

انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية على تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين

The Implications of the use of Modern Technology in the Provision of Services to Improve the Performance of Banks Operating in Palestine

د. مروان درويش
جامعة القدس المفتوحة- فلسطين.
mdarwish@qou.edu

الملخص:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية على تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين، ولتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث المنهج الوصفي ، وتم تصميم استبانة لجمع البيانات من مديري الفروع ورؤساء أقسام التسويق في البنوك العاملة في المحافظات الشمالية في فلسطين (الضفة الغربية)، ووزعت على عينة بلغت 112 فردا تم اختيارهم بطريقة طبقية عشوائية واسترد منها 84 استبانة مكتملة .

وتوصلت الدراسة إلى أن البنوك العاملة في فلسطين تستخدم التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية بدرجة كبيرة ، وان هذا الاستخدام يعكس أثارا ايجابية على تحسين أداء البنوك من حيث القدرة على المنافسة، وخفض التكاليف، وفعالية تقديم الخدمات المصرفية في الوقت المناسب والمكان الملائم ، إضافة إلى تلبية احتياجات العملاء من تسهيل عملية تقديم الخدمة لهم بما يحقق رضاهم بدرجة عالية.

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا الحديثة، الاداء، البنوك العاملة في فلسطين

Abstract

This study aimed to identify the implications of using modern technology in providing services to improve the performance of banks operating in Palestine. To achieve this objective, the researcher used the descriptive approach. A questionnaire was designed to collect data from branch managers and heads of marketing departments in banks operating in the northern governorates of Palestine (West Bank), which has been distributed to a random sample of 112 individuals, where 84 completed questionnaires had retrieved, The study found that the banks operating in Palestine use modern technology to provide banking services, which reflects a positive effects on improving the performance of banks in terms of competitiveness, reducing costs, and the effectiveness of providing banking services in a timely manner and appropriate place. It's also meet the customers' needs and facilitate the process of providing services to them, in order to achieve their satisfaction.

Keywords: Modern Technology, Performance, Banks Operating in Palestine.

JEL classification: G21.

Received: 09/03/2018

Revised: 11/04/2018

Accepted: 18/05/2018

Online publication date: 01/06/2018

المقدمة :

يشهد عالم اليوم تطوراً سريعاً في مختلف مجالات وميادين الحياة اليومية ، حيث باتت تلك التغيرات احد ابرز مظاهر العصر- الحالي نتيجة ما يستجد من أساليب ووسائل وأدوات تكنولوجية حديثة ومتطورة في قطاعات الإنتاج والخدمات لتلبية الطلب المتزايد والمتنامي عليها، ويعتبر القطاع المصرفي، باعتباره يمثل عصب الحياة الاقتصادية للسكان، الأكثر تأثراً بتلك التغيرات.

فالقطاع المصرفي لما يمثله من أهمية كبيرة في رسم الحياة المعيشية وارتباطه بمختلف أوجه النشاط السكاني، حيث التزايد المستمر في الإقبال على المعاملات المصرفية من قبل العملاء، من ادخار وائتمان وتعاملات تجارية، وانسياب تحرك الأموال وتبادل المعاملات والتحويلات البنينة والخارجية، فان جميع تلك العمليات باتت في غاية التعقيد والتشابك، ومن الصعوبة انجازها بدقة وسرعة وجودة باستخدام الطرق والأساليب التقليدية نتيجة ضخامتها وزيادة إعدادها مما تطلب الاستفادة من تلك التطورات التكنولوجية الحديثة في حفظ البيانات ودقة انجاز العمليات وسرعة الوصول للبيانات.

ولما كانت البنوك التجارية تطمح لتحسين أدائها من حيث التوسع في قاعدة نشاطها، وزيادة عدد المتعاملين معها ، وانتشار دائرتها لتغطي أوسع منطقة جغرافية، فانه لا يمكن تحقيق ذلك إلا باستخدام أكثر الوسائل التكنولوجية المتقدمة والمتطورة لان بإمكان تلك الوسائل الوصول لجميع المواطنين بسرعة فائقة وكلفة متواضعة، قياساً بالأساليب الأخرى.

إن عملية استخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمة المصرفية كانت بداية منوط في عمليات الاتصال الداخلي، اي لإجراء العمليات المصرفية الداخلية والاحتفاظ بالسجلات والبيانات، إلا أنها لاحقاً استخدمت كأدوات تتم من خلالها عمليات الاتصال الخارجي مع العملاء، مما أدى إلى اتساع دائرة عمل المصارف وتزايدها. وقد أدرك القطاع المصرفي في الوطن العربي في وقت مبكر المزايا والفوائد الناجمة عن استخدام التقنية الحديثة في تنفيذ العمليات المصرفية التي تمكنها من زيادة حصتها السوقية وتوسيع قاعدة عملها من خلال بناء مراكز إستراتيجية وتنافسية مميزة. وما ينطبق على القطاع المصرفي العربي ، ينطبق تماماً على القطاع المصرفي في فلسطين، فرغم تعقيدات ظروف عملها تحت الاحتلال وإجراءاته، والقيود التي يفرضها على طبيعة أدائها، وافتقار دولة فلسطين إلى عملة وطنية مستقلة أسوة بمختلف الدول، لذا كان من الضروري أن تهض بمستوى أدائها إلى أفضل مستويات إذا ما أرادت الصمود والبقاء في سوق العمل المصرفي وتعزيز دورها التتموي داخل المناطق الفلسطينية، وخلاف ذلك فان وتيرة تصاعد العمل التتموي يبقى رهنا بالبنوك الوافدة من الخارج والتي لم تساهم في جهود التنمية المحلية بالشكل المطلوب.

ولتتمكن المصارف الوطنية من تحقيق ذلك كان لا بد من مواكبة عمليات التطور في وسائل الاتصال والتواصل مع العملاء، وكذلك أساليب تقديم الخدمات لهم من اجل ضمان استمرار تعاملهم معها واستقطاب عملاء آخرين لتوسيع دائرة عملها في تقديم الخدمات المصرفية سواء على صعيد الادخار أو الاستثمار، ولكي يتسنى لها ذلك كان من الضروري أن تستوعب التكنولوجيا الحديثة والتقنيات المتطورة في مجال العمل المصرفي. وستحاول هذه الدراسة تناول موضوع استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في فلسطين وبيان أثره على تحسين أدائها.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

لا شك ان نوعية الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية في الضفة الغربية ، تنتج نحو التنافس في استقطاب العملاء من خلال التحسين المستمر في تقديم الخدمات بما يلائم تلبية احتياجاتهم وكسب ولاءهم ورضاهم بهدف تنمية الحصة السوقية لتلك البنوك وتحسين ادائها. ورغم هذا التطور النوعي والكيفي في الخدمات التي تقدمها البنوك الا انها لا زالت هناك انتقادات من قبل العملاء تتجسد من خلال تنقلهم من مصرف لآخر بحثاً عن خدمة أفضل ، لذا سعت إدارات تلك البنوك لتبني استخدام التكنولوجيا الحديثة للاتصال والتواصل مع العملاء، لكن تبقى القضية الأساسية متعلقة بمدى توفر الإمكانيات اللازمة لاستخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمات المصرفية عبر استخدام الأدوات والوسائل الالكترونية من اجل تحسين اداء البنوك، وهذا ما دعا الباحث الى تناول هذه المشكلة بالدراسة والتحليل، حيث صاغ مشكلة الدراسة على النحو التالي:

ما انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية على تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين ؟

ويتفرع عن هذا السؤال مجموعة من التساؤلات التي تسعى الدراسة إلى الإجابة عنها، وهي:

1. ما واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة لتقديم الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في فلسطين؟
2. ما انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية على تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين من حيث (القدرة على المنافسة، وخفض التكاليف، وحجم نشاط البنك، وفاعلية تقديم الخدمات المصرفية، وتلبية احتياجات العملاء)؟

هدف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى وأهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في فلسطين وأثره على تحسين أداؤها.

