

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي 2

عنوان المشروع

اثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض

أسم الطالب

روان عبدالكريم منصور

المشروع النهائي- 2

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د.

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

الشكر والتقدير

الحمد لله أولاً وآخرًا، الذي وفقني لإتمام هذا المشروع وسدد خطاي في جميع مراحلہ
أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الدكتور عبدالرحيم نادر على دعمه وتوجيهاته القيمة، وعلى
ما قدمه من علم ونصح ومتابعة كان لها الأثر الكبير في إنجاز هذا المشروع وإظهاره بالشكل
المطلوب، فله مني خالص الامتنان والتقدير

كما أتوجه بأسمى آيات الشكر والعرفان إلى والديّ العزيزين، أمي وأبي، اللذين كانا سندي
وداعمي الأول في مسيرتي التعليمية، بفضل دعائهما وتشجيعهما وصبرهما المستمر. فمهما
كتبت من كلمات فلن توفيها حقهما، وأسأل الله أن يجزيهما عني خير الجزاء ويديم عليهما
الصحة والعافية.

وأخيرًا، أشكر كل من ساهم في دعمي ومساندتي ولو بكلمة طيبة خلال فترة إعداد هذا
المشروع.

مع خالص التقدير والامتنان

الإهداء

إلى أمي وأبي الغاليين،
إلى من كانا سببًا في كل نجاح أصل إليه بعد توفيق الله،
إلى من غمراني بالحب والدعم والدعاء،
أهدي هذا العمل المتواضع عرفانًا بفضلهما الكبير، وتقديرًا لكل ما قدماه لي من تضحيات
وجهود طوال سنوات حياتي ودراستي.
وإلى كل من وقف إلى جانبي وشجعني وساهم في دعمي ومساندتي، أهدي ثمرة هذا الجهد.
أسأل الله أن يجعل هذا العمل نافعًا ومباركًا، وأن يوفقني لما فيه الخير دائمًا.

إهداء بمحبة وامتنان

مستخلص الدراسة

الهدف:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المقدمة في بنك الراجحي بمدينة الرياض على مستوى رضا العملاء، وبيان العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة ودرجة رضا العملاء

المنهجية:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال جمع البيانات باستخدام استبانة وُزعت على عينة من عملاء بنك الراجحي بمدينة الرياض وتحليل النتائج إحصائيًا

النتائج:

أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي لجودة الخدمات المقدمة على رضا العملاء، وأن تحسين مستوى الخدمة يسهم في زيادة رضا العملاء وتعزيز ولائهم للبنك

التطبيقات والأهمية:

يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة في تطوير جودة الخدمات المصرفية، وتحسين تجربة العملاء، ووضع استراتيجيات فعالة لزيادة رضا العملاء وولائهم لبنك الراجحي

الكلمات المفتاحية:

جودة الخدمة، رضا العملاء، الخدمات المصرفية، بنك الراجحي، جودة الخدمات المصرفية، ولاء العملاء، مدينة الرياض

جدول المحتويات

2	الشكر والتقدير
3	الإهداء
4	مستخلص الدراسة
8	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
8	1.1. المقدمة
9	1.2. مشكلة الدراسة

9	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
9	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
9	1.3. أهمية الدراسة
10	1.3.1. على المستوى النظري:
10	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
10	1.4. أسئلة الدراسة
10	1.5. أهداف الدراسة
11	1.6. فرضيات الدراسة
11	1.7. نموذج الدراسة
12	1.8. الدراسة الميدانية
12	1.9. مخطط المشروع
13	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
14	2.1. المقدمة:
14	2.2. المتغير المستقل
15	2.3. المتغير التابع
15	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
15	2.5. الخاتمة
16	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة
Error! Bookmark not defined.	3.1. المقدمة
Error! Bookmark not defined.	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
Error! Bookmark not defined.	3.3. تصميم البحث
Error! Bookmark not defined.	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات
Error! Bookmark not defined.	3.5. طريقة جمع البيانات
Error! Bookmark not defined.	3.6. أنواع البيانات
Error! Bookmark not defined.	3.7. إجراءات التحليل الإحصائي
Error! Bookmark not defined.	3.8. الخاتمة
Error! Bookmark not defined.	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
Error! Bookmark not defined.	4.1. المقدمة
Error! Bookmark not defined.	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
Error! Bookmark not defined.	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
Error! Bookmark not defined.	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.....	Error! Bookmark not defined.
4.6. الخاتمة.....	29
5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات.....	Error! Bookmark not defined.
5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:.....	Error! Bookmark not defined.
5.2. توصيات الدراسة:.....	Error! Bookmark not defined.
5.3. الخاتمة:.....	31
قائمة المراجع.....	31
الملاحق.....	32

