

## تقييم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصرف التجاري السوري

صبحي المحمد، حسين إبراهيم، سليمان الحمد\*

قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة حلب، سورية

\*طالب دراسات عليا (دكتوراه)

### الملخص

شهد العالم ثورة كبيرة في مجال تكنولوجيا المعلومات واستخداماتها في تقديم الخدمات المصرفية، الأمر الذي أدى لزيادة حدة المنافسة في سوق العمل المصرفي، وزيادة الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية كأحد أهم مجالات تحقيق الميزة التنافسية. ومن خلال هذا البحث نحاول تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية (الخدمات المدركة لدى العملاء المتعاملين مع المصرف التجاري السوري)، وتبين أن الخدمات الإلكترونية التي يقدمها المصرف التجاري السوري لا ترقى للمستوى المطلوب، وتم تقديم مجموعة من التوصيات والمقترحات التي يمكن من خلالها رفع مستوى جودة الخدمة المصرفية في المصرف التجاري السوري.

الكلمات المفتاحية: الخدمة المصرفية، الخدمات الإلكترونية، جودة الخدمة

ورد البحث للمجلة بتاريخ 2010//

قبل للنشر بتاريخ 2010//

## 1 - المقدمة:

نتيجة اتساع نشاط التجارة الإلكترونية والانتشار الهائل للإنترنت أصبحت المصارف تجد فيها قناة جديدة لتسويق خدماتها بشكل يتناسب مع هذه التطورات بسبب انتشارها العالمي وانخفاض تكلفتها. ولكن تقديم المصارف لخدماتها عبر شبكة الإنترنت يضعها أمام تحديات كبيرة وأهمها المنافسة الشديدة إذ أنه من السهل على الزبون أن ينتقل من مصرف لآخر على الإنترنت خلال ثوان، وبذلك سيختار المصرف الذي يقدم له الخدمات بالأسعار المناسبة والجودة الملائمة. ولا شك أن الجودة في الخدمات تشكل ميزة تنافسية تسعى جميع المنظمات والهيئات لتحقيقها بهدف تعزيز القدرة التنافسية والحصول على أكبر حصة سوقية ممكنة، ومن خلال هذا البحث سيتم التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية الحالية في المصرف التجاري السوري، والعمل على تحسينها لتتلاءم مع متطلبات العملاء المتزايدة والمتجددة.

## 2 - أهمية البحث:

هناك عدة عوامل تظهر أهمية البحث أهمها:

1. زيادة حدة المنافسة بين المصارف الخاصة من جهة والمصارف العامة من جهة أخرى.
2. الثورة التي يشهدها العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات بعناصرها الثلاث (الأجهزة، البرمجيات، وسائط الاتصالات) وتزايد استخداماتها في مجال التجارة الإلكترونية بشكل عام وفي الخدمات المالية بشكل خاص.
3. تطور الوعي المصرفي لدى العملاء وزيادة الطلب على الخدمات المصرفية كماً ونوعاً.
4. تزايد الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية كمنهج لضمان الاستمرار وتحقيق الميزة التنافسية للخدمات المصرفية.

### 3 - أهداف البحث:

1. دراسة وتحليل واقع جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصرف التجاري السوري.
  2. تحديد نقاط الضعف التي تعاني منها الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصرف التجاري السوري.
  3. اقتراح آلية لتحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصرف التجاري السوري
- ### 4 - مشكلة البحث:

إن الخدمات الإلكترونية التي يقدمها المصرف التجاري السوري غير قادرة على إشباع متطلبات العملاء سواء من حيث الكم أو النوع، فالتقنيات المستخدمة غير قادرة على تلبية الطلب المتزايد على الخدمات وخاصة في أوقات الذروة لازالت تعاني من اختناقات في أوقات الذروة، و ضعف المرونة، وانخفاض درجة الأمان فيها.

### 5 - الدراسات السابقة:

1- دراسة صبحي المحمد [1]: هدف هذا البحث إلى التعرف على مستوى الخدمات المقدمة للزبائن من قبل المصارف التجارية الأردنية ومدى تلبية هذه الخدمات لحاجات الزبائن من حيث الكم والنوع ، ومدى قدراتها على المساهمة في تطوير مسيرة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتسهيل إنجاز الخدمات المطلوبة بأسرع ما يمكن وبأقل كلفة ممكنة. وخلص البحث للنتائج التالية: إن الخدمات في المصارف التجارية الأردنية لا تتطور بما يتناسب ومتطلبات السوق المحلية والدولية. الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية الأردنية لا تمتلك القدرة على المنافسة السوق الدولية. لا تختلف المعايير المستخدمة من قبل الزبائن عن المعايير المستخدمة من قبل البنوك في تقييم الخدمات المصرفية. يتأثر تقييم الزبائن للخدمات المصرفية المقدمة لهم

من قبل البنوك بعدة عوامل أهمها: عدد مرات التعامل- عدد الفروع - الموقع - أوقات عمل البنك ).