أهمية الدراسة

يعتبر استخدام التكنولوجيا من المواضيع الرئيسية التي تلقى اهتماما كبيرا من قبل المجتمع المصرفي المحلي والدولي، وذلك لتسهيل الخدمات المصرفية على العملاء. وفي ظل المنافسة الشديدة بين المصارف المختلفة على جذب العملاء واستقطابهم بتقديم خدمات مصرفية في الوقت والمكان المناسبين وبدقة وجودة وفاعلية فائقة، برزت أهمية استخدام التكنولوجيا في هذا الإطار. ومن هنا فان دراسة اثر استخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمة المصرفية في البنوك يعتبر من المواضيع الحيوية التي تحتاج لدراسة وتمحيص. ويأمل الباحث أن تضيف هذه الدراسة للتراكم المعرفي في مجال استخدام التكنولوجيا في المصارف، كما يأمل أن تكون لنتائج الدراسة أهمية عملية لأصحاب القرار في البنوك العاملة في فلسطين من أجل تطوير استخدام التكنولوجيا في تحسين أداء بنوكهم.

نموذج الدراسة

حدد الباحث تحسين أداء البنوك من خلال دراسة أنشطتها في مجالات القدرة على المنافسة، وخفض التكاليف المالية لتقديم الخدمة المصرفية، وزيادة حجم نشاط البنك، وفاعلية تقديم الخدمات المصرفية، وتلبية احتياجات العملاء، وذلك من خلال استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة لتقديم تلك الخدمات، كما هو موضح في الجدول التالي:

المتغيرات التابعة (مؤشرات تحسين الاداء)	المتغير المستقل
القدرة على المنافسة	استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية
خفض التكاليف المالية	
حجم نشاط المصرف	
فاعلية تقديم الخدمات المصرفية	
تلبية احتياجات العملاء	

فرضيات الدراسة

بناء على نموذج الدراسة، تم صياغة الفرضيات التالية:

1. استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين بزيادة قدرتها على المنافسة.
2. استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين بزيادة حجم نشاط البنك.
3. استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين بخفض التكاليف المالية.
4. استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين بزيادة فاعلية تقديم الخدمات.
5. استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين بتلبية احتياجات العملاء.

حدود الدراسة

- الحدود الزمنية: أجريت هذه الدراسة في النصف الاول من العام 2018

الحدود المكانية: شملت هذه الدراسة المحافظات الشمالية في فلسطين (الضفة الغربية) - الحدود البشرية: اقتصرت هذه الدراسة على مديري الفروع ورؤساء أقسام التسويق

الإطار النظري

أولاً: التكنولوجيا الحديثة في البنوك

يشكل التسابق في الوصول إلى المدخرين والمقترضين ركيزة أساسية في نجاح العمل المصرفي وتطوره وتقدمه، وخصوصاً في ظل احتدام المنافسة الشديدة بين مختلف المؤسسات المصرفية. ومما زاد من منافسة تلك المصارف نظام العوامة الذي يعد أحد أهم سببته سهولة حركة التجارة العالمية، التي تمكن المصارف الأجنبية من منافسة المصارف المحلية في بلدانها، والتي باتت تهدد قطاعات المصارف في الدول التي تفتقر إلى التقنيات الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية، التي من شأنها إغراء واستقطاب العملاء نتيجة ما تحققه من تسهيلات في تقديم الخدمات المصرفية التي ينشدها العملاء، بما تميزها من سرعة وسهولة ودقة تقديم الخدمة وجودتها (خريوش، 2011).

في ظل هذا الوضع الجديد لجأت المصارف المحلية في الدول النامية التي تفتقر إلى صناعة التكنولوجيا الحديثة إلى استيرادها في سبيل مواكبة تطور العمل المصرفي الحديث للحفاظ على وجودها واستمرار بقائها في السوق المصرفي، وخلاف ذلك تجد نفسها في وضع حرج يهدد بقائها في السوق، بسبب فقدانها للعملاء الذين يسعون دائماً للبحث عن أفضل الخدمات التي تحقق لهم مكاسب في مجالات توفير الوقت وجودة الخدمة وسرعة الحصول عليها، ناهيك عن التسهيلات والميزات التي تمنحها المصارف الحديثة التي تستخدم الوسائل الإلكترونية في التواصل مع العملاء (وادي، 2008).

ومع ظهور التكنولوجيا المتطورة والتقنيات الحديثة في الربع الأخير من القرن العشرين، وبداية القرن الحادي والعشرين، أدركت إدارات المصارف أن هناك أساليب أخرى بالغة الأهمية تلعب دوراً كبيراً في المنافسة. فالعملاء يعيرون اهتماماً كبيراً في سرعة الحصول على الخدمة المصرفية وإجراء معاملاتهم المصرفية بدقة وجودة، وقيمة الوقت لدى العملاء في عصر السرعة والحداثة والتطور والتغير السريع، حملت معها إدراكاً لهذه القيمة، مما اشتدت حدة المنافسة لاستغلال تلك التقنيات وتجنيدتها لخدمة العمل المصرفي بما يحقق رغبات العملاء (معلا، 2007).

والمتبع لعصر دخول التقنيات الحديثة والمتطورة في نهاية القرن الماضي، يدرك أن المصارف التجارية كانت السبابة في استيعابها لاستخدامها في العمل المصرفي نتاج ما تتميز به من سرعة ودقة في تقديم الخدمات المصرفية، التي باتت تقف على رأس اهتمامات العملاء. فالمصارف كانت أول من تستخدم الحواسيب في إنجاز أعمالها نتيجة ما تتميز به من اختزال الوقت لأداء الخدمة، وتوفير الأموال التي تنفق على تقديم تلك الخدمات، وما تلعبه من دور حيوي في الحفاظ على عملائها واستقطاب آخرين (كوتلر، 2001).

