

قياس جودة الخدمه في البنوك التجاريه في الأردن

"دراسة تطبيقية من وجهة نظر الإدارة والعملاء"

اسم الطالب

نيفين نشأت السلايطه

اسم المشرف

د. نافز نمر علي

الملخص

الغايه الجوهرية: الغايه الجوهرية من هذه الدراسة هو قياس مستوى الفجوه مابين وجهات نظر الإدارة حول توقعات العميل وتوقعات العميل لأبعاد جودة الخدمة في البنوك التجارية في الأردن من أجل تقليص هذه الفجوة لتلبية توقعات العملاء، كما تبحث الدراسة في أثر ابعاد جودة الخدمه مجتمعه (الملموسيه، الإعتماديه، الإستجابيه، الموثوقيه (الضمان)، التعاطف والخدمات الإلكترونيه) على ادراكات الإدارة لتوقعات اعلاء وتوقعات العملاء لأبعاد جودة الخدمه.

المنهجية: تم الاعتماد على الدراسة الكمية، حيث تم الحصول على عينه ملائمه بعد توزيع أكبر عدد من الإستبيانات لإدارات و عملاء البنوك التجاريه، في المجموع حصل الباحث على: 362 استبيان عميل و168 استبيان مدير (عينه ملائمه)، نتائج الدراسة تم تحليلها باستخدام الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعيه (SPSS) الإصدار 22.

الإستنتاجات: بعد اختبار الفرضيات باستخدام تقنيات متنوعة، تبين أن هناك اختلافاً بين تصورات الإدارة عن توقعات العميل وتوقعات العميل لأبعاد جودة الخدمة (الملموسية، الإعتمادية، الإستجابية، الموثوقية (الضمان)، التعاطف والخدمات الإلكترونية). كما توصلت إلى أن أبعاد جودة الخدمة مجمعة كمتغيرات مستقلة لها تأثير كبير على تصورات الإدارة لتوقعات العميل وتوقعات العميل لأبعاد جودة الخدمة كمتغيرات تابعة.

على وجه الخصوص، تتمتع الملموسية بأعلى تأثير على إدراك الإدارة لتوقعات العميل، ثم الخدمات الإلكترونية، ثم التعاطف وأخيراً الاستجابة، في حين أن الاعتمادية والموثوقية (الضمان) ليس لهما تأثير على إدراك الإدارة لتوقعات العميل. على الجانب الآخر؛ تتمتع الاعتمادية بأعلى تأثير على توقعات العملاء ، ثم الخدمات الإلكترونية ، ثم الملموسية ، وأخيراً الاستجابة ، في حين أن التعاطف والموثوقية (الضمان) ليس لهما أي تأثير على توقعات العميل. هذه الدراسة مفيدة للبنوك التجارية بحيث يمكنها تحسين جودة الخدمة للاحتفاظ بعملائها. وبالمثل ، يمكن لصانعي السياسات وضع الخطط المستقبلية في القطاع المصرفي بناءً على المعلومات المقدمة من العملاء أثناء إجراء هذه الدراسة. وبنفس الطريقة، يمكن أن تسهم أيضاً في قطاعات أخرى من خلال توفير معلومات أساسية عن جودة الخدمة في القطاع المصرفي الأردني.

الكلمات الداله: أبعاد جودة الخدمة، فجوة المعرفة، وجهات نظر الإدارة حول توقعات

العملاء، توقعات العملاء، الخدمات الإلكترونية.