

أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية دراسة نظرية

The importance of studying relationship between internet network
and bank service quality: A Theoretical study

رعد حسن الصرن

كلية الإقتصاد - جامعة دمشق

Abstract

Internet banking providers tend to introduce to customers as many bank services as possible very often without knowing what the customers really want and expect from them within the traditional of banking environment it was almost impossible to monitor and record data on second by second actions and interactions with the customers .the fact is that the electronic environment allows internet banking providers to capture enormous amount of information about customer behavior during the whole process of service consumption and to collect their opinions and requirements indifferent forms .However ,the first question is whether internet banking providers are able to analyse and conceptualise them and further to translate them into service design specifications, the second issue concerns an e- service quality management framework based on the customers requirements that would allow managing the quality of internet banking services developing quality measurement system and so facilitating full control over service quality in electronic environment .

ملخص

يميل مقدمو الأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت لتزويد الزبائن بالعديد من الخدمات المصرفية كلما امكن ذلك ،دون معرفة ما يريد ويتوقع هؤلاء الزبائن منهم. ففي البيئة المصرفية التقليدية من غير الممكن متابعة وتسجيل البيانات عن الافعال والتفاعلات عن الزبائن ،والحقيقة أن البيئة الالكترونية تسمح لمقدمي الاعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت بالحصول على كمية ضخمة من المعلومات عن سلوك الزبائن خلال العملية الكلية لاستهلاك الخدمة، وجمع ارائهم ومتطلباتهم بأشكال مختلفة. لذلك فإن هناك سؤالان هامان لا بد من طرحهما: الاول هل مقدمو الاعمال المصرفية الالكترونية قادرين على تحليل وفهم المعلومات التي حصلوا عليها وترجمتها الى مواصفات لتصميم الخدمة ؟ والسؤال الاخر يهتم ببنية الادارة الالكترونية لجودة الخدمة المحددة بناءً على متطلبات الزبائن التي تسمح بإدارة الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت وتطوير نظام لقياس الجودة ،وتسهيل الرقابة الكلية على جودة الخدمة في البيئة الالكترونية .

1-مقدمة: introduction

إن الأسلوب الأكثر أهمية للمنظمات والمصارف العامة والخاصة في عالم اليوم يتمثل في استخدام الشبكات الحاسوبية *computerized networks* سواء اكانت هذه الشبكات داخلية تربط بين الادارة العامة للمصرف وفروعه المنتشرة جغرافياً، أم خارجية تربطه مع المصارف الاخرى والمؤسسات والمنظمات العالمية. ومن أهم الأنواع المستخدمة من هذه الشبكات هي شبكة الانترنت فهي الأكبر والأكثر شهرة من بينها، كونها تسمح بتشغيل الشبكة وربطها مع مئات الآلاف من الشبكات الفردية في انحاء العالم أجمع. وهي ذات قدرات فائقة تستخدمها المصارف لتبادل المعلومات وتحويل الاموال مع المصارف والمنظمات المتنوعة. وهي شبكة الشبكات العملاقة التي اصبحت بمثابة محفز رئيسي هام جداً للتجارة الالكترونية *electronic commerce*.

ان الاتجاه العالمي اليوم يتمثل في تعزيز طرائق تحسين قيمة الزبون *customer value* وان تعظيم هذه القيمة أصبح بمثابة العامل الرئيسي للنجاح في المصارف. وقد لعب هذا العامل دور القوة القائدة للنمو الاقتصادي العالمي مما زاد الاتجاه نحو ادراك اهمية جودة الخدمة *service quality* المقدمة للزبون. وقد ساعدت الانترنت المصارف في زيادة قدرتها على بقاء الزبائن موالين وراضين الى جانب المساعدة في توقع احتياجاتهم المستقبلية والاستجابة لاهتماماتهم وتحسين خدماتهم المصرفية التي يتلقونها . فجودة الخدمة من وجهه نظر (*Ob rien ,James A.:1999,p.318*) أصبحت محدداً رئيسياً في ادراك الزبون للقيمة بدلاً من السعر. ومن وجهة نظر الزبون فإن المصارف التي تعرض خدمات افضل تكون قادرة على تجاوز التفضيلات والاولويات الشخصية للزبائن والمحافظة على الحصص السوقية والحصول على المعلومات الملائمة في الوقت المناسب، ومن أي مكان نتيجة تنوع الوسائط التقنية الممكن استخدامها حالياً (ومن بينها الانترنت) بحيث يتم في نهاية المطاف تفاعل عملية تلبية الاحتياجات الشخصية للزبائن مع عملية تقديم الخدمة المصرفية الملائمة لهم. ومن هنا تظهر اهمية استخدام الانترنت في دراسة جودة الخدمة المصرفية عن طريق استعمالها من قبل الزبائن سواء لطرح الاسئلة، وتلقي الاجابات عليها، ام مناولة الشكاوى و تقييم الخدمات المصرفية المقدمة ودعم الطلبات واعداد طلبات الشراء. وباستعمال هذه التقنية فإن ادارات واقسام المصرف

تحقق الاستجابة الفعالة لتوقعات الزبون. وهذا ما يشجع ادارة المصرف على ايجاد مجموعات من الوظائف المترابطة والمتناغمة، وفرق لحل المشكلات تبحث في مشاركة الزبون وخدمته ودعمه. الى جانب ضمان التسليم الواضح لمكونات جودة الخدمة التي يحتاجها المصرف لالتقاء التزاماته تجاه زبائنه. وسنقدم في هذا البحث شرحاً تفصيلياً للعلاقة بين استخدام الانترنت في المصرف، وبين جودة الخدمة المصرفية المقدمة، وتوضيح مدى اهمية دراسة هذه العلاقة، وماهي المشكلات والتحديات التي تواجه هذه العلاقة، وطرق التغلب عليها في الاسواق المصرفية العالمية

2-مشكلة البحث problem of research

من الملاحظ ان الاتجاه الاكثر اهمية في اسواق اليوم هو نمو بعض اشكال التجارة الالكترونية *e-commerce* ومن بينها شبكة الانترنت التي تقدم وصولاً للسلعة او الخدمة بتكلفة منخفضة خصوصاً لزبائن البيع بالتجزئة *retail clients*. وقد اعتبرت هذه التقانة الجديدة بمثابة الموجة الثالثة للثورة بعد الثورة الصناعية *industrial revolution* والثورة الادارية *management revolution* حيث تركت تغيرات هامة في طرق ادارة المنظمات وتجاوزت حواجز دخول الاسواق في العديد من الصناعات آخذة بعين الاعتبار محددات الوقت والمسافة والسهولة في الوصول للمعلومات.