ثانياً: مفهوم الأداء

يرتبط مفهوم الأداء ارتباطاً وثيقاً بمفهوم الإدارة، ويشكل أحد المحاور الرئيسية التي ينصب عليها الاهتمام، فالأداء يمثل قدرة المنظمة في الوصول إلى أهدافها، عبر استخدام الموارد المتاحة بكفاءة وفعالية، وهو انعكاس لقدرة المنظمة وقابليتها لتحقيق أهدافها، ويشير مفهوم الأداء أيضاً إلى قدرة المنظمة على البقاء والتكيف والنمو بكونه يمثل قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها طويلة الأمد، التي تتمثل بالبقاء والنمو والتكيف. ويرى آخرون أن الأداء يعكس قدرة المنظمة في استخدام مواردها التي تمكنها من تحقيق أهدافها، فالأداء يعتبر انعكاساً لكيفية استخدام المنظمة للموارد البشرية والمادية واستغلالها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها. وهناك من يرى أن الأداء يعكس الفكرة الأوسع لفاعلية المنظمة إذ غالباً ما يتخذ الأداء شكلين (الحسيني والدوري، 2003):

(1) الأداء المالي: يركز على استخدام المخرجات البسيطة المعتمدة على المؤشرات المالية المتمثلة بالربح والعائد على الاستثمار والتدفق النقدي.

(2) الأداء التشغيلي: يعد المفهوم الأوسع لأداء الأعمال وقياس من خلال مؤشرات المبيعات والحصص السوقية واتجاهات الزبائن وولائهم.

من خلال التعريفات السابقة نرى أن الأداء يرتبط بالقدرة، والقدرة مصطلح مرتبط بالإمكانيات وحسن استغلالها، فلو توفرت الإمكانيات ولم يحسن استغلالها فإن الأداء سيكون ضعيف، وكذلك فيما لو توفرت إدارة سليمة دون توفر الإمكانيات فإن الأداء أيضاً يبقى محدود. لذا يجب توفر الشرطين لتحسين الأداء، وهذا ما تدركه المنظمات وتسعى لتوفيره دائماً.

والبنوك كونها تعيش في جو من المنافسة الشديدة، فإنها تسعى للحفاظ على بقائها ونموها وتكيفها، وهذا الأمر يحتاج إلى تحسين أدائها باستمرار. وبذا فإن إدارات البنوك دائماً ما تطرح تساؤلاً حول كيفية تحسين الأداء؟، ذلك لأن تحسين الأداء ليس مجرد عملية إدارية تتحكم بها إدارات البنوك بمفردها من طرف واحد، بل هناك طرفاً محورياً أساسياً، يتمثل بعملاء البنوك والمواطنين بشكل عام. وفي التطورات الكبيرة التي شهدتها العالم بظهور ثورة المعلومات والاتصالات باتت البنوك تسعى إلى تحسين أدائها من خلال استغلال هذه الثورة لبناء مكانة متميزة في أذهان العملاء، والتي تمثل مجموعة من الإدراكات والانطباعات التي يكونها العملاء عن الخدمة من خلال مقارنتها بخدمة منافسة بديلة (كوتلر، 2001).

ومن هنا فإن عملية تحسين أداء البنوك تكمن في تركيز نشاطاتها المستخدمة لرسم معالم الخدمة بالصورة العالقة في أذهان العملاء، وهذا ما يفسر تركيز نشاطات البنوك وقراراتها، في تصميم الخدمات من خلال فهم وتحليل ما يدور في أذهان المتعاملين معها، لتحديد حاجاتهم ورغباتهم وتوقعاتهم المتغيرة باستمرار. ويجعلها دائماً السعي لابتكار خدمات جديدة أو تطوير الخدمات القائمة من خلال إدخال كل ما هو جديد من تقنيات حديثة، من أجل الحفاظ على عملائها وحصتها السوقية ومن ثم نموها وتكيفها.

ثالثاً: استخدام التكنولوجيا الحديثة وتحسين الأداء

وفي الواقع إن استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية وتعريف العملاء بها، يساهم إلى حد كبير بتحسين أداء البنوك، الذي يتجسد من خلال خفض التكاليف وزيادة حجم النشاط المصرفي، وتعزيز دور المنافسة، إضافة إلى تقديم الخدمات بفاعلية، وتحقيق رضا العملاء وولائهم (أبو فارة، 2009):

1. استخدام التكنولوجيا الحديثة والفاعلية

تتجسد فاعلية تقديم الخدمات المصرفية من خلال تقديم خدمات مميزة وذات جودة عالية وبأقل جهد وكلفة، فكلما الطرفين متلقي الخدمة ومقدم الخدمة يطمح إلى توفير الوقت. فالعمليل يعتبر عنصر الوقت ذو قيمة عالية بالنسبة له، ويبحث عن المصدر الذي يحقق رغباته في إتمام معاملاته وتوفير المعلومات دون جهد أو عناء أو انتظار، كما يسعى دائماً للحصول على خدمة دقيقة وذات جودة عالية. والمصرف يطمح إلى تحقيق رغبات العملاء للحفاظ عليهم واستقطاب غيرهم من خلال تقديم خدمات عالية الكفاءة وذات جودة مميزة، وهذا الأمر لا يتحقق إلا من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة والمتطورة (خريوش، 2011).

2. استخدام التكنولوجيا الحديثة والتوسع الجغرافي

تتيح استخدامات التقنية الحديثة والمتطورة من زيادة حجم التعاملات مع قطاعات عريضة من العملاء، التي تمتد على مساحات جغرافية واسعة، تتخطى حدود الإقليم. حيث استطاعت إدارات المصارف من الاتصال والتواصل مع العملاء في مختلف أماكن تواجدهم دون الحاجة لحضورهم إلى فرع البنك، حيث بات بالإمكان إتمام مختلف الخدمات المصرفية من سحب وإيداع ودفع الفواتير وتغطية الشيكات وإتمام التعاملات التجارية، عبر استخدام الوسائل الإلكترونية التي يوفرها البنك. وهذا الأمر عزز من قدرات البنوك على الوصول إلى مختلف مناطق نشاطها المصرفي دونما حاجة لفتح فروع كثيرة ومكلفة (وادي، 2008).

3. استخدام التكنولوجيا الحديثة وخفض التكاليف

لقد شكل استخدام التكنولوجيا في إتمام العمليات المصرفية ونقل وتبادل المعلومات بين العملاء وفروع المصرف، أحد أهم الركائز التي يستند فيها المصرف للتقليل من النفقات الإدارية، وذلك من خلال الاعتماد المتزايد على الركائز الإلكترونية في إنجاز العمل المصرفي. والملاحظ أن استخدام التكنولوجيا يوفر خفضاً في التكاليف والأسعار على حد سواء، إذ توضح التقارير والإحصاءات العالمية أن كلفة الخدمة المصرفية في فرع البنك توازي (107) سنتاً، في حين باستخدام الهاتف الخليوي تكلف (55) سنتاً و (25) سنتاً بواسطة جهاز الصراف الآلي و (2) سنت فقط باستخدام شبكة الانترنت (سفر، 2006).