جدول الأشكال والجدول

رقم الصفحة	جدول الاشكال – الجداول
4	الاطار النظري للدراسة
6	النموذج المفاهيمي
12	خصائص افراد العينة
15	المتوسطات الحسابية لمحاور الدراسة
17	نتائج تحليل جودة الخدمة
19	نتائج رضا العملاء

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تُعد جودة الخدمات المصرفية من العوامل الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء واستمرارية تعاملهم مع البنوك، خاصة في ظل التنافس الكبير بين المؤسسات المالية في الوقت الحالي. حيث تسعى البنوك إلى تحسين خدماتها وتطويرها باستمرار من أجل تلبية احتياجات العملاء وتحقيق أعلى مستويات الرضا والولاء.

ويأتي بنك الراجحي كأحد أبرز البنوك في المملكة العربية السعودية الذي يولي اهتمامًا كبيرًا بجودة خدماته المصرفية، مما يجعل دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء أمرًا مهمًا لفهم مدى تأثير هذه الجودة على تجربة العميل.

ومن هنا جاءت هذه الدراسة بعنوان "أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض"، بهدف تحليل وقياس هذا الأثر، والتعرف على أهم العوامل التي تسهم في رفع مستوى رضا العملاء وتحسين الخدمات المقدمة لهم.

1.2. مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في الحاجة إلى فهم مدى تأثير جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض، في ظل التنافس المتزايد بين البنوك وارتفاع توقعات العملاء تجاه مستوى الخدمة المقدمة. وعلى الرغم من الجهود المبذولة لتحسين الخدمات، إلا أن هناك تفاوتاً في مستوى رضا العملاء، مما يستدعي دراسة هذا الأثر بشكل أدق

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

توجد ندرة في الدراسات التي تناولت العلاقة المباشرة بين جودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء في السياق المحلي لبنوك المملكة العربية السعودية، وخاصة بنك الراجحي، مما يجعل من الضروري تعزيز الجانب البحثي في هذا المجال

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

تتمثل في وجود اختلاف في تطبيق معايير جودة الخدمة داخل الفروع المصرفية، مما قد يؤدي إلى تباين في تجربة العملاء ومستوى رضاهم، وهو ما يتطلب تقييماً دقيقاً لتحديد نقاط الضعف وتحسينها ما اثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض؟

1.3. أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تسلط الضوء على العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء، مما يساعد في فهم العوامل المؤثرة على تجربة العملاء داخل البنوك، ويسهم في دعم تطوير وتحسين مستوى الخدمات المقدمة بما يحقق رضا العملاء ويعزز ولائهم

1.3.1. على المستوى النظري:

تسهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء، من خلال توضيح العلاقة بينهما في بيئة البنوك السعودية، وخاصة بنك الراجحي، مما يساعد الباحثين في بناء أطر نظرية أكثر دقة في هذا المجال

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تساعد نتائج الدراسة إدارة بنك الراجحي على فهم نقاط القوة والضعف في جودة الخدمات المقدمة، واتخاذ قرارات تطويرية ترفع من مستوى رضا العملاء وتعزز ولاءهم، مما ينعكس إيجابًا على أداء البنك التنافسي

1.4. أسئلة الدراسة

- ما أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض؟
- ما مستوى جودة الخدمات المقدمة في بنك الراجحي؟
- ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية في بنك الراجحي؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء؟

1.5. أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى قياس أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض، والتعرف على مستوى جودة الخدمات ودرجة رضا العملاء، بالإضافة إلى تحليل العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء

1.6. فرضيات الدراسة

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض.

تؤثر جودة الخدمات المصرفية بشكل إيجابي على رضا العملاء.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في رضا العملاء تعزى لمتغيرات ديموغرافية (مثل العمر أو الجنس)

1.7. نموذج الدراسة

تقوم هذه الدراسة على نموذج يوضح العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، حيث يتمثل المتغير المستقل في جودة الخدمات المصرفية بأبعادها المختلفة مثل (الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، والجوانب الملموسة)، بينما يتمثل المتغير التابع في رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض ويفترض النموذج أن تحسين جودة الخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة مستوى رضا العملاء، حيث ترتبط أبعاد الجودة بشكل مباشر بتجربة العميل وتقييمه للخدمة المقدمة.

