



مقرر: دراسات نقدية (1)

MGM 813

تكليف / نقد ورقة بحثية رقم 4

نقد أهداف البحث

اعداد الطالب:

عبد الرحمن عمر حسن الفاهمي

الرقم الجامعي:

242000760

د. هبة الحداد

يوليو/2024

تقييم رضا العملاء عن أبعاد جودة خدمات الهاتف النقال
بالتركيز على (شركة الاتصالات السعودية، زين، موبيلي) بمنطقة الجوف في المملكة العربية
السعودية

**Evaluate customer satisfaction about dimensions of quality of mobile phone
services by Focusing on STC, Zain, Mobily) in Al Jouf region in Saudi Arabia**

أهداف البحث:

تسعى الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- 1- التعرف على مدى توفر أبعاد الجودة الخمسة وترتيبها (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان والدقة، الاستجابة) في خدمات الهاتف النقال التي تقدمها الشركات محل الدراسة.
- 2- التعرف على درجات رضا العملاء عن مستوى جودة خدمات الهاتف النقال التي تقدمها الشركات محل الدراسة بالترتيب.
- 3- الكشف عن أثر متغيرات الدراسة (السن، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي) في تصور العملاء لمدى توفر أبعاد الجودة الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان والدقة، الاستجابة).

نقد أهداف البحث:

1. الأهداف تعكس مدى الإضافة في مجال البحث

- بالنسبة للهدف الأول:

فإن التعرف على مدى توفر أبعاد الجودة الخمسة وترتيبها (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان والدقة، الاستجابة) في المؤسسة الخدماتية يساهم في إثراء المعرفة بالتطور الخدمي يتطلب المزيد من الدراسات والابتكارات في هذا المجال لخلق العوائد الاقتصادية وضمان الاستمرار في سوق يتصف بالتغيير السريع بفضل التطور التكنولوجي المتلاحق، ومن هنا فإن تحقيق هذا الهدف يساعد في التعرف على نتيجة الجهود المبذولة في مجال الجودة والامتياز وإمكانية تطويرها بناء على نتائج البحث في هذا الهدف.

- بالنسبة للهدف الثاني:

التعرف على درجات رضا العملاء عن مستوى جودة الخدمة يساعد في تطوير مستويات الجودة وإعادة ترتيبها ضمن أولويات الشركات، كذلك يفيد في التعرف على اتجاهات العملاء وبالتالي

تطوير خدمات أكثر ملائمة للعميل في إطار فلسفة الجودة الشاملة التي تتبناها جميع شركات الاتصالات في الوقت الراهن.

- بالنسبة للهدف الثالث: فلا أرى أن هناك إضافة علمية أو تطبيقية كبيرة للتعرف على الفروق في تقديرات العينة لأثر أبعاد جودة الخدمة على مستوى رضاهم عنها وفق متغيرات (الحالة الاجتماعية - المؤهل العلمي) حيث أن هناك متغيرات يمكن أن تضيف من خلال دراستها كمتغيرات وسيطة إضافة علمية وتطبيقية أكبر للموضوع باعتبارها ذات تأثير متوقع مثل: مدة الاشتراك في الشركة - مستوى الدخل، الخ)

2. الأهداف واضحة ودقيقة:

- بالنسبة للهدف الأول: التعرف على مدى توفر أبعاد الجودة الخمسة وترتيبها (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان والدقة، الاستجابة) في خدمات الهاتف النقال التي تقدمها الشركات محل الدراسة فهو واضح ودقيق.

- بالنسبة للهدف الثاني: التعرف على درجات رضا العملاء عن مستوى جودة خدمات الهاتف النقال التي تقدمها الشركات محل الدراسة بالترتيب. فهو هدف غير دقيق حيث كان الأولى تغيير صياغته بشكل أوضح

- بالنسبة للهدف الثالث: الكشف عن أثر متغيرات الدراسة (السن، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي) في تصور العملاء لمدى توفر أبعاد الجودة الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان والدقة، الاستجابة). هو هدف غير واضح حيث أن الباحثان يريدان من خلال الهدف تقييم تأثير المتغيرات الديموغرافية على تصور العملاء لتوافر أبعاد جودة الخدمة كمؤشر على رضاهم وهو مالم تتضمنه الصياغة بشكل واضح حيث كان يجب الإشارة في الهدف إلى رضا العملاء من خلال صياغة أفضل، حيث اعتبر الباحثان أن تصور العملاء الإيجابي يعكس رضاهم بشكل تلقائي عن الخدمة مع أنهما قاما بفصل هذه المتغير في محور منفرد في الاستبيان.