4. استخدام التكنولوجيا الحديثة وتعزيز القدرة التنافسية

تمثل المنافسة أحد أهم مبررات استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي، حيث تتوقع العديد من الدراسات أن البنوك التي تتخلف عن مواكبة تطوير وتعزيز قدراتها المصرفية الالكترونية لن تستطيع الصمود في السوق المصرفي. وإذا ما تأملنا ظروف العمل المصرفي في الوقت الحاضر نستنتج أن المنافسة لم تعد قائمة داخل حدود الإقليم، حيث أتاحت التكنولوجيا المتطورة التعامل المصرفي عن بعد باستخدام المواقع الالكترونية للبنوك، وشبكة الانترنت، التي سمحت لإتمام وإجراء مختلف الأعمال المصرفية والتجارية خارج حدود الإقليم.

ونتيجة التزايد المستمر في عدد المصارف، التي يسمح لها بمزاولة العمل المصرفي، اشتدت الحاجة لاستقطاب العملاء. وحتى تتمكن من استقطاب العملاء، فإنه يتطلب منها تلبية رغباتهم وتحقيق رضاهم من خلال تقديم خدمات متميزة تلي طموحاتهم (خريوش، 2011).

وفي الآونة الأخيرة عملت التشريعات والقوانين التي تنظم عمل المصارف، على تحديد أسعار الفائدة، مما حال دون قدرة البنوك على التنافس من خلال عروض الأسعار. لتبقي المجال الوحيد الذي من خلالها يمكن إكساب البنك ميزة تنافسية، مدى استخدامها للوسائل والأدوات، التي من شأنها إتاحة الفرصة أمام العملاء لإتمام معاملاتهم المصرفية بسرعة فائقة دونما عناء أو انتظار، وبأقل كلفة (منصور، 2011).

الدراسات السابقة

استحوذ استخدام التكنولوجيا الحديثة في البنوك على انتباه العديد من الباحثين في الاقطار العربية والاجنبية على حد سواء، ونستعرض فيما يلي اهم نتائج بعض من تلك الدراسات والتي لها علاقة بشكل مباشر بموضوع الدراسة الحالية:

فقد توصلت دراسة بوشكيوة وبومعقودة (2017) الى ان بنك الخليج الجزائر (وكالة تبسة) يتبنى اهم التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات ويواكب التطورات التكنولوجية الرقمية والالكترونية، وان هذه التكنولوجيا تساهم في خلق بيئة تنافسية للمصرف من خلال تجديد خدماته باستمرار وابتكار خدمات جديدة، بينما خلصت دراسة القحطاني (2015) الى وجود علاقة ايجابية بين تقديم البنوك العاملة في مدينة الرياض للخدمات الالكترونية المصرفية واكتسابها ميزة تنافسية وان الموقع الالكتروني للبنك يعد اهم الخدمات التي يفضلها العملاء من بين الخدمات الالكترونية المصرفية الاخرى، وتوصلت دراسة محيوب (2014) الى ان وجود التقنيات الحديثة يساعد المصارف العاملة في فرنسا على تطوير ادائها التجاري من خلال تحسين جودة الخدمة المصرفية، والتحكم في التكاليف، وجعل الخدمات منافسة. في حين وجدت دراسة نوه (2014) ان نظام المعلومات في المؤسسات البنكية الجزائرية بولاية الوادي يحتاج الى تحسين وتطوير، وان التدريب على نظام المعلومات لا يشمل جميع الموظفين بالإضافة الى ان نظام المعلومات الفعال يرفع من محددات الاداء البنكي.

كما توصلت دراسة عبيد (2012) الى ان دور الخدمات الالكترونية المصرفية التي تقدمها البنوك في محافظة جنين في فلسطين في تعزيز الميزة التنافسية كان متوسطاً من وجهة نظر العملاء، وان هناك ضرورة للعمل على تعزيز استخدام احدث الوسائل التكنولوجية لممارسة العمل البنكي، فيما اظهرت دراسة سالم وآخرون (2011) ان البنوك في محافظات غزة في فلسطين تتابع اخر المستجدات في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والنظم المصرفية مما يعزز الميزة التنافسية لها، كما اظهرت دراسة منصور (2011) عن علاقة ايجابية بين الاعلان والعلاقات العامة وتنشيط المبيعات والحصة السوقية عبر استخدام وسائل الترويج الالكتروني.

اما دراسة Narteh (2010) فقد بينت ان اهم العقبات المؤسسية في تطبيق التسويق للخدمات الالكترونية في الدول النامية وخاصة في غانا كانت نقص الكوادر البشرية التكنولوجية وتلها العقبات القانونية مما ينعكس سلباً على اداء البنوك، فيما بينت دراسة بعلوشة (2010) وجود اثر لعناصر الترويج الالكتروني (الاعلان الالكتروني، العلاقات العامة الالكترونية، تنشيط المبيعات الالكترونية) وكذلك أدوات الترويج الالكتروني (المواقع الاجتماعية، محركات البحث، الموقع الالكتروني للبنك، البريد الالكتروني، شبكات الهاتف المحمول) في تحقيق الميزة التنافسية لبنك فلسطين من وجهة نظر العملاء.

كما اشارت دراسة الساكني (2008) الى وجود علاقة تأثير وارتباط بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وكل من الضرورة والميزة التنافسية في بنك الاردن، بينما توصلت دراسة الشرفا (2008) الى ان المصارف العاملة في قطاع غزة في فلسطين تطبق نظام تكنولوجيا ادوات المعرفة في جميع الوحدات والاقسام، وتحرص على الاستفادة من استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وان هناك علاقة بين ادارة المعرفة

وتكنولوجيا المعلومات ومجالات الميزة التنافسية المتمثلة في: جودة المنتجات، والاداء المالي، والسيطرة على الاسواق، وكفاءة العمليات، والابداع والتطوير.

واشارت دراسة باقة والعريض (2005) الى ان هناك علاقة ايجابية قوية بين نظم المعلومات المالية والمصرفية الحديثة في المصارف الاردنية وبين المستوى العام للخدمات المصرفية المقدمة، مما أدى الى رفع مستوى الرضا عند المتعاملين عن اداء المصارف وجذب متعاملين جدد، كما بينت دراسة (2003) Robert and Amit ان هناك زيادة واستمرارية في النشاطات الابتكارية والابداعية للمصارف التجارية الاستراتيجية من اجل مواكبة التغيرات التي تحصل بسبب التطور التكنولوجي المستمر.

وفي نيجيريا خلصت دراسة (2002) Idwond, Alu, and Adagunoda الى ان افراد عينة الدراسة يدركون اثر التكنولوجيا على تحسين الخدمات المقدمة لهم مثل السرعة في انجاز العمل الذي يعود الى توافر نظم تكنولوجيا المعلومات الموجودة داخل المصارف ويعتمد عليها بشكل كبير من قبل المستفيدين، بينما توصلت دراسة الحلو (2000) التي اجريت في الاردن الى ان الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يؤدي الى خفض التكاليف، وزيادة الارباح، وزيادة عدد المودعين واقبالهم وولائهم، ورفع مستوى الخدمة المقدمة للعملاء واطهارها بشكل لائق ومغري، وأن المصارف لا تستطيع الاستمرار في عملها وتقديم خدماتها لربائتها بدون استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وتستكمل الدراسة الحالية التراكم المعرفي لاستخدامات التكنولوجيا الحديثة في العمل المصرفي وانعكاسها على اداء البنوك من خلال قياس الاداء باستخدام متغيرات لم تستخدم في الدراسات السابقة التي تمت في بيئة البنوك العاملة في فلسطين.

