

The effect of service quality on customer satisfaction- applied to Mobily company in Jeddah, Saudi Arabia Kingdom

تأثير جودة الخدمات على رضا العميل - بالتطبيق على شركة
موبايلي في جدة في المملكة العربية السعودية.

فاطمة محمد علي الحاصل
FATIMA MOHAMMED ALI AL-HASIL

2021200711

مشروع تخرج 1
كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس كلية الإدارة جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول 2024



شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين
و الصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

أتقدم بجزيل الشكر و خالص الإمتنان
لمشرفة البحث

الدكتورة/ منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس
في كلية الإدارة جامعة ميدأوشن

على توجيهي و إرشادي بالنصح والتصحيح
وأشكر والدتي الحبيبة التي ساندتني و لكل من أمدني بيد العون والمساعدة من
قريب أو بعيد.

إهداء

إهدي بحث التخرج
إلى روح حبيبي

أبي

رحمه الله

اللهم أنزل أبي منازل الصديقين والشهداء والصالحين، وحسن أولئك رفيقًا.

اللهم اجعل قبر أبي روضةً من رياض الجنة، ولا تجعله حفرةً من حفر النار.

اللهم أفسح لأبي في قبره مدّ بصره، وافرش قبره من فراش الجنة.

جدول المحتويات

المحتوى رقم الصفحة

- صفحة الغلاف 1
- الشكر والتقدير 3
- الإهداء 4
- المستخلص 5
- جدول المحتويات 7
- قائمة الأشكال 8
- قائمة الجداول 9
- الفصل الأول : الإطار العام للدراسة 9
 - 1. المقدمة 9
 - 1.2 مشكلة البحث 1.2.1
 - 1.2.1 الفحوات النظرية 1.2.2
 - 1.2.2 الفجوات التطبيقية 1.3
 - 1.3 أهمية البحث 1.3.1
 - 1.3.1 الأهمية النظرية 1.3.2
 - 1.3.2 الأهمية النظرية 1.4
 - 1.4 أسئلة البحث 1.4.1
 - 1.4.1 السؤال الرئيسي 1.4.2
 - 1.4.2 الأسئلة الفرعية 1.5
 - 1.5 أهداف البحث 1.6
 - 1.6 فرضيات البحث 1.7
 - 1.7 نموذج البحث 1.8
 - 1.8 منهجية البحث 1.9
 - 1.9 الدراسة الميدانية

- هيكل المشروع المقترح

5

جدول المحتويات

- الفصل الثاني : الإطار النظري والدراسات السابقة

- 2. المقدمة
- 2.1. عموميات جودة الخدمات الإلكترونية
- 2.2. عموميات رضا العميل
- 2.3. العلاقة بين جودة الخدمات الإلكترونية و رضا العميل
- 2.4. الدراسات السابقة
- 2.5. الملخص
- 2.6. المصادر و المراجع

قائمة الأشكال

الشكل رقم	الوصف	وقم الصفحة
1	نموذج الدراسة الافتراضي	14
2	تصميم البحث العلمي طبقا لنموذج البصلة	16
3		

7 قائمة الجداول

الوصف	الجدول رقم
أبعاد جودة الخدمة	1

الفصل الأول :الإطار العام للدراسة

الفصل الأول :الإطار العام للدراسة

1 . المقدمة :

ركزت معظم الدراسات على موضوع الجودة, فمنذ بداية الثمانينيات من القرن الماضي, بدأ التركيز على جودة الخدمة كعامل تنافسي رئيسي للشركات من أجل البقاء والاستمرارية. في ظل المنافسة الشديدة وتوافر الخيارات المتعددة للعملاء, و أصبحت القدرة على تحقيق الفارق ضرورية. (عبد الرحيم حنان, & بن أمهاني سمية, 2019). إن جودة الخدمة تعتبر العنصر الحاسم لتحقيق التفوق التنافسي للشركات الحديثة. تعتمد استمرارية الشركات في السوق على قدرتها على تقديم خدمة متميزة وتحقيق رضا العملاء. يجب أن يكون هذا المستوى متماشياً مع جودة الخدمة التي تقدمها الشركات الأخرى في المنافسة. (عبد العزيز, 2024).

يعرف Gronroos الخدمة على أنها سلسلة من الأنشطة, يمكن أن تكون ملموسة أو غير ملموسة, تحدث بشكل طبيعي خلال تفاعل العميل والموظف في المؤسسة الخدمية, أو بين السلع والموارد المادية, أو حتى مع موردي الخدمات. وتكون الخدمة بمثابة حلاً لمشاكل العميل. بينما يصف Kotler الخدمة بأنها نشاط أو فائدة يقدمه طرف للآخر, وغالباً ما تكون غير ملموسة وغير مرتبطة بالملكية. ويتم ربط تقديم الخدمة بمنتج معين أو بمعايير إرشادية أو بتاريخ مشترك, سواء كان مادياً أو غير مادي. (بن أحسن, ناصر الدين, 2016). كما بين أن تكامل أنشطة التسويق الداخلي وإدارة جودة الخدمات و أثره على رضا الزبون).

إن التطور في مجال الخدمات في الدول, أدى إلى تشديد المنافسة بين مقدمي الخدمات. وهذا خلق اهتماماً كبيراً بين الباحثين والمهتمين بالأنشطة الخدمية بشأن أهمية جودة تقديم الخدمة, وضرورة دراستها وتحليل تأثيرها على عملاء الشركات. وتشير التطورات الحالية لزيادة المنافسة بين الشركات وزيادة الوعي والمعرفة, يُفضل العملاء اليوم شراء السلع والخدمات ذات الجودة العالية. (إبراهيم النجار, ح., ثابت احمد, س., & رمضان عبد الحميد, ه. ا., 2022).

