

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

تخصص إدارة أعمال



تحسين جودة خدمة العملاء وأثرها على الأداء المؤسسي:

دراسة تطبيقية على بنك الرياض

إعداد الطلاب/

محمد جفال العنزي 232001400

هادي سعود عادي الشمري 233001059

إشراف/

د. الفيصّل عبد الحميد محمد حسن

العام الدراسي:

2024

3	مقدمة:
4	مشكلة الدراسة:
5	أهمية الدراسة:
5	➤ الأهمية العلمية:
6	➤ الأهمية العملية:
6	أهداف الدراسة:
7	تساؤلات الدراسة
7	فروض الدراسة:
8	نموذج الدراسة
10	الدراسات السابقة:
21	أوجه التشابه مع الدراسات السابقة:
22	الفجوة البحثية:
23	المنطلقات النظرية للدراسة:
23	تعريف التميز المؤسسي بأبعاده:
24	المنهجية وطرق البحث:
25	مصادر جمع البيانات
25	أدوات الدراسة :
26	حدود الدراسة :
27	المراجع:

مقدمة:

ازداد الاهتمام في الفترة الأخيرة بتطوير مفاهيم واستراتيجيات جودة الخدمات، كاستجابة للنمو المتزايد في صناعة الخدمات، وازدياد أهميتها سواء على مستوى الاقتصاد الدولي، أو على مستوى قطاعات الدول المختلفة. فأصبحت الجودة هي أحد أهم المعايير الأساسية لقياس أداء سلعة أو خدمة، ومع ذلك فإن قياس جودة الخدمات أمر صعب للغاية مقارنة بجودة السلع بسبب طبيعة الخدمة غير الملموسة. إن تسويق وتقديم خدمة ذات جودة يعد أحد المقومات الهامة لخلق قيمة لدى العملاء والموظفين، وضرورة حتمية لنجاح أي منظمة وبقائها

وفي ظل التغيرات التي حدثت في عالم الأعمال، والتطور في المنتجات والخدمات وتنوعها أصبح لزاماً على المنظمات أن تراعي هذه التغيرات، وأن تبحث عن الفرص المتاحة في البيئة المحيطة من أجل البقاء والنمو والربحية، وعلى أي منظمة أن تتخذ الاستراتيجية المناسبة لتحسين جودة الخدمة؛ فالمنظمات الناجحة دائماً تسعى إلى تحسين جودة خدماتها و تخطيط منتجاتها وتصميمها وفقاً لحاجات عملائها وتوقعاتهم، كما أن التطور التكنولوجي ساهم في تغير سلوك الزبائن وكيفية استقبالهم لجودة الخدمة المقدمة لهم كوسائل الاتصال الإلكترونية؛ إذ إن وسائل الاتصال الإلكترونية أتاحت فرصاً إضافية تهدف إلى إدارة العلاقة مع الزبائن التي تصنف الزبائن المريحين، والحفاظ عليهم، من خلال بناء علاقات طويلة الأمد وعدم توجيههم للمنافسين، وتشير الأبحاث والدراسات كافة، وهو من المتفق عليه تحسين جودة الخدمة المقدمة إلى العملاء هو الأهم؛ لأنهم مصدر الربح والاستمرارية، فالمصارف الناجحة دائماً تسعى إلى تحسين جودة خدماتها و تخطيطها وتصميمها وفقاً لحاجات عملائها وتوقعاتهم، بمعنى أنها تقدم خدماتها وفقاً للحاجات الشخصية للعملاء. وتحرص الكثير من المصارف على توجيه العاملين بها نحو العملاء، والتركيز عليهم والحرص على رضاهم الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق التميز التنافسي المصرفي. (صالح وآخرون، 2023)

ويعد مفهوم التميز المؤسسي واحداً من أهم عوامل النجاح في أي منظمة، ويعتبر مرحلة لما بعد الجودة، حيث أصبحت معايير التميز في مقدمة الأهداف التي تسعى لتحقيقها أي منظمة، للوصول إلى التفرد والتفوق والتميز في جميع نواحي المنظمة. ومع إزدياد المنافسة في منظمات الرعاية الصحية، أصبحت في حاجة

ماسة إلى إدارة استراتيجية واعية وفعالة يكون لديها قدرات تنافسية وابتكارية لجذب العملاء وتحقيق أكبر قدر من الرضا لديهم، وضمان ولائهم والمحافظة عليهم.

ويتحقق التميز المؤسسي من خلال القيادة المتميزة القادرة على تحديد توجهاتها الاستراتيجية وتنفيذها من خلال مواردها البشرية، وإدارة جميع مواردها الداخلية والخارجية والعمليات بنجاح.

يعد تحقيق الجودة والتميز المؤسسي غاية كل مؤسسة تسعى للدخول في المنافسة العالمية، حيث يفرض مجتمع القرن الحادي والعشرين على مختلف مؤسسات المجتمع ضرورة التوجه نحو تحقيق التميز في الأداء على المستويين الفردي والمؤسسي. ويعتبر التميز المؤسسي بمثابة نمو للمؤسسة، يمكنها من تحقيق التوازن بين احتياجات وتوقعات جميع المستفيدين. ويتم فيها تعزيز جميع الجوانب، أي أن جميع الوحدات والأقسام تتحرك بالتساوي نحو التميز، وذلك بنشر ثقافة التميز بين جميع العاملين بالمنظمة. (الرملاوي، وآخرون. 2021)

مشكلة الدراسة:

تواجه المصارف في بيئة الأعمال المالية في عالم اليوم جملة من التحديات أبرزها تحقيق التميز التنافسي، والذي يعني قابلية المصرف على تقديم القيمة المتفوقة للعملاء، الذين يتمنون الحصول عليها ولتحقيق ذلك فإن الأمر يتطلب إدارة رشيدة لعلاقات العملاء؛ إذ إن عددًا من قادة المصارف التجارية يواجهون مشكلة فهم إدارة علاقات العملاء، والذي ينعكس في صور متعددة، منها عدم الاهتمام بالعملاء الذين يرتادون المصارف وتأخير تقديم الخدمة المصرفية للعملاء، وتردي بيئة المصارف الداخلية، والانتظار الطويل داخل المصرف عند الإيداع النقدي؛ بسبب قلة عدد الكاونترات التي تقدم الخدمة، ومواجهة الصعوبة الشديدة عند فتح الحساب المصرفي، مع وجود تعقيدات متعددة خصوصاً في بعض المصارف عن غيرها، والصعوبة في عمليات السحب النقدي خصوصاً في ظل الأوقات الحرجة، وتأخير عمليات إجراءات المقاصة في ظل توفر خدمة المقاصة الإلكترونية، هذا بالإضافة إلى ضيق ساعات العمل المصرفية، الأمر الذي ينعكس بالسلب على جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء، والذي يؤدي بدوره إلى ترك العملاء للمصرف،