ان صناعة الخدمات المالية تعاني اليوم من مشكلات كثيرة. فالقوى التقانية الجديدة أوجدتها الانترنت والاتصالات اللاسلكية الجديدة. وهي تمثل تحديات هامة في هذه الصناعة وتترك آثاراً ذات أبعاد متعددة على الصناعة المصرفية، وجودة خدمات هذه الصناعة كونها تساعد في اختصار المسافات، ووقت الدخول الى السوق، وتوفير الاتصال السريع بين المشتركين والبائعين على اختلاف مواقعهم واماكنهم. وبالرغم من هذا التطور المذهل، إلا ان الكثير من المصارف ومن بينها المصارف السورية لا تزال تتجه ببطء شديد نحو هذه الخدمة المتنامية، رغم ان العالم اليوم يعيش حالة من العولمة والاندماج والتنوع في الخدمات والمصارف الشاملة. وبناءً على هذا الاتجاه العالمي المتزايد للاعمال المصرفية عبرشبكة الانترنت تظهر اهمية ومشكلة البحث في دراسة جودة خدمات هذه الاعمال عبر الشبكة، وتوضيح العلاقات والارتباطات القوية والمتينة بين المفهومين .

3- أهمية البحث : *important of research*

تتجلى أهمية البحث واستخدام شبكة الانترنت في دراسة جودة الخدمات المصرفية في النقاط التالية :

أ- تخفيض تكاليف الاتصال وتعزيز نظم الاتصالات والتنسيق باعتبار ان المصارف تتسع وتمتد خارج حدود الدولة الام ،وان العولمة مستمرة لا محالة .وبالتالي تصبح الحاجة لتنسيق الأنشطة في المواقع والفروع البعيدة اكثر اهمية .لذا فإن الانترنت هو الاداة الاكثر اهمية لتنسيق الجهود والمبادرات المختلفة لجودة الخدمة المصرفية .

ب- تسريع عملية توزيع المعارف التي يتميز بها اقتصاد المعلومات *information economy* وهذا المطلب يقع في قمة النجاح للعديد من المصارف .وتساعد الانترنت بدرجة كبيرة في حل هذه المشكلة .

ت- تسهيل معاملات التجارة الالكترونية الخاصة بالمصارف .فالانترنت تساعد المصارف في بناء نماذج جديدة للاعمال من خلال الربط بين الموردين والزبائن والاقسام والادارات والفروع المصرفية المختلفة .

ث- الاعتماد المتنامي للاعمال المصرفية على الركائز الالكترونية لتلبية احتياجات الزبائن المتطورة الى الخدمات المصرفية الالكترونية .

4-اهداف البحث *objectives of research*

يسعى البحث لتحقيق وتوضيح الاهداف التالية:

أ- تقديم مفهوم واضح لشبكة الانترنت وجودة الخدمة وتطبيقاتها في المصارف ومدى اهمية دراسة ذلك .

ب- دراسة وتوضيح العلاقة والارتباط بين المفهومين السابقين سعياً وراء درجة متميزة من الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن .

ت- تعد هذه الدراسة ذات فائدة تسويقية للمصارف على اختلاف انواعها نظراً لما تقدمه من شرح وتدعيم للعلاقة بين جودة الخدمة، والاعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت .

ث- اعطاء الباحثين والمهتمين فكرة واضحة عن كيفية استخدام الانترنت في دراسة جودة الخدمات المصرفية المتنوعة .

ج- تقديم مجموعة من النتائج والتوصيات بناءً على نتائج الدراسات والبحوث التي تناولت الانترنت وجودة الخدمة وتطبيقات كل منهما في المصارف .

5-منهج البحث: research method

اعتمدنا في هذا البحث على الاسلوب المكتبي في جمع البيانات مستفيدين في ذلك من نتائج البحوث والدراسات المنشورة عن الانترنت، وجودة الخدمة عبر شبكة الانترنت، والاعمال المصرفية عبر الشبكة *banking online* حيث تم نشرها في العديد من المجالات والدوريات، أو في العديد من مواقع الانترنت والمجلات والدوريات الالكترونية

6-المناقشة والتحليل: discussion & analysis

يتجه مقدمو الاعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت *internet banking providers* لتزويد الزبائن بالعديد من الخدمات المصرفية دون معرفة من هم هؤلاء الزبائن. وماهي الاحتياجات والرغبات التي يريدونها في الخدمة المصرفية المقدمة. فالبيئة المصرفية التقليدية تساعد في متابعة وتسجيل البيانات عن افعال وتفاعلات الزبائن مع المصرف بدقة كافية، ولكن الحقيقة ان البيئة الالكترونية تسمح لمقدمي الاعمال المصرفية الالكترونية بالحصول على كميات ضخمة من المعلومات عن سلوك الزبائن خلال عملية استهلاك الخدمة، أي جمع آرائهم ومتطلباتهم باشكل مختلف. وعلى هذا فإن السؤال الهام الواجب طرحه: هل مقدمو الاعمال المصرفية الالكترونية قادرين على تحليل وفهم المعلومات التي حصلوا عليها، وترجمتها الى مواصفات لتصميم الخدمة. ويتعلق السؤال الآخر بكيفية الادارة الالكترونية لجودة الخدمة المحددة بناءً على احتياجات ومتطلبات الزبائن بحيث تسمح بإدارة جودة الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت، وتطوير نظام لقياس هذه الجودة، وتسهيل عملية الرقابة عليها في البيئة الالكترونية، على اعتبار ان التقانة المصرفية اصبحت أداة هامة لضمان كفاءة وفاعلية العمل المصرفي وتحديد