وعلى الدراسات السابقة من باراسورامان وآخرون (1988) أنها تكمن في تقديم الخدمة المطلوبة بدقة من البداية في الوقت المناسب, والحفاظ على سجلات خالية من العيوب. هذه العناصر تعتبر مؤشراً على جودة الخدمة التي تلعب دوراً كبيراً في رضا العملاء (حجازي & نجلاء فريد, 2019).

الفصل الأول :الإطار العام للدراسة

يعرض الباحث (Mamo,2018) أن المشكلة عند تقديم خدمة مميزة، تحتاج المؤسسة إلى تجاوز توقعات العملاء. أحد العوامل المهمة في تقديم خدمة ممتازة هو الالتزام بالوعود دائماً دون ضمان الأمور التي لا يمكن تحقيقها. يُعتبر رضا العملاء مبنياً على تجربة العميل في كل لقاء خاص بالخدمة، وهذا يعكس أهمية جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء؛ إذ تنبع جودة الخدمة من نتائجها.

سبب لاختياري لهذا البحث قلة الدراسات السابقة لشركة موبايلى ، و لمعرفة العوامل المؤثرة لجودة الخدمات على رضا العميل و ابرازها للشركة ، ولتحسين الخدمات ، و رفع غاية إرضاء العملاء .

"يواجه الباحثين في مجال تسويق الخدمات بصفة عامة مشكلة هامة تتعلق بكيفية قياس جودة الخدمة من ناحية، وتوافر المقاييس الأكثر مصداقية وقبولاً في التطبيق العملي من ناحية أخرى، ولقد أسهمت الدراسات البحثية من خلال ما قدمه مقياس التوقعات SERVQUAL، وكذلك أيضاً مقياس الأداء الفعلي للخدمة SERVPERF في قياس جودة الخدمة، إلا أن الجدل ما زال مستمراً حول الاتفاق على وجود مقياس صالح للتطبيق على جميع أنواع الخدمات " السبع، (2023). ومن المشاكل اختلاف بين تفضيلات الزبائن ، فهم الزبائن ، و معوفة رغباتهم .

و مع التنافس بين الشركات فإن جودة الخدمة من أحد أسباب فشل ونجاح الشركات أو المؤسسات . لذا يجب تقديم جودة عالية لتحقيق رضا العميل ، لذا من أهمية البحث معرفة دور جودة الخدمة لتحقيق رضا العميل ، وتحسين وتطوير جودة الخدمة من الشركات أو المؤسسات لملائمة ورفع سقف توقع الرضا للعميل.

أن تحسين جودة الخدمة لإرضاء العملاء هدف لكل شركة بغض النظر مكانها،و أن الشركة المميزة دائماً تسعى لتحقيق هدفها وهو إرضاء العميل ، وهدف الدراسة الحالية التعرف العميق لأثر جودة الخدمة على رضا العميل لشركة موبايلى في جدة .

الفصل الأول :الإطار العام للدراسة

1.2. مشكلة الدراسة :

أن المشكلة عند تقديم خدمة مميزة، تحتاج المؤسسة إلى تجاوز توقعات العملاء. أحد العوامل المهمة في تقديم خدمة ممتازة هو الالتزام بالوعود دائماً دون ضمان الأمور التي لا يمكن تحقيقها. يُعتبر رضا العملاء مبنياً على تجربة العميل في كل لقاء خاص بالخدمة، وهذا يعكس أهمية جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء؛ إذ تنبع جودة الخدمة من نتائجها، حيث يعتمد على توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراكهم لأداء الخدمة المقدمة فعلياً. يتم تحديد الفجوة أو التطابق بين هذه التوقعات. ويشمل هذا فجوات، استخلاصها الباحث على النحو التالي:

الفجوة النظرية : أن في أوجه النقص في الدراسات السابقة فيما يتعلق جودة الخدمة على رضا العميل. كتبنا بين تفضيلات الزبائن واعتقادات المؤسسة بشأن التفضيلات. في حال وجود فجوة سلبية، يعني ذلك عدم قدرة المؤسسة على فهم احتياجات الزبائن ورغباتهم بشكل صحيح.

أو التباين بين اعتقادات المؤسسة بشأن رغبات الزبائن و أدائها الفعلي. في حالة وجود فجوة سلبية، يعني ذلك عدم ترجمة توقعات الزبائن إلى مواصفات فعلية في الخدمة المقدمة. أو التباين بين مواصفات الجودة والأداء الفعلي. في حال وجود فجوة سلبية، يعني ذلك وجود اختلاف بين مواصفات الخدمة و إدراك المؤسسة لهذه المواصفات. أو التباين بين الخدمة المقدمة والتسويق لها. في حال وجود فجوة سلبية، يعني ذلك وجود خلل في المصادقية والثقة في المؤسسة.

إن الفجوة الناتجة عن واحدة أو أكثر من الفجوات السابقة تمثل الفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة. في حال وجود فجوة سلبية، يؤدي ذلك إلى عدم رضا الزبائن عن الخدمة المقدمة و يشكل انطباعات سلبية عن المؤسسة. (بن أحسن, & ناصر الدين، 2015).

الفجوة التطبيقية : الإجابة على التساؤلات اختلاف المتغيرات ، و في الحاجة الدراسة أثر جودة الخدمة على رضى العميل في منطقة جدة .

1.3 . أهمية الدراسة :

ركز عبد الرحيم ، بن أمهاني (2019) أن أهمية البحث يركز على جودة الخدمات المقدمة على احتياجات العملاء، مع تغير أذواقهم ومتطلباتهم المستمرة. ينظر العملاء حاليا إلى أن الجودة هي معيار أساسي لتقييم واختيار احتياجاتهم ورغباتهم. أصبح هذا الموضوع من أهم اهتمامات العاملين في المؤسسات والباحثين والدارسين. يُلاحظ قطاع الخدمات تطورا في السنوات الأخيرة، من خلال هذه الدراسة، التعمق في جوانبه بشكل أكبر.

