

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة المستنصرية
كلية الإدارة والاقتصاد



إدارة علاقات الزبون وتأثيرها في الأداء المصرفي

((دراسة تحليلية في عينة من المصارف الحكومية العراقية))

رسالة مقدمة

الى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد الجامعة المستنصرية
كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم إدارة الأعمال

إعداد الطالبة

إسراء مسلم أحذية الكعبي

بإشراف

الأستاذ المساعد الدكتور

حيدر حمزة جودي الدليمي

بغداد

٢٠١٥ م

١٤٣٦ هـ

المستخلص

تسعى هذه الدراسة إلى الكشف عن التأثير الذي تؤديه إدارة علاقات الزبون في الأداء المصرفي، وقد أجريت الدراسة في قطاع المصارف الحكومية في العراق، وقد تم اختيار قطاع المصارف لما لها من أهمية ولكونها من القطاعات المهمة والحيوية مع تزايد اهتمام الزبون بهذا القطاع. وكان هدف الدراسة الأساسي معرفة مدى تأثير إدارة علاقات الزبون في الأداء المصرفي، ولأجل تحقيق ذلك الهدف جرى تحليل آراء عينة الدراسة التي تمثلت بعينة من الزبائن ومديري ورؤساء أقسام وحملة الشهادات لمصرفي الرافدين والرشيد والزراعي والصناعي في العراق بواقع (٣٠) شخصاً لكل مصرف، (١٥) موظفاً و(١٥) زبوناً، حيث بلغ مجموع أفراد العينة (١٢٠) فرداً فضلاً عن استخدام الجانب الكمي من خلال قياس نسب السيولة والربحية ونسب كفاية رأس المال، واعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي، وقد شملت الدراسة مجموعة من الفرضيات تم اختبارها على عينة من المصارف الحكومية العراقية وقد خرجت الدراسة بمجموعة من الاستنتاجات حددت ملامح العلاقات وطبيعتها والتأثير ما بين متغيرات الدراسة، ومن أهمها وجود علاقة ارتباط قوية وطردية بين إدارة علاقات الزبون والأداء المصرفي، وكذلك وجود علاقة تأثير معنوية بين مكونات إدارة علاقات الزبون مجتمعة في مؤشرات الأداء المصرفي مجتمعة، كما ختمت الدراسة بجملة من التوصيات المناسبة التي يمكن أن تفيد الباحثين والجهات ذات العلاقة بهذا المجال، لعل أهمها: يتطلب من المصارف الحكومية العراقية التفكير بصورة جديّة صوب القيام بحملات ترويجية وإعلانية وذلك بهدف تحفيز الزبائن على الاستمرار في التعامل مع هذه المصارف وجذب زبائن جدد، وايضاً المتابعة المستمرة من قبل المصرف للأداء المالي المصرفي لعمله من خلال اعتماد النسب (السيولة، والربحية، وكفاية رأس المال) ومدى تأثير قاعدة حجم الزبائن بهذا الجانب.