الانحرافات التي تظهر ونقاط القوة والضعف في الأداء. وبالتالي يمكن التغلب بسهولة على مشكلات جودة الخدمة المصرفية (4)

لقد طرأ على الاعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت تغيرات مثيرة خلال السنوات العشر الماضية، حيث تبدلت من الشكل المعلوماتي الى الشكل العملياتي، ومن البيئة التقليدية الى البيئة الالكترونية التي تأثرت بشكل كبير بالميادين المختلفة للخدمات المصرفية، خصوصاً نموذج وشكل التفاعل مع الخدمة واداراتها ومجالات تطبيقها .

ويستعمل معيار الجودة لتقييم الخدمات المصرفية وتعَدّل شبكة الوب *world wide web* (*www*) والتقانات المتعلقة بها اسلوب الحصول على عمليات تحويل الاموال الذي خفض عملية التفاعل بين المصرف والزبون، حيث تتولد طلبات هؤلاء الزبائن من مواقع الانترنت المختلفة، ثم يتابع تسليم الخدمات آلياً بدون الحاجة للاتصال الشخصي. وتمثل الخدمات المصرفية الالكترونية في هذه الايام صناعة ضخمة للتجارة الالكترونية وتمايز المصارف نفسها باستخدام الانترنت فيها. ويعد مستوى الجودة في الخدمات المصرفية عبر الشبكة متنام بشكل مذهل كونه يسير نحو الهدف الاساسي المرغوب. لذا فمن الضروري فهم المستفيدين من هذه الخدمات لنواحي ضعف جودة الخدمة في قطاع الاعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت من خلال تبني مفاهيم ادارة جودة الخدمة وهياكلها ومنهجياتها وستتم عملية المناقشة والتحليل من الناحيتين التاليتين :

أ-جودة الخدمة في سياق الاعمال المصرفية الالكترونية :

تعرف جودة الخدمة *service quality* في سياق الاعمال المصرفية الالكترونية على انها:مجموعة من المتطلبات الخدمية الواجب التقاؤها من خلال استخدام شبكة الانترنت اثناء عملية نقل التدفق، ويشير التدفق هنا الى تيار الحزمة (الرزمة) المتدفق من المصدر الى المكان المقصود *destination* بحيث يترافق مع جودة الخدمة. وهنا تشير جودة الخدمة الى مستوى الخدمة القابل للقياس بالنسبة لمستعمل الشبكة، والذي يمكن وصفه باحتمال خسارة الحزمة *packet loss probability* والانتساع المتوفر *available band width* والتأخير من نهاية الى أخرى. لذلك فإن جودة الخدمة تقدم من خلال مزودي خدمة الشبكة ضمن شروط بعض الاتفاقيات مثل: اتفاقية مستوى الخدمة *service level agreement* بين مستعملي الشبكة ومقدمي الخدمة (21)

وجاء تعريف (Iseminger, David: 1999, p.10) لجودة الخدمة باعتبارها تقانة نظرية تسعى لتحقيق الاستعمال الذكي لشبكة الانترنت من خلال تطبيق الحجوزات وتدابير جودة الخدمة لمجموعات فرعية متميزة من البيانات. اما التعريف المعلوماتي لجودة الخدمة فقد قدمه (elsenpeter, Robert c & Toby J. Velte , 2001, p.250) وتم فيه النظر الى جودة الخدمة باعتبارها مجموعة من العمليات المتزامنة التي تدير بشكل فعال الاتساع *band width* لتزويد المستويات المسلمة من الخدمة الشبكية بالتطبيقات اللازمة، فهي تطبق هيكلًا متميزاً لاعمال وسياسات الخدمة التي تمتد لاقامة الارتباطات المخدّمة والنظم الضخمة.

ان مصطلح الجودة يمثل شيئاً مختلفاً لافراد مختلفين ،حيث ينتج عنه تعاريف متعددة للجودة تُجمع بشكل اساسي في خمس مجموعات اساسية: فإما ان يكون التعريف مقادراً بالسلعة *product led* او مقادراً بالعملية *process led* او مقادراً بالعرض والتزويد *supply led* او مقادراً بالزبون *customer led* او مقادراً بالقيمة *value led*. ويبنى التعريف الاكثر اهمية لجودة الخدمة على تعريف الجودة المقاد بالزبون ،حيث يعرف الجودة على انها ارضاء متطلبات الزبائن، ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على التقائها. ومن وجهة نظر المصرف، يقصد بالزبائن الافراد الذين يحملون متطلبات شخصية يتوقع تنفيذها. فإذا حدد المستوى المعياري لجودة الخدمة فيجب الوصول اليه. وإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية ،فيجب ان يسعى من خلال خدماته هذه للتفوق على متطلبات الزبائن، والمصرف الذي يملك زبائن راضين يخلق صورة وسمعة ايجابية له، فما هي الخدمة ذات الجودة العالية اذاً؟.