منهجية الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، لوصف واقع استخدام البنوك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية، وتحليل أثر الاستخدام كتغير مستقل على أداء البنوك من حيث: القدرة على المنافسة، وخفض التكاليف المالية، وزيادة حجم نشاط البنك، وفعالية تقديم الخدمة المصرفية، وتلبية احتياجات العملاء، كمتغيرات تابعة.

مجتمع الدراسة وعينها

يضم مجتمع الدراسة جميع مدراء ورؤساء أقسام التسويق في كافة فروع البنوك العاملة في المحافظات الشمالية في فلسطين (الضفة الغربية) والبالغ عددها (558)، منهم (279) مدراء فروع البنوك او من ينوب عنهم، و (279) رؤساء أقسام التسويق في تلك الفروع (جمعية البنوك في فلسطين، 2017).

وتم اختيار عينة طبقية عشوائية ذات التمثيل المتساوي حجمها (112) مدير ورئيس قسم، بنسبة (20%) من المجتمع، حيث قسم الباحث مجتمع الدراسة إلى طبقتين متساويتين، وذلك للحصول على البيانات المطلوبة من وجهتي نظر الإدارة وقسم التسويق، الأولى: مدراء الفروع او من ينوب عنهم، و الثانية: رؤساء أقسام التسويق، ويبلغ عددهم (279) في كل طبقة، ثم إعطيت كل طبقة أرقاماً متسلسلة من 001، 002،....، 278 وباستخدام الجدول العشوائي تم سحب عينة من بينهم حجمها (56) لكل طبقة (نسبة 20%).

وبناء على العينة المسحوبة قام الباحث بتوزيع 112 استبانة، واسترد منها (85) استبانة فقط، منها (84) صحيحة تم اعتمادها في المعالجة الإحصائية، واستبانة واحدة غير صالحة تم استثناءها. و(27) استبانة لم تسترد إما بسبب الضياع أو عدم الاستجابة، وبذلك تكون نسبة العينة النهائية إلى مجتمع الدراسة حوالي (15%) وهي نسبة مقبولة في الدراسات الوصفية.

ويوضح الجدول رقم (1) الخصائص والسمات الديمغرافية الخاصة بعينة الدراسة (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي) حيث يتبين ان النسبة الأكبر من العاملين في البنوك في فلسطين هي من الذكور، وان الغالبية العظمى من العاملين هم ممن تزيد اعمارهم عن 35 عام، وغالبيتهم من حملة شهادة البكالوريوس، كما ان النسبة الأكبر من العاملين في البنوك في فلسطين هم من اصحاب الخبرة التي تزيد عن 10 سنوات، حيث يحتل معظم افراد العينة المبحوثة منصب رئيس قسم.

وبالاطلاع على احصائيات جمعية البنوك في فلسطين للعام 2017 تبين ان هذه النسب ليست بعيدة عن النسب العامة لجميع العاملين في البنوك في فلسطين حيث ان حوالي 60% منهم هم من الذكور، وان نسبة 70% منهم يحملون درجة البكالوريوس، وحوالي 46% منهم تزيد

اعمارهم عن 35 سنة، وتشكل الادارة الوسطى ما نسبته 14% فيما يشكل الكادر التنفيذي حوال 72% من العاملين في القطاع المصرفي الفلسطيني (جمعية البنوك في فلسطين، 2017).

جدول رقم (1) : خصائص عينة الدراسة

المتغير	الفئة	العدد	النسبة المئوية %
الجنس	ذكر	64	76.2%
	انثى	20	23.8%
العمر	اقل من 25 سنة	3	3.6%
	25 - اقل من 35 سنة	22	26.2%
	35 - اقل من 45 سنة	32	38.1%
	45 - اقل من 55 سنة	21	25%
	55 فأكثر	6	7.1%
	المؤهل العلمي	ثانوية عامة واقل	-
	دبلوم متوسط	5	6.0%
	بكالوريوس	70	83.3%
	ماجستير فأعلى	9	10.7%
سنوات الخبرة	اقل من 5 سنوات	18	21.4%
	5 - اقل من 10 سنوات	25	29.8%
	10 - اقل من 15 سنة	30	35.7%
	15 سنة فأكثر	11	13.1%
	المسمى الوظيفي	رئيس قسم	47
	مدير فرع	37	44.0%

أداة الدراسة

تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسة في جمع البيانات من عينة الدراسة، حيث قسمت الاستبانة الى ستة مجالات وبعدها 42 فقرة (انظر جدول 2)، وتم عرض جميع العبارات باستخدام مقياس ليكرت الخماسي والمتدرج من أوافق بشدة (ويقالها الوزن 5) إلى غير موافق بشدة (ويقالها الوزن 1).

ثبات أداة الدراسة:

تم التحقق من ثبات الأداة بفحص الاتساق الداخلي ل فقرات الاستبانة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) على عينة الدراسة، ويشير الجدول رقم (2) إلى قيمة معاملات الثبات لمجالات الدراسة، حيث يتضح أن قيم معامل الثبات تراوحت بين (0.72) و (0.85) في حين بلغت قيمة معامل الثبات لجميع الفقرات (0.91)، وجميع هذه القيم عالية مما يدل على إمكانية ثبات النتائج التي يمكن أن تسفر عنها الدراسة وكذلك إمكانية تعميم النتائج التي توصلت إليها الدراسة .

جدول رقم (2): معاملات كروناخ ألفا لمجالات الدراسة

المجال	عدد الأسئلة	كروناخ ألفا
واقع استخدام البنك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية	8	0.72
القدرة على المنافسة	8	0.79
زيادة حجم النشاط	6	0.80
خفض التكاليف المالية	5	0.78
فاعلية تقديم الخدمة	9	0.85
تلبية احتياجات العملاء	6	0.79
جميع الفقرات	42	0.91

تحليل نتائج الدراسة

1- تحليل واقع استخدام البنك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية:

تشير النتائج في الجدول رقم (3) إلى واقع استخدام البنوك العاملة في فلسطين للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية، حيث يتبين من الجدول ان متوسط استجابات افراد عينة الدراسة حول الفقرات تراوح بين 3.55 و 4.76 وبدرجة كلية عالية جدا بلغت 4.228 مما يشير الى استخدام عالي للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية في البنوك العاملة في فلسطين.