الأهمية النظرية : إن الأهمية البحث في ندرة الدراسات السابقة التي تتناول جودة الخدمة و رضا العميل بالتطبيق على الشركة المعنية . و من أهمية الجودة أن إعطاء الخدمة المرجوة تزيد تفوق المؤسسة أو الشركة، التعمق في فهم للعملاء و التركيز على الخدمة المدركة يساعد الشركة على استقطاب العميل و الحفاظ عليه و يحافظ على استمرار الشركة . (بو عقلان ، 2014) . ضبط مفاهيم الجودة ، الخدمة ، ورضا العميل ، تقييم أبعاد الجودة و رضا العميل. بيان أهمية العميل بالنسبة للمؤسسة لجذب العميل ، ويمكن تقديم توصيات تساهم في تطبيق أبعاد جودة الخدمة لرضا العميل.

الأهمية التطبيقية : إن معايير الجودة لدي العميل من أساسيات الرضا ، معرفة الشركة لأهمية العميل و مدى ارضاءه و حل مشكلة التباين بين أبعاد جودة الخدمة وكسب رضا العميل يسهم نجاح المؤسسة .

أسباب وراء الاختيار :

من أسباب اختياري للبحث هو اهتمامي بموضوع الخدمات عامة وجودة الخدمة خاصة.

الفصل الأول :الإطار العام للدراسة

الدراسات السابقة:

تستعرض الباحثة الدراسة السابقة التي كانت محمل اهتمام بموضوع جودة الخدمة كالتالي :

- دراسة فهد منذر (مشعل)، بعنوان " أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا ضيوف فنادق فئة الخمسة نجوم في مدينة عمان، رسالة ماجستير تخصص تسويق، جامعة الزرقاء، الأردن، 2015-2014

هدف الدراسة هو معرفة أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا الضيوف، وأوضحت محددات جودة الخدمة كالأعمادية، الأمان، التعاطف، الاستجابة والمستلزمات المادية .

وتوصلت من خلالها لوجود هلاقة أثر جودة الخدمات الفندقية مع متغيرات الدراسة، تصدرت الدرجة الأولى في التأثير هو المستلزمات المادية، كما احتلت الاستجابة المرتبة الأخيرة في تأثيرها على رضا الضيوف ركزت الدراسة على أبعاد جودة الخدمة وأثرها على رضا النزلاء.

- دراسة محمد الضوي عبد المنعم السيد، بعنوان " مؤشرات تخطيطية لتحسين جودة خدمات الرعاية الاجتماعية بمركز الضمان والإغاثة في مديرية التضامن الاجتماعي بمحافظة أسوان"
- تهدف دراسة "مؤشرات تخطيطية لتحسين جودة خدمات الرعاية الاجتماعية بمركز الضمان والإغاثة في مديرية التضامن الاجتماعي بمحافظة أسوان"، إلى وصف وتحليل جودة خدمات الرعاية الاجتماعية المقدمة بالمركز، وصعوبات التي تعيق إسهاماته، وسبل تحسين جودة تلك الخدمات. تم إجراء استبيان ميداني على المستفيدين من خدمات المركز، وعددهم 212 مستفيداً. كما تم إجراء مسح اجتماعي شامل على المسؤولين بالمركز، وعددهم 32 شخصاً. أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى فاعلية الخدمات الاجتماعية المقدمة بالمركز، كما يراها المستفيدون، يعد متوسطاً بمعدل 2.07.

السؤال الرئيسي :

ما أثر جودة الخدمة على رضى العميل في شركة موبيلي في جدة ؟

الفصل الأول :الإطار العام للدراسة

1.4 . أسئلة الدراسة :

يشكل الجودة تحديا كبيرا لبقاء ونمو جميع المؤسسات . و النمو والبقاء هو سبب لجذب العملاء ، وهو المحور الرئيسي لأي عمل تجاري ناجح . يعتمد نجاح الأعمال على فهم الشركة لتلبية احتياجات العملاء وطلباتهم . تهدف الدراسة الحالية إلى دراسة متغير الجودة الخدمة على رضا العميل ونركز على الأسئلة التالية:

1.4.1. السؤال الرئيسي :

- ما هو أثر جودة الخدمة على رضى العميل في شركة موبايلى في جدة ؟

1.4.2. السؤال الفرعي :

- إلى أي مدى أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا العميل ؟

1.5 . أهداف البحث:

تهدف البحث الحالي إلى دراسة جودة الخدمة على رضا العميل و الإجابة على متغيرات الدراسة لتحقيق الجودة . ولدراسة الأهداف التي يسعى الباحث لتحقيقها كالتالي:

- الهدف الرئيسي : دراسة تأثير جودة الخدمة على رضى العميل.
- الهدف الفرعي : التحقق من أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا العميل .

1.6 . الفرضيات :

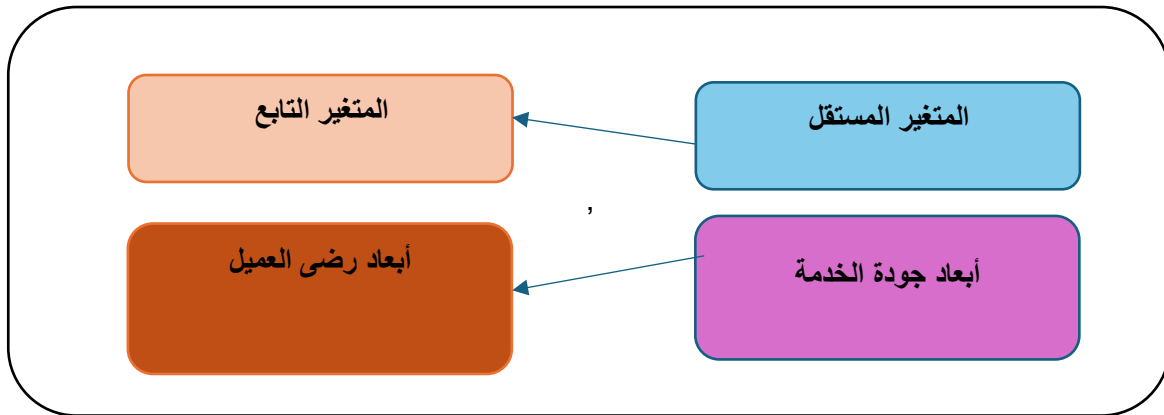
بناء على الدراسات السابقة ، يفترض الباحث الإجابة على تساؤلات الدراسة من خلال الفرضيات ، و لتحقيق الدراسة من خلال تلك الفرضيات :

