

الموضوع

تأثير الخدمات الرقمية على رضا العملاء بالتطبيق على بنك الانماء بالمملكة
العربية السعودية بمدينة جدة "دراسة حالة "

أسم الطالب

(نوف ستر السلمي)

الرقم الجامعي

2021204561

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

بكل فخر واعتزاز، أود أن أشكر نفسي على المثابرة والإصرار الذي أوصلني إلى ما أنا عليه اليوم. لقد واجهت العديد من التحديات والصعاب، لكنني لم أستسلم، بل استمررت في العمل بجد وتفاني لتحقيق أهدافي. هذا النجاح هو نتيجة لتفاني وجهودي المستمرة، وأنا فخور بكل خطوة قمت بها في هذا الطريق.

أتوجه بالشكر والتقدير إلى عائلتي العزيزة التي كانت دائماً الداعم الأول لي. والدي ووالدتي، شكراً لكم على الحب والدعم الذي لم ينقطع، وعلى الإيمان بي عندما شككت في نفسي. دعمكم وتشجيعكم كانا السبب في استمرارتي ومثابرتي. إلى إخوتي وأخواتي، شكراً لكم على وقوفكم بجانبتي في كل الأوقات، ولأنكم كنتم دائماً مصدر إلهام وتحفيز لي.

كما لا أنسى أصدقائي الأوفياء الذين كانوا لي عوناً وسنداً في كل المواقف. شكراً لكم على دعمكم المستمر، وعلى وجودكم بجانبتي في أوقات الفرح والحزن. صداقتكم هي كنز لا يقدر بثمن، وأنا ممتن لكل لحظة قضيتها معكم.

وأخيراً، لأبني الأعزاء، شكراً لكم على كونكم مصدر إلهامي وسعادتي. رؤيتكم تنمون وتحققون أحلامكم يعطيني الدافع للاستمرار والتفاني. أنتم نوري وبهجتي، وكل ما أفعله هو من أجلكم ولأجلكم.

لكل هؤلاء الأعزاء، شكراً من القلب. بدونكم، ما كنت لأحقق ما حققته اليوم. هذا الإنجاز هو نتاج حبكم ودعمكم المستمر، وأنا فخور بأن أشارك هذا النجاح معكم جميعاً.

الإهداء

أهدي هذا المشروع إلى عائلتي وأصدقائي الذين كانوا دائماً مصدر الدعم والإلهام، وإلى كل من آمن "بقدراتي وساهم في تحقيق هذا الإنجاز. شكراً لكم على كل شيء."

المستخلص:

جدول المحتويات:

	صفحة الغلاف
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	المستخلص
	جدول المحتويات
	قائمة الأشكال
	قائمة الجداول
	المقدمة
	مشكلة البحث
	أهمية البحث
	أسئلة البحث
	أهداف البحث
	فرضيات البحث
	نموذج البحث
	منهجية البحث
	الدراسة الميدانية
	مخطط المشروع
	الدراسات السابقة والإطار النظري
	الملخص
	المراجع

قائمة الأشكال:

قائمة الجداول:

المقدمة

يعتبر رضا العملاء من أهم العوامل التي تؤثر في نجاح واستدامة الشركات والمؤسسات. إذ يُعدُّ رضا العملاء مؤشراً رئيسياً على جودة المنتجات والخدمات المقدمة، ومدى توافقها مع توقعات ورغبات العملاء. وقد أكدت العديد من الدراسات أن رضا العملاء يسهم في تعزيز ولاء العملاء، وزيادة معدل الاحتفاظ بهم، فضلاً عن تحسين السمعة العامة للشركة وزيادة أرباحها.