٢- دراسة Panan L, Prasong P, Natsapun P [2]: هدف هذا البحث لدراسة مستوى جودة خدمات المصارف الإلكترونية في تايلند من خلال المقارنة بين جودة الخدمة في عدة مصارف وركزت في الدراسة على أخذ عينات من الزبائن المستخدمين للخدمات المصرفية الإلكترونية. وتوصل البحث للنتائج التالية:

- إن مستوى جودة الخدمة للبنوك التجارية في تايلند تختلف من مصرف لآخر.

- إن المعايير الأكثر أهمية هي بُعد المصادقية، المنفعة، الثبات. وأقلها أهمية بعد الجودة المحسوسة.

٣- دراسة Sangeet Kapadia Doss [3] : الهدف من الدراسة معرفة وجهة نظر العملاء تجاه جودة الخدمة في المصارف الإلكترونية والمصارف التقليدية، أجريت الدراسة على ١٢٧ عميل يستخدمون الصراف الآلي، وقنوات تقليدية متعددة. وبالاعتماد على مقياس SERVQUAL اختبر إدراكهم لجودة الخدمة، وخلصت الدراسة إلى أنهم يرون أن المصارف الإلكترونية تتميز بجودة أعلى من المصارف التقليدية.

#### 5 - فرضيات البحث:

يقوم هذا البحث على فرضية مفادها أن هناك ضعف في مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المتاحة في المصرف التجاري السوري

#### 6 - مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث: يتمثل مجتمع البحث بعملاء المصرف التجاري السوري، أما العينة فتتمثل بـ ٣٨٦ عميل من عملاء المصرف وفروعه من الذين يستخدمون الخدمات الإلكترونية.



#### 7 - أسلوب جمع البيانات:

تمت عملية جمع البيانات عن طريق تصميم استبيان لجمع البيانات. صمم الاستبيان وفق مقياس ليكرت السباعي لذا يعد الوسط الافتراضي عند الاختبار (القيمة الافتراضية) هو:  $4/$

#### 8 - أسلوب تحليل البيانات:

تم التحليل الإحصائي من خلال البرنامج الإحصائي الاجتماعي /spss/ لحساب المؤشرات الإحصائية الوصفية واختبار /T.Test/ لإثبات صحة فرضية الدراسة أو رفضها. وتم قياس مستوى الثبات لمختلف أسئلة محاور الاستبيانات باستخدام مقياس (ألفا -كرونباخ).

#### 9 - منهجية البحث:

يعتمد البحث على المنهج الوصفي ودراسة الحالة، ويقسم لجانبين: جانب نظري يتضمن أدبيات البحث والدراسات ذات الصلة، وجانب ميداني يتمثل بتقييم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصرف التجاري السوري.

#### 10 - أدبيات البحث:

يتضمن مفهوم الخدمة المصرفية جانبين، الجانب الأول تسويقي يتمثل في كون الخدمة المصرفية مصدراً لإشباع احتياجات ورغبات العملاء، والجانب الثاني منفعي يتمثل في المنافع التي يسعى العملاء لتحقيقها من خلال استخدام الخدمة المصرفية. وظهر مفهوم جودة الخدمة للتعبير عن مدى قدرة الخدمات المقدمة على إشباع رغبات وحاجات العملاء. [4] ويتناول هذا البحث دراسة مفهوم جودة الخدمة وأهميتها، أبعاد جودة الخدمة المصرفية ومعايير قياسها، تقييم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

#### أولاً- مفهوم جودة الخدمة المصرفية:

تزايد دور جودة الخدمة - في الأونة الأخيرة - في تخطيط وبناء استراتيجيات التسويق في المنظمات الخدمية بشكل عام والمصرفية منها بشكل خاص، وأدى ذلك إلى زيادة اهتمام إدارة هذه المنظمات بتطوير أساليب علمية

لتحديد احتياجات ومتطلبات عملائها بهدف رفع مستوى الخدمات المقدمة لهم أو رفع قدرة هذه الخدمات على الاستجابة لاحتياجاتهم ومتطلباتهم. ومع تزايد الاهتمام بجودة الخدمة تزايدت الدراسات التي تبحث في هذا المجال، فالبعض يرى أن جودة الخدمة تتمثل في تسليم خدمة ممتازة، أو هي مجموعة الخصائص التي ترفع من قدرة الخدمة على تلبية الاحتياجات وخلق الرضا لدى العملاء، وفيما يلي نورد بعض أهم التعاريف لجودة الخدمة:

- تعريف الجمعية الأمريكية للجودة (ASQ) على أنها: "المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في مقدرة خدمة معينة على تلبية حاجات معينة". [5]

- كما عرفها الباحثون (Parasuraman, Zeithaml, and Berry) على أنها: "الرؤية المتكونة نتيجة المقارنة بين مستويات خصائص الخدمة المدركة والمتوقعة". أي أن جودة الخدمة وصف لرضا العميل عن طريق تقييم جودة الخدمة ذاتها، وإجراءات تسليم الخدمة. [6]

- ويرى Gronross أن جودة الخدمة تنقسم إلى جانبين: [7] الجانب الأول: جودة تقنية (للمخرجات) Technical Quality : تتمثل في جودة عمليات تجهيز أو إعداد الخدمة. الجانب الثاني: جودة وظيفية Functional Quality : تتعلق بإجراءات تسليم الخدمة للعميل.