جدول رقم (3): واقع استخدام البنك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	الوسائل التكنولوجية المستخدمة في تقديم الخدمة المصرفية كافية	3.62	1.02
2	يتابع البنك أنشطة المنافسين في استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمة المصرفية	4.76	0.594
3	يواكب البنك التكنولوجيا في تقديم الخدمة المصرفية بصورة مستمرة	4.23	0.841
4	الوسائل التكنولوجية المستخدمة في تقديم الخدمة المصرفية تغطي كافة مناطق نشاط البنك	3.96	0.702
5	الوسائل التكنولوجية التي يستخدمها البنك في تقديم الخدمة المصرفية معروفة لدى العملاء	3.55	0.949
6	تتوفر برامج تدريب للموظفين لاستخدام التكنولوجيا بصورة مستمرة	4.57	0.811
7	هناك سهولة في استخدام الوسائل التكنولوجية من قبل العملاء	4.46	0.685
8	يتابع البنك باستمرار مدى كفاءة الوسائل التكنولوجية المستخدمة	4.67	0.523
	الدرجة الكلية	4.228	0.455

2- اختبار فرضيات الدراسة:

في ضوء أهداف الدراسة، وفرضيتها، ومتغيراتها، وأساليب القياس، تم الاعتماد على أسلوب الارتباط (معامل ارتباط بيرسون) لتحديد نوع العلاقة وقتها بين المتغير المستقل والمتغيرات التابعة، وذلك لاختبار فرضيات الدراسة.

أولاً: اختبار الفرضية الأولى:

تنص الفرضية الأولى على أن استخدام البنك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين بزيادة قدرتها على المنافسة.

ولمناقشة هذه الفرضية تم تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول مجال زيادة القدرة على المنافسة، حيث كانت نتائج التحليل كما هو مبين في الجدول رقم (4):

جدول (4): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات زيادة القدرة على المنافسة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	سهولة استخدام العملاء للوسائل التكنولوجية	4.44	0.546
2	إتاحة فرصة الحصول على الخدمة خارج أوقات الدوام الرسمي	4.38	0.693
3	توفير كافة المعلومات التي يطلبها العملاء باستمرار	4.52	0.667
4	سهولة حصول العملاء على الخدمة	4.62	0.579
5	تكيف العملاء مع التغيرات المستمرة في استخدام البنك لوسائل تكنولوجيا حديثة في تقديم الخدمة المصرفية	4.35	0.685
6	تحقيق رضى العملاء عن الخدمة المقدمة لهم	4.73	0.475
7	استخدام البنك لوسائل تكنولوجيا حديثة يزيد من دقة تقديم الخدمات للعملاء	4.42	0.585
8	استخدام البنك لوسائل تكنولوجيا حديثة يزيد من سرعة تقديم الخدمات للعملاء	4.58	0.542
	الدرجة الكلية	4.50	0.382

ويبين الجدول أعلاه إجابات أفراد عينة الدراسة لجميع الفقرات، في مجال انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية على زيادة القدرة على المنافسة لدى البنوك العاملة في فلسطين، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.50) والانحراف المعياري (0.382). وهذا يمثل درجة توجه إيجابي بدرجة كبيرة جداً نحو استخدام التكنولوجيا الحديثة في زيادة القدرة على المنافسة لدى تلك البنوك. ولتحديد نوع العلاقة واتجاهها تم اختبار معامل ارتباط "بيرسون" كما هو مبين في الجدول رقم (5).

جدول رقم (5): العلاقة بين استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرة على المنافسة

المجال	معامل ارتباط "بيرسون"	معامل التحديد	الخطأ في التقدير
القدرة على المنافسة	0.482	0.232	0.401

ويبين الجدول أن العلاقة بين استخدام البنوك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية وزيادة قدرتها على المنافسة، علاقة طردية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون "0.482"، أي كلما تطورت درجة الاستخدام، كلما زادت القدرة على المنافسة لدى تلك البنوك.

ثانياً: اختبار الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية على أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين بزيادة حجم نشاط البنك.

ولمناقشة هذه الفرضية تم تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة في مجال زيادة حجم نشاط البنوك، وكانت نتائج التحليل كما هو مبين في الجدول رقم (6).

جدول رقم (6): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات زيادة حجم النشاط

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمة المصرفية يزيد عدد العملاء	3.89	0.792
2	استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمة المصرفية يساهم في الحفاظ	3.90	0.754

		على العملاء الحاليين	
0.456	3.77	استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمة المصرفية يساهم في استقطاب عملاء جدد	3
0.608	3.73	استخدام الوسائل التكنولوجية يساهم في إيصال المعلومات إلى كافة مناطق نشاط البنك	4
0.593	3.71	استخدام الوسائل التكنولوجية يضمن وصول المعلومات إلى كافة العملاء	5
0.808	3.67	استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمة المصرفية يساهم في فتح فروع جديدة	6
0.597	3.780		الدرجة الكلية

يبين الجدول اعلاه إجابات أفراد عينة الدراسة على كافة الفقرات في مجال انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية على زيادة حجم نشاط البنوك العاملة في فلسطين، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.780) والانحراف المعياري (0.597). وهذا يمثل درجة توجه ايجابي بدرجة كبيرة نحو استخدام التكنولوجيا الحديثة في زيادة حجم نشاط تلك البنوك.

ولتحديد نوع العلاقة واتجاهها تم اختبار معامل ارتباط " بيرسون " كما هو مبين في الجدول رقم (7)

جدول (7): العلاقة بين استخدام التكنولوجيا الحديثة وزيادة حجم نشاط البنوك

المجال	معامل ارتباط " بيرسون "	معامل التحديد	الخطأ في التقدير
زيادة حجم النشاط	0.166	0.028	0.452

ويبين الجدول أن العلاقة بين استخدام البنوك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية وزيادة حجم نشاط البنوك العاملة في فلسطين، علاقة طردية ضعيفة وغير دالة احصائياً، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون " 0.166 " ، وبالتالي لا يوجد علاقة لاستخدام البنوك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية وزيادة حجم نشاط تلك البنوك .

ثالثاً: اختبار الفرضية الثالثة:

تنص الفرضية الثالثة على أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين بخفض التكاليف المالية.

لمناقشة هذه الفرضية تم تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة في مجال خفض التكاليف المالية، وكانت نتائج التحليل كما هو مبين في الجدول رقم (8).

جدول رقم (8): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات خفض التكاليف المالية

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	استخدام الوسائل التكنولوجية يخفض تكاليف القرباسية اللازمة لتقديم الخدمة	4.40	0.540
2	استخدام الوسائل التكنولوجية يخفض من تكلفة تخصيص مكاتب كثيرة لتقديم الخدمة	4.36	0.705
3	استخدام الوسائل التكنولوجية يخفض من التكاليف الإدارية	4.23	0.812
4	استخدام الوسائل التكنولوجية يخفض من تكاليف توظيف موارد بشرية	4.08	0.715
5	استخدام الوسائل التكنولوجية يوفر من مصاريف الدعاية والإعلان التقليدية	4.05	0.727

0.515	4.424	الدرجة الكلية
-------	-------	---------------

يبين الجدول اعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة على كافة الفقرات في مجال انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية على خفض التكاليف المالية لدى البنوك العاملة في فلسطين، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.424) والانحراف المعياري (0.515). وهذا يمثل درجة توجه إيجابي بدرجة كبيرة جداً نحو استخدام التكنولوجيا الحديثة في خفض التكاليف المالية. ولتحديد نوع واتجاه العلاقة تم اختبار معامل ارتباط " بيرسون " كما هو مبين في الجدول رقم (9):

جدول رقم (9): العلاقة بين استخدام التكنولوجيا الحديثة وخفض التكاليف المالية

المجال	معامل ارتباط " بيرسون "	معامل التحديد	الخطأ في التقدير
خفض التكاليف المالية	0.642	0.412	0.351

وبين الجدول أن العلاقة بين استخدام البنوك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية وخفض التكاليف المالية، علاقة طردية قوية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون " 0.642 "، أي كلما ازدادت درجة استخدام البنوك للتكنولوجيا الحديثة كلما انخفضت التكاليف المالية في تلك البنوك.