- H الفرضية الرئيسية : يوجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية ما بين جودة الخدمة ورضا العميل.
 - H_a الفرضية الفرعية : يوجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية علي أبعاد جودة الخدمة .
- (تؤثر جودة الخدمة معنويا و إحصائيا على رضا العميل)

الفصل الأول :الإطار العام للدراسة

1.7 . نموذج الدراسة :

بناء على الدراسات السابقة تم تصميم نموذج فرضي يوضح العلاقة بين المتغيرات أثر جودة الخدمة على رضى العميل كالتالي :



المصدر : الباحث.

الشكل () نموذج الدراسة المقترح .

يوضح الشكل السابق الدراسة العلاقة بين متغيرات الدراسة وفرضيات الدراسة المتغيرات الخاصة بالبحث ، حيث يوضح المتغير المستقل هو أبعاد جودة الخدمة و المتغير التابع هو رضا العميل

1.8 . الدراسة الميدانية :

معرفة الربط بين مستوي جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة من شركة موبايلي في المملكة العربية السعودية في جدة و رضى العميل. مكان الدراسة في شركة موبايلي في جدة في المملكة العربية السعودية

هيكل المشروع المقترح

الفصل الأول : الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني : الإطار النظري

الفصل الثالث : منهجية البحث

الفصل الرابع : التحليل الإحصائي

الفصل الخامس : المناقشة و الخاتمة

2. الفصل الثاني : الإطار النظري

الفصل الثاني : الإطار النظري والدراسات السابقة

2.1. المقدمة :

نظرا للتطورات والتغيرات في عصرنا الحالي ، تواجه المؤسسات تحديات حديثة وصعبة لمسايرة التطور و التنافس الشديد المستمر لتحقيق رضى العميل ، ولمعرفة جودة الخدمة المثالية لرفع رضى العميل نستعرض في هذا الفصل الأدبيات النظرية والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، حيث سيتم التركيز على مفهوم اجودة لخدمات وأهميتها، وأبعادها بالإضافة إلى أساليب قياسها. كما سيتم مناقشة رضا الزبائن عن جودة الخدمات ، وأهمية الرضا وعلاقته بجودة الخدمات التي يتلقاها الزبائن.

2.1. عاميات حول جودة الخدمة :

2.1.1 . مفهوم الجودة :

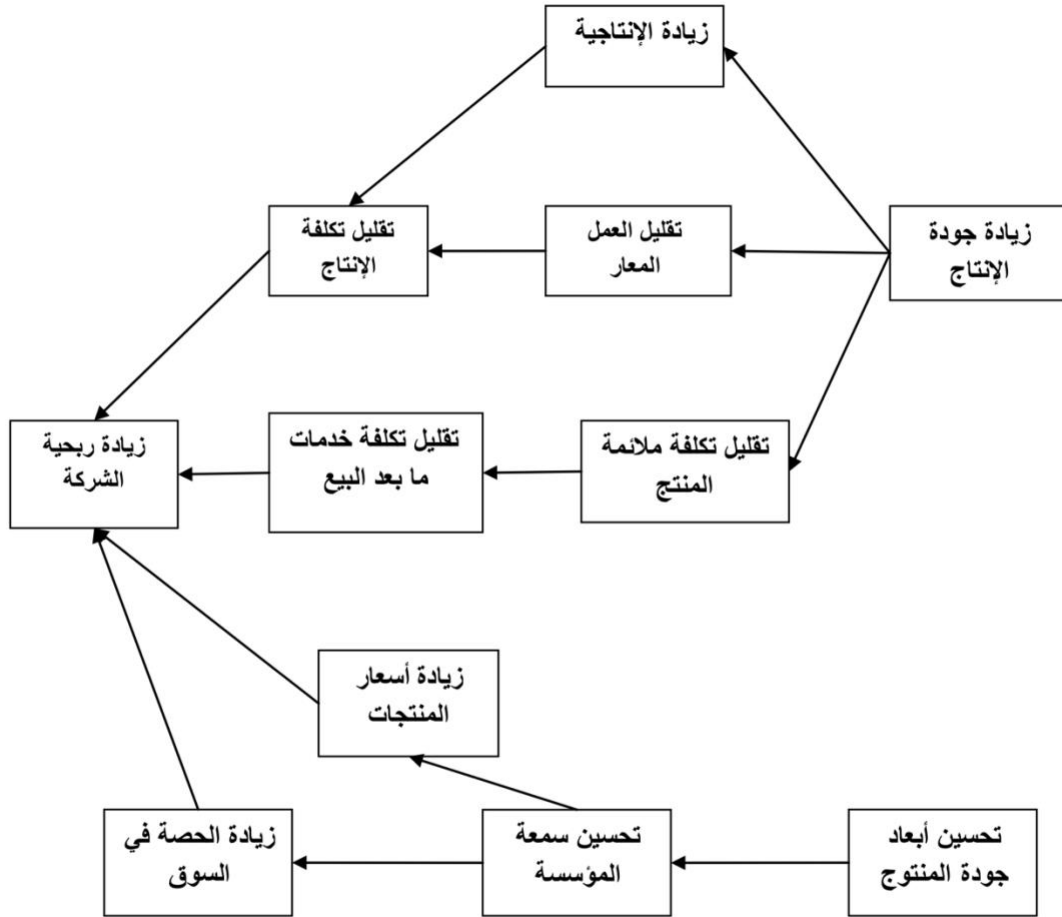
عرف الجودة برادلي وفق دراسة السوق وتحليل المتغيرات على أنها تطابق المنتج بخصائصه ووصفه مع متطلبات العملاء. أما جوران، فوصف الجودة بأنها "الملائمة للاستخدام"، ووفقاً للمعيار الدولي ISO 8402 لعام 1994، تعرف الجودة على أنها سمات وخصائص الخدمة التي تناسب احتياجات العملاء المعلنة أو الضمنية.