وتحولهم لمصرف آخر، مما ينعكس في نهاية المطاف على التميز المؤسسي والتنافسي للمصرف. تأسيساً لما سبق يمكن توضيح مشكلة الدراسة بصورة أكثر وضوحاً في السؤال الرئيس الآتي:

ما مدى تأثير تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأثرها في الأداء المؤسسي بابعاده (القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات)، في بنك الرياض؟

أهمية الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة ذات أهمية كبيرة من الناحيتين النظرية والعملية، حيث تسهم في تعزيز الفهم العلمي لأثر تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأثرها في الأداء المؤسسي بابعاده (القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات)، في بنك الرياض،، وتم اختبارهما في الممارسة العملية من هذين المنظورين:

➤ الأهمية العلمية:

- تسهم الدراسة في توسيع المعرفة الأكاديمية حول العلاقة بين جودة خدمة العملاء والأداء المؤسسي. هذا يضيف إلى الأدبيات الموجودة في مجالات مثل إدارة الجودة، رضا العملاء، والأداء المؤسسي.
- تساهم الدراسة في تطوير وتحديث النظريات المتعلقة بكيفية تأثير جوانب مختلفة من جودة الخدمة (مثل الجودة الوظيفية والجودة الفنية) على الأداء المؤسسي. هذا يمكن أن يؤدي إلى نماذج نظرية جديدة تساعد في تفسير الظواهر بشكل أفضل.
- توفر الدراسة توصيات عملية يمكن لبنك الرياض تنفيذها لتحسين جودة خدمة العملاء، مما يؤدي إلى تحسين الأداء المؤسسي بشكل شامل.
- تساعد النتائج في تطوير استراتيجيات وسياسات فعالة لتحسين جودة الخدمة، مما يمكن أن يترجم إلى تحسينات ملموسة في العمليات والخدمات المقدمة للعملاء.

- تقدم الدراسة بيانات ورؤى قيمة تساعد الإدارة في اتخاذ قرارات مستنيرة ومبنية على الأدلة لتحسين جودة الخدمة

➤ الأهمية العملية:

- تقديم توصيات عملية لبنك الرياض حول كيفية تحسين جودة الخدمة لتحقيق أداء مؤسسي أفضل، لمساعدة البنك في تحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين والعمل على تطويرها.
- تزويد القادة وصناع القرار في بنك الرياض بمعلومات موثوقة ومركزة على البحث حول كيفية تحسين الأداء المؤسسي من خلال تحسين جودة الخدمة.
- تقديم إرشادات عملية لتطبيق استراتيجيات تحسين الجودة في الخدمات البنكية.
- تحفيز البنوك والمؤسسات المالية الأخرى على تبني استراتيجيات مشابهة:
- نتائج الدراسة قد يشجع البنوك والمؤسسات المالية الأخرى على تبني استراتيجيات تحسين جودة الخدمة مما يرفع من مستوى الأداء المؤسسي في القطاع المالي ككل.
- تقديم رؤى حول كيفية تعزيز الشراكات المؤسسية والاستفادة من الموارد البشرية والعمليات بشكل أكثر فعالية لتحقيق أهداف المؤسسة.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأثرها في الأداء المؤسسي بأبعاده (القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات)، في بنك الرياض، وتتفرع منه عدة أهداف فرعية:

- دراسة كيفية تحسين الجودة الوظيفية وتأثيرها على عناصر الأداء المؤسسي مثل القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات.
- دراسة كيفية تحسين الجودة الفنية وتأثيرها على الأداء المؤسسي في بنك الرياض.

- دراسة العلاقة بين التحسينات في جودة الخدمة الوظيفية والفنية وتأثيرها الشامل على الأداء المؤسسي:

- تقديم توصيات محددة لبنك الرياض حول كيفية تحسين جودة الخدمة بأبعادها المختلفة لتحقيق أفضل أداء مؤسسي.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي: هل هناك أثر لتحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأثرها في الأداء المؤسسي بأبعاده (القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات)، في بنك الرياض؟

وينبثق عن هذا السؤال عدد من الأسئلة الفرعية الآتية:

- كيف تؤثر التحسينات في الجودة الوظيفية على جوانب الأداء المؤسسي مثل القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات؟
- كيف تؤثر التحسينات في الجودة الفنية على الأداء المؤسسي في بنك الرياض؟
- ما هو الأثر الكلي لتحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها المختلفة على الأداء المؤسسي في بنك الرياض؟
- ما هي الإجراءات التي يمكن اتخاذها لتعزيز فعالية القيادة والاستراتيجيات والسياسات والعمليات المؤسسية؟

فروض الدراسة:

بناء على ما تم عرضه من أهداف الدراسة ومشكلتها وأهميتها يمكننا تحديد فرضيات الدراسة من خلال

فرضية رئيسية تتمثل في:

الفرضية الرئيسية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأثر تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأثرها في الأداء المؤسسي بأبعاده (القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات)، في بنك الرياض وينبثق عن هذه الفرضية عدد من الفرضيات هي كما يلي:

– الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين الجودة الوظيفية وأثرها في الأداء المؤسسي بابعاده (القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات)، في بنك الرياض).

