

مهارات بحثية 3

إعداد الباحث :

صلاح مهدي الحداد

20223006539



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

التساؤلات البحثية

•التساؤل الرئيسي: ما مدى تأثير أبعاد التسويق الداخلي على جودة الخدمات في شركة

الاتصالات السعودية؟

•التساؤلات الفرعية:

- ما مدى تأثير التوظيف على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية؟
- ما مدى تأثير التمكين على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية؟
- ما مدى تأثير التدريب على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية؟
- ما مدى تأثير المكافآت والحوافز على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية؟
- ما مدى تأثير الاتصال الداخلي على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية؟

أهداف البحث

• الأهداف الرئيسية:

- التعرف على مفهومي التسويق الداخلي وجودة الخدمات.
- توضيح أثر تبني أبعاد التسويق الداخلي على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية.
- تقديم مجموعة من التوصيات لتحسين جودة الخدمات المقدمة في قطاع الاتصالات.

فرضيات البحث

•الفرضية الرئيسية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسويق الداخلي بأبعاده المتمثلة في التوظيف، التمكين، التدريب، المكافآت والحوافز، الاتصال الداخلي على جودة الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات السعودية.

•الفرضيات الفرعية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتوظيف على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتمكين على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتدريب على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمكافآت والحوافز على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية.
- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للاتصال الداخلي على جودة الخدمات في شركة الاتصالات السعودية.

التناسق بين التساؤلات، الأهداف، والفرضيات • تقييم الاتساق:

- التساؤلات البحثية جاءت لتستكشف التأثيرات المحتملة لأبعاد التسويق الداخلي على جودة الخدمات، وهي متسقة مع الأهداف التي تسعى لتوضيح هذه التأثيرات.
- الفرضيات تمثل اقتراحات بحثية لاختبار العلاقات بين المتغيرات، وهي مشتقة مباشرة من التساؤلات البحثية، مما يجعل هناك اتساقاً منطقيًا بين التساؤلات، الأهداف، والفروض.
- الاستنتاج: هناك اتساق قوي بين التساؤلات البحثية، الأهداف، والفروض في هذا البحث، حيث كل منها يدعم الآخر ويعمل على توضيح وتحقيق نفس الهدف البحثي.

النتائج والتوصيات النتائج:

- النتائج أظهرت وجود تأثيرات ذات دلالة إحصائية لبعض أبعاد التسويق الداخلي على جودة الخدمات، باستثناء بعد التمكين.

• التوصيات:

- تعزيز الاهتمام بأبعاد التسويق الداخلي خاصة التوظيف، التدريب، والتحفيز لضمان تحسين جودة الخدمات.

الخلاصة

- متغيرات مدروسة بدقة: تم قياس متغيرات الدراسة بعناية لضمان شمولية وصحة النتائج.
- صدق وثبات قويان: أظهرت الأدوات المستخدمة في الدراسة مستويات عالية من الصدق والثبات، مما يعزز موثوقية النتائج.



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