2.1.2 . أهمية الجودة :

تزايد التنافس بين المؤسسات لإيجاد الجودة المثالية لإرضاء العميل ، وتتحقق الجودة نتيجة السمعة القوية للمؤسسة وزيادة شهرتها. كما أن لها دوراً فعال في تحقيق التنافسية، وهذا ما يميز الشركة ويضمن تفوقها في السوق. و ينبغي لكل شركة النظر إلى تحسين جودة منتجاتها كاستثمار أساسي لاستمراريتها في السوق . عند تطبيق معايير الجودة في عملية الإنتاج ، يمكن أن يكون لذلك تأثير إيجابي كبير على الشركات والمستهلكين على حد سواء. بالإضافة إلى حماية العملاء من المنتجات ذات الجودة المنخفضة والغش التجاري، فإن تحسين جودة المنتجات يؤدي إلى زيادة الثقة بين الشركة وزبائنهم. ومن الناحية الاقتصادية، يمكن لتحسين الجودة أن يقلل من التكاليف الإضافية المترتبة على إصلاح المنتجات المعيبة، كما يمكن أن يزيد من ربحية المنظمة عن طريق تحقيق رضا وولاء أكبر من الزبائن.

الفصل الثاني :الإطار النظري

الشكل : () جودة الانتاج



المصدر :قاسم نايف علوان،إدارة الجودة الشاملة و متطلبات الايزو 9001 و 2000 ،دار الثقافة للنشر و التوزيع ،عمان ، 2005 ، ص 33 .

في هذا الشكل : تتحسن جودة الإنتاج، و تنعكس هذه التحسينات إيجابياً على تكلفة تكيف المنتج، حيث يمكن تقليل التكاليف المتعلقة بالتصنيع والإصلاح بشكل كبير. بالإضافة إلى ذلك، يؤدي تحسين الجودة إلى زيادة الإنتاجية وتحسين سمعة المؤسسة في السوق. كل هذه العوامل تعمل معاً على زيادة حصة السوق للشركة وتحقيق مستويات أعلى من الأرباح والاستدامة في النجاح التجاري.

الفصل الثاني :الإطار النظري

2.1.3 . مفهوم الخدمة :

نجد الباحثون قدموا بشأن الخدمة أنه التفاعل الاجتماعي بين مقدم الخدمة والعميل يعتبر عنصراً أساسياً في تقديم خدمة مميزة وفعالة. يجب أن يكون هذا التفاعل مبنياً على احترام وتقدير الطرفين لبعضهما البعض. من خلال فهم احتياجات العميل واستجاباتها بشكل سريع وفعال، يمكن تحقيق التعاون بينهما بنجاح لتحقيق الهدف المشترك، وهو تلبية احتياجات العميل وزيادة رضاه.

مثلث الخدمة:

تتكون الخدمة من أربعة عناصر

- 1- الإستراتيجية: بما أن الإستراتيجية هي الرؤية التي تعمل كمرشد للإدارة المنظمة، فإنها تلعب دوراً حيوياً في توجيه اتجاه الشركة وتحقيق أهدافها. تعتمد الإستراتيجية على تحليل البيانات والمعلومات المتاحة لضمان أن جميع جوانب تسليم الخدمة للزبون تتم بكفاءة وفعالية. إذا تم تحديد الإستراتيجية بشكل صحيح وتنفيذها بدقة، فإنها ستساعد في بناء سمعة قوية للشركة وتحقيق نجاح مستدام في سوق المنافسة.
- 2- الزبون في عالم الأعمال، يُعتبر الزبون هو العنصر الأساسي والأهم في أي عملية تجارية ناجحة. فهو من يمنح الشركة الفرصة للنمو والازدهار، ولذلك يجب أن تكون جميع الجهود والخدمات موجهة نحو تلبية احتياجاته ورضاه. يعد تحقيق رضا العملاء أمراً بالغ الأهمية لضمان استمرارية النجاح والتميز في سوق المنافسة. ولذلك، يجب أن تتحلى الشركات بالاهتمام الدائم والتركيز على تحليل احتياجات الزبائن وتقديم الحلول المناسبة التي تلبي تلك الاحتياجات بشكل مثالي.
- 3- النظام يُعتبر النظام أحد العناصر الأساسية في ضمان جودة الخدمة وفعاليتها. يتضمن النظام تنظيم العمليات، وتحديد المسؤوليات، وتوزيع الاختصاصات بين العاملين، ووضع الإجراءات اللازمة لتحقيق الهدف المنشود. عند تنفيذ النظام بشكل صحيح، يمكن للمنظمة تحقيق أداء متميز ورضا العملاء.
- 4- العاملون يعتبر العاملون ركيزة أساسية في نجاح أي منظمة أو شركة. فهم الذين يساهمون بجهودهم ومهاراتهم في تقديم الخدمات بشكل متميز وفعال. يتطلب عمل العاملين في صناعة الخدمة الالتزام بتقديم خدمة عالية الجودة والاهتمام بتلبية احتياجات العملاء بشكل مستمر. بفضل جهود العاملين، تتميز المنظمة بسمعة طيبة وقدرة على المنافسة في سوق الخدمات بكفاءة عالية.

الفصل الثاني :الإطار النظري

2.1.4 . أهمية الخدمة:

1. تجنب الإدارة الوقوع في المشاكل التي تواجه إنتاج الخدمة .

