

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات المصرفية

أسم الطالب

سلوى سعيد رجب المالكي

مشروع تخرج- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2025/10/30

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1. المقدمة

تُعدّ الخدمات المصرفية العمود الفقري لأي نظام اقتصادي معاصر، إذ تلعب البنوك دورًا محوريًا في تمويل الأنشطة التجارية والاستثمارية وتيسير المعاملات المالية للأفراد والمؤسسات. ومع التحولات الاقتصادية والتقنية التي يشهدها العالم، أصبحت جودة الخدمات المقدمة من قبل البنوك معيارًا أساسيًا لتقييم أدائها وقدرتها التنافسية في السوق. فالمؤسسات المصرفية التي تسعى إلى النجاح في بيئة مالية متغيرة لا تكتفي بتقديم خدماتها التقليدية، بل تركّز على تحقيق مستويات عالية من الجودة والتميز لضمان رضا عملائها والمحافظة عليهم.

في هذا السياق، برزت جودة الخدمات المصرفية كأحد أهم المؤشرات التي تحدد مدى فاعلية القطاع المالي في تلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم. وتشمل هذه الجودة مجموعة من الأبعاد، مثل سرعة تقديم الخدمة، ودقة المعلومات، وسهولة الوصول، وكفاءة الموظفين، ومستوى الأمان والثقة في العمليات المصرفية. إن إدراك العملاء لهذه الأبعاد يشكّل الأساس في تكوين انطباعهم عن البنك، وبالتالي يؤثر مباشرة في مستوى رضاهم وولائهم له.

وفي المملكة العربية السعودية، يشهد القطاع المصرفي تطورًا ملحوظًا مدفوعًا بالتحول الرقمي الذي تسعى إليه رؤية السعودية ٢٠٣٠، والذي يهدف إلى تعزيز الابتكار والاعتماد على التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات المالية. ويُعدّ البنك الأهلي السعودي من أقدم وأكبر البنوك في المملكة، ومن المؤسسات الرائدة التي تبنت مبادئ الجودة الشاملة وسعت إلى تطوير خدماتها بما يتناسب مع توقعات العملاء وتوجهات الدولة نحو اقتصاد رقمي متكامل.

لقد أصبح العميل اليوم أكثر وعيًا بحقوقه وتطلعاته، وأكثر قدرة على المقارنة بين الخدمات المقدمة من مختلف البنوك. ومن ثم فإن الحفاظ على رضا العميل بات تحديًا حقيقيًا أمام المؤسسات المصرفية، خاصة

في ظل المنافسة القوية التي يشهدها السوق السعودي بين البنوك المحلية والعالمية. وهنا تتجلى أهمية دراسة جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي السعودي، بوصفها تجربة تطبيقية تسعى إلى تحليل الواقع العملي وتحديد مدى التوافق بين ما تقدمه المؤسسة وما ينتظره العميل.

إن مفهوم الجودة في الخدمات المصرفية لا يرتبط فقط بسرعة الأداء أو دقة المعاملة، بل يمتد ليشمل الجانب الإنساني في التعامل، والشفافية في تقديم المعلومات، والقدرة على بناء علاقة طويلة الأمد بين العميل والبنك قائمة على الثقة والاحترام المتبادل. وكلما تمكّن البنك من إرضاء عملائه وتقديم خدمات تتسم بالاستمرارية والموثوقية، زادت قدرته على المنافسة والنمو في بيئة مصرفية متغيرة.

وتكمن أهمية هذه الدراسة أيضاً في مساهمتها في إثراء المعرفة الأكاديمية بمجال إدارة الجودة في الخدمات المالية، من خلال تسليط الضوء على مفهوم الجودة في البيئة المصرفية السعودية، وتوضيح العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء. كما تتيح نتائجها تقديم توصيات عملية يمكن أن تسهم في تحسين الأداء ورفع كفاءة الخدمة المصرفية بما ينسجم مع المعايير العالمية في هذا المجال. إضافة إلى ذلك، فإن هذه الدراسة تُعنى بدراسة تجربة واقعية لبنك وطني رائد يُعد من أكبر البنوك في الشرق الأوسط، مما يمنحها أهمية خاصة من حيث إمكانية تعميم نتائجها على بقية البنوك السعودية والخليجية.

تأتي هذه الدراسة في سياق الاهتمام العالمي المتزايد بجودة الخدمات المالية، في ظل التحول الرقمي الذي غير شكل العمل المصرفي، حيث أصبحت معظم المعاملات تتم إلكترونياً، ما يتطلب معايير جودة جديدة تواكب هذا التغيير. ومن هنا، فإن دراسة جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي السعودي تمثل جسراً بين النظرية والتطبيق، وتمنح فرصة لفهم التحديات الواقعية التي تواجه البنوك في تحسين تجربة العملاء، وتقديم خدمات أكثر كفاءة وسرعة وأماناً.