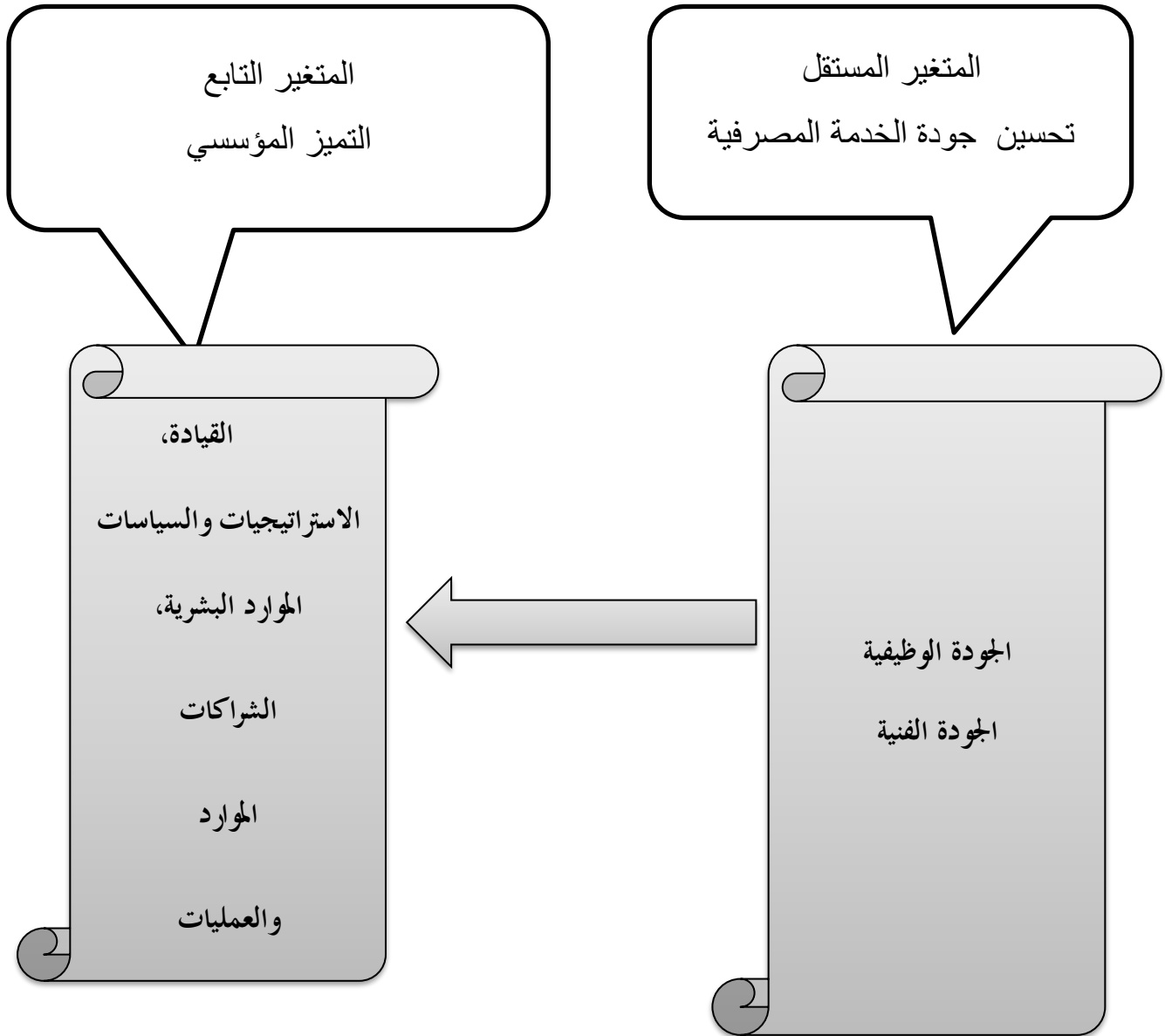
– الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتحسين الجودة الفنية وأثرها في الأداء المؤسسي بابعاده (القيادة والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية والشراكات والموارد والعمليات)، في بنك الرياض

نموذج الدراسة

يهدف هذا النموذج إلى دراسة أثر تحسين جودة الخدمة المصرفية بابعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأبعاد التميز المؤسسي (القيادة، والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية، والشراكات والموارد والعمليات في مصرف الرياض محل البحث ويتضمن المتغيرات التالية:

– المتغير المستقل: تحسين جودة الخدمة المصرفية بابعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية)
– المتغير التابع : التميز المؤسسي (القيادة، والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية، والشراكات والموارد والعمليات)

الشكل رقم (1) متغيرات الدراسة



المصدر: إعداد الباحث

الدراسات السابقة:

الدراسة	مرسي، (2022)
أهداف الدراسة	هدفت الدراسة إلى التعرف على دور إدارة المعرفة في تطوير الأداء المؤسسي في المؤسسات الحديثة
المتغير المستقل	إدارة المعرفة
المتغير التابع	تطوير الأداء المؤسسي
منهجية البحث	استخدمت الدراسة المنهج الوصفي.
أهم النتائج والتوصيات	توصلت إلى عدد من النتائج تعلق بضرورة الأخذ بمدخل إدارة المعرفة في تطوير الأداء لما له من أثر إيجابي على كافة مستويات الأداء والخدمات التي تقدمها المؤسسات، وأوصت الدراسة بضرورة إدراك المؤسسات أهمية المعرفة وإدارة عملياتها والاهتمام برفع قيمتها بشكل مستمر، وتوفير كل الإمكانيات المحققة لذلك، مع التوجه إلى الأنظمة الإدارية اللامركزية ومنح وتفويض السلطات والاعتماد على الهيكل التنظيمي المرن بما يتلاءم والتطبيق الفعال لإدارة المعرفة. والاهتمام بتطوير البنى التحتية لتقنية المعلومات لتعزيز منافع المعرفة واستحداث إدارة خاصة للمعرفة تعمل على تنظيم عمليات المعرفة والرقابة والتطوير والمتابعة، واستحداث نظم للحوافز المعنوية والمادية مع محاولة ربطها بالترقية للمناصب الأعلى لتحفيز اهتمام القيادات الإدارية والعاملين على اكتشاف المعرفة وتطبيقها بما يفيد العمل. وكذا العمل على تعزيز وتنمية قدرات العاملين وتطويرها باستمرار، وضرورة العمل على تطبيق المعرفة المتاحة والمكتسبة والإفادة منها في المجالات الخاصة بها.
الدراسة	الحاج، و عبدالرحمن . (2020).

أهداف الدراسة هدف البحث إلى التعرف على جودة الخدمات المصرفية في البنوك السعودية بالتطبيق على بنك الراجحي فرع جامعة الإمام بالمملكة العربية السعودية بالرياض. وعرض البحث أطراً مفاهيمياً تضمن الخدمات المصرفية.

المتغير المستقل	جودة الخدمات المصرفية
المتغير التابع	الثقة والاعتمادية لدى العملاء
منهجية البحث	واعتمد البحث على المنهج الوصفي، والمسح الاجتماعي. وتمثلت أداة البحث في استمارة استبيان، وتم تطبيقها على عينة من العملاء، والبالغ قوامها (50) عميل.
أهم النتائج والتوصيات	وجاءت نتائج البحث مؤكدة على تأثير جوانب وأبعاد جودة الخدمة على إدراكات وتوقعات العملاء للموسمية الخدمة فيها، وتؤثر زيادة جودة الخدمة على درجة الثقة والاعتمادية لدى العملاء. وأوصى البحث بضرورة تفعيل تطبيق إدارة الجودة الشاملة بالمصارف السعودية على الجودة، وتجويد الخدمات المصرفية، وتدريب العاملين بالمصارف السعودية على الجودة

الدراسة	أحمد، و خطاب، (2022).
أهداف الدراسة	هدفت الدراسة إلى تحليل أثر جودة خدمة الدفع عبر الموبايل على رضا العملاء في المصارف العاملة بالسودان..

المتغير المستقل	جودة الخدمات المصرفية
المتغير التابع	رضا العملاء لنظام الدفع
منهجية البحث	استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتم صياغة خمسة فرضيات وهي عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة خدمة الدفع عبر الموبايل (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) على رضا العملاء. استخدم الباحثان الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وبلغت عينة الدراسة (150) من عملاء المصارف التي تقدم خدمة الدفع عبر الموبايل

أهم النتائج والتوصيات توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها، وجود أثر ذو دلالة إحصائية لجودة خدمة الدفع عبر الموبايل على رضا العملاء، بالإضافة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد التعاطف كأكبر بعد ذو أثر على رضا العملاء. كما أظهرت النتائج أن موظفو المصارف هم مصدر المعرفة بالخدمات المقدمة عبر الدفع بالموبايل، وأن خدمة تغذية الكهربياء هي الأكثر استخداماً بين العملاء. أوصت الدراسة بضرورة التركيز على مؤشرات بعد التعاطف باعتباره أكثر الأبعاد تأثيراً على رضا العملاء، كما أوصت الدراسة بإضافة خدمات أخرى علاوة على الخدمات الحالية وتفعيل الدفع عبر الموبايل للقطاع الحكومي، وزيادة الوعي والترويج لخدمات الدفع عبر الموبايل من خلال الموظفين والأدوات الأخرى.