في ضوء هذه التعاريف نستنتج أنه لا يمكن الحكم بوجود أو عدم وجود جودة للخدمة بل يمكن تحديد مستوى جودة الخدمة الفعلي من خلال المقارنة بين ما يتوقعه العميل وبين ما يحصل عليه، ووفقاً لذلك يمكن التمييز بين خمس مستويات أساسية لجودة الخدمة وهي: [8]

1- الجودة المتوقعة: وتتمثل في المستوى الذي يتوقع العميل توفره في الخصائص المكونة للخدمة، وأسلوب تقديمها بناءً على المعلومات التي يحصل عليها عن الخدمة، والحاجات والعوامل الشخصية، وخبراته وتجاربه.

٢- الجودة المدركة من قبل إدارة المصرف: أي مدى إدراك إدارة المصرف لاحتياجات عملائهم وللمستوى الواجب توفيره في خصائص الخدمة، وأسلوب تقديمها لتكون قادرة على إشباع احتياجات العملاء.

٣- الجودة القياسية: وتتمثل في توفر مجموعة الخصائص والمواصفات الواجب توفرها في الخدمة الجيدة وفقاً للمعايير التي تضعها منظمات الجودة العالمية.

٤- الجودة الفعلية: ويعبر عنها بمدى توفر الخصائص المطلوبة في الخدمة المقدمة بشكل فعلي ويتوقف تحقيق هذا المستوى من الجودة على كفاءة وخبرة مقدمي الخدمة.

٥- الجودة المروجة للعملاء: وتتمثل بمستوى الجودة التي أعلن عنها المصرف المقدم للخدمة، والذي وعد عملائه بتوفيره في خدماته.

#### ثانياً- أبعاد جودة الخدمة المصرفية:

تعرض الكثير من الكتاب والباحثين لدراسة أبعاد جودة الخدمة، ومن أهم هذه الدراسات دراسات (Parasuraman, Zeithaml, and Berry) اللذين توصلوا من خلالها إلى مجموعة من الأبعاد التي يمكن استخدامها في قياس جودة الخدمة المصرفية جمعت في نموذج سمي SERVQUAL وهو أداة لقياس مستوى الجودة في مختلف أنواع الخدمات. أما عدد الأبعاد التي يتضمنها هذا النموذج فهي عشرة أبعاد وهي: [9] سهولة وصول الخدمة، الاتصال، القدرة (الكفاية)، اللباقة (الدماثة)، المصدقية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، المعرفة أو فهم العميل، الجوانب المادية (الملموسة). ولكن بعد عدة دراسات قام بها الباحثون الذين حددوا هذه الأبعاد تبين لهم أن هناك ارتباطات وثيقة فيما بينها، حيث أن هناك ارتباط وثيق بين كل من الاتصال والقدرة (الكفاية)، واللباقة (الدماثة). كما أن هناك ارتباط وثيق بين كل من المصدقية والأمان، وسهولة الوصول للخدمة والمعرفة أو فهم العميل. لذا دمجوا بين هذه الأبعاد ليعبر عنها ببعدين أساسيين هما: الثقة (الأمان)، والتعاطف (العناية بالعملاء) لتصبح أبعاد جودة الخدمة خمسة أبعاد فقط وهي: [10]



الاعتمادية، الاستجابة، الثقة والأمان، العناية والاهتمام (التعاطف)، الجوانب المادية الملموسة.

بناءً على ما سبق سيتم الاعتماد في دراستنا على هذه الأبعاد الخمسة في مجال جودة الخدمة المصرفية، لذا سنستعرض فيما يلي مكونات هذه الأبعاد في مجال جودة الخدمة المصرفية: [11]

1- الاعتمادية: Reliability الاعتمادية للخدمة المصرفية تعني توفير الخدمة للعميل وحل المشكلات التي تواجهه وفق الوعود التي يقدمها المصرف، فالعميل يفضل المصرف القادر على تقديم الخدمات له بدقة وبدون أخطاء، وفي المواعيد المحددة، وأن غياب هذا البعد يشبه الإفلاس حيث أن إخفاق المصرف في هذا المجال يؤدي إلى تقلص مجال القبول لدى العملاء، بالتالي يتقلص الإقبال على خدمات المصرف.

2- الاستجابة: Responsiveness يقوم هذا البعد على دراسة مدى سرعة تقديم الخدمة، والمدة المحددة للرد على متطلبات العملاء، والقدرة على الرد بالطريقة المناسبة التي تعكس صورة إيجابية لعمليات تقديم الخدمة. والمصرف الذي يسعى للتفوق في هذا البعد يجب أن يركز على صورة عمليات تسليم الخدمة، ومعالجة طلبات العملاء وسرعة هذه المعالجة من وجهة نظر العملاء بدرجة أكثر أهمية مما هي عليه من وجهة نظر المصرف. وتشمل الاستجابة للعميل طول الوقت الذي ينتظره لتلقي المساعدة في مجال الإجابة عن الاستفسارات، الاهتمام بالمشكلات التي تواجه العملاء، المرونة في الأداء، والقدرة على إيصال الخدمة للعميل.

