

ملخص الدراسة

جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإدارة والزبائن.

إعداد: وسام الكركي

إشراف الدكتور : شريف أبو كرش

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإدارة والزبائن ، وقد تكون مجتمع الدراسة من جميع البنوك العاملة في مدن (الخليل ، بيت لحم ، رام الله).

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي المقارن، حيث تكونت عينة الدراسة العشوائية من (674) فرداً منهم 182 يعملون في المصارف ، (325) من الزبائن، ولتحقيق هدف الدراسة قام الباحث بتطوير استبانته وفقاً للإطار النظري، وقد جرى التحقق من صدقها خلال لجنة من المحكمين المختصين، كما تم التحقق من ثباتها بفحص الاتساق الداخلي لفقرات الأداة بحساب معامل كرومباخ ألفا (**cronbach alpha**) ، حيث بلغ معامل الثبات حسب معامل كرومباخ ألفا (83%).

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

1. أن درجات تقدير أفراد العينة من الإداريين كانت عالية حول أثر الخدمات

المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين وذلك من حيث الأبعاد

- الخمسة (التجسيد، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة، والتعاطف) التي رسمت على أساسها الدراسة أهدافها، حيث احتل المرتبة الأولى في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف والبنوك الفلسطينية من وجهة نظر الإداريين، بعد الاستجابة، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.81)، في حين احتل المرتبة الأولى لدى الزبائن بعد التجسيد، حيث كان المتوسط الحسابي له (3.82).
2. وجود فروق ذات دلالة إحصائية لاستجابات الموظفين نحو جودة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية تعزى إلى بعد التجسيد، الاستجابة، الأمان، التعاطف.
3. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية لاستجابات الموظفين نحو جودة الخدمات المصرفية في تحقيق الميزة التنافسية تعزى إلى بعد الاعتمادية.
4. لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية حول أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين تعزى إلى متغيرات المذكورة ما عدا مكان السكن.
5. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الزبائن تعزى إلى متغير بعد الاعتمادية".
6. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الزبائن تعزى إلى متغيرات بعد الاستجابة، والأمان، والتعاطف.

7. لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية حول أثر جودة الخدمات المصرفية على

تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الزبائن تعزى إلى متغيرات

(الجنس، المستوى التعليمي، مستوى الدخل، ونوع البنك).

وفي ضوء نتائج البحث أوصى الباحث بعدد من الاقتراحات من بينها:

- منح المصارف بطاقات ائتمان لزبائنها ، وذلك لزيادة إقبال المواطنين للتعامل مع هذه المصارف .
- السعي إلى تمييز العاملين في المصارف في أدائهم مما يزيد من فرص التنافس في المصارف .
- سعي إدارة المصارف إلى إظهار المصارف بمظهر جذاب يزيد من الميزة التنافسية للمصرف.
- توفير تسهيلات القروض من خلال البطاقات الالكترونية ، مما يزيد ولاء الزبائن للمصرف ، وبالتالي يزيد من الميزة التنافسية للمصرف .
- تعاطف المصارف مع الزبائن في حال حدوث مشكلة طارئة .
- السعي الى حصول الزبائن على الخدمات البنكية والمصرفية بشكل فوري ، وتحديد وقت انجاز الخدمة للزبائن بشكل دقيق.