رابعا: اختبار الفرضية الرابعة:

تنص الفرضية الرابعة على أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين بزيادة فاعلية تقديم الخدمات.

لمناقشة هذه الفرضية تم تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة في مجال زيادة فاعلية تقديم الخدمات ، وكانت نتائج التحليل كما هو مبين في الجدول رقم (10).

جدول رقم (10): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات فاعلية تقديم الخدمة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	استخدام الوسائل التكنولوجية يساهم في تقديم خدمة ذات جودة عالية	4.14	0.714
2	استخدام الوسائل التكنولوجية يساهم في تقديم خدمة مصرفية دقيقة	4.25	0.656
3	استخدام الوسائل التكنولوجية يساهم في توفير الوقت اللازم لتقديم الخدمة	3.93	0.673
4	استخدام الوسائل التكنولوجية يساهم في تقديم الخدمة بأقل جهد	4.13	0.576
5	استخدام الوسائل التكنولوجية يساهم في سرعة الوصول إلى العملاء	4.31	0.728
6	استخدام الوسائل التكنولوجية يساهم في إيصال الخدمة إلى جميع العملاء	4.26	0.696
7	استخدام الوسائل التكنولوجية يساهم في تغطية الخدمة لكافة مناطق نشاط البنك	3.93	0.708
8	استخدام الوسائل التكنولوجية يوفر معلومات واضحة يفهمها جميع العملاء	3.61	0.776
9	استخدام الوسائل التكنولوجية يساهم في تحقيق استجابة عالية من قبل العملاء	3.74	0.823
	الدرجة الكلية	4.033	0.547

يبين الجدول اعلاه إجابات أفراد عينة الدراسة على كافة الفقرات في مجال انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية على فاعلية تقديم الخدمات ، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.033) والانحراف المعياري (0.547). وهذا يمثل درجة توجه إيجابي بدرجة كبيرة نحو استخدام التكنولوجيا الحديثة في فاعلية تقديم الخدمات.

ولتحديد نوع واتجاه العلاقة تم اختبار معامل ارتباط " بيرسون " كما هو مبين في الجدول رقم (11).

جدول رقم (11): العلاقة بين استخدام التكنولوجيا الحديثة وفاعلية تقديم الخدمات

المجال	معامل ارتباط " بيرسون "	معامل التحديد	الخطأ في التقدير
زيادة فاعلية تقديم الخدمات	0.634	0.402	0.354

ويبين الجدول أن العلاقة بين استخدام البنوك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية وزيادة فاعلية تقديم الخدمات، علاقة طردية قوية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون " 0.634 "، أي كلما ازدادت درجة استخدام البنوك للتكنولوجيا الحديثة كلما ازدادت فاعلية تقديم الخدمات.

خامساً: اختبار الفرضية الخامسة:

تنص الفرضية الخامسة على أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى تحسين أداء البنوك العاملة في فلسطين بتلبية احتياجات العملاء.

لمناقشة هذه الفرضية تم تحليل اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول تلبية احتياجات العملاء، حيث كانت نتائج التحليل كما هو مبين في الجدول رقم (12).

جدول رقم (12): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل فقرة من فقرات تلبية احتياجات العملاء

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	الوسائل التكنولوجية تساهم في اطلاع العملاء على مختلف المعلومات التي يحتاجونها	4.01	0.630
2	الوسائل التكنولوجية تساهم في إعلام العملاء بالخدمات المصرفية التي يقدمها البنك	4.42	0.644
3	الوسائل التكنولوجية تساهم في الرد على استفسارات العملاء دون تأخير	4.25	0.656
4	الوسائل التكنولوجية تساهم في إعلام العملاء بالخدمات المصرفية الجديدة	3.50	0.631
5	الوسائل التكنولوجية تساهم في إتاحة فرصة تقديم الخدمة خارج أوقات الدوام الرسمي	4.31	0.658
6	الوسائل التكنولوجية تساهم في إشعار العملاء بالحركات المصرفية باستمرار	4.00	0.694
	الدرجة الكلية	4.081	0.584

يبين الجدول المتوسط الحسابي لتقدير أفراد عينة الدراسة على كافة الفقرات في مجال انعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية على تلبية احتياجات العملاء، حيث بلغ المتوسط الحسابي (4.081) والانحراف المعياري (0.584). وهذا يمثل درجة توجه إيجابي بدرجة كبيرة نحو استخدام التكنولوجيا الحديثة في تلبية احتياجات العملاء.

ولتحديد نوع واتجاه العلاقة تم اختبار معامل ارتباط " بيرسون " كما هو مبين في الجدول رقم (13).

جدول (13): العلاقة بين استخدام التكنولوجيا الحديثة وتلبية احتياجات العملاء

المجال	معامل ارتباط " بيرسون "	معامل التحديد	الخطأ في التقدير
تلبية احتياجات العملاء	0.465	0.216	0.405

يبين الجدول أن العلاقة بين استخدام البنوك للتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية وتلبية احتياجات العملاء، علاقة طردية، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون " 0.465 "، أي كلما ازدادت درجة استخدام البنوك للتكنولوجيا الحديثة كلما زادت من تلبية احتياجات العملاء.

الاستنتاجات

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة استنتج الباحث ما يلي:

1. هناك رغبة لدى إدارات البنوك العاملة في فلسطين نحو استخدام أحدث الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية فالتقدم الذي طرأ على تقنيات الاتصال أتاح الفرصة لإدراك البنوك سرعة الوصول والتواصل مع العملاء بأقل جهد ووقت ممكن.

2. استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى زيادة قدرة البنوك على المنافسة بجذب عدد أكبر من العملاء.
 3. استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي إلى زيادة حجم المصرف من حيث رأس المال وعدد العملاء وعدد الفروع.
 4. استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي زيادة فاعلية تقديم الخدمات في الوقت المناسب والمكان الملائم.
 5. استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية يؤدي تلبية احتياجات العملاء من تسهيل عملية تقديم الخدمة لهم.
- والنتائج المذكورة أعلاه غير بعيدة عن النتائج التي أشارت إليها معظم الدراسات السابقة، وخاصة الدراسات التي طبقت على المدراء والعاملين في البنوك كدراستي مهيوب (2014) و بوشكيوة وبومعقودة (2017) في البيئة الجزائرية، ودراستي الشرفا (2008) ومنصور (2011) في البيئة الفلسطينية، ودراسة الحلو (200) التي تمت في البيئة الاردنية، بينما اختلفت نتائجها مع بعض الدراسات التي تمت من وجهة نظر العملاء كدراسة عبيد (2012)، وبالتالي يمكن الاستنتاج ان استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمل المصرفي بشكل عام، وتقديم الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك بشكل خاص، يساعد في تحسين أداء البنوك، وهذا دليل على ضرورة الاهتمام بالتكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية.

