

عنوان أطروحة الدكتوراه : أهمية الإبداع والابتكار في تعزيز جودة الخدمات البنكية

الملخص:

تهدف الدراسة إلى مدى التعرف على الابتكار و الإبداع و دوره في تعزيز جودة الخدمات البنكية، و كذلك تقديم توصيات حول الابتكار و الإبداع في المزيج التسويقي البنكي الذي يجب أن تأخذه بعين الاعتبار البنوك الجزائرية محلية كانت أم خاصة، و كذا تبصيرهم بأهم العناصر والجزئيات التي ينبغي أن يتم الاهتمام بها، والكشف عن أوجه القصور والقوة التي تشهدها البنوك الجزائرية في هذا المجال. لتحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها، تم تصميم وتطوير استبانة لجمع البيانات الأولية المتعلقة بمتغيرات الدراسة بهدف تحليلها باستعمال طريقة نمذجة المعادلات البنائية SEM بواسطة برنامج Smart Pls 2، فقد تم اختيار عينة ملائمة من مجتمع الدراسة مكونة من (800) عميل بنك؛ حيث تم استرجاع (584) استبانة أي بنسبة (73%). كما تم تصميم أداة الدراسة وصياغتها بدقة والرجوع إلى استبانات الدراسات السابقة للتأكد من مدى ملائمة أسئلة الاستبانة لكل المتغيرات الدراسة. ولقد توصلت الدراسة إلى أن الابتكار و الإبداع في المنتج، التوزيع، الأفراد، الدليل المادي، و الاجراءات لها دور كبير في تعزيز جودة الخدمات البنكية، بينما تضعف أهمية الابتكار و الإبداع في السعر و الترويج في ذلك.

Résumé : L'objectif de cette étude est d'identifier le rôle de l'innovation et la créativité dans le renforcement de la qualité des services bancaires, ainsi que de proposer des recommandations sur l'innovation et la créativité dans le mix marketing dans les banques Algériennes Publics et Privées, ainsi, analyser les points forts et les faiblesses de ce secteur.

Afin d'atteindre les objectifs de l'étude et tester ses hypothèses, nous avons conçu et développé un questionnaire pour recueillir les données préliminaires de l'étude et les analyser par la méthode de modélisation des équations structurelles (SEM) implémenté dans le logiciel SMART Pls 2. On a choisi un échantillon de convenance de 800 clients; seulement 584 questionnaires ont été récupérés avec un taux de retour de 73%. Le questionnaire a été conçu a partir des études antérieures afin de valider les questions appropriées de chaque variable de l'étude.

Comme résultat, nous avons constaté que l'innovation et la créativité dans le produit, la distribution, le personnel, les preuves physiques, et le Processus ont un rôle important dans le renforcement de la qualité des services bancaires, tandis que le prix et la promotion ont une faible importance dans ce dernier.

Abstract: This study aims to identify the role of innovation and creativity to improve the quality of banking services, as well as proposing recommendations on innovation and creativity in the mix marketing for Public and Private Algerian banks. Further, it highlights the most important conclusions and remarks that should be for their interest, and detect weaknesses and the strength of the Algerian banking sector.

In order to achieve the objectives of the study and testing their hypotheses, we have designed and developed a questionnaire to gather preliminary data on the variables of the study for analysis by using the structural equations modeling method (SEM) built within the Smart Pls 2 tool. An appropriate sample consisted from 800 Bank clients has been selected; where 584 samples have been returned which represent a rate of 73%. And we returned to the previous studies questionnaires to approve the appropriate questions for each variable of the study.

As results, we found that innovation and creativity in product, distribution, people, physical evidence, and Process have a significant role in improving the quality of banking services, while the importance of innovation and creativity in price and promotion is less.