

أثر الذكاء الإستراتيجي على جودة الخدمات المصرفية " دراسة ميدانية في قطاع المصارف التجارية الأردنية "

إعداد

ملك محمد حسين أبو زيدان

المشرف

د. فراس أكرم ملحم الرفاعي

المشرف المشارك

أ.د. نجم عبود نجم

جامعة الزيتونة الأردنية، 2020

الملخص

تهدف هذه الرسالة إلى التعرف على أثر الذكاء الإستراتيجي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك التجارية الأردنية، وذلك من أجل تحسين مستوى القوى البشرية العاملة في البنوك التجارية الأردنية بما يساهم في تقديم مستوى خدمات مميزة للعملاء في البنوك التجارية الأردنية، كما تشمل الدراسة التعرف على أثر كل من (النوع الإجتماعي والفئة العمرية والحالة الإجتماعية والتحصيل العلمي وعدد سنوات الخبرة والمستوى الوظيفي) للمدراء والموظفين ورؤساء الشعب على الذكاء الإستراتيجي وجودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنوك التجارية الأردنية.

وتعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، ولقد تم استخدام الاستبانة لاستطلاع آراء عينة الدراسة التي بلغت (383) استبيان، والمكونة من المدراء ورؤساء الشعب والموظفين والفنيين العاملين في قطاع البنوك التجارية الأردنية، والذين بلغوا (58) مديراً و(72) رئيس شعبة و(235) موظف و(18) فني، حيث مثل هذا العدد مجتمع الدراسة، كما استخدم أسلوب العينات في الدراسة.

وقد أظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الذكاء الإستراتيجي (الرؤية، الدافعية، الشراكة) وأبعاد جودة الخدمة المقدمة للعملاء في قطاع البنوك التجارية الأردنية، كما أثبتت الدراسة أن أبعاد الذكاء الإستراتيجي (الرؤية، الدافعية، الشراكة) يؤثران تأثيراً ذا دلالة إحصائية على تحقيق جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء في قطاع البنوك التجارية الأردنية، كما وأظهرت أنه لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين استجابات الباحثين حول أثر الذكاء الإستراتيجي على تحقيق أعلى مستوى من جودة الخدمة من خلال الصفات الشخصية والوظيفية (النوع الإجتماعي والفئة العمرية والحالة الإجتماعية والتحصيل العلمي وعدد سنوات الخبرة والمستوى الوظيفي).

وأوصت الدراسة بالعديد من التوصيات أهمها: دعوة البنوك التجارية الأردنية إلى الاهتمام بالذكاء الإستراتيجي وأبعاده، حيث أنه يقدم في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فرصاً كبيرة من أجل تحسين الأداء وإنشاء ميزة تنافسية في قطاع المصارف التجارية الأردنية الذي يتسم بالمنافسة الشديدة، وتعزيز مستوى الذكاء الإستراتيجي لدى المديرين والموظفين من خلال مشاركتهم في برامج التدريب والتطوير الموجهة للبنوك وخاصة في مجال تحسين جودة الخدمة عن طريق مشاركتهم في اتخاذ القرارات ووضع الأهداف، وتعزيز رؤية الموظفين من قبل الإدارة العليا في قطاع المصارف بما يخدم بتقديم أعلى مستوى من جودة الخدمة.

الله ولي التوفيق