الدراسة	العساف، وأبو بكر. (2023).
أهداف الدراسة	سعت الدراسة الحالية على الكشف عن أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الأردنية: الدور المعدل الرأس المال البشري، حيث بلغ عددها ثلاثة عشر بنكاً تجارياً أردنياً، أما مجتمع الدراسة فقد تكون من العاملين في البنوك التجارية الأردنية وبلغ عددهم (16417) عاملاً، وتم اختيار عينة عشوائية طبقية تناسبية، تكونت من (378) موظفاً من جميع المستويات الإدارية.
المتغير المستقل	التحول الرقمي
المتغير التابع	جودة الخدمة المصرفية
منهجية البحث	اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة في جمع البيانات من وحدة المعاينة. وللإجابة على أسئلة الدراسة وقياس مستوى موافقة المستجيبين على محتوى فقرات الاستبانة ثم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري. وتم توظيف معامل الانحدار المتعدد لإختبار أثر التحول الرقمي بأبعاده على جودة الخدمة المصرفية بأبعاده والانحدار المتعدد الهرمي لإختبار الدور المعدل الرأس المال البشري في تعديل أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة المصرفية.

أهم النتائج والتوصيات أظهرت نتائج الدراسة توفر درجة تطبيق مرتفعة للتحويل الرقمي في البنوك التي تم بحثها، وكذلك

مستوى مرتفع من جودة الخدمة المصرفية، بالإضافة الى اهتمام بدرجة مرتفعة براس المال البشري في البنوك . كما تبين وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي بأبعاده تكنولوجيا المعلومات، الابتكار التكنولوجي، الموارد البشرية على جودة الخدمة المصرفية بأبعادها (الاعتمادية، الاستجابة الأمان) بينما بعد العمليات) للتحويل الرقمي لم يثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية على جودة الخدمة المصرفية بأبعادها، كما بينت نتائج الدراسة أن رأس المال البشري عدل ايجابيا أثر التحويل الرقمي على جودة الخدمات المصرفية.

وخلصت الدراسة الى عدة توصيات أهمها : الإطلاع على التجارب العالمية الناجحة في مجال التحويل المصرفي الرقمي، والمقارنات المرجعية في ذات الصناعة والممارسات الأفضل في المجالات الخدمية الأخرى، سعيا للوصول الى افضل مستوى من جودة الخدمات المصرفية.

الدراسة	عبدالباقي، وزكي (2020).
أهداف الدراسة	يهدف البحث إلى التعرف على مدى توافق جودة الخدمات المصرفية مع توقعات عملاء البنك، تحليل مدى مساهمة جودة الخدمة في إرضاء العملاء، توضيح اختلاف تقييمات عملاء البنك لجودة الخدمات المقدمة باختلاف بعض المتغيرات مثل سنوات التعامل وعدد مرات التعامل.
المتغير المستقل	تمثلت أهمية البحث في المساهمة في إثراء المكتبة الجامعية ببحث ذا بعدين يوضح أهمية الجودة التسويقية بربط التسويق بالجودة، وأهمية جودة الخدمات المصرفية في جنب العملاء والاستفادة العملية للبنوك في هذا الجانب.
دور كفاءة العاملين	

منهجية البحث

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واختبر البحث عدد من الفروض منها:
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة العاملين وجودة الخدمة المصرفية (خدمة العميل) حسب وجهة نظر العاملين، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين خدمة العملاء وجنب العميل وجهة نظر العاملين، توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة العاملين وجنب العميل وجهة نظر العاملين.

أهم النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها لدى العاملين كفاءة عالية وهي بدورها تؤدي إلى الزيادة في جذب العملاء، وجود الخدمة المصرفية تؤدي إلى التحسين في كفاءة الأداء للعاملين، كفاءة العاملين تزيد جودة الخدمة العملاء وتجعلهم أكثر ارتباطاً تجاه المصرف، كفاءة العاملين تجعل الاستجابة لدى العملاء عالية تجاه المصرف.

توصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات شجع إدارة البنك والعاملين على معرفة التقنيات الحديثة، تكثيف وتفعيل التدريب الجيد والمواكبة التقنية والمستمر ليساعد في جنب العملاء، ضرورة مشاركة العاملين في وضع الخطط العامة للبنك، ضرورة حرص البنك على خلق موسمية بين أهدافه وأهداف العاملين، الاهتمام بالأنظمة والإجراءات التنظيمية في البنك تدعم الإبداع وبالتالي ضمان استمرار جودة الخدمة والتي تحقق الأهداف العامة للبنك، والسعي والعمل على أن تكون الترقيات على حسب تقييم الكفاءة.

الدراسة

عمري، وعمري. (2023).

أهداف الدراسة

هدفت الدراسة التعرف إلى مكونات أخلاقيات العمل وأثرها على جودة الخدمة في البنوك التجارية لولاية تبسة.

المتغير المستقل	أخلاقيات العمل
المتغير التابع	جودة الخدمة
منهجية البحث	قام الباحثان باختيار أفراد الدراسة من العاملين في البنوك محل الدراسة، من مختلف المستويات الوظيفية، وزعت عليهم استمارة وتم التحقق من صدقها وثباتها، وتم إدخال البيانات إلى الحاسب الآلي ومعالجتها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS واستخدام المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن هناك علاقة ارتباط وتأثير إحصائية موجبة ومرتفعة بين أبعاد أخلاقيات العمل وبين جودة الخدمة المصرفية بالبنوك محل الدراسة؛ وبناءً على نتائج البحث تم اقتراح مجموعة من التوصيات الهادفة إلى زيادة أخلاقيات العمل في تعزيز جودة الخدمة المصرفية بالبنوك محل الدراسة، أهمها العمل على ترسيخ مفاهيم جودة الخدمة لدى العاملين وإدراجها ضمن موثيق أخلاقيات العمل.
الدراسة	إبراهيم، والعزاوي. (2020).
أهداف الدراسة	يهدف البحث الحالي إلى اختبار مدى تأثير جودة الخدمة المتمثلة بأبعادها (الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية، الأمان والتعاطف) في إدارة علاقات الزبون، وقد تمثلت مشكلة البحث بقلة اهتمام المصارف المبحوثة في تطبيق بعض أبعاد جودة الخدمة، وتنطلق أهمية البحث من أهمية الدور الذي تؤديه هذه الأبعاد في تحقيق أهداف المصارف المبحوثة من خلال مساهمتها في بناء علاقات متينة ودائمة مع زبائنها
المتغير المستقل	جودة الخدمة
المتغير التابع	إدارة علاقات الزبون
منهجية البحث	تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي ، وتم اختيار المصارف الأهلية في بغداد لتكون مجتمعاً للبحث وقد تم اختيار أربعة مصارف كعينة للبحث تمثلت بـ (المصرف المتحد