ان الخدمة ذات الجودة العالية لا تعني تخفيض الجودة السلبية *negative quality* مثل الخدمة الرديئة او غير المتماسكة، لكن يجب تعظيم الجودة الايجابية *positive quality* مثل لباقة التعامل وحسن الاستماع والرد على الشكاوى. وهذا يخلق القيمة *value* باعتبار ان آراء ومتطلبات الزبائن هي العامل الاكثر اهمية الذي يقنع بأن الخدمة ذات جودة عالية. وهذا العامل يتجه لتعظيم انجاز توقعات الزبون التي تمتد الى ابعد من معدل مواصفات الخدمة، مع الاخذ بعين الاعتبار حقيقة ان احتياجات ورغبات الزبائن هي متغيرات تعتمد على عوامل مختلفة ،حيث تقسم الزبائن الى مجموعات مثل الزبائن

الداخليين *internal customers* والزبائن الخارجيين *external customers* وغير ذلك .

ان الاعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت تمثل خدمة فرد لآخر، حيث يحدد كل زبون في المصرف اسلوب التفاعل مع المصرف باستخدام الشبكة فإذا اعتبر المصرف الانترنت كوسائل طويلة الاجل لتحقيق الاهداف الاستراتيجية له، فمن الضروري التركيز على تقديم خدمات ذات جودة عالية عبر شبكة الانترنت. وبذلك يجب تعظيم الجودة الايجابية ضماناً لتحقيق رضا الزبائن. والزبائن في القطاع الخدمي هم اكثر حساسيةً لجودة الخدمة وتسليم الخدمة، وهم الافراد الذين يقعون في خط المواجهة دائماً. وهذه الايام بفضل ثورة التجارة الالكترونية اصبح الاتصال من خلال تفاعل تقانات المعلومات والتقانات ذاتية الخدمة، وادراك الزبون للخدمة المقدمة بواسطة نقاط الشراء او لحظات الثقة التي تجعله يقرر عملية استمرار التعامل مع المصرف أو الامتناع عن ذلك. ومن الواجب التركيز هنا على المواصفات الكمية للخدمة مثل الملاءمة *convenience* والموثوقية *reliability* والاستجابة *responsiveness* والتوقيت *time lines* والتوكيد *assurance* وهذه المواصفات يجب توافرها بشكل كامل في الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت. أي يجب ان تصمم في الخدمة المصرفية المقدمة. ويجب ان يراقب مديرو المصارف في أي مستوى كانوا مستوى الجودة في الخدمات المصرفية الالكترونية، وبالتالي يكون المصرف قادراً على مواجهة المصارف الأخرى المنافسة ، إضافة إلى ضرورة اعطاء التوجيهات للتركيز على اساليب تصميم الجودة وفهم أدوات تحقيقها بدقة انسجاماً مع المقاييس الطويلة الأجل لجودة الخدمة.

ب-تعريف الانترنت في سياق جودة الخدمة : *definition the Internet in service Quality context*

في الواقع لا يمكن تقديم تعريف محدد ودقيق لشبكة الانترنت ،فهي حصيلة استخدام برمجيات حاسوبية ، وبما أن هذه البرمجيات تتطور باستمرار ، فإنه من الصعوبة جداً

تحديد ما هو المقصود بالانترنت بدقة و وضوح . إلا أن التعريف الضيق للانترنت على أنه عبارة عن حاصل جمع الأجهزة المترابطة باستخدام بروتوكول الانترنت الذي يشير لمجموعة من الاتفاقيات الفنية أو الموائيق *Conventions* التي تحدد القواعد التي يمكن بموجبها تكوين وإيجاد الخدمات الحاسوبية، ومن بينها الخدمات المصرفية الالكترونية، والبحث في جودة هذه الخدمات عبر الشبكة (3) .

وعرفها (*Ellsworth , Jill h & Mathew v.Ellsworth : 1997 , p.3*) بأنها شبكة كبيرة شكلت من خلال الربط المتبادل لشبكات الحواسيب، وشبكات الأفراد في كل انحاء العالم بواسطة خطوط الهاتف والأقمار الصناعية والنظم الاخرى للاتصال عن بعد *telecommunication* .

ومن هذا المنطلق يتضح لنا ان الاعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت ذات تأثير مباشر على تعزيز تجربة الزبون. فالخدمة الافضل للزبون تقود الى عمليات مصرفية افضل. وقد تتلقى المصارف في احيان كثيرة طلبات لخدمات جديدة. وما يمكن قوله ان العمليات الالكترونية تجعل النظم المصرفية اكثر موثوقية، اضافة الى انجاز المهام بشكل اسرع حيث تنعزز ثقة الزبون بالخدمات المؤتمنة، وتتناقص الحاجة للتفاعل الشخصي بين المصرف وزبائنه (16).

ج-العلاقة بين جودة الخدمة والأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت :

The relationship between service quality and internet banking

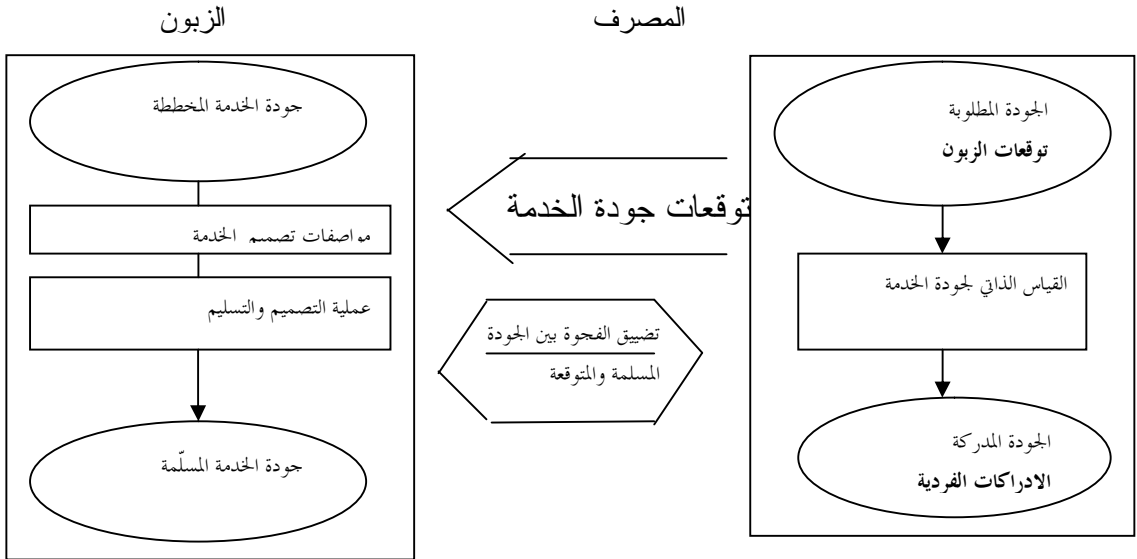
تُدرس جودة الخدمة بشكل أساسي من خلال وجهتي نظر ، الأولى :وجهة نظر جودة خدمة الزبون التي تميز بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة *sought & perceived quality* والثانية: وجهة نظر مقدم الخدمة *provider* التي تميز بين الجودة المستهدفة والمسلمة *target & delivered quality* وسندرس وجهتي النظر هاتين بشيء من التفصيل :

1-وجهة نظر الزبون : **Customer perspective** يعد الزبون العامل الأكثر أهمية في تصميم وتقديم وتقييم مستوى الجودة ، خصوصاً في الصناعات الخدمية *Service Industries* التي تكون أكثر حساسية وعرضة للتقلبات . فالجودة المطلوبة *Sought*

Quality هي مستوى جودة الطلب الصريح أو الضمني للزبائن الذي يتوقعه مقدمو الخدمة، أي أنها تشكل توقعات الزبائن التي تنشأ بتأثير عوامل متعددة، أهمها التجربة الشخصية السابقة للزبون مع الخدمة، وتوقعات المستعملين الآخرين للخدمة، وسمعة المصرف أيضاً .

في حين تعني الجودة المدركة الانطباع الكلي للزبون ، والتجارب عن مستوى الجودة بعد التحقق من الخدمة . ويعطي الاحتمال بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة مقدم الخدمة

فرصة هامة لقياس رضا الزبون بناءً على صياغة و تشكيل معيار دقيق وفعلي على اساس نتائج تقييم الزبائن للخدمة . ويوضح الشكل رقم (1) وجهة نظر جودة الخدمة في المصرف .



الشكل رقم (1) وجهة نظر جودة الخدمة في المصرف

ولتعزيز جودة الخدمة المصرفية عبر شبكة الانترنت بشكل فعال ، يجب على الصيرفيين أن يفهموا أولاً الخصائص والمواصفات التي يستعملها الزبائن للحكم على جودة الخدمة. فالمفاهيم التقليدية لجودة الخدمة خلقت للحصول على الطبيعة الشخصية المتبادلة للتصادمات الخدمية *Service encounters*. لذا تم القيام بالعديد من الدراسات التي

حددت الأبعاد الرئيسية للجودة في البيئة المصرفية التقليدية . وفي الوقت الحالي ، يمثل بحث جودة الخدمة في البيئات الالكترونية جزءاً هاماً من أنشطة وبحوث علوم الإدارة والمعلومات ، كما أنه لا يعطي شكلاً وصيغة موحدة لتوقعات جودة خدمة الزبائن وادراكاتهم للتجارة الالكترونية وتطبيقاتها في الأعمال المصرفية . وهناك ما يطلق عليه حالياً اسم إدارة علاقات الزبائن *Customer Relationship Management* و التي تهدف لإدارة علاقات الزبائن عبر شبكة الانترنت. لذا فقد سميت بالإدارة الالكترونية لعلاقات الزبائن(9). وأكثر من ذلك، فإن جزءاً مناسباً من أدوات البحث العلمي تطبق على التجارة الالكترونية بشكل عام . ولا يوجد هناك صيغة معينة لجمع وتحليل توقعات وادراكات الزبائن لجودة الخدمة الإلكترونية، كما أنه لا يوجد مفهوم شامل لجودة الخدمة الالكترونية التي تقدم مجموعة أبعاد للجودة تدعم مدير الأعمال المصرفية الالكترونية الذي يسعى لإيجاد معيار للجودة يرضي زبائن الأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت بشكل كامل .