التوصيات

بناء على نتائج الدراسة واستنتاجاتها يوصي الباحث بما يلي:

1. ضرورة قيام البنوك التجارية على تعريف الجمهور بخدماتها المقدمة عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة من خلال الإعلان في الصحف اليومية، ووسائل الإعلام المحلية، ومختلف الوسائل الالكترونية.
2. تعميق فهم وإدراك ادارات البنوك لأهمية التكنولوجيا في مواجهة التحديات الكبيرة والمنافسة الشديدة التي تواجهها بنوكهم.
3. ضرورة قيام البنوك بمحملات توعية وطمأنة للعملاء بأمن المعلومات التي تستخدم عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة لتبديد مخاوفهم.
4. ضرورة التوسع في مضمون الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء عبر الوسائل التكنولوجية الحديثة لزيادة التسهيل عليهم لتحقيق رضاهم وكسب ولائهم
5. العمل على توعية العملاء على استخدام مختلف الوسائل الالكترونية، ويمكن للبنوك استخدام المواقع الالكترونية التفاعلية لتحقيق ذلك.
6. العمل على إجراء مسوحات دورية لعدد من متلقي الخدمات الالكترونية وتقييم مدى كفاءتها وفعاليتها باستمرار لمعرفة مواطن القوة والضعف.
7. وأخيرا يوصي الباحث بإجراء مزيد من الدراسات حول ذا الموضوع وتناوله من وجهات نظر رجال الأعمال والمواطنين لإثراء الموضوع بشكل أفضل.

المراجع

1. أبو فارة، يوسف (2009)، التسويق الالكتروني، عناصر المزج الالكتروني عبر الانترنت، دار وائل للطباعة والنشر، ط2، عمان.
2. اسماعيل، شاكر تركي، (2007)، التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية "إن المصارف ديناصورات تواجه الانقراض"، المؤتمر العلمي الخامس " نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية"، جامعة فيلادلفيا، الأردن
3. باقة، انعام ، و العريض نادية، (2005)، التقنيات المؤتمتة الحديثة المستخدمة في تطوير الخدمات المصرفية واثرها على المتعاملين مع المصارف، المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية "العلوم الإنسانية"، المجلد 8، العدد 2، ص ص 121-139
4. بعلوشة، أحمد رسمي، (2016)، اثر الترويج الإلكتروني في تحقيق الميزة التنافسية: دراسة ميدانية على بنك فلسطين في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الازهر، غزة
5. بوشكيوة، بلقاسم، و بومعقودة ايمان، (2017)، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمة المصرفية، دراسة حالة: بنك الخليج- الجزائر وكالة تبسة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة العربي التبسي - تبسة، الجزائر
6. الحسيني، فلاح، و الدوري مؤيد، (2003)، إدارة البنوك - مدخل كمي واستراتيجي معاصر، دار وائل للطباعة والنشر، ط2، عمان.
7. الحلو، برهان (2000)، أثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على الخدمات المصرفية المتكاملة في البنوك التجارية الأردنية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة آل البيت، المرق- الأردن.

8. خربوش، احمد حاتم، (2011)، نموذج تبني الخدمات المصرفية في فلسطين، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين
9. سالم، محمد زيدان؛ العجري عيبر؛ احمد نهيل؛ و الغباري وسام، (2011)، دور الابداع التسويقي والتكنولوجيا في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك العاملة في محافظات غزة من وجهة نظر العملاء، مجلة جامعة الازهر بغزة، سلسلة العلوم الانسانية، المجلد 13، العدد 2، ص ص 107-138
10. الساكني، سعد عبد الكريم (2008)، العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وتحقيق الضرورة والميزة التنافسية في القطاع المصرفي- دراسة تطبيقية في بنك الاردن، اريد للبحوث والدراسات، المجلد 12 العدد 1، ص ص 79-119
11. سفر، أحمد (2006)، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس لبنان.
12. الشرفا، سلوى محمد، (2008)، دور ادارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الاسلامية، غزة
13. عبيد، شاهر (2012)، دور الخدمات الالكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في قطاع البنوك في محافظة جنين، ورقة بحثية مقدمة إلى المؤتمر الإقتصادي "نحو تعزيز تنافسية المنتجات الفلسطينية"، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين
14. القططاني، صالح بن سعد، (2015)، أثر تقديم الخدمات الإلكترونية المصرفية في تفضيلات عملاء البنوك في المملكة العربية السعودية، مجلة الاقتصاد والمالية لجامعة الشلف، المجلد رقم 1، العدد 2
15. كوتلر، فيليب (2001)، كوتلر يتحدث عن التسويق، ترجمة فيصل باكر، مكتبة جرير للطباعة والنشر، ط1، عمان
16. معلا، ناجي (2007)، اصول التسويق مدخل تحليلي، دار وائل للنشر، عمان.
17. منصور، مجيد مصطفى، (2011)، علاقة الترويج الالكتروني بالحصة السوقية لدى المصارف في شمال الضفة الغربية، مجلة جامعة الازهر بغزة، سلسلة العلوم الانسانية، المجلد 13، العدد 1، ص ص 975-1014
18. مهيوب، سباح، (2014)، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية - حالة نشاط البنك عن بعد-، اطروحة دكتوراه غي منشورة، جامعة قسنطينة(2)، الجزائر
19. نوه، وليد مرتضى، (2014)، نحو تفعيل دور نظام المعلومات في البنوك للرفع من مستوى ادائها، دراسة حالة: (القرض الشعبي الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، البنك الوطني الجزائري) وكالات الوادي خلال الفترة (2012-2013)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، الجزائر
20. وادي، رشدي عبد اللطيف، (2007)، اهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومقومات انتشارها، مجلة الجامعة الاسلامية بغزة، مجلد 16، عدد 2، ص ص 855-893
21. Idowu, P., Alu, A., and Adagundo, E., (2002), The Effect of Technology on the Growth of Banking Industry in Nigeria, The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries, Vol. 10, Issue. 2, pp. 1-8
22. Narteh, B., Challenges of Marketing E-Banking Services in a Developing Country: The Case of Ghana, Journal of Internet Banking and Commerce, Vol. 17, Issue 2, pp. 2-21
23. Robert, P., and Amit, R., (2003), The Dynamics of Innovation Activity and Competitive Advantage, The case of Australian Retail Banking, 1981 to 1995, Organization Science, Vol.14, Issue 2, pp. 107-122