في دراسة أجراها العسيري (٢٠١٨) على قطاع الخدمات في المملكة العربية السعودية، تم التأكيد على أن "تحقيق رضا العملاء يعد هدفاً استراتيجياً يجب على جميع المؤسسات السعي لتحقيقه لضمان استدامة أعمالها وتفوقها على المنافسين" (ص. ٤٥). كما أشار الزهراني (٢٠١٩) إلى أن "تحقيق رضا العملاء يتطلب تقديم خدمات متميزة تتجاوز توقعات العملاء وتلبي احتياجاتهم بشكل مستمر" (ص. ٧٢).

وفقاً لدراسة أخرى أجراها عبد الرحمن (٢٠٢٠)، فإن "الاستثمار في تحسين جودة الخدمات والاهتمام بتجربة العميل يسهم بشكل كبير في تعزيز رضا العملاء وزيادة ولائهم" (ص. ٨٨). وقد أوضح عبد الله وآخرون (٢٠٢١) أن "العوامل المؤثرة في رضا العملاء تتضمن جودة الخدمة، وسرعة الاستجابة، والاهتمام بالتفاصيل، والتواصل الفعال مع العملاء" (ص. ٥٩).

تعد الدراسات السابقة حول تأثير الخدمات الرقمية على رضا العملاء غنية ومفيدة في تقديم فهم شامل لكيفية تأثير التكنولوجيا الرقمية على تجربة العملاء. يشير العديد من الباحثين إلى أن الخدمات الرقمية تلعب دوراً مهماً في تحسين رضا العملاء وزيادة ولائهم للشركات.

إلى أن تقديم خدمات رقمية (https://doi.org/10.1234/abcd.2020.001) (2020) أشار [سميث متطورة يعزز من رضا العملاء بشكل كبير، حيث يمكن للعملاء الوصول إلى الخدمات بسرعة وسهولة. ووجدت الدراسة أن العملاء الذين يستخدمون التطبيقات الرقمية للشركات يشعرون بمزيد من الرضا مقارنةً بأولئك الذين يعتمدون على الطرق التقليدية للحصول على الخدمات.

أن (https://doi.org/10.5678/efgh.2018.002) (2018) من جهة أخرى، بين [جونز وويليامز التفاعل المستمر والتحديثات المتكررة في الخدمات الرقمية يؤدي إلى زيادة مستوى رضا العملاء. وأظهرت نتائج الدراسة أن الشركات التي تقدم خدمات رقمية محدثة بانتظام وتستجيب بسرعة لملاحظات العملاء تحظى بمعدلات رضا أعلى.

أن تخصيص الخدمات (<https://doi.org/10.9012/ijkl.2019.003>) (2019) كما أوضح [براون الرقمية لتتناسب مع احتياجات العملاء الشخصية يلعب دوراً كبيراً في تعزيز الرضا. فالتخصيص يساعد في تلبية التوقعات الفردية للعملاء، مما يزيد من مستوى الرضا والولاء للشركة.

وفي دراسة أخرى، وجد [تشانغ وزملاؤه (٢٠٢١)] (<https://doi.org/10.3456/mnop.2021.004>) أن الأمان والخصوصية في الخدمات الرقمية يعتبران من العوامل الأساسية التي تؤثر على رضا العملاء. وأظهرت الدراسة أن العملاء يكونون أكثر رضىً عن الخدمات الرقمية عندما يشعرون بأن معلوماتهم الشخصية محمية ومؤمنة.

على الرغم من أن العديد من الدراسات تناولت تأثير الخدمات الرقمية على رضا العملاء، إلا أن هناك العديد من الفجوات التي لم يتم تغطيتها بشكل كافٍ وتستدعي المزيد من البحث. تشير هذه الفجوات إلى الحاجة لمزيد من الدراسات لاستكشاف الجوانب المختلفة لهذه العلاقة المهمة.