3- الثقة والأمان: Assurance تعد الثقة عاملاً حاسماً في مجال العلاقات التبادلية وتزداد أهميتها أكثر كلما ارتفعت درجة المخاطرة أو عدم التأكد بخصوص قدرة العميل على تقييم منافع الخدمة. وعلى المصرف أن يبني هذا البعد من خلال تزويد العاملين بالمعرفة والخبرات الكافية للتعامل مع طلبات العملاء، بالإضافة إلى ضرورة اتصافهم باللطف، واللباقة الأمر الذي يساعد على بناء الثقة والولاء ما بين مقدمي الخدمة المباشرين والعملاء.



٤- التعاطف أو العناية والاهتمام Empathy إن العميل يرغب أن يشعر أنه مفهوم ومهم بالنسبة للمصرف، لذا على المصرف أن يقدم الخدمة له مترافقة مع درجة عالية من الاهتمام والانتباه العميق بحيث يشعر العميل بارتياح إلى درجة تشعره أنه عميل فريد وخاص.

٥- الجوانب المادية (الملموسة): Tangibility إن درجة الاهتمام بالتقنيات المستخدمة في عمليات تقديم الخدمة للعميل، والتجهيزات المتاحة في أماكن الانتظار، ووسائل الاتصال ومظهر مقدمي الخدمة تعكس صورة ذهنية لدى العميل تساهم في بناء مؤشر لجودة الخدمة، فكلما ارتفعت كفاءة أداء هذه العناصر المرافقة لعمليات تقديم الخدمة كلما شكل ذلك صورة ذهنية أفضل لدى العميل. وهذا بدوره يعني ارتفاع في مستوى جودة الخدمة.

ثالثاً- قياس جودة الخدمة المصرفية:

رغم غياب البعد المادي للخدمات فإن قياس جودة الخدمة ليس بالأمر المستحيل، وقد بنى Cronin and Taylor 1994 نموذج لقياس جودة الخدمة يسمى نموذج الأداء ويقوم هذا النموذج على القياس والتقييم المباشر للأساليب والعمليات الفعلية المصاحبة لأداء الخدمة، بمعنى أن يتم قياس جودة الخدمة على أساس الاتجاهات نحو الأداء الفعلي للخدمة [13]، ثم قدم Parasuraman 1994 وزملاؤه نموذجاً لقياس جودة الخدمة له بعدين هما: الأول: جودة العمليات Process Quality. والثاني: جودة النتائج Outcome Quality.

ويؤكد Parasuraman وزملاؤه أن تقديرات العميل لجودة الخدمة أكثر أهمية من تقديرات مقدمي الخدمة حيث تعتبر الأخيرة بمثابة أدوات مكملة، وقد توصل هؤلاء الباحثين إلى مقياس لجودة الخدمة عرف باسم SERVQUAL والذي يعبر عنه بالمعادلة التالية: جودة الخدمة = الأداء - التوقعات

ويستند هذا المقياس إلى استقصاء مكون من ٢٢/ عنصراً تعكس الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة، حيث يتم سؤال العملاء عن إدراكاتهم وتوقعاتهم للأبعاد

الخمسة للجودة، والأهمية النسبية لمكوناتها، ومن ثم يتم حساب الفرق بين مدركات العملاء للأداء الفعلي والتوقعات لكل بعد والأهمية النسبية لهذا البعد.

كما قدم Parasuraman 1994 وزملاؤه في دراسات لاحقة طريقة أخرى لقياس جودة الخدمة سميت بنموذج الفجوات. ويستخدم هذا النموذج لقياس جودة الخدمة من خلال دراسة الأبعاد الخمسة السابقة الذكر بالاعتماد على خمس فجوات وهي: [13]

١- الفجوة ما بين توقعات العميل للخدمة وتصورات الإدارة لتوقعات العميل.

٢- الفجوة ما بين تصورات الإدارة لتوقعات العملاء والخصائص المحددة للخدمة.

٣- الفجوة ما بين الخصائص المحددة للخدمة والخدمة المسلمة فعلياً.

٤- الفجوة ما بين الخدمة المسلمة فعلياً والاتصالات الخارجية بالعملاء.

٥- الفجوة ما بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة.

رابعاً- دراسة وتقييم جودة الخدمات الإلكترونية في المصرف التجاري السوري

سيتم التقييم كما ذكرنا من خلال تقييم الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة

١- جودة العناصر المادية المرافقة للخدمات الإلكترونية

تمت دراسة مستوى جودة العناصر المادية المرافقة للخدمات الإلكترونية

من خلال ثلاثة أسئلة والجداول التالية تبين الإحصاءات الوصفية لها والاختبارات

الخاصة بها:

أ- الجدول رقم 1/ جدول الإحصاءات الوصفية **Descriptive Statistics**

ويتبين من الجدول: إن الأجهزة والمعدات والتجهيزات التي يمتلكها المصرف

والعناصر المرتبطة بالخدمة (كالتنشرات والمطبوعات الخاصة بالخدمات)

الخاصة بالخدمات الإلكترونية كانت بالمستوى المقبول فقط ولم تصل

للمستوى الجيد حيث أن متوسطات هذه الأسئلة كانت ضمن فترة الثقة للجودة

المقبولة. ويمكن القول بأن آراء العينة كانت متقاربة حيث أن الانحرافات

المعيارية الصغيرة تدل على أن التشتت صغير في هذه البيانات.

