

قضايا بحثية 3

إعداد الباحث :

صلاح مهدي الحداد

20223006539



أثر التسويق الداخلي على جودة الخدمات في قطاع
الاتصالات السعودية
دراسة حالة: شركة الاتصالات السعودية ((STC))

مقدمة

- التسويق الداخلي هو جميع الأنشطة التي تهدف إلى تحسين قدرات الموظفين وزيادة رضاهم لتعزيز جودة الخدمات المقدمة.
- يساهم التسويق الداخلي في توفير بيئة عمل تفاعلية تساهم في تحسين أداء الموظفين وجودة الخدمة.

مشكلة البحث

• ما مدى تأثير أبعاد التسويق الداخلي على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية؟

• التساؤلات الفرعية:

- ما مدى تأثير التوظيف على جودة الخدمات؟
- ما مدى تأثير التمكين على جودة الخدمات؟
- ما مدى تأثير التدريب على جودة الخدمات؟
- ما مدى تأثير المكافآت والحوافز على جودة الخدمات؟
- ما مدى تأثير الاتصال الداخلي على جودة الخدمات؟

أهداف البحث

- توضيح أثر تبني أبعاد التسويق الداخلي على جودة الخدمات.
- تحليل تأثير كل من: التوظيف، التمكين، التدريب، المكافآت والحوافز، والاتصال الداخلي على جودة الخدمات.
- تقديم توصيات لتحسين جودة الخدمات بناءً على نتائج البحث.

الإطار النظري

•التسويق الداخلي:

- تعريفه وأهميته.
- أبعاد التسويق الداخلي: التوظيف، التمكين، التدريب، المكافآت والحوافز، الاتصال الداخلي.

•جودة الخدمات:

- تعريفها وأبعادها: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف.

منهجية البحث

- المنهج: الوصفي التحليلي.
- مجتمع الدراسة: العاملون في شركة الاتصالات السعودية بمدينة الرياض.
- عينة الدراسة: 322 موظف/موظفة.

النتائج

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لكل من التوظيف، التدريب، المكافآت والحوافز، والاتصال الداخلي على جودة الخدمات.
- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتمكين على جودة الخدمات.

التوصيات

- تعزيز ثقافة التسويق الداخلي ببرامجه وسياساته.
- التركيز على أبعاد التسويق الداخلي الأساسية لضمان تقديم أفضل الخدمات.
- تطوير برامج الحوافز والمكافآت لتحفيز الموظفين وتحسين الأداء.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

