

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص ماجستير العلاقات العامة



عنوان البحث

قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات في القطاع البنكي داخل السعودية

Measuring customer satisfaction with the quality of banking services in Saudi Arabia

إعداد الطالبه/

مشاعل خالد الجبني

242000713

إشراف/

د. الفيصـل عبد الحميد

د. فايز جراد

العام الدراسي:

٢٠٢٤

مقدمة:

واجهت المؤسسات الخدمية عالمياً في السنوات الأخيرة تحديات عديدة نتيجة لتزايد أعدادها وتنامي حدة المنافسة بينها خاصة المؤسسات البنكية نظراً للأهمية التي تكتسبها في تنمية القطاعات الاقتصادية لذلك أصبحت جوده الخدمة المقدمة من القضايا المهمة في فكر الإدارة الحديثة فإن دور العلاقات العامة ضرورياً وهاماً في مجال خدمات العملاء .

وفي السعودية القطاع البنكي شهد تطوراً ملحوظاً مما أدى إلى حدوث تنافس عالي بين البنوك التي تسعى لتقديم خدمات متميزة لتحقيق التفوق بين المنافسين حيث أصبح رضا العميل وتحقيق رضاه هاجس المؤسسات البنكية.

ويهدف هذا البحث إلى دراسة كيفية تحسين رضا العميل من خلال تبني ممارسات إبداعية وتطوير الخدمات وتحسين جودتها في البنوك السعودية.

وذلك من خلال إستراتيجيات تهدف إلى تحسين جوده الخدمات المقدمة وتحقيق رضا العملاء وإشباع رغباتهم وكسب ولائهم.

مشكلة الدراسة:

تكمن مشكلة هذه الدراسة في التساؤل التالي: (ما مدى رضا العملاء عن مستوى جودة الخدمات المقدمة؟)

وبمعنى آخر: (إلى أي حد تتطابق توقعات العملاء لجودة الخدمات مع مستوى الأداء الفعلي؟)

على الرغم من التحسينات المستمرة في القطاع البنكي السعودي، تواجه بعض البنوك صعوبة في مواكبة تطلعات العملاء وتحقيق رضاهم التام.

شريحة من العملاء واجهوا تجارب سلبية أثرت على ولائهم لبنوك معينه لذلك هناك رغبة كبيره لدى البنوك لاستقطاب عدد اكبر من العملاء وكسب ولائهم وتحويل هذه التجارب السلبية لتجارب أفضل.

أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من كون رضا العملاء يلعب دوراً محورياً في نجاح البنوك وولاء العملاء، خاصةً في ظل التنافسية العالية في السوق السعودي، من خلال فهم العلاقة بين الجودة ورضا العملاء، يمكن للبنوك تعزيز علاقتها مع عملائها الحاليين .

وتحقيق ميزة تنافسية في السوق فيجب لفت انتباه إدارات البنوك لأهمية تحسين تجربته العملاء المصرفية .

كما هو معلوم ان التجربة المميزة تزيد من رضا العملاء وتعزز ولائهم للبنك مما يعني بقاء العملاء الحاليين واحتمالية جذب عملاء جدد.

فمن خلال هذه الدراسة يمكن معرفه أوجه القصور في الخدمات المقدمة الأمر الذي يساعد إدارات البنوك على تحسين جوده خدماتها المقدمة وتطويرها وذلك بالشكل الذي يرضي العملاء .

الأهمية العلمية :

التعرف على أبعاد جوده الخدمات المصرفية وتأثيرها على رضا العملاء .

الأهمية العملية :

مساعده صناع القرار والقائمين في البنوك في التعرف على أهمية تقييم جوده الخدمات المصرفية

أهداف الدراسة:

يهدف هذا البحث إلى استكشاف كيفية تأثير الجودة والتطوير في مجال العلاقات العامة والخدمات لتعزيز رضا العميل في القطاع البنكي،

من خلال :

١. تحليل دور الإبداع في تعزيز رضا العملاء في البنوك.
٢. دراسة تأثير التطوير والجودة في الخدمات المصرفية على رضا العميل.
٣. استكشاف العوامل المؤثرة في رضا العملاء في القطاع البنكي السعودي.
٤. تقديم توصيات لتحسين رضا العملاء من خلال تبني ممارسات إبداعية.
- ٥- توفير قاعده من المعلومات للبنوك عن تقييم العملاء للخدمات المقدمة ومدى رضاهم .
- ٦- تحديد أهم العوامل التي يولمها العميل أهميه عالية .

تساؤلات الدراسة

١. ما هو تأثير الجودة العالية في الخدمات المصرفية على رضا العملاء في القطاع البنكي السعودي؟
٢. كيف يمكن للبنوك السعودية تطوير خدماتها لضمان رضا العملاء؟
٣. ما هي التحديات التي تواجه البنوك في تطبيق ممارسات إبداعية لتحقيق رضا العملاء؟
- ٤- ما أثر الاستجابة السريعة في رضا العملاء ؟

فروض الدراسة:

- ١- هناك علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء.
٢. تؤثر العوامل الخارجية مثل الأسعار والعروض الترويجية على رضا العملاء.
- ٣-توجد علاقة بين الاستجابة وتعزيز رضا العميل في البنوك .

