

جمهورية السودان
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة البحر الأحمر
كلية الدراسات العليا والبحث العلمي

أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء

دراسة ميدانية على العاملين بنك النيل الأزرق المشرق

للفترة من (٢٠١٦م . ٢٠١٨م)

بحث تكميلي مقدم لكلية الدراسات العليا والبحث العلمي

لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال

إشراف :

إعداد الطالب :

الدكتور/محمد إبراهيم عمر الحسن

زين العابدين عثمان إسماعيل

٢٠١٨م

المستخلص

تناولت هذه الدراسة موضوع أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء .

وهدفت الدراسة إلى بيان العناصر والأبعاد التي تشكل مستوى جودة الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية والأهمية النسبية لهذه العناصر من وجهة نظر عملائها كما هدفت إلى قياس جودة الخدمات من خلال توقعات العملاء ضمن واقع الخدمة المصرفية الفعلية .

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي إضافة إلى المنهج التاريخي لمتتبع الأدبيات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، من أهمها ما يلي:

- هنالك أثر ملموس لجودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء .
- يركز البنك على إمداد وحداته بالخدمات الإلكترونية المتطورة ويحرص على تجديدها لمواكبة متطلبات عملائه.
- تتمثل الأبعاد التي تشكل جودة خدمات البنك في وسائل الاتصال الحديثة
- (التكنولوجيا ، وقاعدة بيانات العميل ، والعلاقة الجيدة مع العميل).
- تأسيساً على النتائج أعلاه؛ يوصي الباحث بالآتي:
- العمل على استدامة الأداء المصرفي وفق جودة في خدماته لكسب المزيد من العملاء.
- يجب أن يجدد البنك وبشكل راتب كل آلياته ووحداته الإلكترونية المصرفية ليوكب التطورات في خدمة العميل
- ضرورة تكوين قواعد معلومات عن العملاء لمالها من أهمية في مجال زيادة قيمة العميل.

Abstract

This study addressed the impact of banking services quality on the customers' satisfaction

The study aimed at stating the factors and dimensions that form the level of services quality rendered by the commercial banks, the relative importance from customer's point of view, measuring the services quality through the expectations of the customers within the actual banking services.

The research followed the analytical descriptive method in addition to the historical method to track the literature reviews which related to the subject of the study.

The research reached to number of results, the most important of which are the followings:

- There is a tangible impact of banking services quality on the customers' satisfaction
- The BNMB focuses on supplying its departments with advanced electronic services, and keen to renew them to meet the customers' needs.
- The dimensions that form the bank services quality represent in the modern means of telecommunications (Technology, customer data-base and good relationship with the customer)

Based on the above results, the researcher recommends the following:

- Working on sustaining the banking performance according to the top quality of its service to gain more customers.
- The BNMB have to regularly update its mechanism and banking electronic units to keep pace with the development in customer's service

- The necessity to form information bases about the customer, which has importance in the domain of the customer's value.

قائمة الموضوعات

رقم الصفحة	عنوان الموضوع
	البسمة
أ	الآية
ب	الإهداء
ج	الشكر والعرفان
د	المستخلص
هـ	Abstract
و	قائمة الموضوعات
ح	قائمة الجداول
ي	قائمة الأشكال
ك	قائمة الملاحق
	الفصل الأول : مقدمة البحث
١	خطة البحث
	الفصل الثاني : الجودة والعملاء
	المبحث الأول : المفاهيم العامة لجودة الخدمات المصرفية
	المبحث الثاني : العملاء (مفاهيم أساسية عن العملاء).
	المبحث الثالث : تقييم رضا العملاء
	المبحث الرابع : وظائف إدارة خدمات العملاء.
	الفصل الثالث : دراسة الحالة
	أولاً : نبذة تعريفية عن بنك النيل الأزرق المشرق
	ثانياً : الهيكل التنظيمي لبنك النيل الأزرق المشرق
	الفصل الرابع : الدراسة الميدانية
	المبحث الأول: إجراءات الدراسة وتحليل البيانات
	المبحث الثاني: مناقشة وإثبات الفرضيات
	الخاتمة
	أولاً : النتائج
	ثانياً : التوصيات
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

أولاً : النتائج

(أ) نتائج خاصة :

- هنالك أثر ملموس لجودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء.
- يهتم البنك بجمع البيانات التي توضح احتياجات العملاء من الخدمات المصرفية لتقديمها بالشكل المميز.
- زاد طلب الخدمات من قبل عملاء البنك نتيجة لتبنيه استراتيجية التوجه الداخلي بغرض كسب ولاء ورضا العميل.
- لم تطرأ اختلافات كبيرة بين توقعات العملاء لأبعاد جودة الخدمات التي يقدمها البنك وبين إدراكات مديره وموظفيه لتلك التوقعات.
- يركز البنك على إمداد وحداته بالخدمات الإلكترونية المتطورة ويحرص على تجديدها لمواكبة متطلبات عملائه.
- يقوم البنك بقياس جودة خدماته التي يقدمها من خلال أخذ رأي العملاء المستفيدين من تلك الخدمات.
- تتمثل الأبعاد التي تشكل جودة خدمات البنك في وسائل الاتصال الحديثة (التكنولوجيا ، وقاعدة بيانات العميل ، والعلاقة الجيدة مع العميل).
- يقوم البنك بتصميم خدماته للعملاء وفق توظيف عناصر مزيج ناجحة.
- إدارة البنك تبدي اهتماماً إستراتيجياً لمتتين العلاقة مع عملائه .
- منسوبو البنك قدموا خدمات متميزة للعملاء مما زاد من إقبالهم على التعامل مع البنك
- يحظى محور تدريب مصرفيي البنك باهتمام كبير من قبل إدارة البنك العليا