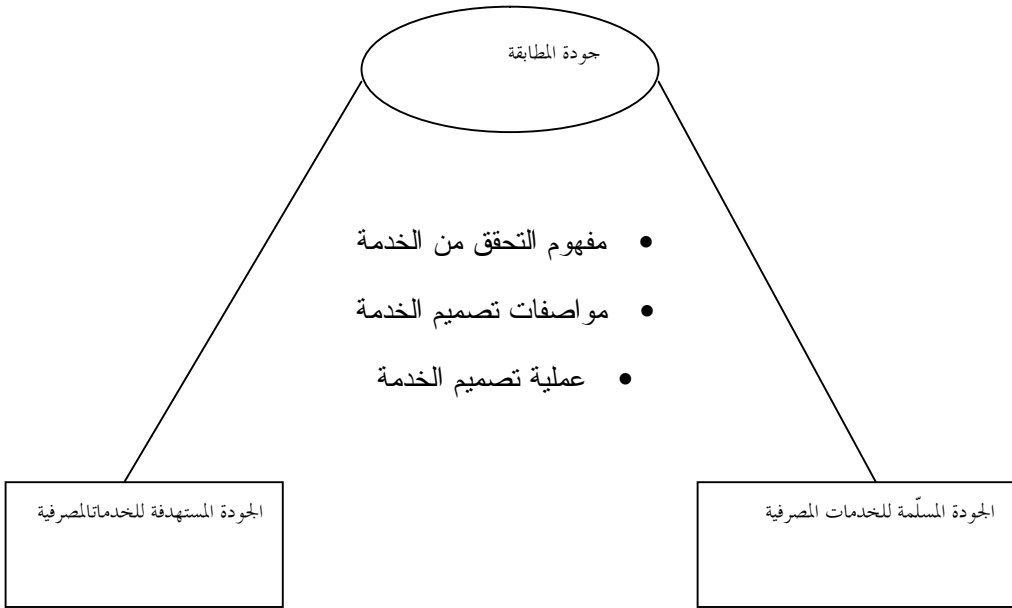
أي أن الانترنت تمنح الزبون الفرصة ليحدد الوقت والمكان و الطريقة التي يشتري بها الخدمة المصرفية (10) وتعد الأعمال المصرفية الالكترونية بمثابة سلعة تمويلية ومصرفية تخص مجموعة الخدمات الموصوفة ضمناً من خلال توجيه مجموعة من العناصر غير الملموسة عبر الشبكة ، ومن خلال الاتصال غير المباشر مع الزبائن الذي يدعم بشكل كامل عن طريق تبادل المعلومات والمعارف بين المصرف وزبائنه . ومن جهة أخرى تلعب الأعمال المصرفية الالكترونية بالضرورة دوراً هاماً في التجارة الالكترونية بحيث أنها لا تشكل فقط جزءاً من نماذج الأعمال الالكترونية *e-Business Models* ولكن تخلق بشكل عام الاساس لتنفيذ أي نوع من معاملات التجارة الالكترونية. ولدى المصارف هذه الأيام معارف كافية لجميع تقانات التجارة الالكترونية والدعم الفني المقدم في هذا المجال أيضاً (15) .

2- وجهة نظر مقدم الخدمة : Provider Perspective

إن التركيز على العملية المصرفية أو عرض الخدمة قاد إلى تعريف الجودة داخلياً على أنها المطابقة للمتطلبات *Conformance to Requirement* . وهذا يؤكد على أهمية الإدارة والجودة من جانب عرض الخدمة، أو أن هناك دوراً هاماً للعملية في تحديد جودة

النتائج . وتمثل جودة المطابقة ادراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة . ويعد حاملو الأسهم (المساهمين) *Shareholder* وإدارة المصرف *Bank Management* والعمال *employees* بمثابة مقدمي خدمات . ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط (المستهدف) والجودة الحقيقية المسلمة للزبائن على نظام إدارة جودة الخدمة في المصرف . ويعد نظام الجودة لأي مشروع كنظام فرعي *Subsystem* من النظام التنظيمي العالمي الذي يراقب ويؤكد على جودة الخدمة المصرفية . ومن الضروري أن يرتبط هذا النظام الفرعي للجودة بالوظائف المناسبة للنظام العالمي .

ويتضمن نظام الجودة عناصر فرعية من طبيعة مختلفة مثل الأهداف الشخصية ، أو الأهداف الموضوعية للخدمة المصرفية ، والقواعد التشغيلية ، ومؤشرات الأداء وشبكة الإتصالات . ويمكن أن يسمى النظام الإداري لخلق وإيجاد العملية ، أو النظام الذي يتجسد في جميع وظائف القيادة والتوجيهات والتعليمات ، وطرائق التنسيق وإصدار القوانين والرقابة والتغذية العكسية الداخلية والخارجية الناتجة عن التفاعل بين جميع هذه الأمور . ويوضح الشكل رقم (2) الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة .



الشكل رقم (2) الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة

وينظر إلى الوضع الحالي للأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت على أنها سلعة منفصلة ومعقدة عبر وسائل إدارية كثيرة يمكن الاستفادة منها بشكل مذهل. و يعد مدير الأعمال المصرفية للانترنت بمثابة دليل شامل يجب أن يشارك في اتخاذ القرارات المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية نظراً للدور الفاعل الذي يلعبه في هذا المجال الذي يمكنه من الوصول لإرضاء متطلبات الزبائن. وهذا المدير لديه خيارات مضاعفة، إذ يقع على عاتقه شراء وقراءة عدد من النشرات والدوريات المتعلقة بهذا المجال ، ومتابعة جميع اخبار تقانة المعلومات ، واتجاهات الخدمات الالكترونية أو التعرف على أفضل الممارسات العالمية في ميدان جودة الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنت . ومن الممكن أيضاً الاستعانة بمجموعة استشارية للقيام بهذا العمل . ويواجه الصيرفيون اليوم مشكلة الاستفادة من الموارد البشرية المتوفرة لديهم ومن الموارد الخارجية المتنوعة . وبرغم ذلك من المهم الإجابة على المشكلة الاساسية التي قد يتعرض لها مدير الاعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت .

7- النتائج والتوصيات :

توصلت الكثير من الدراسات والبحوث (*Awamleh, Raed& others:2003, van mear ,Geoffrey Y.L.& Fred, VanRaaij:2004* , *John sikora&Bentatelbaum, sitaraman,UR:1999,* *Mirhakkak M & N,Schalt & D.thomson : 2000*

وسميس ، روب وآخرون :2000 والشاهد ، سمير : 2002 ومصطفى، عماد : 2002 و غلام ، اتدريه وغسان فلوح :2002 وسروع ، جو : 2003 والحسين ، حسين شحادة : 2002 وعبد الخالق ، السيد أحمد : 2002) إلى أن هناك مجموعة من التحديات والمخاطر التي تواجه إدارة المصارف أثناء استخدام الانترنت في دراسة جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها ، لا سيما المخاطر والتحديات الناتجة عن وجود مشكلات مالية تتعلق بكيفية تحقيق الرسوم والضرائب على التبادل التجاري الالكتروني ، والمخاطر المتعلقة بأمان العمليات التي تتم عبر الانترنت والناتجة عن اساءة الاستخدام أو التزيف،