للاستثمار والتنمية، مصرف كوردستان الدولي الإسلامي، مصرف الجنوب الإسلامي، مصرف التعاون الإسلامي)، وقد بلغ حجم العينة المبحوثة (40) (مبحوثا

أهم النتائج والتوصيات . توصلت الباحثان إلى مجموعة من الاستنتاجات، كان من أهمها وجود تأثيرا واضحا لجودة الخدمة في إدارة علاقات الزبون، والذي يبين أن الخدمات المميزة التي تسعى إدارة المصرف إلى تقديمها إلى زبائنها تسهم في خلق علاقات متينة بين الطرفين تكون مبنية على أساس الثقة المتبادلة، كما توصلت الباحثان إلى مجموعة من التوصيات كان أهمها التركيز على جميع أبعاد جودة الخدمة من خلال إشراك العاملين لديها بدورات تدريبية وندوات علمية لتنمية ثقافتهم المعرفية بأهمية هذه الأبعاد في تعزيز عملية بناء علاقات متينة ودائمة مع زبائنها.

الدراسة	حبيطة، علي. (2022).
أهداف الدراسة	تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير الاستراتيجية التسويقية على جودة الخدمات المصرفية بأبعادها الخمسة، بالمصارف محل الدراسة،
المتغير المستقل	الاستراتيجية التسويقية
المتغير التابع	جودة الخدمة المصرفية
منهجية البحث	ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبيان وجه للموظفين بالمصارف محل الدراسة وبلغ عددهم 45 موظف، واختبار مدى صحة الفرضيات التي طرحناها تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الأدوات الإحصائية للتحليل، اعتمادا على مخرجات برنامج spss
أهم النتائج والتوصيات	توصلت الدراسة إلى وجود تأثير للاستراتيجية التسويقية على جودة الخدمات المصرفية، كما أوصت الدراسة بضرورة تبني المفاهيم الحديثة للتسويق في المؤسسة من خلال تعزيز الاهتمام بتبني الاستراتيجية التسويقية.
الدراسة	دراسة (الشاهين، 2023).

أهداف الدراسة هدفت الدراسة الى قياس أثر ممارسة استراتيجيات رأس المال الفكري في تحقيق تميز الاداء المؤسسي من خلال الدور الوسيط للإبداع التنظيمي لدى العاملين في دائرة ضريبة الدخل والمبيعات الأردنية.

المتغير المستقل	ممارسة استراتيجيات رأس المال الفكري
المتغير التابع	الاداء المؤسسي
منهجية البحث	اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وهو من منهج يقوم على توظيف مجموعة من الادوات البحثية والاساليب الرياضية التي تساعد في جمع وتحليل وتنظيم البيانات وعرضها إحصائياً، ولكونه من أكثر المناهج ملائمة لموضوع الدراسة المتعلق بقياس أثر ممارسة استراتيجيات رأس المال الفكري على تحقيق تميز الاداء المؤسسي في دائرة ضريبة الدخل والمبيعات الأردنية.

أهم النتائج والتوصيات أشارت نتائج التحليل إلى وجود أثر الاستراتيجيات راس المال الفكري على تميز الاداء المؤسسي. كما وجد أثر الاستراتيجيات راس المال الفكري على الابداع التنظيمي، وأشارت النتائج الى وجود أثر للمتغير الوسيط الابداع التنظيمي على تميز الاداء المؤسسي. حيث وجد أثر مباشر وغير مباشر لممارسة استراتيجيات رأس المال الفكري على تميز الاداء المؤسسي بوجود الابداع التنظيمي كمتغير وسيط، كما أن مستوى الأداء المؤسسي واستراتيجيات رأس المال الفكري كان بدرجة متوسطة في دائرة ضريبة الدخل والمبيعات الأردنية، أما مستوى الابداع التنظيمي كان مرتفعاً.

الدراسة	<u>(الدغمي، 2019)،</u>
أهداف الدراسة	هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر التمكين الإداري في التميز المؤسسي
المتغير المستقل	التمكين الإداري
المتغير التابع	التميز المؤسسي
منهجية البحث	وقد اعتمدت الباحثة على أسلوب الحصر الشامل، وقد استخدمت الاستبانة وسيلة للحصول على البيانات. تم توزيع الاستبانة على العاملين

في الوزارة بمختلف مستوياتهم الإدارية، وبلغ عدد الاستبانات الموزعة (110) استبانات، وبلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (106) استبانات، وقد استخدم عددا من الأساليب الإحصائية منها: الأساليب الوصفية، ومعاملات الارتباط، واختبار الانحدار الخطي المتعدد.

أهم النتائج والتوصيات توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لثلاثة متغيرات للتمكين الإداري، والمتمثلة: بـ (تفويض الصلاحيات، والتدريب، والاتصال الفعال) في التميز المؤسسي في وزارة الشباب في الأردن، بينما باقي المتغيرات الأخرى لم تؤثر في التميز المؤسسي.

الدراسة	(عباس، 2022)،
أهداف الدراسة	هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على المتطلبات التي يجب توافرها لتطبيق التميز المؤسسي بمدارس التربية الخاصة في جمهورية مصر العربية
المتغير المستقل	المتطلبات التي يجب توافرها لتطبيق التميز
المتغير التابع	التميز المؤسسي
منهجية البحث	اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي.
أهم النتائج والتوصيات	وتوصلت الدراسة إلى إن درجة توفر متطلبات تطبيق معايير التميز المؤسسي بمدارس التربية الخاصة جاءت بدرجة ضعيفة لجميع محاور الاستبانة (الإدارة المؤسسية المتميزة، إدارة العمليات، إدارة المستفيدين، إدارة الموارد البشرية، التعليم والتعلم، إدارة العلاقات والموارد، إدارة العلاقات والموارد، المعلم المتميز، نتائج الأداء)، كما توصلت الدراسة إلى المتطلبات التي يجب توافرها لتطبيق التميز المؤسسي بمدارس التربية الخاصة في مصر وهي: توفير بيئة مدرسية فاعلة ومتميزة وذات جودة عالية، وتوفير قوانين محفزة، ونشر ثقافة الجودة والتميز المؤسسي، وجود هيكل تنظيمي مرن وقيادة داعمة للتميز المؤسسي.