وعليه، تهدف هذه الدراسة إلى تقديم تحليل شامل لمستوى جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي السعودي، واستكشاف مدى ارتباطها برضا العملاء وولائهم، وذلك في ضوء التطورات التكنولوجية والاقتصادية التي تشهدها المملكة. ومن المتوقع أن تُسهم نتائجها في توجيه صناع القرار نحو سياسات مصرفية أكثر فاعلية تدعم جودة الخدمة وتعزز الثقة في المؤسسات المالية الوطنية.

2. مشكلة الدراسة

على الرغم من الجهود الكبيرة التي تبذلها البنوك السعودية بوجه عام، والبنك الأهلي السعودي بوجه خاص، في تحسين جودة خدماتها وتطوير بنيتها الرقمية بما يتماشى مع متطلبات العملاء، إلا أن التحدي الحقيقي لا يزال قائماً في مدى تحقيق التوازن بين التوسع في الخدمات الرقمية والحفاظ على جودة الخدمة ورضا العميل. فالتطور التقني السريع قد يؤدي أحياناً إلى فجوات في التجربة المصرفية، سواء من حيث بطء الاستجابة أو صعوبة الاستخدام أو ضعف التواصل الإنساني المباشر مع العميل.

ويواجه العملاء أحياناً مشكلات تتعلق بالأنظمة الإلكترونية، أو تأخر تنفيذ العمليات، أو الحاجة للتواصل مع خدمة العملاء لفترات طويلة، مما يؤثر سلباً على رضاهم العام عن الخدمات المقدمة. كذلك، تختلف تصورات العملاء حول الجودة من شخص لآخر؛ فالبعض يركز على سرعة الخدمة، وآخرون يهتمون بدقة المعاملات أو كفاءة الموظفين أو الأمان الإلكتروني. هذا التباين في الإدراك يجعل تقييم الجودة عملية معقدة تتطلب دراسة شاملة تراعي اختلاف فئات العملاء وأنماط استخدامهم للخدمات البنكية.

وفي هذا السياق، تظهر الحاجة إلى دراسة علمية تقيس بدقة مستوى جودة الخدمات المصرفية في البنك الأهلي السعودي، من خلال تحليل أبعاد الجودة الخمسة الأساسية: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف. كما تسعى الدراسة إلى التعرف على مدى انعكاس هذه الأبعاد على رضا العملاء وولائهم للبنك في ظل المنافسة المتزايدة بين المؤسسات المصرفية.

وتكمن مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس الآتي: ما مدى جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنك الأهلي السعودي، وما أثرها على رضا العملاء؟ ويتفرع من هذا السؤال مجموعة من التساؤلات الفرعية، مثل:

ما مدى تطبيق معايير الجودة الشاملة في البنك الأهلي السعودي؟

كيف يقيم العملاء مستوى جودة الخدمات المقدمة لهم؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى رضا العملاء تبعاً لاختلاف الفئة العمرية أو نوع الخدمة أو مستوى الدخل؟

من هنا، تهدف الدراسة إلى تقديم تصور واقعي لمستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة من البنك الأهلي السعودي، وتحديد مواطن القوة والضعف في أدائه الخدمي، بما يساعد في تحسين جودة الخدمات ورفع مستوى رضا العملاء. كما تركز على فهم العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمة، لتحديد مدى تحقيق البنك لتوازن فعال بين التقنية والإنسان في تقديم خدماته المصرفية.

إن دراسة هذه المشكلة تأتي في وقت تتسارع فيه خطوات التحول في القطاع المالي السعودي نحو الخدمات الرقمية والذكاء الاصطناعي، ما يجعل تقييم جودة الخدمات الرقمية أولوية بحثية ومجتمعية على حد سواء. فالجودة لم تعد خيارًا إضافيًا، بل أصبحت شرطًا أساسيًا لبقاء البنوك في سوق يزداد تنافسية وانفتاحًا. ومن خلال هذه الدراسة سيتم تقديم تحليل علمي يمكن أن يساهم في تعزيز وعي البنوك السعودية بأهمية الجودة في تحقيق النمو المستدام والتميز المؤسسي.

3. أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول موضوعًا حيويًا يمسّ علاقة العميل بالمؤسسة المصرفية في وقت يشهد فيه العالم تحولات رقمية سريعة. فعلى المستوى الأكاديمي، تساهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء، من خلال تطبيقها على نموذج مصرفي سعودي كبير. وعلى المستوى العملي، تقدم نتائج الدراسة مؤشرات مهمة يمكن للإدارة العليا في البنك الأهلي الاستفادة منها في تحسين سياسات الجودة وتطوير استراتيجيات التسويق والخدمة. كما تساعد في تعزيز التنافس الإيجابي بين لقياس أثر أبعاد جودة الخدمة في رضا العملاء.

قائمة المراجع

- أبو زيد، خالد. (٢٠١٩). جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العملاء في البنوك السعودية. مجلة جامعة الملك سعود – العلوم الإدارية.
- الغامدي، نورة. (٢٠٢٢). التحول الرقمي وجودة الخدمة في القطاع المصرفي السعودي. جامعة الملك عبدالعزيز.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.
- Zeithaml, V. A., & Bitner, M. J. (2003). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGraw-Hill.