أو تلك المتعلقة بفشل مورد الخدمة في تقديم ما يتوقعه المصرف من خدمات نتيجة القصور في النظام المستخدم، مما ينعكس بدوره على المصرف فيتعرض للمساءلة من قبل زبائنه، ومخاطر ممارسة العمليات المصرفية الالكترونية عبر الحدود ، إضافة إلى التغيرات التقانية فائقة السرعة ، والمخاطر الناتجة عن وجود مشكلات داخل النظام كقيام الغير بتعطيل هذا النظام مثل إدخال فيروسات فيه ، والمخاطر التي تتعلق بالعاملين في ميدان الأعمال المصرفية الالكترونية الناتجة عن الاحتيال والاساءة . ومن هنا تصنف التحديات التي تواجه الاعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت في مجموعتين: **تحديات فنية** و **تحديات إدارية** ، وتتعامل التحديات الفنية مع الأجهزة *Hardware* والبرمجيات *software* والمشكلات الشبكية *network problems* وطرائق الدفع *payment methods* والأمان *security* ودعم الخدمة *service support* والابتكارات الفنية *technical Innovations* التي تسرع التغيرات في نموذج الخدمة المعروضة، مما ينتج عنه صياغة وتشكيل معيار للجودة يستعمل لتقييم جودة الخدمات المصرفية ، مما يخلق بدوره تحديات إدارية على اعتبار أن الثقة تؤثر على إدراك الزبون لمعيار الجودة ، وتنعكس أيضاً على ردود أفعال مقدمي الخدمات فيسعون للوفاء بمتطلبات الزبون. وهذا يتطلب التعامل مع التغيرات التنظيمية والابتكارات الخدمية الموصوفة ضمن اطار متماسك . وبالتالي يصبح المديرين بمثابة مصممين لمواقع الانترنت ، حيث يكونوا مسؤولين عن إدارة المعلومات المنشورة عبر الانترنت ، فيقررون نوع البيانات التي يجب جمعها عن الزبائن وكيفية تخزينها وادارتها، والنوع الهام منها الذي يجب استعماله بشكل فعال في دراسة جودة الخدمات المصرفية الالكترونية . لذا يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عامل الحيطة والحذر أثناء التعامل بالمصارف الالكترونية . فقد يعتبرها البعض بمثابة واجهة للجريمة المنظمة الموجهة من دول أخرى . وعليه لا بد من تقديم مجموعة من التوصيات في هذا المجال :

- 1- ضرورة التطوير المستمر في اداء المصرف لرفع مستوى كفاءة التشغيل بحيث يقدم المصرف خدماته دائماً بأفضل جودة خدمة ممكنة وبأفضل وقت وبأقل تكلفة. خاصة وأن الزبائن اليوم يبحثون عن جودة الخدمة الأفضل .

- 2- ضرورة التطوير والتغيير في المفاهيم التقليدية للأعمال المصرفية والتطوير في القواعد، والاجراءات، والتعليمات المصرفية التي لا يمكن أن تتسجم مع فكر وممارسات الأعمال المصرفية الالكترونية .
 - 3- ضرورة مواجهة المنافسة الحادة في الأعمال المصرفية من المصارف الأخرى ، ومن الطرائق والوسائل المتنوعة المتبعة فيها ، ومن المؤسسات غير المصرفية أيضاً .
 - 4- وضع السبل الكفيلة بمواجهة التحديات الناتجة عن التعامل بالنقود الالكترونية -e-cash وبطاقات الائتمان *Credit cards* والشيكات الالكترونية *e-checks* والمصارف الافتراضية *virtual Banks* وغيرها .
 - 5- المعرفة الكاملة بالقوانين والتشريعات المصرفية الدولية ، لا سيما تلك المتعلقة بالنواتح الالكترونية.
 - 6- الاهتمام ببرامج مكافحة الفيروسات ووضع الاسس المناسبة لاكتشاف محاولات اختراق النظام وحماية نظم الاتصالات ووسائلها المتنوعة.
 - 7- تعريف وتحديد احتياجات ومتطلبات الزبائن فيما يتعلق بشكل خاص بالأمان المصرفي.
 - 8- تحديد المخاطر الأمنية التي تهدد المصرف ومركزه المالي، و وضع الضوابط و الوسائل الكفيلة بمعالجتها .
 - 9- فهم واستيعاب تقانات تأمين البيانات والتشفير والشهادات ، وفهم آلية حمايتها وتطويرها.
 - 10- فهم وتحليل واستيعاب ماهية الأعمال المصرفية الالكترونية وفوائدها ومساوئها والمخاطر الناتجة عن التعامل فيها.
- إن تاريخ ادارة الجودة يبرهن على أنها تتعامل مع مختلف المشكلات والأسئلة التي تطرح حول الموضوع بدقة وحذر شديدين ، إضافة إلى وضع الحلول وجمع المعارف المرتبطة بمختلف أنواع الأعمال والخدمات المصرفية . لذا ، فإن تأسيس نظام الجودة المناسب