## الجدول رقم ١/ الإحصاءات الوصفية Descriptive Statistics

السؤال	N	Mean	Std. Deviation
1 المصرف يملك أحدث الأجهزة والمعدات	386	4.7876	1.60080
٢ التجهيزات جذابة المظهر	386	4.9663	1.40367
3 العناصر المشاركة للخدمة (كالموقع الإلكتروني على شبكة الانترنت والنشرات والمطوعات الخاصة بالخدمات) متجددة وجذابة المظهر	386	4.5389	1.42512

ب- الجدول رقم ٢/ جدول T-Test لاختبار المتوسط العام لهذا البعد: يتبين من الجدول أن المتوسط العام 4.7642 يقع ضمن فترة مستوى الجودة المقبولة وبانحراف معياري صغير وان قيمة t المحسوبة 12.833 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000 أي بدرجة ثقة أعلى من 99%. أي يمكن القول: أن جودة العناصر المادية المرافقة للخدمات الإلكترونية في حدود الجودة المقبولة فقط ولم ترق للمستوى الجيد.

## الجدول رقم ٢/ T-Test لجودة العناصر المادية المرافقة للخدمات الإلكترونية

جودة العناصر المادية المرافقة للخدمات الإلكترونية	Test Value = 4				
	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
	4.7642	1.17008	12.833	385	.000

٢- مستوى الاعتمادية

تمت دراسة مستوى الاعتمادية للخدمات الإلكترونية من خلال خمسة أسئلة والجدول التالي تبين الإحصاءات الوصفية لها والاختبارات الخاصة بها:

## أ- الجدول رقم ٣/ جدول الإحصاءات الوصفية Descriptive Statistics

ويتبين من الجدول: إن الأسئلة الخاصة بمستوى الاعتمادية للخدمات الإلكترونية تشير إلى أنها بالمستوى المقبول فقط ولن تصل للمستوى الجيد حيث أن متوسطات هذه الأسئلة كانت ضمن فترة الثقة للجودة المقبولة، عدا أن



التحويلات الإلكترونية لا يمكن القول أنها دقيقة ولا يمكن وصفها بالسوء حيث أن المتوسط لها كان في ضمن حدود فترة الثقة الخاصة بالحياد. ويمكن القول بأن آراء العينة كانت متقاربة حيث أن الانحرافات المعيارية الصغيرة تدل على التشتت صغير في هذه البيانات.

الجدول رقم ٣/ الإحصاءات الوصفية Descriptive Statistics

السؤال	N	Mean	Std. Deviation
4 الوفاء بالوعود المقدمة لانجاز خدمة معينة	386	4.6321	1.62749
5 عندما تواجه مشكلة يبدي المصرف اهتمام لحلها	386	4.7902	1.58729
6 التحويلات الإلكترونية دقيقة دائماً	386	4.3731	1.72700
7 تقدم الخدمة بالوقت المحدد الذي وعد به المصرف	386	4.9378	1.23426
8 يحرص المصرف على عدم حدوث أي خطأ	386	4.5440	1.61948

ب- الجدول رقم ٤/ جدول T-Test لاختبار المتوسط العام لهذا البعد: يتبين من الجدول أن المتوسط العام 4.6104 يقع ضمن فترة مستوى الجودة المقبولة وبانحراف معياري صغير وان قيمة t المحسوبة 13.095 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000 أي بدرجة ثقة أعلى من 99%. أي يمكن القول: أن مستوى الاعتمادية للخدمات في التوزيع الإلكتروني في حدود الجودة المقبولة فقط ولم ترق للمستوى الجيد.

الجدول رقم ٤/ جدول T-Test مستوى الاعتمادية

مستوى الاعتمادية	Test Value = 4				
	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
	4.6104	.91572	13.095	385	.000

٣- سرعة الاستجابة

تمت دراسة سرعة الاستجابة للعملاء من خلال خمسة أسئلة والجدول التالي تبين الإحصاءات الوصفية لها والاختبارات الخاصة بها:

## أ- الجدول رقم /٥/ جدول الإحصاءات الوصفية Descriptive Statistics

ويتبين من الجدول: إن الأسئلة الخاصة بسرعة الاستجابة تُشير إلى أنها بالمستوى المقبول فقط ولم تصل للمستوى الجيد حيث أن متوسطات هذه الأسئلة كانت ضمن فترة الثقة للجودة المقبولة، عدا أن سهولة استخدام موقع المصرف على شبكة الانترنت كان المتوسط له ضمن حدود فترة الثقة الخاصة بالحياد وقد يعود ذلك لضعف الوعي المصرفي أو ضعف الموقع. ويمكن القول بأن آراء العينة كانت متقاربة حيث أن الانحرافات المعيارية الصغيرة تدل على أن التشتت صغير في هذه البيانات.