(ب) نتائج عامة :

- معظم البنوك التجارية تتنافس فيما بينها على تبسيط النواحي الاجرائية لعملائها لما لها من مزايا زيادة ايراداتها.
- التنافس الشريف فيما بين البنوك التجارية بالولاية يجبر لصالح اجتذاب العملاء.
- تركز البنوك التجارية على حسن التعامل مع العملاء وتقوية العلاقة معهم

- تتبنى البنوك شعار أولوية جودة خدماتها باعتبارها مدخل لاكتساب وتعزيز الإيرادات.
- هناك قناعة راسخة لدى مدراء البنوك التجارية بأن جودة الخدمات هي السبب الرئيسي في تحسين الصورة الذهنية عنها وبالتالي زيادة إيراداتها.
- تضع إدارات البنوك التجارية بالولاية موازنة مدروسة بين الخدمات المقدمة والإيرادات المراد تحقيقها
- تركز البنوك التجارية على الترويج الواسع لخدماتها المصرفية عبر الوسائط الإعلامية
- هناك حرص من إدارات البنوك التجارية على الثبات في مستوى تصميم خدمات مصرفية تفضيلية ذات جودة عالية.
- تحرص غالبية البنوك على إضافة خدمات جديدة بغرض اجتذاب المزيد من العملاء لها ولتتميز بها عن البنوك الأخرى.

ثانياً : التوصيات :

(أ) توصيات خاصة :

- العمل على استدامة الأداء المصرفي وفق جودة في خدماته لكسب المزيد من العملاء.
- ضرورة إتباع أساليب بحثية واستقصائية لمعرفة احتياجات العملاء من الخدمات المصرفية وتلبية تلك الاحتياجات على أساسها.
- يجب تدعيم إدارات التسويق الداخلي بمزيد من الكوادر المؤهلة والمدربة بغرض كسب ولاء ورضا العملاء واجتذاب المزيد منهم.
- ضرورة تركيز المدراء والموظفين على إبتكار الخدمات وفقاً للتوقعات التي تتسق مع رؤى العملاء
- يجب أن يجدد البنك وبشكل راتب كل آلياته ووحداته الإلكترونية المصرفية ليواكب التطورات في خدمة العميل
- ضرورة تنمية علاقات البنك مع عملائه الحاليين والمرتقبين والعمل معاً وفق مبدأ الشراكة والفريق الواحد.
- ضرورة تكوين قواعد معلومات عن العملاء لمالها من أهمية في مجال زيادة قيمة العميل.
- ضرورة أن يقوم البنك بتصميم خدماته وفق عناصر المزيج التسويقي.
- العمل على إشراك العميل في كافة العمليات التي يتعامل بها مع البنك واستشارته في طبيعة الخدمات المقدمة من حيث الجودة أو الرداءة
- ضرورة تحفيز ومكافأة الموظفين الذين يتقانونا في تقديم خدمات متميزة لعملاء البنك
- العمل على تدريب وتأهيل الكوادر العاملة بالبنك وأخذ الجوانب الإيجابية من دوران العمل فيما بينهم.

(ب) توصيات عامة :

- ضرورة تركيز البنوك التجارية على تبسيط النواحي الإجرائية لعملائها بغية اكتساب ميزات تفضيلية جيدة
- العمل على بث روح المنافسة الشريفة وسط الكوادر المصرفية بما لا يتعارض مع اللوائح المصرفية
- العمل على استصحاب كل صور وأبعاد جودة الخدمات المصرفية في كافة أنشطة التعامل مع العملاء وتقوية العلاقة معهم.
- ضرورة أن تعمل الإدارة العليا على دعم العلاقة بينها وبين منسوبيها وتوظيفها لمصلحة خدمة العملاء.
- يجب إقامة دورات تثقيفية مكثفة للموظفين لإعلاء شعار أن العميل دائماً على حق وتحسين الصورة الذهنية لديهم عن البنك.
- ضرورة مواصلة تقديم الدعم المستمر لإدارة خدمات العملاء واعتماد برامج دعائية للترويج لخدماتها
- ضرورة ربط سياسات البنك الإدارية بمعايير تفضيلية لخدمة العملاء الحاليين وحفز المرتقبين بإتجاه استقطابهم للبنك.
- ضرورة اهتمام الإدارة بخدمة المكاتب الأمامية للبنك من خلال موظفين يجيدوا التعامل مع العملاء ليكونوا نافذة وصل جيدة معهم