المنطلقات النظرية للدراسة:

شهدت المملكة العربية السعودية تطوراً كبيراً في المجالات المصرفية البنكية وقاد ذلك التطور إلى بلوغ معظم الخدمات المقدمة مرحله النضوج التي تماثل الخدمات التي تقدمها مختلف الأنظمة المصرفية التقليدية وهذا بدوره أدى إلى تقليل حدة المنافسة بين البنوك بشأن أنواع الخدمات والتسهيلات البنكية المقدمة للعملاء ومن هنا برز مفهوم الإبداع والتطوير في جوده الخدمات المصرفية بوصفه واحد من اهم المجالات التي يمكن أن تتنافس البنوك فيما بينها.

وضمن هذا السياق ظهرت مفاهيم مثل : خدمه العملاء سرعه الإنجاز، السرية في التعامل , تقييم الخدمةالخ

المنهجية وطرق البحث:

سيتم استخدام منهجية وصفية تحليلية تعتمد على جمع البيانات من خلال:

الاستبيان (عرض نتائج وتحليل الاستبيان)

مقابلات مع عملاء البنوك في السعودية،

إلى جانب تحليل الدراسات السابقة المتعلقة برضا العملاء في القطاع البنكي. سيتم التركيز على البنوك الرائدة في السعودية لمعرفة كيفية تطبيق ممارسات تطوير الجودة لتحقيق رضا العملاء.

أدوات الدراسة :

وفقا للإشكالية المطروحة سلفا والفرضيات الموضوعية والأهداف التي نسعى لتحقيقها تم الاعتماد على المنهج الاستنباطي لإننا بصدد اختبار فرضيات رئيسية . كما أنه تم الاعتماد على أداة الاستبيان باعتبارها أداة من أدوات جمع المعلومات والبيانات من أجل معرفة درجة تأثير وقوة العلاقة بين متغيرات الدراسة .

كما تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي من أجل التحليل الإحصائي وذلك باستخدام البرمجيات اللازمة .

حدود الدراسة :

الحدود الموضوعية : تقتصر الدراسة على قياس رضا العميل عن الخدمات وجودتها.

الحدود البشرية : تشمل شريحة عملاء بنوك متنوعة في المملكة العربية السعودية .

الحدود المكانية : تمت الدراسة لعدة بنوك في المملكة السعودية العربية .

الحدود الزمنية : أجريت الدراسة للفترة ما بين ٥-٥-٢٠٢٤ إلى ٧-٩-٢٠٢٤

الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع أهمية العلاقات العامة وتأثيرها على رضا العملاء من خلال المسح الإلكتروني الذي قمت به تبين لي ان بعض الدراسات السابقة في مجال جوده الخدمات في القطاع البنكي ركزت على الفقرات الخاصة بالجودة ولم تول اهتماما بالفقرات الخاصة برضا العميل عند تصميم الاستبيانات

دراسة صلاح الطالب 2003

هدفت هذه الدراسة إلى قياس جوده الخدمة المقدمة من قبل المصارف العاملة في الأردن من خلال توزيع استبانات على عملاء المصارف حتى تتمكن إدارتها من معرفه موقعها التنافسي في بيئتها بهدف مساعدة تلك الإدارات على الانطلاق لرفع مستوى الخدمات بقصد زيادة حصتها السوقية التي تقود إلى تعظيم ربحيتها.

دراسة (qwader, 2016)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير جوده الخدمات المصرفية المقدمة على رضا العملاء وسلوكهم في المستقبل وأجرى الباحث دراسة ميدانية لعدد من البنوك التجارية الأردنية في عمان .

دراسة (Ahmadi, et. Al. 2015)

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير جوده الخدمة المصرفية الإلكترونية على التزام العميل وكانت حالة الدراسة على فروع البنك الفارسي في إيران وذكرت الدراسة أن زياده التنافس رافقتها اضطرابات واسعه في مجال الاعمال المصرفية وان العديد من الأساليب القديمة قد تغيرت وتولدت بيئة تنافسيه حديثه جديده نتيجة استخدام التكنولوجيا , وفي أيامنا هذه أصبحت المنافسة على تحسين جوده الخدمة قضيه استراتيجيه للمنظمات التي تعمل في قطاع الخدمات وللوصول إلى أهداف هذه الدراسة تم توزيع ٣٥٠ استبانة على زبائن البنك الفارسي في طهران وكانت النتيجة قد بينت أن :

جوده الخدمة لها نتيجة على ابتهاج العملاء

وجود تأثير لرضا العملاء على الثقة والالتزام

وأن الدراسة قد قدمت اقتراحات لتحسين جوده الخدمات المقدمة .

خاتمه :

يعتبر موضوع رضا العميل عن جودة الخدمات البنكية من المواضيع المهمة التي جذبت اهتمام الكثير من الباحثين في مجال تسويق الخدمات، ففي السابق كان التركيز منصبا على مفهوم الجودة في المنتجات المادية الأمر الذي تنتج عنه العديد من الأساليب والإجراءات التي من خلالها يمكن للمؤسسات أن ترتقي بجودة منتجاتها ولكن بعد الثورة في مجال قطاع الأعمال الاقتصادية أدركت المؤسسات ضرورة الاهتمام بالعملاء فقد أصبح الاهتمام بموضوع جودة الخدمة ضرورة ملحة ومطلبا هاما لا يمكن للبنوك أن تتجاهله .

المراجع:

دراسة اثر جوده الخدمات المصرفية على رضا العملاء (المجلة العربية للنشر العلمي)

قياس رضا العملاء عن جوده الخدمات المصرفية (الأكاديمية الليبية للدراسات العليا)

إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية (محمود حسين الوادي)