والحل الأمثل لتجنب هذه المشاكل هو وضع خطة إدارية فعالة وواضحة. يجب أن تتضمن هذه الخطة مراقبة دقيقة لعمليات الإنتاج وضمان تنفيذها بكفاءة. كما ينبغي توفير التدريب المناسب للعاملين لضمان جودة الخدمة وتجنب الأخطاء. بالاعتماد على استراتيجيات إدارية محكمة، يمكن للإدارة تجنب العقبات التي قد تعرقل عملية الإنتاج وضمان استمرارية تقديم الخدمة بجودة عالية.

2. تحديد المشاكل التي يواجهها الإدارة، ثم تحديد أسباب تقديم خدمات غير مرضية للعملاء.

هكذا، يصبح من المهم تحديد العقبات التي تعترض سبيل الإدارة لضمان تقديم خدمات عالية الجودة للعملاء. يجب على الإدارة أن تتعامل مع هذه العوائق بحكمة وتطبيق استراتيجيات فعالة لضمان تحقيق أهدافها بنجاح. من خلال فحص الأسباب التي تؤدي إلى تقديم خدمات غير جيدة للزبائن، يمكن تحديد النقاط الضعيفة واتخاذ الإجراءات اللازمة لتحسين الأداء وتعزيز تجربة العملاء.

3. مراحل النمو الاقتصادي تعكس وضع أي دولة.

عند تتبع مراحل النمو الاقتصادي لأي دولة تجد أنها تمر بمراحل مختلفة من النضوج والتطور، حيث تتحقق زيادة في الإنتاجية والاستثمارات وتحسن في مستوى المعيشة لمواطنيها. يعتمد النمو الاقتصادي على العديد من العوامل مثل الاستثمارات، التكنولوجيا، التعليم، السياسات الاقتصادية وغيرها، وهو يعتبر عنصراً أساسياً في تحقيق التنمية المستدامة ورفاهية المجتمع.

4 . هي مصدر هام لدخل الدولة.

تشكل الضرائب مصدراً أساسياً لتمويل الخدمات التي تعود بالنفع على المجتمع بشكل عام. إذ تُعتبر مورداً هاماً لدخل الدولة وتلعب دوراً حيوياً في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية. يتوجب على المواطنين والشركات الالتزام بسداد الضرائب بانتظام وفق القوانين واللوائح المعمول بها لضمان استدامة الخدمات العامة ودعم الاقتصاد الوطني

الفصل الثاني :الإطار النظري

5. تسهيل التبادل داخل البنوك

تسهيل عملية التبادل داخل اقتصاد المصارف يعتبر أمراً حيوياً لاستقرار النظام المالي والاقتصادي. من خلال تبادل الأموال والمعاملات المالية بين المصارف، يتم تعزيز الاقتصاد وتيسير حركة الأموال والاستثمارات. يعتمد نجاح هذه العملية على وجود آليات فعالة وموثوقة تسهل التبادل بين المؤسسات المالية وتضمن سلامة وسرعة العمليات المالية. بالتالي، يجب على الجهات المعنية العمل بجدية على تحسين هذه الآليات وتعزيز التعاون بين المصارف لضمان تسهيل عملية التبادل داخل النظام المالي بشكل فعال وسلس.

6. تقديم مجموعة متنوعة من الاستشارات والترويج لها

على الرغم من أهمية تقديم الاستشارات المختلفة والترويج لها، إلا أن الخطوة الأكثر أهمية هي فهم احتياجات العملاء بدقة. يجب على الاستشاريين العمل على بناء علاقات قوية مع عملائهم والاستماع بعناية لمتطلباتهم واحتياجاتهم. بتقديم حلول مبتكرة ومناسبة، يمكن للمستشارين تحقيق أفضل النتائج وتحقيق رضا العملاء.

2.1.5 . مفهوم جودة الخدمة :

تعددت تعريف جودة الخدمة باختلاف جودة وتوقعات العملاء عند فحص عن مفهومها كالتالي :
كما عرف رعد (2007) " هو إلتقاء احتياجات ومتطلبات الزبائن و ارتباط مستوى الخدمة المراد تسليمه بالتوقعات الموضوعية من قبل هؤلاء الزبائن " . ويعرفها خضير كاظم حمود " هي تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين " .
فان الجودة الخدمة احتياجات الزبائن ، لخدمات ذات جودة عالية بشكل مستمر .

2.1.6 . أهمية جودة الخدمة:

مأمون (2002) إن جودة الخدمة أمر أساسي لنجاح أي مؤسسة أو شركة وتكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة ما يلي :

- نمو مجال الخدمة: يشهد القطاع توسعاً مستمراً و زيادة المنافسة، يصبح توفير جودة الخدمة في المنتجات والخدمات أمر ضروري للحصول على المزيد من المزايا التنافسية.

الفصل الثاني :الإطار النظري

- تحسين فهم العملاء: يفضل العملاء التعامل مع المؤسسات تركز على الخدمة المرجوة ، لذا يجب على الشركات تقديم منتجات عالية الجودة بأسعار مع معاملة جيدة وفهم عميق للاحتياجات العملاء.
- القيمة الاقتصادية لجودة خدمة العملاء: تزيد الشركات اهتمامات بالجودة للحفاظ على عملائها الحاليين وجذب عملاء جدد، و هنا تكمن أهمية جودة خدمة العملاء كوسيلة ثابتة لضمان استمرارية التعامل وتوسيع قاعدة العملاء.

2.1.7 . أبعاد جودة الخدمة الالكترونية:

نستخلص أبعاد جودة الخدمة في الجدول الآتي :

الجدول (1) أبعاد جودة الخدمة

أبعاد جودة الخدمة	الوصف
الأشياء الملموسة.	التسهيلات ، التصميم الداخلي ، الأجهزة والمعدات الأفراد
الاستجابة	قدرة المقدم الخدمة على أداء و تقديم الخدمة
الجدارة	تقديم المقدم المسعدة وحل المشكلة
الأمان	الثقة في الخدمة المقدمة
الإعتمادية	المقدم الخدمة في بشكل مثالي يعتمد عليه
الإتصال	تعريف المستفيد في الخدمة المطلوبة
المعاملة اللطيفة	الاسلوب اللطيف ، و الكلمات الطيبة
المعرفة والإدراك	قدرة المقدم لتحديد ،فهم احتياجات المستفيد

المصدر: هاني الضمور (2008).