<u>(العوضي، 2020)،</u>		الدراسة
أهداف الدراسة هدفت الدراسة إلى معرفة دور إدارة المعرفة في تحقيق التميز المؤسسي بالشركات الدولية الكويتية.		
إدارة المعرفة		المتغير المستقل
التميز المؤسسي		المتغير التابع
منهجية البحث استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي وذلك من أجل بناء تأصيل علمي نظري في دراسته الموضوع أبعاد دور إدارة المعرفة في التميز المؤسسي بالشركات الدولية، كما أن منهجية البحث تعتمد على إجراء دراسة ميدانية من خلال عينة عشوائية، حيث يعتمد البحث الميداني على استخدام أداة قياس تتمثل في تطوير استبانة تتضمن عدد من الأبعاد هي إدارة المعرفة التنظيمية، إدارة المعرفة الوظيفية البشرية، إدارة معرفة العملاء التميز المؤسسي.		
أهم النتائج والتوصيات جاءت النتائج لتثبت عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) وجود دور وتأثير بين إدارة المعرفة التنظيمية والتميز المؤسسي بالشركات الدولية الكويتية، كما اتضح وجود علاقة ارتباط ودور لإدارة المعرفة البشرية الوظيفية والتميز المؤسسي بالشركات الدولية الكويتية، علاقة ارتباط ودور لإدارة معرفة العملاء بالشركات الدولية الكويتية، وذلك عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).		
<u>(علي، 2019)،</u>		الدراسة
أهداف الدراسة هدف البحث إلى الكشف عن دور القيادة الأخلاقية في تحقيق التميز المؤسسي، بالقيام بدراسة حالة على شركة الشرق الأوسط لتكرير البترول "ميدور".		
دور القيادة الأخلاقية		المتغير المستقل
التميز المؤسسي		المتغير التابع

واعتمد البحث على المنهج الوصفي لتحقيق هدفه. وجاءت أدوات البحث متمثلة في مقاييس القيادة الأخلاقية، ومقاييس التميز المؤسسي، واستمارة استقصاء.	منهجية البحث
خلص البحث بمجموعة من النتائج منها، وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الإدارية الأربعة (الإدارة العليا، والإدارة الوسطى، والإدارة الإشرافية الوظائف النمطية)، وجاءت هذه الفروق لصالح الإدارة العليا، وذلك بالنسبة لمتغير التوجه الأخلاقي كأحد متغيرات سلوكيات القيادة الأخلاقية وهذا ما أظهره الوسط الحسابي. ووجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المستويات الإدارية الأربعة (الإدارة العليا، والغدارة الوسطى، والإدارة الإشرافية الوظائف النمطية)، وجاءت هذه الفروق لصالح الإدارة العليا، وذلك بالنسبة لبعد الاتصالات المفتوحة والصريحة مع القائد كأحد أبعاد المنظمات الأثيرة لدى العاملين وهذا ما أظهره الوسط الحسابي	أهم النتائج والتوصيات
(Abo Naser, 2018)	الدراسة
هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الإعلان الإلكتروني على التميز المؤسسي في كلية فلسطين التقنية في دير البلح	أهداف الدراسة
الإعلان الإلكتروني	المتغير المستقل
التميز المؤسسي	المتغير التابع
اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي	منهجية البحث
، وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير ذي دلالة إحصائية بين الإعلان الإلكتروني والمتمثل في نوع الإعلان، خصائص الإعلان مدة الإعلان، طبيعة المواقع والتميز المؤسسي المتمثل في: (جودة الخدمة التميز القيادي في كلية فلسطين التقنية	أهم النتائج والتوصيات
Lebdaoui, H., & Chetioui, Y. (2020).	الدراسة
تهدف هذه الورقة إلى دراسة نموذج يستخدم جودة خدمة العملاء كآلية وسيطة في العلاقة بين ممارسات إدارة علاقات العملاء (CRM) والأداء المؤسسي في هيكلين بنكيين مختلفين: البنوك التقليدية والإسلامية. تركز الدراسة على الممارسات التنظيمية	أهداف الدراسة

والتكنولوجية لإدارة علاقات العملاء، حيث تم إثبات أن كلاهما يعدان حاسمين لنجاح

إدارة علاقات العملاء.

المتغير المستقل	إدارة علاقات العملاء
المتغير التابع	الأداء المؤسسي
المتغير الوسيط	جودة خدمة العملاء
منهجية البحث	اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي
أهم النتائج والتوصيات	كشفت النتائج أن المقاييس الموضوعية والذاتية تحقق عمومًا نتائج متشابهة ، على الرغم من أننا اختبرنا نموذجًا ذا صلة مع تأثيرات غير مباشرة، فقد قمنا بتضمين متغير وسيط واحد فقط، وهو جودة خدمة العملاء. هناك متغيرات أخرى يمكن أن تؤثر على النتائج، لا سيما حجم البنك، جنس مستخدمي إدارة علاقات العملاء، مدة استخدام إدارة علاقات العملاء وعوامل أخرى ينبغي تضمينها في الدراسات المستقبلية.

أوجه التشابه مع الدراسات السابقة:

تشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في عدة جوانب رئيسية. أولاً، تعتمد معظم الدراسات على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تستخدم أدوات مثل الاستبيانات لجمع البيانات وتحليلها، مثل دراسات مرسى (2022)، أحمد وخطاب (2022)، والعساف وأبو بكر (2023). هذا المنهج يساعد في فهم العلاقة بين المتغيرات وتأثيرها على الأداء المؤسسي، كما تركز العديد من الدراسات السابقة على موضوع جودة الخدمة وأثرها على مختلف الجوانب المؤسسية. على سبيل المثال، دراسة الحاج وعبدالرحمن (2020) تناولت جودة الخدمات المصرفية وأثرها على الثقة والاعتمادية لدى العملاء، ودراسة أحمد وخطاب (2022) ركزت على جودة خدمة الدفع عبر الموبايل وأثرها على رضا العملاء. هذه الدراسات تسلط الضوء على أهمية جودة الخدمة في تحسين تجربة العملاء وتعزيز الأداء المؤسسي، و تتناول العديد من الدراسات السابقة مفهوم الأداء المؤسسي وكيفية تحسينه. دراسات مثل مرسى (2022) التي ركزت على دور إدارة المعرفة في تطوير الأداء المؤسسي، ودراسة

الشاهين (2023) التي تناولت أثر رأس المال الفكري على تميز الأداء المؤسسي، تعزز من فهمنا لكيفية تحسين الأداء المؤسسي من خلال مختلف العوامل والمتغيرات.

