

دور ادارة علاقات العملاء في تحقيق الميزة التنافسية في القطاع المصرفي

اعداد الطالبة: نانسي سعود سعد الدين العلمي

اشراف الدكتور: ابراهيم عوض

ملخص:

هدفت هذه الدراسة الى اختبار وفحص دور ادارة علاقات العملاء في بناء ميزة تنافسية في القطاع المصرفي ومدى اهتمام البنوك العاملة في فلسطين بممارسة مفهوم ادارة علاقات العملاء أثرها على بناء الميزة التنافسية. كما تهدف أيضاً الى التعرف على دور الوظائف الداعمة لإدارة علاقات العملاء والتي تتضمن (التسويق، تكنولوجيا المعلومات، خدمة العملاء، والجودة) وتأثيرها على بناء الميزة التنافسية. كما تناولت الدراسة أيضاً فحص الاختلافات بين البنوك الاسلامية، البنوك الوافدة والبنوك المحلية في تطبيق ادارة علاقات العملاء والوظائف الداعمة لها لتحقيق ميزة تنافسية. وشملت الدراسة مقرات الادارة العامة الموجودة في محافظة رام الله والبيرة لثمانية بنوك وهم البنك العربي، بنك فلسطين، البنك الاسلامي العربي، البنك الاسلامي الفلسطيني، البنك الوطني، البنك العقاري المصري، بنك الاستثمار الفلسطيني، والبنك الأهلي. وتم استخدام مزيج من المنهج الوصفي والمنهج التحليلي. وفي سبيل تحقيق ذلك تم تصميم وتحكيم استبانة، وتوزيعها على (94) موظفاً يشغلون مواقع وظيفية من درجة رئيس قسم فأعلى في مقرات الادارة العامة للبنوك المبحوثة.

وأظهرت نتائج الدراسة أن تطبيق مفهوم ادارة علاقات العملاء يؤدي الى تحقيق ميزة تنافسية من خلال التطبيق الفعال للوظائف الداعمة لإدارة علاقات العملاء، كما وأظهرت النتائج اهتمام البنوك المبحوثة بممارسة وتطبيق ادارة علاقات العملاء التي تؤدي الى اكتساب العملاء والمحافظة عليهم وتقوية العلاقات طويلة الأمد معهم. كما وبينت نتائج الدراسة وجود علاقة ايجابية بين الوظائف الداعمة لإدارة علاقات العملاء وبين الميزة التنافسية حيث كان لتكنولوجيا المعلومات الأثر الايجابي الأكبر، ثم التسويق، ثم خدمة العملاء ثم الجودة.

من جانب آخر، أظهرت الدراسة وجود فروق ذات دلالة احصائية بين البنوك الوافدة والمحلية في ممارسة ادارة علاقات العملاء والوظائف الداعمة في محور التسويق، وعدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين

الوظائف الداعمة الأخرى. كما بينت الدراسة بأن البنوك المبحوثة تعتمد على أكثر من استراتيجية تنافسية واحدة.

وتضمنت الرسالة عدة توصيات أهمها، أن على البنوك الاهتمام ودعم العلاقات مع العملاء من خلال تخصيص ادارة تهتم باستقطاب العملاء والمحافظة عليهم وتقوية العلاقات معهم، كما يجب على البنوك تقديم خدمات جديدة ومميزة بصورة مستمرة من أجل جذب عدد أكبر من العملاء. كما وأوصت الرسالة بضرورة التركيز على استراتيجيات التنافسية. من جانب آخر، أوصت الرسالة بالاستثمار في الموارد البشرية العاملة بالبنوك وتقوية معرفتهم بإدارة علاقات العملاء واستراتيجيات التنافسية.