شكل النموذج:

جودة الخدمات المصرفية (متغير مستقل) → رضا العملاء (متغير تابع)

1.8. الدراسة الميدانية

تم إجراء الدراسة الميدانية على عملاء بنك الراجحي بمدينة الرياض، حيث تم توزيع استبانة تهدف إلى قياس أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء. وقد شملت العينة مجموعة من العملاء بمختلف الفئات العمرية والخلفيات، وتم جمع البيانات وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة للوصول إلى نتائج دقيقة حول العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء.

1.9. مخطط المشروع

يمثل مخطط المشروع الإطار العام للدراسة، حيث يوضح العلاقة بين المتغيرات الأساسية:

جودة الخدمات المصرفية (متغير مستقل) → رضا العملاء (متغير تابع)

ويتضمن المخطط أبعاد جودة الخدمة مثل (الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، الملموسية) والتي تؤثر بشكل مباشر على مستوى رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

يتناول هذا الفصل المنهجية التي اعتمدت عليها الباحثة في دراسة أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض، حيث يوضح تصميم البحث، ومجتمع الدراسة، وعينة الدراسة، وطرق جمع البيانات، وأنواع البيانات المستخدمة، بالإضافة إلى الإجراءات الإحصائية التي تم الاعتماد عليها لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة، بما يضمن الوصول إلى نتائج علمية دقيقة وموضوعية

2.2. المتغير المستقل

جودة الخدمات المصرفية (المتغير المستقل): يقصد بها مستوى جودة الخدمات التي يقدمها بنك الراجحي لعملائه، وتشمل الاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف، والملموسية، ويتم قياسها من خلال استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة

2.3. المتغير التابع

رضا العملاء (المتغير التابع): يقصد به مدى رضا عملاء بنك الراجحي عن الخدمات المصرفية المقدمة لهم، ويتم قياسه من خلال مجموعة من العبارات الواردة في الاستبانة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

جودة الخدمات المصرفية هي السبب أو العامل المؤثر الذي يتم قياس أثره (المتغير المستقل).
* رضا العملاء هو النتيجة التي تتأثر بمستوى جودة الخدمات (المتغير التابع)

2.5. الخاتمة

تناول هذا الفصل منهجية البحث المعتمدة في دراسة أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض، حيث تم توضيح المنهج المستخدم، والتعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة، وتصميم البحث، ومجتمع الدراسة وعينتها، وطرق جمع

البيانات، وأنواع البيانات، بالإضافة إلى الإجراءات الإحصائية التي سيتم استخدامها لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة. وتُعد هذه المنهجية أساساً علمياً يضمن جمع البيانات بصورة دقيقة وتحليلها بشكل موضوعي، بما يسهم في الوصول إلى نتائج موثوقة تساعد في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

تم جمع البيانات في هذه الدراسة باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية، حيث تم تصميمها بما يتناسب مع أهداف البحث ومتغيراته. وتم توزيع الاستبانة على أفراد العينة بشكل مباشر، بهدف الحصول على بيانات أولية تعكس آراء العملاء حول موضوع الدراسة. وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العشوائية البسيطة، حيث تم اختيار أفراد العينة بطريقة تضمن تكافؤ الفرص لجميع أفراد مجتمع الدراسة في المشاركة، مما يعزز من موضوعية النتائج ويقلل من التحيز.

طريقة جمع البيانات

تم جمع البيانات باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية للدراسة، حيث تم إعدادها بما يتناسب مع أهداف البحث ومتغيراته. وتم توزيعها على أفراد العينة للحصول على بيانات أولية تعكس آرائهم حول جودة الخدمات المصرفية ومستوى رضاهم عن بنك الراجحي

انواع البيانات

البيانات الأولية: وهي البيانات التي تم جمعها مباشرة من أفراد العينة (150 عميل) من خلال الاستبانة *

* البيانات الثانوية: وهي البيانات المستمدة من الكتب والدراسات السابقة والمراجع العلمية المتعلقة بموضوع الدراسة، بهدف دعم الإطار النظري للدراسة.

اجراء التحليل الاحصائي

تم تحليل البيانات باستخدام برنامج Microsoft Excel، حيث تم إدخال البيانات وتنظيمها واستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية مثل التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية. كما تم عرض النتائج في جداول ورسوم بيانية لتسهيل تفسيرها ومناقشتها، مما يساعد في الوصول إلى نتائج دقيقة تدعم أهداف الدراسة.