أوجه الاختلاف:

رغم وجود العديد من أوجه التشابه، هناك بعض الاختلافات الجوهرية بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة. أولاً، تركيز الدراسة الحالية على تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها المختلفة (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأثرها الشامل على الأداء المؤسسي في بنك الرياض، يُعد موضوعاً فريداً لم يتم تناوله بشكل كافٍ في الدراسات السابقة. بينما ركزت الدراسات السابقة على متغيرات أخرى مثل إدارة المعرفة، التحول الرقمي، والإعلان الإلكتروني، لم تركز أي منها بشكل مباشر على تحسين جودة خدمة العملاء وتأثيرها الشامل على الأداء المؤسسي، السياق الجغرافي والمؤسسي للدراسة الحالية يميزها عن الدراسات السابقة. يتم تطبيق الدراسة على بنك الرياض في المملكة العربية السعودية، مما يضيف بُعداً محلياً مهماً لم يُدرس بشكل مكثف في الدراسات السابقة التي تناولت بنوكاً ومؤسسات في سياقات جغرافية مختلفة مثل الأردن والسودان والكويت. هذا التركيز المحلي يمكن أن يقدم رؤى وتوصيات أكثر دقة للبنوك في المنطقة، تتناول الدراسة الحالية الأبعاد التفصيلية للأداء المؤسسي مثل القيادة، الاستراتيجيات، السياسات، الموارد البشرية، الشراكات، الموارد، والعمليات. هذا البعد الشامل والمفصل يميز الدراسة عن الدراسات السابقة التي غالباً ما ركزت على جوانب معينة من الأداء المؤسسي دون النظر إلى كل هذه الأبعاد مجتمعة، تهتم الدراسة الحالية بتكامل الأبعاد المختلفة لجودة الخدمة وتأثيرها الشامل على الأداء المؤسسي، مما يميزها عن الدراسات التي تناولت تأثير بُعد واحد فقط من أبعاد جودة الخدمة. هذه النظرة التكاملية يمكن أن توفر فهماً أكثر شمولية وفعالية لكيفية تحسين الأداء المؤسسي من خلال تحسين جودة الخدمة.

الفجوة البحثية:

تتمثل الفجوة البحثية في الدراسة الحالية في التركيز على العلاقة بين تحسين جودة خدمة العملاء بأبعادها المختلفة والأداء المؤسسي في بنك الرياض، وهي موضوع لم يتم تناوله بشكل كافٍ في الدراسات السابقة. حيث إن الدراسات السابقة قد تناولت موضوعات مثل إدارة المعرفة، وجودة الخدمات المصرفية، والتحول الرقمي، والقيادة الأخلاقية،

وتأثيرها على الأداء المؤسسي في سياقات مختلفة. إلا أن البحث في كيفية تحسين جودة خدمة العملاء بوظائفها الفنية والوظيفية وتأثيرها على جميع أبعاد الأداء المؤسسي في بنك الرياض لم يكن موضوعاً رئيسياً في تلك الدراسات، مما يترك فجوة تحتاج إلى الاستكشاف والتحليل.

المنطلقات النظرية للدراسة:

جودة الخدمة: تشير جودة الخدمة إلى مدى تلبية توقعات واحتياجات العملاء من خلال تقديم خدمة متميزة. تعتمد جودة الخدمة على مجموعة من الأبعاد التي تسهم في تحسين تجربة العملاء ورضاهم. في هذه الدراسة، يتم التركيز على بعدين رئيسيين لجودة الخدمة:

- **الجودة الوظيفية:** تشير إلى الجوانب العملية والتنفيذية للخدمة المقدمة، مثل مهارات الموظفين، كفاءتهم، وسرعة استجابتهم. تشمل الجودة الوظيفية قدرة الموظفين على أداء وظائفهم بكفاءة وفعالية، وتقديم الخدمة بطريقة تلي توقعات العملاء.
- **الجودة الفنية:** تشير إلى الجوانب التقنية والفنية للخدمة، مثل دقة المعلومات، موثوقية الخدمة، والأدوات والتقنيات المستخدمة. تشمل الجودة الفنية تقديم خدمة ذات جودة عالية من الناحية الفنية، وضمان موثوقية ودقة العمليات والخدمات المقدمة.

تعريف التميز المؤسسي بأبعاده:

التميز المؤسسي: يشير التميز المؤسسي إلى قدرة المؤسسة على تحقيق أداء عالٍ ومتميز يتفوق على المنافسين ويحقق رضا العملاء والمستفيدين. يعتمد التميز المؤسسي على مجموعة من الأبعاد التي تسهم في تحقيق الأداء المتميز. في هذه الدراسة، يتم التركيز على الأبعاد التالية:

- **القيادة:** تشير إلى دور القيادة الفعالة في توجيه المؤسسة نحو تحقيق أهدافها. تشمل القيادة وضع رؤية واستراتيجيات واضحة، وتحفيز الموظفين، واتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تسهم في تحسين الأداء المؤسسي.

- الاستراتيجيات والسياسات: تشير إلى الخطط والسياسات التي تعتمد عليها المؤسسة لتحقيق أهدافها. تشمل الاستراتيجيات والسياسات وضع خطط طويلة الأمد، وتحديد الأهداف والموارد المطلوبة لتحقيقها، وضمان التزام المؤسسة بتنفيذ هذه الخطط بشكل فعال.
- الموارد البشرية: تشير إلى دور الموظفين وكفاءتهم في تحقيق الأداء المتميز. تشمل الموارد البشرية تطوير مهارات ومعارف الموظفين، وتوفير بيئة عمل محفزة، وضمان تحقيق رضا الموظفين وتعزيز التزامهم بأهداف المؤسسة.
- الشراكات والموارد: تشير إلى قدرة المؤسسة على بناء شراكات استراتيجية واستخدام الموارد المتاحة بشكل فعال. تشمل الشراكات التعاون مع الجهات الخارجية، والاستفادة من الموارد المالية والمادية بشكل يحقق أفضل النتائج.
- العمليات: تشير إلى الإجراءات والعمليات التي تتبعها المؤسسة لتحقيق أهدافها. تشمل العمليات تحسين الكفاءة التشغيلية، وتبسيط الإجراءات، وضمان تقديم خدمات عالية الجودة.

المنهجية وطرق البحث:

تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي كأسلوب مناسب للوصف، الذي يتطابق مع الفصول النظرية أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة للمؤسسة محل الدراسة باعتباره ملائماً لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، مع إخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده، والتي سنتطرق إليها في الفصل التطبيقي في دراسة الحالة.

يعتمد اختيار المنهج الملائم لطبيعة البحث على طبيعة المشكلة والهدف من دراستها، ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الدراسة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، فالأسلوب الوصفي مناسب للوصف الذي يتطابق مع الفصول النظرية، أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة محل الدراسة، حيث يسهم هذا المنهج في الإجابة عن التساؤلات البحثية من خلال جمع البيانات ومن ثم تحليلها ومناقشتها. وهذا المنهج هو المستخدم في معظم الدراسات السابقة .

مصادر جمع البيانات

أولاً: المصادر الثانوية:

سعى الباحث في القيام بجمع المعلومات التي يحتاجها لإجراء هذه الدراسة بالعودة الى المصادر، والمتمثلة في الكتب والبحوث العربية والأجنبية المتعلقة بمتغيراتها.