وخلق الأوضاع التنظيمية المتعلقة به ، وتحديد أدوار الإدارة ، وتقسيم وتوزيع المسؤوليات ، وتعريف السياسات الموضوعية للجودة ، ورقابة الوثائق والمستندات ، و تنمية الموارد البشرية ، وتطوير البنى الهيكلية للعمل ، والبيئة المصرفية والتسهيلات المتوفرة فيها ، والمعلومات الداخلية والخارجية والطرائق والأدوات وتخطيط العملية المصرفية ، و تقسيم وتحضير المهام ، والزيادة في التجهيزات المستخدمة الداخلية والخارجية ، وغير ذلك من الأسباب والعوامل التي تضمن تحقيق النتائج المرغوبة بأقل التكاليف والأوقات ، وبأعلى جودة ، وتكون بذلك النتيجة الهامة ، البحث عن المستوى المناسب للجودة الذي يجعل الزبائن راضيين بدون تقادم المشكلة في المصرف باعتبار أن اولويات ومتطلبات الزبائن تتغير بمرور الوقت . وهذه التغيرات غير قابلة للتقدير . لذا فإن رضا الزبون *Customer satisfaction* عن جودة الخدمة عبر شبكة الانترنت يمثل ضمناً لتحقيق الربح في الأجل القصير. وتتطلب الأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت زبونا أكثر مرونة موجهاً للبنية التي تسمح بضبط مستوى جودة خدمات الأعمال المصرفية عبر الشبكة وفقاً للتوقعات والمتطلبات الحقيقية للزبون . وأكثر من ذلك، فإن البنية الإدارية يجب أن تكون مرنة ومضبوطة بحيث يتم إعادة هندسة النظام *Reengineering* كلما كان ذلك ضرورياً . وهذا يقود إلى نتيجة هامة مفادها أن المفاهيم الإدارية الحالية لا تقدم مرونة ودعماً كافيين لقرار مدير الأعمال المصرفية الالكترونية . لذا لا بد من البحث في اسباب هذا الخلل ومعالجتها في الوقت المناسب وبالشكل المطلوب

المراجع

- 1- الحسين ، حسين شحادة (2002) : *العمليات المصرفية الالكترونية (الصيرفية الإلكترونية)* ، اعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت العربية ، الجديد في اعمال المصارف من الوجهتين القانونية والإقتصادية ، الجزء الأول : الجديد في التقنيات المصرفية ، مؤسسة الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ص 191 - 237 .
- 2- الشاهد ، سمير (2002) : *العمليات المصرفية الالكترونية* ، محاضرات غير منشورة ص1-14 .

- 3- العلاق : بشير (2003) : التسويق في عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة ، ص5 .
- 4- سرور ، جو (2003): الإدارة الاستراتيجية للتكنولوجيا المصرفية، ندوة التكنولوجيا والصناعة المصرفية ، مجلس رجال الأعمال السوري اللبناني ، 2-3 كانون الأول ، دمشق ، ص1-10 .
- 5- سميس ، روب وآخرون (2000) : التجارة الالكترونية ، دار الفاروق ، القاهرة ، ط1 ، ص 239 .
- 6- عبد الخالق ، السيد أحمد (2002) : البنوك والتجارة الالكترونية ، اعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق بجامعة بيروت العربية ، الجديد أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، الجزء الثاني : الجديد في التمويل المصرفي ، مؤسسة الحلبي الحقوقية ، بيروت ، ص469 - 524
- 7- غلام ، أندريه ، غسان فلوح (2002) : الأعمال المصرفية في العصر الرقمي الجمعية العلمية السورية للمعلوماتية ،محاضرة أقيمت في مكتبة الأسد، 2002/8/4 ، ص1-8 .
- 8- مصطفى ,عماد (2002) :التجارة الالكترونية في سورية :فرص ومعوقات ،ممتدى اللجان الوطنية العربية لغرفة التجارة الدولية ، دمشق ، 17 ايلول ، 1-26 ص
- 9- يورك برس (2003) :استراتيجيات التسويق الالكتروني ،الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان ،مكتبة لبنان ، ط1 ، ص 117 .
- 10- يورك برس (2003) : ادرارة الاعمال التجارية الالكترونية ،الشركة المصرية العالمية للنشر لونجمان ،مكتبة لبنان ، ط1 ، ص 199 .
- 11- Ellsworth ,Jill H & Matthew V.Ellsworth (1997):
Marrketing on the internet ,John wiley & sons ,New
Yok ,P.3

- 12- Elsenpeter ,Robert C. & Toby J. velte (2001) :*e-business :A beginners guide* ,Osborne /McGraw – Hill ,Inc ,Singapore ,p.250 .
- 13- <http://www.cisco.com> (2003) :white paper: *upsand Ip Quality of service provider ATM networks* ,p.32 .
- 14- Iseminger ,David (1999) :*windows 2000 quality of service :expert guidance on implementing the Quality of service components of windows 2000* ,Macmillan technical publishing .U.S.A,p.10 .
- 15- Lawrence ,Elaine & others (1998) :*internet commerce :digital models for business* ,John Wiley & sons Australia LTD, Singapore ,p.52
- 16- Microsoft corporation (2003) :*Improving customer service in the banking industry :implementing automation around an integrated customers information systems* ,march ,pp.1-21.
- 17- Mirhakkak ,M.& N. Schult & D.Thomson (2000) :*A new approach for providing quality of service in a dynamic network environment* ,the Mitre corporation network and communications engineering department ,Reston ,Virginia ,pp.1-6 .
- 18- Obrien ,James A.(1999) :*management information systems :managing information technology in the internet worked enterprise* ,(4th ed) ,Mc Craw –Hill ,Inc ,Boston ,p.318 .
- 19- Sikora ,John &Benteitelbaum(1998) :*differentiated services for internet (draft)* ,[http:// qos ,internet ,edu/htm](http://qos.internet.edu/htm),pp.1-13.
- 20- Sitaraman ,VR.(1999) :*Ip Qos over ATM* ,[http : // www .cis ohio –state .edu/html](http://www.cis.ohio-state.edu/html) ,pp.1-19
- 21- sun ,wei (1999) :*Qos /policy /constraint based routing* ,[http://wwwcis ohio –state edu/html](http://wwwcis.ohio-state.edu/html) ,pp.1-22
- 22- Van Meer ,Geoffrey J.L & Fred vanraaij (2004) :*Asuitable research methodology for analyzing*

online banking behavior ,Journal of internet banking
and commerce ,vol .9,no.1 February ,pp.1-13