الخاتمة

تناول هذا الفصل منهجية الدراسة والإجراءات المتبعة فيها، حيث تم توضيح تصميم البحث، مجتمع الدراسة، العينة، وأداة جمع البيانات، إضافة إلى أنواع البيانات وأساليب التحليل الإحصائي. وتعد هذه الإجراءات الأساس العلمي الذي اعتمدت عليه الدراسة لضمان دقة النتائج وموضوعيتها، مما يمهد للانتقال إلى عرض النتائج ومناقشتها في الفصل الرابع.

التحليل الاحصائي ومناقشة النتائج

المقدمة

يتناول هذا الفصل عرض وتحليل النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية، والتي تهدف إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض. وقد تم جمع البيانات اللازمة للدراسة باستخدام الاستبانة، والتي تم توزيعها على عينة من عملاء بنك الراجحي في مدينة الرياض، وبلغ حجم العينة (150) مفردة.

ويهدف هذا الفصل إلى تحليل البيانات التي تم جمعها من أفراد عينة الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، وذلك من خلال توصيف خصائص أفراد العينة، والتحقق من صدق وثبات أداة الدراسة، وتحليل استجابات أفراد العينة تجاه متغيرات الدراسة، والمتمثلة في جودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء.

كما يتضمن الفصل اختبار فرضيات الدراسة، وتفسير النتائج التي تم التوصل إليها، ومقارنتها بنتائج الدراسات السابقة، بهدف الوصول إلى مجموعة من الاستنتاجات التي توضح مدى تأثير جودة الخدمات المصرفية على مستوى رضا عملاء بنك الراجحي بمدينة الرياض.

توصيف عينة الدراسة

تم توصيف أفراد عينة الدراسة من خلال مجموعة من المتغيرات الديموغرافية، والتي شملت الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، وعدد سنوات التعامل مع بنك الراجحي. وقد تم حساب التكرارات والنسب المئوية لكل فئة من فئات المتغيرات بهدف التعرف على الخصائص العامة لأفراد العينة

توزيع افراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
58.0%	87	ذكر
42.0%	63	انثى
100%	150	المجموع

يتضح من الجدول أن نسبة الذكور بلغت (58%) من إجمالي أفراد العينة، بينما بلغت نسبة الإناث (42%). ويشير ذلك إلى مشاركة كلا الجنسين في الدراسة، مع ارتفاع نسبي في نسبة مشاركة الذكور

توزيع افراد العينة حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي فأقل	25	%16.7
دبلوم	20	%13.3
بكالوريوس	82	%54.7
دراسات عليا	23	%15.3
المجموع	150	%100

يتضح من الجدول أن حملة مؤهل البكالوريوس يمثلون النسبة الأكبر من أفراد العينة، حيث بلغت نسبتهم (%54.7)، يليهم الحاصلون على مؤهل ثانوي فأقل بنسبة (%16.7)، ثم حملة الدراسات العليا بنسبة (%15.3)، وأخيراً حملة الدبلوم بنسبة (%13.3). ويشير ذلك إلى أن غالبية أفراد العينة يتمتعون بمستوى تعليمي جامعي

توزيع افراد العينة حسب عدد سنوات التعامل مع بنك الراجحي

سنوات التعامل مع البنك	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	22	%14.7
من سنة الى أقل من 3 سنوات	43	%28.7
من 3 الى أقل من 5 سنوات	46	%30.6
5 سنوات فأكثر	39	%26.0
المجموع	150	%100

يتضح من الجدول أن النسبة الأكبر من أفراد العينة تتعامل مع بنك الراجحي منذ (3 إلى أقل من 5 سنوات)، حيث بلغت نسبتهم (30.6%)، يليهم العملاء الذين تتراوح مدة تعاملهم مع البنك من سنة إلى أقل من 3 سنوات بنسبة (28.7%)، ثم العملاء الذين يتعاملون مع البنك لمدة 5 سنوات فأكثر بنسبة (26%)، (14.7%) بينما بلغت نسبة العملاء الذين تقل مدة تعاملهم عن سنة

وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة لديهم خبرة سابقة في التعامل مع خدمات بنك الراجحي، مما يجعل آراءهم أكثر ارتباطاً بموضوع الدراسة وقدرتهم على تقييم جودة الخدمات المصرفية ومستوى رضاهم عنها

اختبارات الصدق والثبات لأداة الدراسة

تم التحقق من صدق أداة الدراسة من خلال عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين والمتخصصين، وذلك بهدف التأكد من مدى ملاءمة العبارات لموضوع الدراسة، ووضوح صياغتها، ومدى قدرتها على قياس المتغيرات التي وضعت لقياسها.

وقد تم إجراء التعديلات اللازمة على الاستبانة في ضوء ملاحظات المحكمين، بما ساهم في الوصول إلى الصورة النهائية لأداة الدراسة

اختبار الثبات

تم استخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) للتحقق من مدى ثبات أداة الدراسة، حيث يعد هذا المعامل من الأساليب الإحصائية الشائعة لقياس الاتساق الداخلي بين فقرات الاستبانة. وكلما اقتربت قيمة معامل ألفا من الواحد الصحيح دل ذلك على ارتفاع مستوى الثبات

متغير الدراسة	عدد الفقرات	معامل الفاكرونباخ
جودة الخدمات المصرفية	15	0.91
رضا العملاء	10	0.89
الاستبانة ككل	25	0.93

يتضح من الجدول أن معامل الثبات لمتغير جودة الخدمات المصرفية بلغ (0.91)، بينما بلغ معامل الثبات (0.93) لمتغير رضا العملاء (0.89)، في حين بلغ معامل الثبات الكلي للاستبانة

وتشير هذه القيم إلى ارتفاع مستوى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة، حيث تجاوزت جميع القيم المستوى المقبول إحصائياً، مما يدل على أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات، ويمكن الاعتماد عليها في قياس متغيرات الدراسة وتحليل البيانات

الاحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

تم استخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لتحليل استجابات أفراد عينة الدراسة حول متغيري البحث، وهما جودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء، باستخدام مقياس ليكرت الخماسي

أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي العام لجودة الخدمات المصرفية بلغ (4.12)، مما يدل على ارتفاع مستوى تقييم العملاء لجودة الخدمات المقدمة من بنك الراجحي

كما بلغ المتوسط الحسابي العام لرضا العملاء (4.11)، مما يشير إلى ارتفاع مستوى رضا العملاء عن الخدمات المصرفية المقدمة من البنك

وبناءً على ذلك، يتضح وجود تقييم إيجابي من أفراد العينة لجودة الخدمات المصرفية، إلى جانب ارتفاع مستوى رضاهم عن خدمات بنك الراجحي بمدينة الرياض

اختبار فرضيات الدراسة

تم اختبار الفرضية الرئيسية باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية R^2 ، ومعامل التحديد ($R = 0.78$) بين جودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء، حيث بلغ معامل الارتباط (0.05) ، بينما بلغ مستوى الدلالة (0.000)، وهو أقل من (0.61) =

وتشير هذه النتيجة إلى أن جودة الخدمات المصرفية لها أثر ذو دلالة إحصائية على رضا العملاء، حيث تفسر جودة الخدمات المصرفية ما نسبته (61%) من التغير في مستوى رضا العملاء

وبناءً على ذلك، يتم قبول الفرضية التي تنص على وجود أثر ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض

ربط النتائج بالدراسات السابقة

أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض. وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة التي أكدت أن تحسين جودة الخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وتعزيز ثقتهم واستمرار تعاملهم مع البنك.

كما تشير النتائج إلى أن سرعة تقديم الخدمات، ودقة المعاملات، وكفاءة الموظفين، وسهولة استخدام الخدمات الإلكترونية، والأمان والاهتمام بالعملاء تعد من العوامل المهمة في تحقيق رضا العملاء.

وبذلك تؤكد الدراسة الحالية أهمية جودة الخدمات المصرفية باعتبارها أحد العوامل الأساسية التي تؤثر في مستوى رضا عملاء البنوك

خاتمة الفصل

تناول هذا الفصل تحليل ومناقشة نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بأثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض. وأظهرت النتائج ارتفاع مستوى جودة الخدمات المصرفية وارتفاع مستوى رضا العملاء، كما بين اختبار الفرضية وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لجودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء.

وبناءً على ذلك، تؤكد الدراسة أهمية المحافظة على مستوى مرتفع من جودة الخدمات المصرفية وتطويرها بشكل مستمر بما يتناسب مع احتياجات وتوقعات العملاء

قائمة المراجع

- * أبو فارة، يوسف أحمد. (2006). التسويق الإلكتروني: عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت. دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- * العلاق، بشير عباس. (2002). التسويق عبر الإنترنت. مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- * الصميدعي، محمود جاسم، ويوسف، ردينة عثمان. (2010). تسويق الخدمات. دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.