ثانياً: المصادر الأولية:

سيتم اعتماد الباحث في الحصول على البيانات الأولية الاستبانة والتي تم تطويرها لهذا الغرض بعد مراجعة العديد من الدراسات السابقة، وتضمنت الاستبانة عددا من الفقرات التي تساعد في الإجابة عن أسئلة الدراسة وتحقيق أهدافها، كما تعكس متغيرات الدراسة، المتغير المستقل أثر تحسين جودة الخدمة المصرفية بأبعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) و المتغير التابع أبعاد التميز المؤسسي (القيادة، والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية، والشراكات والموارد والعمليات في مصرف الرياض .

أدوات الدراسة :

سيتم تصميم استبيان موجه للموظفين والعملاء في بنك الرياض لقياس جودة الخدمة بأبعادها الوظيفية والفنية وتأثيرها على الأداء المؤسسي بأبعاده المختلفة.

- الجودة الوظيفية: تشمل أسئلة حول مهارات الموظفين، كفاءتهم، وسرعة استجابتهم.
- الجودة الفنية: تشمل أسئلة حول دقة المعلومات، موثوقية الخدمة، والأدوات والتقنيات المستخدمة.
- الأداء المؤسسي: تشمل أسئلة حول القيادة، الاستراتيجيات والسياسات، الموارد البشرية، الشراكات والموارد، والعمليات.

– عينة الاستبيان: سيتم توزيع الاستبيان على عينة عشوائية من موظفي البنك والعملاء لضمان تمثيل مختلف الفئات والمستويات الإدارية والوظيفية.

حدود الدراسة :

- حدود موضوعية : اقتصرت الدراسة على معرفة أثر تحسين جودة الخدمة المصرفية بأبعادها (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) وأبعاد التميز المؤسسي (القيادة، والاستراتيجيات والسياسات والموارد البشرية، والشراكات والموارد والعمليات في مصرف الرياض
- حدود مكانية: اقتصرت الدراسة على مصرف الرياض بالمملكة العربية السعودية.
- حدود زمنية: اقتصرت الدراسة خلال العام الدراسي 2024م.

المراجع:

- إبراهيم، راحيل يحيى، و العزاوي، مها عارف بريس. (2020). تأثير جودة الخدمة في إدارة علاقات الزبون: دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية. مجلة الإدارة والاقتصاد، ع124 ، 62 - 81. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1097288>
- أحمد، بشرى صلاح عبدالكريم، و خطاب، إشراقه عبدالحافظ حسن. (2022). جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العملاء لنظام الدفع عبر الموبايل في المصارف العاملة بالسودان. مجلة دراسات مصرفية ومالية، ع39 ، 41. 75 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1329239>
- الحاج، رحمه الحاج محمد، و عبدالرحمن، صديق محمد البشير. (2020). جودة الخدمات المصرفية في البنوك السعودية بالتطبيق على بنك الراجحي فرع جامعة الإمام بالمملكة السعودية الرياض. مجلة جامعة أم درمان الإسلامية، ع32 ، 203. 224 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1262795>
- الدغبي، هيفاء راشد، (2019)، التمكين الإداري في التميز المؤسسي، (رسالة ماجستير)، جامعة آل البيت، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، الأردن.
- الرملاوي، شيماء محمد عبدالحميد السيد، النجار، حنان إبراهيم، و عبدالهادي، إيمان أحمد نبيل. (2021). دور جودة الخدمة في تحقيق التميز المؤسسي بالتطبيق على مستشفيات جامعة القاهرة (رسالة ماجستير غير منشورة). (جامعة الازهر، القاهرة. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1470594>
- الشاهين، أماني عبد الله سالم، (2023)، أثر ممارسة استراتيجيات رأس المال الفكري في تحقيق تميز الأداء المؤسسي: الدور الوسيط للابداع التنظيمي في دائرة ضريبة الدخل والمبيعات الأردنية، (رسالة دكتوراه)، جامعة مؤتة، كلية الدراسات العليا، الأردن.
- صالح، صديق عبدالرحمن شعيب، لقمة، أبو بكر عامر محمد، عمر، سيد قطب الصادق إبراهيم، و أحمد، مؤيد عبدالعزيز عثمان محمد. (2023). الدور الوسيط لجودة الخدمة المصرفية في العلاقة بين إدارة علاقات العملاء وتحقيق الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على المصارف التجارية العاملة. مجلة الريان للعلوم

الإنسانية والتطبيقية، مج6، ع1، 119 - 145. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1407520>

— عباس، أمال العرباوي، (2022)، التميز المؤسسي بمؤسسات التربية الخاصة، مجلة كلية التربية، جامعة بورسعيد، ع40، مصر.

— عبد الباقي، القاسم سليمان محمد، و زكي، منيرة محمد الأمين أحمد. (2020). دور كفاءة العاملين في تحقيق جودة الخدمة المصرفية لجذب العملاء: دراسة حالة مصرف البلد (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة النيلين، الخرطوم. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1286090>

— العساف، عبدالله حسين، و أبو بكر، سحر محمد محمود. (2023). أثر التحول الرقمي على جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية الأردنية: الدور المعدل لرأس المال البشري (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان العربية، عمان. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1428942>

— على، هشام فوزي عباس، (2019)، دور القيادة الأخلاقية في تحقيق التميز المؤسسي: دراسة حالة على شركة الشرق الأوسط لتكرير البترول -ميدور، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، جامعة قناة السويس، كلية التجارة بالإسماعلية، مج10، ع1، مصر.

— عمري، سامي، و عمري، ريم. (2023). تحليل العلاقة بين أخلاقيات العمل وجودة الخدمة: البنوك التجارية لولاية تبسة نموذجاً. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، مج19، ع32، 375 - 386. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1395626>

— العوضي، فايزة خير الله، (2020)، دور إدارة المعرفة في تحقيق التميز المؤسسي: دراسة تطبيقية على عينة من الشركات الدولية الكويتية، مجلة الأندلس للعلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الأندلس للعلوم والتقنية، ع31.

— مرسي، سعيد محمود، (2022)، إدارة المعرفة "مدخل لتطوير الأداء المؤسسي" دراسة تربوية ونفسية، جامعة الزقازيق، كلية التربية، مصر.

- Abo Naser, S. (2018). Eadvertising And Its Impact On Achieving Institutional Excellence In Palestine Technical College, International Journal Of Academic Management Science Research, 3 (9), 1-25.
- Lebdaoui, H., & Chetioui, Y. (2020). CRM, service quality and organizational performance in the banking industry: a comparative study of conventional and Islamic banks. *International Journal of Bank Marketing*, 38(5), 1081-1106.

Mid-Ocean University

College of Management

Department of Business Administration



**Improving Customer Service Quality and Its Impact on
Organizational Performance: An Applied Study on Riyadh Bank.**

Preparation:

Mohammed jaffal Alanazi232001400

Hadi Saud Al-Shammari233001059

Supervision:

Dr. Al-Faisal Abdul Hamid Mohammed Hassan

Dr. Fayez Jarad

1445-2024

-