الفصل الثاني :الإطار النظري

إن جودة الخدمات تتألف من أبعاد: الاعتمادية، والملموسية، والاستجابة، والأمان، وغيرها . لذا، تسعى المؤسسة لتقديم أفضل الخدمات للحفاظ على العملاء الحاليين وجذب عملاء جدد لتعزيز مكانتها في السوق.

2.2 . رضا العميل :

2.2.3 . مفهوم رضا العميل :

لقد تم تعريف رضا العميل عام 2003 على أنه أعلى مستوى من الرضا الذي يدركه العميل بشأن منتج معين يلبي احتياجاته المعلنة والمضمنة، مما ينعكس على قبول هذه المؤسسة ومنتجاتها وأدائها، ويعزز سمعتها.

العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل

أصبح رضا الزبائن هدفاً رئيسياً في إدارة الجودة، تهدف الجودة إلى تحسين مستوى الخدمة لضمان رضا الزبائن. لذا، أصبحت الشركات الناجحة تأخذ بعين الاعتبار آراء الزبائن في خدماتها وعملياتها. بل وقد شاركت العديد من الشركات زبائنهم في تصميم وتطوير خدماتها. عمليات التقييم المستمرة لها ، و ذلك من خلال تحديد إجراءات واضحة لشكاوي الزبائن و اقتراحاتهم والتعامل معهم و بذل جهد لتوفير الخدمات لهم.

3. الفصل الثالث : منهجية البحث.

3.1. المقدمة :

يوضح هذا الفصل منهجية البحث المستخدمة في التحقيق أثر جودة الخدمة على رضا العميل، وهو يعرض بالتفصيل التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، و تصميم البحث، ومجتمع البحث وطرق تقنيات أخذ العينات، وطرق جمع البيانات ، و أنواع البيانات، وطرق إجراءات تحليل البيانات.

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث :

في الدراسات البحثية ، تعد التعريفات الإجرائية أساسية في تحديد المتغيرات التي يتم قياسها بوضوح، يصف التعريف الإجرائي كيفية قياس متغير أو ملاحظته أو التلاعب به، ويساعد الباحثين على ضمان اتساق دراساتهم وموثوقيتها و صلاحيتها.

3.2.1. جودة الخدمة (المتغير المستقل) :

التعريف الإجرائي : يمكن عمل إحصائية الملموسية والثقة والاستجابة لمعرفة جودة الخدمة

3.2.2. رضا الزبون (المتغير التابع) :

التعريف الإجرائي : يمكن معرفة مدى رضا الزبون من الاستجابة الاحصائية

3.3. تصميم البحث :

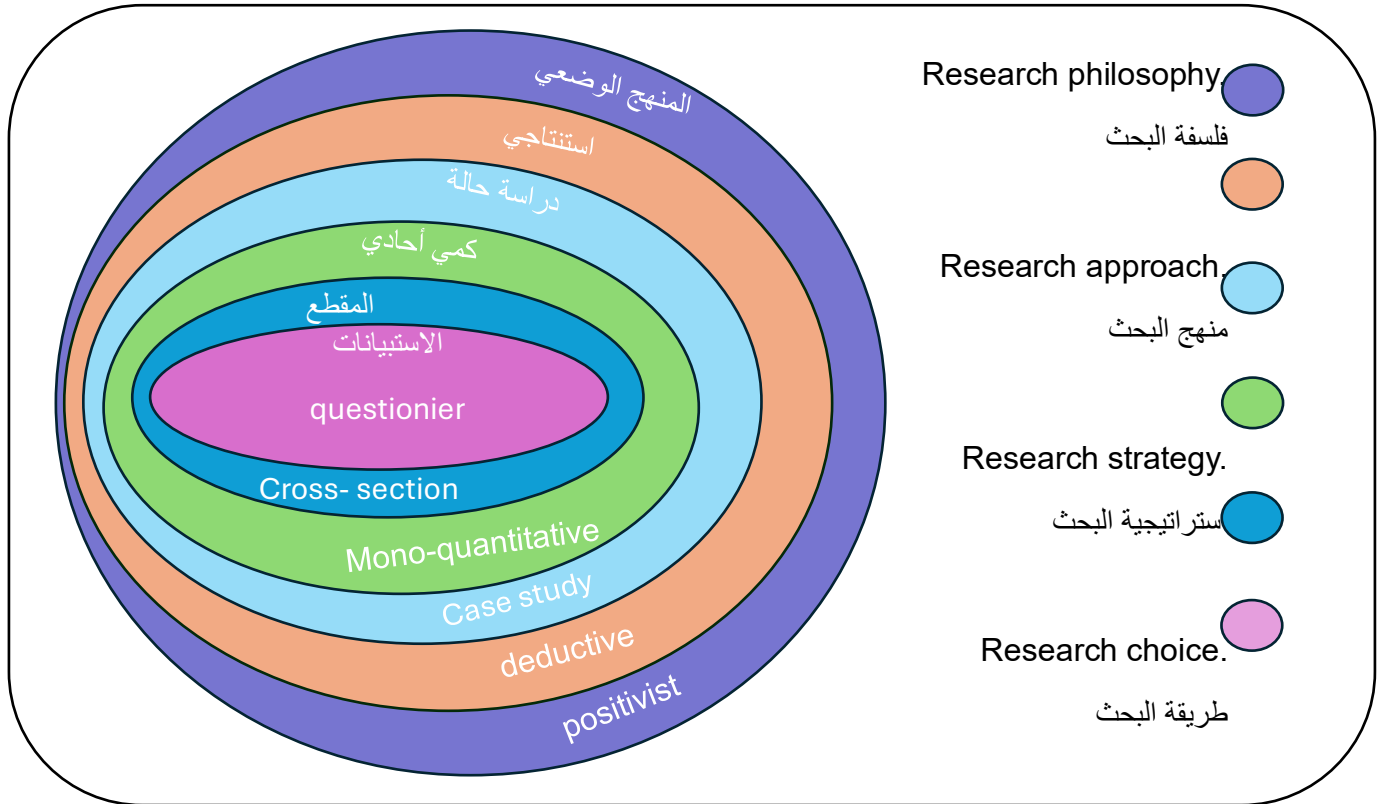
في هذا القالب، سنقدم هيكلًا يغطي خمسة أمور منهجية مهمة كما هو موضح أعلاه. يعتمد هذا الهيكل بشكل فضفاض على تصميم "البصل البحث".