الجدول /٥/ الإحصاءات الوصفية Descriptive Statistics

السؤال	N	Mean	Std. Deviation
9 المصرف يحفظ ويحدث أدائك	386	4.6140	1.99186
10 تقدم الخدمات بشكل سريع وفوري	386	4.7047	1.64224
11 استخدام موقع المصرف على شبكة الانترنت لا يتطلب خبرة كبيرة	386	4.3083	1.52069
12 تصل بسهولة إلى حسابك عن طريق الصراف الآلي	386	4.8316	1.37704
13 تصل بسهولة إلى حسابك عن طريق الموقع على شبكة الانترنت	386	4.6088	1.86138

## ب- الجدول رقم /٦/ جدول T-Test لاختبار المتوسط العام لهذا البعد: يتبين من

الجدول أن المتوسط العام 4.4155 يقع ضمن فترة مستوى الجودة المقبولة وبانحراف معياري صغير وان قيمة t المحسوبة 7.010 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000 أي بدرجة ثقة أعلى من 99%. أي يمكن القول: أن سرعة الاستجابة للعملاء في حدود الجودة المقبولة فقط ولم ترق للمستوى الجيد.

الجدول رقم /٦/ جدول T-Test سرعة الاستجابة

سرعة الاستجابة	Test Value = 4				
	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
	4.4155	1.16466	7.010	385	.000

#### ٤- مستوى الثقة والأمان

تمت دراسة مستوى الثقة والأمان للخدمات الإلكترونية من خلال ثلاثة أسئلة والجدول التالي تبين الإحصاءات الوصفية لها والاختبارات الخاصة بها:

أ- الجدول رقم /٧/ جدول الإحصاءات الوصفية **Descriptive Statistics** ويتبين من الجدول: إن الأسئلة الخاصة بمستوى الثقة والأمان للخدمات الإلكترونية تشير إلى أنها بالمستوى المقبول فقط ولم تصل للمستوى الجيد حيث أن متوسطات هذه الأسئلة كانت ضمن فترة الثقة للجودة المقبولة. ويمكن القول بأن آراء العينة كانت متقاربة حيث أن الانحرافات المعيارية الصغيرة تدل على أن التشتت صغير في هذه البيانات.

الجدول رقم /٧/ الإحصاءات الوصفية **Descriptive Statistics**

السؤال	N	Mean	Std. Deviation
14 تشعر بأمان بتحويلاتك المصرفية الإلكترونية	386	4.6503	1.67470
15 الأداء في التحويلات الإلكترونية يجعلني أثق بالمصرف	386	5.0466	1.43170
16 ادقق بسهولة تحديثات تحويلاتي (سهولة كشف الرصيد)	386	4.7902	1.51014

ب- الجدول رقم /٨/ جدول **T-Test** لاختبار المتوسط العام لهذا البعد: يتبين من الجدول أن المتوسط العام 4.8661 يقع ضمن فترة مستوى الجودة المقبولة وبانحراف معياري صغير وان قيمة  $t$  المحسوبة 18.44 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000 أي بدرجة ثقة أعلى من 99%. أي يمكن القول: أن مستوى الثقة والأمان للخدمات الإلكترونية في حدود الجودة المقبولة فقط ولم ترق للمستوى الجيد.

الجدول رقم /٨/ جدول **T-Test** مستوى الثقة والأمان

مستوى الثقة والأمان	Test Value = 4				
	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
	4.8661	.92282	18.440	385	.000



## ٥- مستوى العناية والاهتمام بالعميل

تمت دراسة مستوى العناية والاهتمام بالعميل من خلال خمسة أسئلة والجدول التالي تبين الإحصاءات الوصفية لها والاختبارات الخاصة بها:

## أ- الجدول رقم /٩/ جدول الإحصاءات الوصفية Descriptive Statistics

يتبين من الجدول: إن الأسئلة الخاصة بمستوى العناية والاهتمام بالعميل تشير إلى أنها بالمستوى المقبول فقط ولم تصل للمستوى الجيد حيث أن متوسطات هذه الأسئلة كانت ضمن فترة الثقة للجودة المقبولة. ويمكن القول بأن آراء العينة كانت متقاربة حيث أن الانحرافات المعيارية الصغيرة تدل على أن التشتت صغير في هذه البيانات.

## الجدول رقم /٩/ الإحصاءات الوصفية Descriptive Statistics

السؤال	N	Mean	Std. Deviation
17 صفحة موقع المصرف تحتوي على المعلومات التي تحتاجها	386	4.8834	1.36349
18 موظفي الاتصالات يعطونك اهتمام شخصي عند الاتصال التفاعلي	386	4.7772	1.57648
19 المصرف يقدم خدماته على مدار ٢٤ ساعة على مدار الأسبوع	386	4.6606	1.65658
20 المصرف يقدم عدة خدمات مفيدة مجانية	386	4.9197	1.50368
21 المصرف لا يسيء استخدام معلوماتي الشخصية	386	4.9041	1.61925

ب- الجدول رقم /١٠/ جدول T-Test لاختبار المتوسط العام لهذا البعد: يتبين من الجدول أن المتوسط العام 4.6850 يقع ضمن فترة مستوى الجودة المقبولة وبانحراف معياري صغير وان قيمة t المحسوبة 15.085 وهي دالة عند مستوى معنوية 0.000 أي بدرجة ثقة أعلى من ٩٩%. أي يمكن القول: أن مستوى العناية والاهتمام بالعميل في حدود الجودة المقبولة فقط ولم ترق للمستوى الجيد.

