثقة والتفوق والاحترام والحالة الجيدة فالسمعة

تحدد بناء على هوية المصرف وصورته العامة أمام العملاء كما تتعلق بأداء المصرف في الماضي

• **ENV** بيئة الخدمة المصرفية :

كل المضامين السياسي والاقتصادية والتكتيكية والتي تحيط بالمؤسسة، ترتبط بيئة الخدمة المصرفية بمجموعة من

العوامل هي :

✓ البيئة الاقتصادية والاجتماعية للخدمة المصرفية

✓ البيئة القانونية للخدمة المصرفية

✓ البيئة الثقافية للخدمة المصرفية

• تصميم الخدمة المصرفية

تتقيد المؤسسة المصرفية بمجموعة اعتبارات تتعلق بكيفية ملاءمة الخدمة للزبون واختيار مفهوم التصميم الذي يجب ان ينسجم مع احتياجات الزبون وترجمته إلى مواصفات ويتعلق تصميم جودة الخدمة المصرفية ب:

✓ معايير الخدمة

✓ المطابقة

✓ مراجعة الخدمة

• الابتكار المصرفي :

هو تطوير وتطبيق الافكار الجديدة من قبل الافراد الذين يتعاملون مع بعضهم ضمن تنظيم مرتب، ويرتكز الابتكار المصرفي على :

✓ السلوك الابتكاري المصرفي

✓ القدر الابتكارية المصرفية

✓ التفكير الابداعي

• التدريب المصرفي

• ولاء الزبون: للحصول على زبائن موالين يجب الحصول على موظفين موالين للمصرف ويتعلق ولاء الزبون ب:

✓ رضا الزبون

✓ شكاوي الزبون

• تسليم الخدمة المصرفية: من الواجب تحديد مسؤولية جميع الافراد الذين يسلمون الخدمة المصرفية بكل انواعها ويتعلق

تسليم الخدمة ب:

✓ التقييم

✓ العمل التصحيحي

✓ تحسين الخدمة المصرفية