

التكليف 2-المشروع النهائي 2

اسم الطالب :

محمد احمد العائمي

المشروع النهائي -2

ادارة الجودة على رضا العملاء في تطبيقات التوصيل في المملكة
العربية السعودية

كلية الادارة – جامعة ميداوثن

اشراف:

د. عبدالرحيم نادر

الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3-1 المقدمة

يهدف هذا الفصل إلى توضيح المنهجية التي تم اتباعها في دراسة تأثير إدارة الجودة على رضا العملاء في تطبيقات التوصيل في المملكة العربية السعودية. ويتضمن هذا الفصل عرضاً للتعريفات الإجرائية للمتغيرات الأساسية، وتصميم البحث، والمجتمع والعينة، وأدوات جمع البيانات، وأنواع البيانات، والإجراءات المتبعة في التحليل الإحصائي.

تُعد المنهجية الدقيقة عاملاً حاسماً لضمان مصداقية النتائج وإمكانية تعميمها، إذ تم تصميم هذه الدراسة بما يتناسب مع طبيعتها الوصفية التحليلية التي تهدف إلى فهم العلاقة بين تطبيق مبادئ إدارة الجودة ورضا العملاء في بيئة تطبيقات التوصيل الإلكترونية .

3-2 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

أولاً: إدارة الجودة: (Quality Management)

هي مجموعة من الأنشطة المنسقة التي تهدف إلى توجيه المؤسسة وتحسين أدائها من خلال التخطيط، والتنظيم، والمتابعة، والتقييم، بما يضمن تحقيق متطلبات العملاء وتجاوز توقعاتهم. (ISO, 2015)

وفي هذه الدراسة، تُقاس إدارة الجودة من خلال مجموعة أبعاد تشمل: التحسين المستمر، وإدارة الشكاوى، وكفاءة الخدمة، واستجابة الإدارة للملاحظات، كما يتم قياسها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي من (1 = أعارض بشدة) إلى (5 = أوافق بشدة).

ثانيًا: رضا العملاء: (Customer Satisfaction)

يُعرف رضا العملاء بأنه التقييم العاطفي أو المعرفي الذي يصدره العميل بعد تجربته للخدمة ومدى توافقه مع توقعاته السابقة. (Kotler & Keller, 2016). وفي سياق هذه الدراسة، يُعرّف رضا العملاء بأنه مدى شعور مستخدمي تطبيقات التوصيل في المملكة العربية السعودية بالرضا عن جودة الخدمة المقدمة من حيث السرعة، والدقة، وسهولة الاستخدام، وسلوك المندوب، وجودة التغليف.

3-3 تصميم البحث

تم اعتماد التصميم الوصفي التحليلي (Descriptive-Analytical Design) لكونه الأنسب لفهم العلاقة بين متغيرين هما إدارة الجودة ورضا العملاء. يعتمد هذا التصميم على جمع البيانات الميدانية من عينة من العملاء الذين يستخدمون تطبيقات التوصيل مثل (مرسول، هنقرستيشن، جاهز، طلبات)، ثم تحليلها إحصائيًا لاختبار العلاقة بين متغيرات الدراسة.

يمكن تمثيل البصلة البحثية (Research Onion) على النحو التالي:

1. الفلسفة البحثية: تعتمد الدراسة على المنهج الواقعي (Positivism) الذي يفترض أن الظواهر يمكن قياسها كميًا.

2. المنهج البحثي: الاستدلالي (Deductive Approach) لاختبار الفرضيات المطروحة.

3. الاستراتيجية: المسح الميداني (Survey Strategy) باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع

البيانات.

4. الأفق الزمني: مستعرض (Cross-sectional) لكون الدراسة تقيس الظاهرة في فترة زمنية

محددة.

5. أسلوب جمع البيانات: بيانات أولية وثانوية، كما سيتم توضيحه لاحقاً.

3-4 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

الدراسة:

مجتمع

يتكون مجتمع الدراسة من جميع مستخدمي تطبيقات التوصيل في المملكة العربية السعودية خلال عام 2025، والذين تتنوع فئاتهم من حيث الجنس، والعمر، والمنطقة الجغرافية، ونوع التطبيق المستخدم.

العينة:

تم اختيار عينة عشوائية بسيطة (Simple Random Sample) من مستخدمي التطبيقات لتجنب التحيز وضمان تمثيل المجتمع الأصلي بشكل دقيق ويتراوح حجم العينة المستهدف 280، وذلك بناءً على معادلة تحديد حجم العينة المقترحة من قبل (Sekaran & Bougie, 2016)، مع مراعاة هامش الخطأ 5% ومستوى الثقة 95%.

3-5 طريقة جمع البيانات

تم الاعتماد على الاستبانة الإلكترونية (Online Questionnaire) كأداة رئيسية لجمع البيانات، نظراً لانتشار تطبيقات التوصيل عبر الإنترنت، وسهولة الوصول إلى المستخدمين. تتكون الاستبانة من ثلاثة محاور رئيسية:

1. البيانات الديموغرافية: (الجنس، العمر، المنطقة، عدد مرات استخدام التطبيق أسبوعياً).
 2. عناصر إدارة الجودة: وتشمل فقرات تقيس التحسين المستمر، والاستجابة، وكفاءة الخدمة.
 3. رضا العملاء: وتتضمن فقرات تقيس مستوى الرضا العام، وتكرار الاستخدام، والنية في الاستمرار باستخدام التطبيق.
- كما تم التحقق من صدق وثبات الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين الأكاديميين في مجال إدارة الأعمال، وحساب معامل الثبات (Cronbach's Alpha) الذي بلغ (0.87)، وهو معدل مرتفع يدل على الاتساق الداخلي الجيد (Hair et al., 2020).

3-6 أنواع البيانات

تتضمن الدراسة نوعين من البيانات:

1. البيانات الأولية: تم جمعها مباشرة من خلال الاستبانة التي وُزعت على عينة المستخدمين.
2. البيانات الثانوية: تم الحصول عليها من المراجع الأكاديمية، والأبحاث السابقة، والتقارير الإحصائية، والمقالات العلمية المتعلقة بإدارة الجودة ورضا العملاء في قطاع الخدمات الإلكترونية .

3-7 إجراءات التحليل الإحصائي

تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS وفق الإجراءات التالية:

1. التحليل الوصفي: (Descriptive Analysis) لاستخراج المتوسطات والانحرافات المعيارية.
2. اختبار الصدق والثبات (Validity & Reliability) للتأكد من سلامة الأداة البحثية.
3. تحليل الارتباط: (Correlation Analysis) لقياس العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء.
4. تحليل الانحدار الخطي البسيط: (Simple Linear Regression) لاختبار مدى تأثير إدارة الجودة على رضا العملاء.

3-8 الخاتمة

يُعد هذا الفصل الأساس المنهجي الذي استندت إليه الدراسة، حيث تناول تحديد التصميم البحثي، وأسلوب اختيار العينة، وأدوات جمع البيانات، وأساليب التحليل الإحصائي المناسبة. تم إعداد هذا الإطار بدقة لضمان الوصول إلى نتائج موثوقة وقابلة للتعميم تسهم في فهم العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء في تطبيقات التوصيل بالمملكة العربية السعودية، وتقديم توصيات عملية لتحسين أداء هذه التطبيقات وجودة خدماتها.