

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

تأثير تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) على جودة العمليات المصرفية دراسة حالة في البنك الراجحي

أسم الطالب

ماجد سلامي

232001523

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
	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
5	1.3. أهمية الدراسة
5	1.3.1. على المستوى النظري:
6	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
6	1.4. أسئلة الدراسة
6	1.5. أهداف الدراسة
7	1.6. فرضيات الدراسة
7	1.7. نموذج الدراسة
7	1.8. منهجية الدراسة
8	1.9. الدراسة الميدانية
9	1.10. مخطط المشروع المقترح
	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
1	
10	2.1. المقدمة:
11	2.2. المتغير المستقل
11	2.3. المتغير التابع
11	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
11	2.5. الخاتمة

12.....قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

في السنوات الأخيرة، أصبحت البنوك في السعودية تعتمد بشكل متزايد على الأنظمة الإلكترونية لإدارة أعمالها اليومية وتحسين جودة خدماتها. ويُعد نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) من أهم هذه الأنظمة، حيث يساعد في تحسين جودة الخدمات وتعزيز رضا العملاء، ويعد نظام إدارة علاقات العملاء، إدارة بيانات العملاء وتحليل بيانات العملاء وتحليل سلوكهم وتحسين تجربة الخدمات المصرفية. إلى تعزيز العلاقة مع العملاء من خلال توفير معلومات دقيقة تساعد في اتخاذ القرار وتحسين سرعة الاستجابة، مع ذلك، ما زالت بعض البنوك تواجه تحديات في تطبيق النظام بشكل فعال يؤثر على جودة العمليات المصرفية، وهو ما يجعل دراسة هذا الموضوع مهمة لفهم مدى تأثير هذا النظام على الأداء وجودة العمل.

تستهدف هذه الدراسة موظفي الإدارات المصرفية وخاصة العاملين في إدارة علاقات العملاء، لما لهم من دور مباشر في تطبيق النظام. وتكمن أهمية المشكلة في كونها ترتبط بتحسين جودة العمليات المصرفية، وزيادة كفاءة العمل وتقليل الأخطاء التي قد تؤثر على رضا العملاء وأداء البنك.

يهدف هذا البحث إلى دراسة مدى تأثير تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء المصرفية في البنك الراجحي، من خلال تحليل آراء الموظفين وتحديد مدى فعالية النظام في تحسين التنظيم والكفاءة وتقليل الأخطاء التشغيلية.

1.2. مشكلة الدراسة

يُعد تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء من الخطوات المهمة التي اتخذتها البنوك السعودية لتطوير بيئة العمل الرقمية. ومع ذلك، فإن بعض المؤسسات تواجه صعوبات في تحقيق الفائدة الكاملة من هذا النظام، سواء من ناحية الاستخدام أو من ناحية تأثيره على جودة العمليات المصرفية.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

قلة الدراسات النظرية التي تناولت العلاقة بين نظام (CRM) وجودة العمليات المصرفية في البنوك السعودية , مما يجعل الحاجة ملحة لبحث يوضح هذا الترابط

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

عدم توفر بيانات ميدانية كافية من داخل البنوك السعودية حول تأثير تطبيق النظام على العمل اليومي ومستوى رضا الموظفين والعملاء.

1.3. أهمية الدراسة

في دعم التحول الرقمي وتحسين جودة الخدمات المصرفية ورفع كفاءة الأداء المؤسسي تتبع أهمية الدراسة من دور نظام ادره علاقات العملاء.

1.3.1. على المستوى النظري:

يسهم البحث في سد الفجوة النظرية المتعلقة بدراسة العلاقة بين إدارة علاقات العملاء وجودة العمل المصرفي، مما يضيف إلى المعرفة الأكاديمية في مجال إدارة الجودة والتحول الرقمي.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

سيوفر البحث نتائج يمكن ان يستفيد منها البنك الراجحي والبنوك الاخرى لتحسين طريقة تطبيق نظام (CRM)، مما يرفع من كفاءة العمليات وجودة الخدمات المقدمة للعملاء.