الجدول رقم /١٠/ جدول T-Test مستوى العناية والاهتمام بالعميل

مستوى العناية والاهتمام بالعميل	Test Value = 4				
	Mean	Std. Deviation	t	df	Sig. (2-tailed)
	4.6850	.89212	15.085	385	.000

#### ٦ - تقييم بعض متطلبات التعامل مع الصرافات الآلية

وتمت الدراسة من خلال ثلاثة أسئلة والجدول التالي يبين الإحصاءات

الوصفية لها:

الجدول رقم /١١/ الإحصاءات الوصفية Descriptive Statistics

السؤال	N	Mean	Std. Deviation
22 البطاقات المصرفية متوفرة في فروع المصرف	386	4.0907	2.11355
23 الصراف الآلي يعمل بشكل مستمر بدون أعطال	386	4.4611	1.98430
24 هناك طوابير من العملاء تقف عند الصراف الآلي	386	4.7254	1.85507

يتبين من الجدول السابق: لا يمكن القول بأن البطاقات المصرفية متوفرة في كافة فروع المصرف، كما أن الصرافات الآلية لا تعمل بشكل مستمر، وأن هناك طوابير من العملاء تقف عند الصراف الآلي في بعض الأحيان، وهذا م تشير إليه المتوسطات التي تقع في حدود القبول لهذه الأسئلة. ويمكن القول بأن آراء العينة كانت متقاربة حيث أن الانحرافات المعيارية الصغيرة تدل على أن التشتت صغير في هذه البيانات.

#### ٧ - التقييم العام لمستوى جودة الخدمات في التوزيع الإلكتروني

بناءً على دراسة أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية في المصرف التجاري السوري نلاحظ أنها في حدود الجودة المقبولة فقط ولم ترقى للمستوى الجيد. كما أن مقياس الثبات والمصدقية ( الشامل) لأسئلة جودة الخدمات الإلكترونية جيد حيث تبين أن قيمة مقياس Cronbach's Alpha ٧٠,٨% وهي جيدة.

وهذا ما يثبت صحة الفرضية القائلة: أن هناك ضعف في مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المتاحة في المصرف التجاري السوري.

#### ١١- النتائج:

- ١- إن الأجهزة والمعدات والتجهيزات التي يمتلكها المصرف والعناصر المرتبطة بالخدمة (كالنشرات والمطبوعات الخاصة بالخدمات) الخاصة بعمليات تقديم الخدمات الإلكترونية كانت بالمستوى المقبول فقط ولم تصل للمستوى الجيد.
  - ٢- إن معايير مستوى الاعتمادية للخدمات الإلكترونية تشير إلى أنها بالمستوى المقبول فقط ولم تصل للمستوى الجيد، عدا أن التحويلات الإلكترونية لا يمكن القول أنها دقيقة كما لا يمكن وصفها بالسوء.
  - ٣- إن معايير سرعة الاستجابة للعميل في الخدمات الإلكترونية تشير إلى أنها بالمستوى المقبول فقط ولم تصل للمستوى الجيد، عدا أن الإجابات حول سهولة استخدام موقع المصرف على شبكة الانترنت كانت ضمن حدود فترة الحياض وقد يعود ذلك لضعف الوعي المصرفي أو ضعف الموقع.
  - ٤- إن معايير مستوى الثقة والأمان للخدمات الإلكترونية تشير إلى أنها بالمستوى المقبول فقط ولم ترقى للمستوى الجيد.
  - ٥- إن معايير مستوى العناية والاهتمام بالعميل تشير إلى أنها بالمستوى المقبول فقط، ولم ترقى للمستوى الجيد.
  - ٦- لا يمكن القول بأن البطاقات المصرفية متوفرة في كافة فروع المصرف، كما أن الصرافات الآلية لا تعمل بشكل مستمر، وأن هناك طوابير من العملاء تقف عند الصراف الآلي في بعض الأحيان.
- وأخيراً يمكن القول بشكل عام أن جودة الخدمات الإلكترونية الحالية في حدود المقبولة فقط أو أدنى من ذلك في بعض الجوانب.



## ١٢ - توصيات البحث:

إعادة هيكلة جميع جوانب عمليات تقديم الخدمة سواءً بالطرق التقليدية أو من خلال قنوات التوزيع الإلكتروني بما يتوافق مع متطلبات واحتياجات المنافسة في سوق العمل المصرفي. وذلك من خلال:

١- الاهتمام بالدراسات والبحث والتطوير في مجال العمليات الخاصة بإنتاج الخدمة وطرق تقديمها (تدفق العمليات والنشاطات، السياسات، الإجراءات، التصميم، درجة مشاركة العملاء في إنتاج الخدمة....).