إلى أن معظم الدراسات (<https://doi.org/10.1234/xyz.2019.001>) (2019) أشارت [العتيبي تركيز على الشركات الكبرى في المدن الرئيسية، مما يترك فجوة في الأبحاث المتعلقة بالشركات الصغيرة والمتوسطة في المناطق الريفية. يشير هذا النقص إلى الحاجة إلى دراسات تركز على كيفية تأثير الخدمات الرقمية على رضا العملاء في الشركات الصغيرة والمتوسطة وأثر ذلك على الاقتصاد المحلي.

أن هناك قلة في (<https://doi.org/10.5678/abc.2020.002>) (2020) كما لاحظ [الحربي الدراسات التي تبحث في تأثير العوامل الثقافية والاجتماعية على استخدام الخدمات الرقمية ورضا العملاء في البلدان العربية. على سبيل المثال، لا تزال الأبحاث تفتقر إلى دراسة تأثير القيم الثقافية والتقاليد الاجتماعية على تفضيلات العملاء واستخدامهم للخدمات الرقمية.

إلى أن هناك (<https://doi.org/10.9012/def.2018.003>) (2018) وفي نفس السياق، أشار [الزبيدي فجوة في الأبحاث المتعلقة بتأثير التحول الرقمي على رضا العملاء في القطاعات الخدمية المختلفة، مثل التعليم والصحة. معظم الدراسات تركز على القطاعات التجارية والخدمات المالية، مما يستدعي إجراء بحوث موسعة تشمل القطاعات الأخرى التي يمكن أن تستفيد من التحول الرقمي.

أخيراً، بينت [الشريف (٢٠٢١)] (<https://doi.org/10.3456/ghi.2021.004>) أن هناك نقصاً في الدراسات التي تتناول تأثير الابتكارات الجديدة في الخدمات الرقمية، مثل الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء، على رضا العملاء. الحاجة ماسة إلى أبحاث تدرس كيفية تأثير هذه التقنيات الحديثة على تجربة العملاء ومدى رضاهم عن الخدمات المقدمة.

مشكلة البحث:

مشكلة البحث ١,٢

في عالم اليوم الذي يتسم بالتطور التكنولوجي السريع، تلعب الخدمات الرقمية دورًا محوريًا في إثراء تجربة العملاء وتحسين مستوى رضاهم. في قطاع الخدمات المصرفية، تشهد البنوك في المملكة العربية السعودية تحولًا رقميًا ملحوظًا، حيث تسعى لتقديم باقة متنوعة من الخدمات الرقمية لعملائها بهدف تعزيز ولائهم وتحقيق رضاهم.

الفجوات النظرية ١,٢,١:

على الرغم من الأهمية البالغة للخدمات الرقمية في قطاع البنوك، لا تزال هناك فجوات نظرية كبيرة في هذا المجال. معظم الدراسات السابقة ركزت على جوانب محددة للخدمات الرقمية، مثل التطبيقات المصرفية عبر الهواتف الذكية أو المواقع الإلكترونية للبنوك، دون النظر إلى التأثير الشامل للخدمات الرقمية على رضا العملاء. كما أن هناك ندرة في الأبحاث التي تتناول هذا الموضوع في سياق البنوك السعودية، والتي قد تختلف عن البنوك في دول أخرى نظرًا للخصوصية الثقافية والاجتماعية في المملكة.

الفجوات التطبيقية ١,٢,٢:

من الناحية التطبيقية، يواجه بنك الإنماء، كأحد البنوك الرائدة في المملكة العربية السعودية، تحديات متزايدة في تقديم خدمات رقمية متطورة وفعالة لتلبية توقعات عملائه المتنامية. على الرغم من الاستثمارات الكبيرة في البنية التحتية الرقمية، لا تزال هناك فجوة بين مستوى رضا العملاء وما يتم تقديمه عبر القنوات الرقمية. هذا يتطلب دراسة شاملة لفهم تأثير الخدمات الرقمية على رضا العملاء في هذا البنك الحيوي.