1.4. أسئلة الدراسة

1. ما مدى تأثير نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) على جودة العمليات المصرفية؟
2. ما دور نظام CRM في تحسين مستوى رضا العملاء في القطاع المصرفي؟
3. إلى أي حد يسهم نظام CRM في رفع كفاءة الأداء المصرفي؟
4. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام نظام CRM وتحسين جودة الخدمات المصرفية؟
5. ما أبرز التحديات التي تواجه تطبيق نظام CRM في البنوك، وكيف تؤثر على تحقيق أهدافه؟

1.5. أهداف الدراسة

1. دراسة تأثير تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) على جودة العمليات المصرفية داخل البنك الراجحي .
2. التعرف على مستوى كفاءة نظام (CRM) في تحسين دقة وسرعة تقديم الخدمات المصرفية .
3. تقييم مستوى رضا العملاء عن استخدام نظام (CRM) ودوره في تحسين تجربة العميل .
4. اقتراح آليات تطوير تسهم في تحسين استخدام نظام (CRM) في مختلف الأقسام المصرفية .

5. توليد رؤى عملية تساعد الإدارة في تعزيز فعالية التحول الرقمي ورفع جودة الخدمات المصرفية

1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الصفرية: (H0)

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) على جودة العمليات المصرفية في البنك الراجحي.

الفرضية البديلة: (H1)

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) على جودة العمليات المصرفية في البنك الراجحي.

الفرضية الاتجاهية: (H2)

يؤدي تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) إلى تحسين جودة العمليات المصرفية وزيادة كفاءة الأداء.

الفرضية غير الاتجاهية: (H3)

يوجد تأثير لتطبيق نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) على جودة العمليات المصرفية في البنك الراجحي دون تحديد اتجاه هذا التأثير.

1.7. نموذج الدراسة

المتغير المستقل:

تطبيق نظام إدارة علاقات العملاء (CRM)

المتغير التابع:

جودة العمليات المصرفية

العلاقة:

CRM → جودة العمليات البنكية

1.8. منهجية الدراسة

1- فلسفة البحث:

تعتمد الدراسة على الفلسفة الوضعية، لكونها تستند إلى قياس أثر متغيرات قابلة للملاحظة.

2- منهج البحث:

تعتمد الدراسة على المنهج الاستنباطي، حيث تنطلق من نظريات وفروض مسبقة ليتم اختبارها ميدانيًا .

3- استراتيجية البحث:

اتبعت الدراسة استراتيجية الدراسة المسحية لجمع آراء الموظفين وتحليلها.

4- نوع البحث:

تصنّف الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، .

5- الأفق الزمني:

تعتمد الدراسة على التصميم المقطعي لجمع البيانات في فترة زمنية واحدة.

6- طرق جمع وتحليل البيانات:

- أداة جمع البيانات :استبانة إلكترونية موجهة إلى موظفي البنك .
- طريقة التحليل :الاعتماد على الأساليب الإحصائية (SPSS)، لتحليل الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، واختبار الفرضيات.

1.9. الدراسة الميدانية

اعتمدت الدراسة على مراجعة عدد من الدراسات الميدانية المرتبطة بتطبيق أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) في البيئة المصرفية، ومنها:

- إدارة علاقات العملاء CRM – للدكتور عمرو عبد الرحمن توفيق مرجع عربي جيد لفهم المفاهيم الأساسية والاستراتيجيات الخاصة بإدارة علاقات العملاء : .توصلت الدراسة إلى أن تطبيق أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) يسهم بفاعلية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وتسريع الاستجابة لاحتياجات العملاء، وتقليل الأخطاء التشغيلية من خلال تحسين إدارة البيانات .
- إدارة علاقة الزبون – محمود جاسم الصميدعي وآخرون يناقش الجانب الاستراتيجي في التسويق وعلاقاته بالعملاء .أكدت الدراسة أن التحول الرقمي في البنوك السعودية، وخاصة من خلال تطبيق أنظمة (CRM) ، ساعد في رفع كفاءة إدارة علاقات العملاء، وتحسين تجربة العميل، وتقليل الوقت المستغرق في تقديم الخدمات المصرفية.