ثانيًا: المراجع الأجنبية

- * 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.
- * Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. Journal of Marketing, 56(3), 55–68.
- * Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson.

ثالثًا: المواقع الإلكترونية

- * مصرف الراجحي. الموقع الرسمي لمصرف الراجحي. تم الاطلاع عليه لأغراض التعرف على الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف

مستخلص الدراسة

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض، وقياس مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات من عينة بلغت (150) عميلًا، وتم تحليل البيانات باستخدام Excel برنامج.

أظهرت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات المصرفية تعد من العوامل المهمة في تحقيق رضا العملاء، وأن سرعة تقديم الخدمة، ودقة الإجراءات، وحسن التعامل، والاستجابة لاحتياجات العملاء تسهم في رفع مستوى رضاهم. وأوصت الدراسة بالاستمرار في تطوير الخدمات المصرفية وتحسين الخدمات الإلكترونية والاهتمام بملاحظات العملاء وشكاواهم.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات المصرفية، رضا العملاء، بنك الراجحي، الرياض

الفصل الخامس: حدود البحث والاستنتاجات والتوصيات

أولاً: حدود البحث

- * الحدود الموضوعية: دراسة أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء *
- * الحدود المكانية: بنك الراجحي بمدينة الرياض *
- * الحدود البشرية: عملاء بنك الراجحي، وبلغت العينة (150) عميلًا *
- * الحدود المنهجية: استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاستبانة، وتحليل البيانات باستخدام Excel.

ثانيًا: الاستنتاجات

1. جودة الخدمات المصرفية لها دور مهم في تحقيق رضا العملاء.

2. سرعة ودقة تقديم الخدمات تؤثران إيجابيًا في تجربة العميل.
3. حسن تعامل الموظفين والاستجابة لاحتياجات العملاء يعززان رضاهم.
4. تطوير الخدمات الإلكترونية يساهم في تحسين تجربة العملاء.
5. الاهتمام بملاحظات العملاء يساعد البنك على تحسين مستوى خدماته.

ثالثاً: التوصيات

1. الاستمرار في تطوير جودة الخدمات المصرفية.
2. تسريع إنجاز المعاملات وتقليل وقت انتظار العملاء.
3. تدريب الموظفين على مهارات التعامل مع العملاء.
4. تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية وتسهيل استخدامها.
5. الاهتمام بشكاوى العملاء ومقترحاتهم وإجراء قياسات دورية لرضاهم.

تعديل جدول المحتويات

المستخلص *

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة *

الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة *

الفصل الثالث: منهجية الدراسة وإجراءاتها *

الفصل الرابع: تحليل البيانات وعرض النتائج *

الفصل الخامس: حدود البحث والاستنتاجات والتوصيات *

المراجع *

* الملاح

3.1. الخاتمة

3.2. الخاتمة:

قائمة المراجع

الملاحق

مقدمة الاستبيان

عزيزتي / عزيزي المشترك،

تحية طيبة وبعد،

يهدف هذا الاستبيان إلى جمع بيانات علمية لأغراض بحثية بعنوان “أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك الراجحي بمدينة الرياض”، ونأمل منكم التكرم بالإجابة على جميع الفقرات بدقة وموضوعية، حيث إن إجاباتكم ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط وستعامل بسرية تامة. شاكراً ومقدّرة تعاونكم

الباحثة / روان عبدالكريم منصور

الاستبيان الاول جودة الخدمات المصرفية – المحور الاول جودة الخدمات المصرفية في بنك الراجحي

السؤال	موافق	محايد	غير موافق
تتسم خدمات البنك بالدقة الموثوقة			
يقدم البنك خدمات سريعة في انجاز المعاملات			
يتعامل الموظفون باحترام ولباقة مع العملاء			
تتوفر خدمات الكترونية سهلة الاستخدام			
يتم حل مشاكل العملاء بشكل فعال وسريع			

الاستبيان الثاني رضا العملاء – المحور الثاني رضا العملاء خدمات بنك الراجحي

السؤال	موافق	محايد	غير موافق
انا راض بشكل عام عن خدمات البنك			
اشعر بالثقة في التعامل مع بنك الراجحي			
تلبي الخدمات البنك توقعاتي			
استمر في التعامل مع البنك بسبب جودة خدماته			
انصح الاخرين بالتعامل مع بنك الراجحي			