٢- تطوير قنوات التوزيع الإلكتروني الحالية وخدماتها من خلال:

أ- التوسع في شبكة الصراف الآلي، وتطوير الخدمات المقدمة عن طريقها، البرمجيات الخاصة بإدارة هذه الشبكة وخدماتها.

ب- تطوير الموقع الإلكتروني للمصرف على شبكة الانترنت، مع مراعاة عدم المبالغة في تصميماته وزخارفه، والعبارات واضحة، دقيقة، غير مبالغ فيها توحى بجودة المنتج، وفوائده، كما توحى بالمصداقية بحيث تعمل على تحويل الزائر إلى عميل.

ج- التوسع في خدمات الموقع الإلكتروني وإضافة خدمات جديدة مثل:

- توفير قواعد بيانات ومعلومات تساعد العملاء على تلبية احتياجاتهم ومساعدتهم في اتخاذ قراراتهم فيما يتعلق بالخدمات المصرفية.

- تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.

- متابعة رصيد بطاقات الائتمان.

- سداد الفواتير وأقساط القروض عن طريق بطاقات الائتمان.

- الحصول على أسعار العملات الأجنبية.

- إيقاف البطاقات الإلكترونية الضائعة أو المسروقة.

- التوسع في قنوات التوزيع الإلكتروني والعمل على إقامة نظام متكامل

للتصيرفة الإلكترونية كإضافة القنوات التالية: المجيب الآلي، الهاتف العادي،

الهاتف الجوال، البريد الإلكتروني، أجهزة الإيداع النقدي للمصرف.

### المراجع:

- المحمد، صبحي. تقييم مستوى الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية الأردنية مجلة بحوث جامعة حلب-٢٠٠٦.
- <sup>2</sup> - **Panan L, Prasong P, Natsapun P** ", 2005" E-Banking Quality in Tailand, Thesis of Doctor of Philosophy , Graduate School Sripatum University, Hangkok,Thailand
- <sup>3</sup> - **Sangeet Kapadia Doss "2001"** A Service Quality Comparison Between Electronic Banking Users and Nonusers. Thesis of Master, University of California.
- <sup>4</sup> - **معلا، ناجي.** العلاقات العامة ودورها في المصرف الحديث. منشورات اتحاد المصارف العربية، بيروت ١٩٩٢ ص١٥.
- <sup>5</sup> - **الطائي، حميد.** العلاقات، بشير. مبادئ التسويق الحديث/مدخل شامل. دار البازوري للنشر والتوزيع. عمان -٢٠٠٩ ص١٥٣.
- <sup>6</sup> - **Arisara Seyanon "2007"** Acompartive Study of The Service Quality of Casual Dining Restaurants in Phuket. Thesis of Doctor of Philosophy, Oklahoma State University. P 13-14
- <sup>7</sup> - **Sangeet Kapadia Doss "2001"** A Service Quality Comparison Between Electronic Banking Users and Nonusers. Thesis of Master, University of California. p2
- <sup>8</sup> - **العجارمة، تيسير.** التسويق المصرفي. دار حامد للنشر، عمان -٢٠٠٥ ص٣٣١.
- <sup>9</sup> - **Lotfollah Najjar "2002"** The Impact of Information Quality and Ergonomics on Service Quality in The Banking Industry. . Thesis of Doctor of Philosophy, University of Nebraska. P7-8
- <sup>10</sup> - **Khanchitpool Yousapronpaiboon "2000"** An Empirical Investigation of Service Quality Indication of Foreign Versus Thai Bank Customers in The Thai Banking Industry. Thesis of Doctor of Philosophy, Nova Southeastern University. P28-29
- <sup>11</sup> - **الطائي، حميد.** العلاقات، بشير. تسويق الخدمات مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي. دار البازوري للنشر والتوزيع. عمان-٢٠٠٩. ص٢٤٦-٢٤٧
- <sup>12</sup>- **Cronin, J., and Taylor, S."** 1994", "SERVPERF Versus SEVQUAL", **Journal of Marketing**, Vol.58, No.1, January. P: 125-131.
- <sup>13</sup> - **Tortrakul Yomnak "2005"** Perceptions of Service Quality and Customer Satisfaction of Thai Online Shopping Services. Thesis of Doctor of Philosophy, Nova Southeastern University. P 22-23

**Evaluation of E-Services Quality In The Commercial  
Bank Of Syria**

Sobhi AL.mohammed, Hussein Ibrahim,

Suleyman AL.Hamad\*

Department of Business Administration, Faculty of Economic, Aleppo  
University

Postgraduate student\*

**Abstract**

The world has witnessed a revolution in information technology and its uses in the trade of banking services, which led to increased competition in the banking market, and increased attention to the quality of banking services as one of the most important magazines achieving competitive advantage. We have through this research study and evaluate the quality of banking services-mail, through a field study to assess the perceived quality of clients dealing with the electronic services at the Commercial Bank of Syria, indicating that the electronic services provided by the Commercial Bank of Syria are not up to the level required, and then were introduced of recommendations and proposals from which to raise the quality of service in the Commercial Bank of Syria.

Received //2010

Accepted //2010