1.10. مخطط المشروع المقترح

- 1- جمع البيانات من الموظفين عبر استبانة.
- 2- تصميم نموذج التحليل الإحصائي.
- 3- اختبار الفرضيات باستخدام SPSS.
- 4- تحليل النتائج وربطها بالدراسات السابقة.
- 5- صياغة التوصيات النهائية وتطوير نموذج تحسين لنظام CRM.

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

1- إدارة علاقات العملاء CRM – للدكتور عمرو عبد الرحمن توفيق مرجع عربي جيد لفهم المفاهيم الأساسية والاستراتيجيات الخاصة بإدارة علاقات العملاء .

<https://short-url.org/1pDQp>

2 -قياس إدارة علاقات العملاء(CRM)

<https://short-url.org/1pDQX>

3- إدارة علاقة الزبون – محمود جاسم الصميدعي وآخرون يناقش الجانب الاستراتيجي في التسويق وعلاقاته بالعملاء .

<https://short-url.org/1kxJC>

4-استكشاف أثر نظام إدارة علاقات العملاء الإلكتروني على العملاء في (2023). يحيى، إ. &، محمد، س. م.، ماري، م. المجلة الدولية للأنظمة الذكية والتطبيقات الهندسية. PLS-SEM القطاع المصرفي باستخدام منهج

5-موسى، ر. أ. (2022). تأثير إدارة علاقات العملاء الإلكترونية على تجربة العميل في خدمات البنوك الإلكترونية. المجلة الدولية للبحوث الأكاديمية في الأعمال والعلوم الاجتماعية.

6- المطيري، محمد أ. تنفيذ نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) في القطاع المصرفي السعودي *International Business Research*. تهدف الدراسة إلى تحليل عملية تنفيذ CRM وتقييم أهم مكوناته في بنوك السعودية.

<https://ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/64193>

□

- 7- شيماء محمد محمد وآخرون. استكشاف أثر نظام إدارة علاقات العملاء الإلكتروني (E-CRM) على العملاء في القطاع المصرفي باستخدام PLS-SEM. الدراسة تبحث تأثير E-CRM على جودة الخدمة، الثقة، ورضا العملاء.
<https://ijisae.org/index.php/IJISAE/article/view/3104>
- 8- حسين، أمينة محمد سوليمان وآخرون. أثر إدارة علاقات العملاء على الميزة التنافسية: دراسة حالة في بنوك سعودية. الدراسة تبحث علاقة أبعاد CRM بالميزة التنافسية في البنك التجاري.
<https://www.migrationletters.com/index.php/ml/article/view/9135>
- 9- فوزان، أحمد. تحليل إدارة علاقات العملاء في القطاع المصرفي السعودي. بحث يبرز عوامل النجاح وحالة تطبيق CRM في بنوك سعودية.
<https://drepo.sdl.edu.sa/items/072ea4d3-903f-438d-a44a-eb4f43dde1b0>
- 10- السلوم، نجلاء ف. وآخرون. أثر استخدام نظام إدارة علاقات العملاء (CRM) في البنوك المحلية في مدينة الرياض: دراسة وصفية. هذا البحث يوضح ممارسات CRM وتحدياته من وجهة نظر موظفين وعملاء.
<https://aasrc.org/aasri/index.php/aasri/article/view/2105>
- 11- سمر مصفي حسني. العوامل المحددة لنظام إدارة علاقات العملاء (CRM) في البنوك التجارية المصرية: نموذج مقترح. يقدم النموذج والعوامل المؤثرة في نجاح CRM.
https://zcom.journals.ekb.eg/article_148407.html
- 12- كباب منال. التوجه بإدارة العلاقة مع الزبون (CRM) كاستراتيجية لتعزيز تنافسية البنوك – دراسة حالة في الجزائر. يوضح أثر CRM على التنافسية البنكية.
<https://asjp.cerist.dz/en/article/258716>
- 13- *Customer Relationship Management (CRM) تعريف واستراتيجية*. من منصة الموارد التعليمية المفتوحة، يوضح مفهوم CRM وأهميته في إدارة علاقات العملاء.
<https://oerx.nelc.gov.sa/resource/58917>