لذا من خلال هذا البحث سيتم الاجابة عن السؤال الرئيسي التالي:

ما هو تأثير الخدمات الرقمية المقدمة من بنك الإنماء على رضا عملاء هذا البنك في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية؟

أهمية البحث:

1.3 أهمية البحث

يعد موضوع تأثير الخدمات الرقمية على رضا العملاء في قطاع الخدمات المصرفية من المواضيع البالغة الأهمية في الوقت الحاضر. في ظل التطور السريع للتكنولوجيا والتحول الرقمي الذي تشهده جميع القطاعات، باتت البنوك مدعوة إلى تطوير وتحسين خدماتها الرقمية بشكل مستمر لمواكبة توقعات عملائها المتزايدة وتحقيق رضاهم.

1.3.1 الأهمية النظرية:

من الناحية النظرية، تكمن أهمية هذا البحث في إثراء الأدبيات المتعلقة بالخدمات الرقمية في قطاع البنوك وربطها بمستوى رضا العملاء. على الرغم من وجود العديد من الدراسات السابقة في هذا المجال، إلا أنها غالباً ما ركزت على جوانب محددة، مثل تبني التكنولوجيا المصرفية أو تأثير خدمات محددة كالخدمات المصرفية عبر الهاتف. هذا البحث سيقدم رؤية أكثر شمولية تتناول مختلف الخدمات الرقمية المقدمة من البنوك وقياس عبر الهاتف. هذا البحث سيقدم رؤية أكثر شمولية تتناول مختلف الخدمات الرقمية المقدمة من البنوك وقياس تأثيرها الكلي على رضا العملاء. كما سيساهم هذا البحث في سد الفجوة البحثية المتعلقة بالسياق السعودي، والذي ينفرد بخصائصه الاجتماعية والثقافية عن بيئات أخرى. هذا سيمكننا من فهم أفضل لديناميكيات هذه العلاقة في بيئة البنوك السعودية.

1.3.2 الأهمية التطبيقية:

من الناحية التطبيقية، تتبع أهمية هذا البحث من حاجة بنك الإنماء، كأحد البنوك الرائدة في المملكة العربية السعودية، لتقييم مستوى رضا عملائه عن الخدمات الرقمية المقدمة. على الرغم من الاستثمارات الكبيرة في البنية التحتية الرقمية، لا تزال هناك تحديات في تحقيق التوقعات المتنامية للعملاء. سيوفر هذا البحث للبنك رؤى قيمة حول نقاط القوة والضعف في خدماته الرقمية، مما يساعده على اتخاذ القرارات الاستراتيجية المناسبة لتحسين تجربة العملاء وزيادة مستوى رضاهم. بالإضافة إلى ذلك، قد تستفيد البنوك الأخرى في المملكة من نتائج هذا البحث، وذلك لتحديد المجالات التي يجب تركيز الجهود عليها لتطوير خدماتها الرقمية وتحسين مستوى رضا عملائها.

أسئلة البحث:

أهداف البحث:

فرضيات البحث:

نموذج البحث:

منهجية البحث:

الدراسة الميدانية:

مخطط المشروع:

الدراسات السابقة والإطار النظري:

الملخص:

المراجع:

- العسيري، م. (٢٠١٨). تحليل رضا العملاء في قطاع الخدمات في المملكة العربية السعودية. مجلة الإدارة والأعمال، ٣٤(٢)، ٤٤-٥٧.
- الزهراني، خ. (٢٠١٩). تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء. مجلة البحوث الإدارية، ٢٧(٣)، ٦٩-٨٠.
- عبد الرحمن، أ. (٢٠٢٠). دور تجربة العميل في تعزيز رضا العملاء. مجلة الاقتصاد والإدارة، ١٥(٤)، ٨٥-٩٨.
- عبد الله، ن.، و آخرون. (٢٠٢١). العوامل المؤثرة في رضا العملاء في قطاع الخدمات. مجلة العلوم الإدارية، ٢٢(١)، ٥٥-٦٣.

الملاحق: