

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في قطاع التمويل بالسعودي

أسم الطالب
ولاء عبد العزيز حسن البشر اوي

مشروع تخرج- 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبدالرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

3.....	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4.....	1.1. المقدمة:
5.....	1.2. مشكلة الدراسة
5.....	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5.....	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
6.....	1.3. أهمية الدراسة
6.....	1.3.1. على المستوى النظري:
6.....	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
7.....	1.4. أسئلة الدراسة
7.....	1.5. أهداف الدراسة
7.....	1.6. فرضيات الدراسة
8.....	1.7. نموذج الدراسة
8.....	1.8. منهجية الدراسة
9.....	1.9. الدراسة الميدانية
9.....	1.10. مخطط المشروع المقترح
	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

.....

10

11.....	2.1. المقدمة:
11.....	2.2. المتغير المستقل
11.....	2.3. المتغير التابع
12.....	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
12.....	2.5. الخاتمة

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يُعد رضا العملاء أحد أهم مؤشرات النجاح والاستمرارية لأي منشأة خدمية، وتحديدًا في شركات التمويل التي تتعامل بشكل مباشر مع جمهور واسع من الأفراد والشركات. وقد أصبح من الضروري التركيز على جودة الخدمة المقدمة كعامل حاسم في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء.

شهد قطاع التمويل في المملكة العربية السعودية خلال السنوات الأخيرة نموًا متسارعًا من حيث عدد الشركات وتنوع المنتجات، مما رفع مستوى المنافسة، وخلق حاجة ملحة للتميز في تقديم الخدمة. هذه الخلفية تعكس واقعًا عمليًا يستوجب دراسة متأنية لتجربة العميل والعوامل المؤثرة في رضاه.

تبرز أهمية هذا الموضوع في كونه يتناول جانبًا حساسًا يمس العلاقة بين الشركة والمستفيد، حيث أن جودة الخدمة لا تؤثر فقط في رضا العميل، بل في سمعته وانطباعه واستمرارية تعامله. وبالتالي فإن تحسين مستوى الخدمة يمكن أن يكون له أثر مباشر في زيادة الولاء وتحقيق النمو المستدام.

تم اختيار هذا الموضوع انطلاقًا من ملاحظات وتجارب ميدانية في بيئة العمل داخل إحدى شركات التمويل، حيث لوحظ وجود تفاوت في تقييم العملاء لتجربتهم بناءً على أسلوب الخدمة لا نوع المنتج، مما أثار التساؤل حول الجوانب الخدمية المؤثرة فعليًا في رضا العملاء.

بناءً على ما سبق، يسعى هذا البحث إلى تحليل العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، من خلال دراسة تطبيقية تهدف إلى تقديم تصور علمي يمكن الاستفادة منه في تطوير الأداء وتحسين تجربة العميل في قطاع التمويل.

1.2. مشكلة الدراسة

في ظل التنافس المتزايد في قطاع التمويل، برزت أهمية جودة الخدمة كعنصر أساسي يؤثر في رضا العملاء. ورغم وجود العديد من الدراسات التي تناولت هذا المفهوم في مجالات مختلفة، إلا أن هناك فجوات لا تزال قائمة، سواء على المستوى النظري أو التطبيقي، مما يستدعي تسليط الضوء عليها لفهم العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء بشكل أعمق في سياق شركات التمويل بالمملكة العربية السعودية

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تتضح الفجوات النظرية في تباين تعريفات جودة الخدمة وطرق قياسها بين الباحثين، إضافة إلى اختلاف النماذج المعتمدة في تفسير العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء. كما أن جزءاً من الأدبيات ركز على القطاعات العامة أو المصرفية، دون تناول كافٍ لقطاع التمويل بوصفه قطاعاً مستقلاً له خصائصه الإدارية والوظيفية.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

أما على الصعيد العملي، فتبرز الفجوات في محدودية الدراسات التطبيقية التي تناولت جودة الخدمة في شركات التمويل داخل السوق السعودي تحديداً. كما أن بعض الشركات لا تمتلك آليات دقيقة لقياس رضا العملاء بصورة دورية، مما يؤدي إلى نقص في البيانات الفعلية التي يمكن البناء عليها لتحسين الخدمة.

السؤال الرئيسي للدراسة

ما أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في قطاع التمويل بالسعودية؟

1.3. أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من تركيزها على موضوع جودة الخدمة في قطاع التمويل، وهو أحد المواضيع التي تمس بشكل مباشر تجربة العملاء وتؤثر على استمرارهم في التعامل مع الشركات. كما أن هذه الدراسة تسعى لسد فجوة معرفية في هذا المجال من خلال الربط بين الجانب النظري والتطبيقي لتحسين أداء الشركات وزيادة رضا العملاء.

1.3.1. على المستوى النظري:

تبرز أهمية الدراسة على المستوى النظري في إثراء الأدبيات المتعلقة بجودة الخدمة وربطها برضا العملاء، من خلال تقديم إطار نظري يساعد الباحثين على فهم العلاقة بين المتغيرين في سياق قطاع التمويل، وتوسيع نطاق النماذج المستخدمة خارج القطاعات التقليدية كالمصارف والفنادق

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

أما على الصعيد التطبيقي، فتتمثل أهمية الدراسة في قدرتها على تقديم نتائج وتوصيات يمكن أن تساهم في تحسين ممارسات شركات التمويل، من خلال تسليط الضوء على النقاط التي تؤثر في رضا العملاء، ومساعدة الإدارات على تطوير السياسات والإجراءات بما يتماشى مع توقعات العملاء واحتياجاتهم.

Internal

1.4. أسئلة الدراسة

انطلاقاً من مشكلة الدراسة، ووفقاً لأهداف البحث، يمكن صياغة أسئلة الدراسة على النحو التالي:

1. ما مستوى جودة الخدمة المقدمة في شركات التمويل بالسعودية من وجهة نظر العملاء؟
2. ما مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في شركات التمويل؟
3. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء؟
4. ما هي أبعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيراً في رضا العملاء في قطاع التمويل؟

1.5. أهداف الدراسة

1. قياس مستوى جودة الخدمة في شركات التمويل من وجهة نظر العملاء.
2. التعرف على مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة.
3. تحليل العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء.
4. تحديد الأبعاد الخدمية الأكثر تأثيراً في رضا العميل.
5. تقديم توصيات تساعد على تحسين جودة الخدمة في شركات التمويل.

1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

Internal

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء في قطاع التمويل بالسعودية.

الفرضيات الفرعية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية في تقديم الخدمة ورضا العملاء.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستجابة ورضا العملاء.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاطف ورضا العملاء.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضمان الخدمة ورضا العملاء.
5. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملموسية ورضا العملاء.

1.7. نموذج الدراسة

تركز هذه الدراسة على تحليل العلاقة بين متغيرين رئيسيين هما: جودة الخدمة (كعامل مستقل) ورضا العملاء (كعامل تابع).

ولأغراض التحليل، سيتم تناول جودة الخدمة من خلال خمسة أبعاد رئيسية معروفة في الأدبيات الإدارية، وهي: الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، ضمان الخدمة، والملموسية.

وتهدف الدراسة إلى اختبار ما إذا كانت هذه الأبعاد تؤثر بشكل مباشر في مستوى رضا العملاء في قطاع التمويل.

1.8. منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، وهو أحد المناهج المناسبة لدراسة الظواهر كما هي في الواقع وتحليل العلاقة بين المتغيرات دون التدخل فيها. ويُستخدم هذا المنهج لفهم العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في قطاع التمويل.

تم تصميم البحث ليستند إلى **أسلوب كمي**، وذلك من خلال استخدام **الاستبيان** كأداة رئيسية لجمع البيانات. وقد تم إعداد الاستبيان ليتضمن محورين: الأول يتعلق بأبعاد جودة الخدمة، والثاني بقياس رضا العملاء.

سيتم توزيع الاستبيان على **عينة عشوائية بسيطة** من عملاء إحدى شركات التمويل في المملكة العربية السعودية، بشرط أن يكونوا قد سبق لهم الاستفادة من الخدمات التمويلية.

، وذلك من خلال تطبيق أدوات تحليلية مثل **SPSS** سيتم تحليل البيانات باستخدام **البرنامج الإحصائي**. المتوسطات الحسابية، والانحراف المعياري، ومعامل الارتباط، وتحليل التباين لاختبار الفرضيات.

ومن الناحية الأخلاقية، سيتم التعامل مع جميع البيانات بسرية تامة، ولن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط، مع الحفاظ الكامل على خصوصية المشاركين وعدم الإضرار بهم بأي شكل من الأشكال.

1.9. الدراسة الميدانية

1.10. مخطط المشروع المقترح

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع

بنك الجزيرة. (2024). الخيارات التمويلية للقطاع غير الربحي. تقرير منشور. تم الاسترجاع من

<https://www.bankaljazeera.com/>

مؤسسة النقد العربي السعودي. (2023). مبادئ وقواعد حماية عملاء المؤسسات المالية. ساما. تم

<https://www.rulebook.sama.gov.sa/> الاسترجاع من

بنعمر، ع.، و المرشدي، ر. (2024). أثر الابتكار والتطوير في تحسين جودة المنتجات وزيادة رضا العملاء في شركات التأمين بالسعودية. المجلة العربية للإدارة، 44(4)، 331-350. تم الاسترجاع من

<https://ijfaes.vsrp.co.uk/>