وأرى هنا أن الصياغة الأدق للهدف هي: الكشف عن الفروق في تقديرات العينة لتأثير أبعاد جودة الخدمة (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان، الدقة، الاستجابة) على رضا العملاء في الشركات محل الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية للمبحوثين (السن - الحالة الاجتماعية - المؤهل العلمي).

3. الأهداف مرتبطة بمشكلة الدراسة وتساؤلاتها:

تتمثل مشكلة البحث في التساؤلات الآتية:

1. ما مدى توفر أبعاد الجودة (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان، الدقة، الاستجابة) المرتبطة بخدمات الهاتف النقال والمقدمة من قبل الشركات العاملة في مجال الاتصالات في المملكة العربية السعودية؟

وهو يتطابق تماما مع ما جاء في الهدف الأول.

2. ما هو أثر توفر أبعاد الجودة (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان، الدقة، الاستجابة) المرتبطة بخدمات الهاتف النقال والمقدمة من قبل الشركات العاملة في مجال الاتصالات في المملكة العربية السعودية على درجات الرضا لدى عملائها؟

وهو ما يتفق مع الهدف الثاني للبحث.

3. ما هو أكثر أبعاد الجودة التي تركز عليه الشركات محل الدراسة لتحقيق القبول والولاء والرضا لدى العملاء؟

وهو تساؤل لم يندرج تحت الأهداف وبالتالي فهو لا يتفق مع أهداف الدراسة.

4. الأهداف مرتبطة بعنوان الدراسة:

تتفق الأهداف مع عنوان البحث "تقييم رضا العملاء عن أبعاد جودة خدمات الهاتف النقال

بالتركيز على (شركة الاتصالات السعودية، زين، موبايلي) بمنطقة الجوف في المملكة العربية السعودية. ولكن يؤخذ على الباحث عدم استخدام لفظة "أثر" في العنوان لتتطابق بشكل أفضل مع محتوى البحث، ليصبح العنوان المقترح "أثر أبعاد جودة خدمات الهاتف النقال على رضا العملاء بالتركيز على (شركة الاتصالات السعودية، زين، موبايلي) بمنطقة الجوف في المملكة العربية السعودية"

5. مناسبة موقعها في الدراسة:

جاءت الأهداف بعد التساؤلات بشكل متسلسل وهو موقع مناسب حيث أن الهدف تأتي لإعادة صياغة المشكلة وتساؤلاتها على شكل أهداف يسعى الباحث إلى تحقيقها.

6. الأهداف واقعية ويمكن قياس مدى تحققها:

■ بالنسبة للهدف الأول/

التعرف على مدى توفر أبعاد الجودة الخمسة وترتيبها (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان والدقة، الاستجابة) في خدمات الهاتف النقال التي تقدمها الشركات محل الدراسة. يعتبر الهدف واقعي وقابل للقياس حيث يمكن تحقيق هذا الهدف من خلال التعبير عنه بنتائج رقمية بواسطة أدوات التحليل الوصفي مثل؛ التكرارات والمتوسطات الحسابية لإجابات العينة على فقرات كل بعد من أبعاد الجودة.

■ بالنسبة للهدف الثاني/

التعرف على درجات رضا العملاء عن مستوى جودة خدمات الهاتف النقال التي تقدمها الشركات محل الدراسة بالترتيب. يعتبر الهدف واقعي وقابل للقياس حيث يمكن تحقيق هذا الهدف من خلال التعبير عنه بنتائج رقمية بواسطة أدوات التحليل الوصفي مثل؛ التكرارات والمتوسطات الحسابية لإجابات العينة على فقرات محور رضا العملاء عن مستوى جودة الخدمة.

■ بالنسبة للهدف الثالث/

الكشف عن أثر متغيرات الدراسة (السن، الحالة الاجتماعية، المؤهل العلمي) في تصور العملاء لمدى توفر أبعاد الجودة الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، التعاطف، الأمان والدقة، الاستجابة). يعتبر الهدف واقعي وقابل للقياس حيث يمكن تحقيق هذا الهدف من خلال التعبير عنه بنتائج رقمية بواسطة اختبارات التحليل الاستدلالي مثل؛ اختبار كا²

7. ترتيب الأهداف حسب أهميتها:

نجح البحث في تم ترتيب الأهداف وفق أهمية المتغيرات؛ فالهدف الأول يتناول المتغير المستقل وهو أبعاد جودة الخدمة، والهدف الثاني يتناول المتغير التابع، أما الثالث فيتناول المتغيرات الوسيطة.

8. صياغتها بشكل جمل تعبيرية:

تم صياغة الأهداف مباشرة دون استخدام مصطلحات غريبة تبعد به عن المعنى المقصود.