- 1 . فلسفة البحث :الوضعية.
- 2 .منهج البحث : استنتاجي.
- 3.استراتيجية البحث: دراسة الحالة.
- 4 .طريقة البحث : كمي أحادي (الطريقة الأحادية).
- 5 .الأفق الزمني: مستعرضة.
- 6 .طرق جمع وتحليل البيانات : الاستبيانات .

3.3. Research Design:

In this template, we'll present a structure that covers five important methodological matters (as outlined above). This structure is loosely based on "research onion."

1. Research philosophy: positivist.
2. Research approach: deductive
3. Research strategy: case study.
4. Research choice: Mono Method.
5. Time horizon: cross-sectional.
6. Data collection and analysis techniques: Questionnaires.



الشكل 2: تصميم البحث العلمي طبقاً لنموذج البصلة (Research Onion). ملخص منهجية الدراسة – المصدر : الطالب

تعتمد منهجية البحث " جودة الخدمة على رضى العميل في شركة موبايلى في جدة " بإستخدام نموذج البصلة بفلسفة الوضعية وتحليلها استنتاجي ، و بشكل كمي أحادي ، و لها استراتيجية دراسة حالة في الأفق الزمني المستعرض وجمع المعلومات وتحليلها بالإستبيان .

3.4. مجتمع البحث وطرق تقنيات أخذ العينات :

يتم كتابة مقدمة عامة للمنهجية المستخدمة . ثم عرض المصادر ، بالنسبة لمجتمع الدراسة، كيفية اختيار عينة الدراسة، و استبيان البحث كأداة لاستكمالها.

3.4.1. مجتمع البحث :

يذكر اسم القطاع أو الشركة مع ذكر عدد الموظفين فيها وتصنيفاتهم .

جدول رقم () : مجتمع البحث

اسم الشركة	التصنيفات	عدد الموظفين
شركة موبايلى للاتصالات	الإدارة العليا	4
	الموظفين	40

المصدر : الباحث 2024

3.4.2. عينة البحث :

يتم ذكر معلومات تفصيلية عن عينة البحث وحجم العينة وتصنيفها (عدد الأشخاص المشاركين في الاستبيان).

جدول رقم () : عينة البحث

عينة البحث	حجم العينة
تستهدف الموظفين في شركة موبايلى	30 – 40 عينة

المصدر : الباحث 2024

3.4.3. طريقة و تقنيات أخذ العينات:

يتم ذكر أسلوب أخذ العينات اما الاحتمالية او غير الاحتمالية مع ذكر طريقة أخذ العينات إما العينية العشوائية البسيطة، المنهجية، أخذ العينات الملائمة إلخ

(بسبب ان أداة البحث المستخدمة هي الاستبيان وتعتبر من الأدوات الكمية فإن أسلوب أخذ العينات هو

الاحتمالية وطريقة أخذ العينات هي العينة العشوائية البسيطة .

طريقة اخذ العينات هي الاحتماليات

و تقنيات اخذ العينات هي اخذ العينات العشوائية البسيطة

3.5. طريقة جمع البيانات :

(يصف هذا القسم أدوات البحث التي يتم استخدامها لجمع البيانات الكمية عبر الاستبيانات)
ينقسم الى قسمين فرعيين لقياس متغيرات البحث يضم كل قسم أبعاد المتغير وعدد الأسئلة لكل بعد كما في
المثال :

سيتم تحليل البيانات التي تم جمعها إحصائياً . يتضمن التحليل الإحصائي تحديد البيانات الأولية وتحليلها وتحويلها إلى معلومات مفيدة. سيساعد هذا المنهج على كشف العلاقات الأساسية بين المتغير المستقل (جودة الخدمة) و المتغير التابع (رضا العميل) في (شركة الاتصالات موبايلى).

3.5.1. المتغير المستقل (جودة الخدمة) :

اعتمد الباحث على استبانة فلان (20...). من أجل قياس المتغير المستقل (جودة الخدمة) ، و ذلك من حيث ثلاثة أبعاد وهي: — ، — ، — مع إجمالي 10 عناصر للمتغير بأكمله. حيث أن البعد الأول يتكون من 3 عناصر ، والبعد الثاني يتكون من 4 عناصر. نوع الأداة ليكرت : موافق بشدة ، موافق ، مجايد، غير موافق، غير موافق بشدة.

جدول رقم () : المتغير المستقل

المتغير	الأبعاد	عدد البيانات	المرجع
جودة الخدمة	الأول	3	فلان(20....)
	الثاني	3	
	الثالث	4	
	المجموع	10	

بواسطة الباحث، (20....)

3.5.1. المتغير التابع (رضا العميل) :

اعتمد الباحث على استبانة فلان (20...). من أجل قياس المتغير التابع (رضا العميل) ، و ذلك من حيث بعد واحد وهو: رضا العميل مع الإجمالي 10 عناصر للمتغير بأكمله. نوع الأداة ليكرت : موافق بشدة ، موافق ، مجايد، غير موافق، غير موافق بشدة.

جدول رقم () : المتغير المستقل

المتغير	الأبعاد	عدد البيانات	المرجع
رضا العميل	رضا العميل	14	فلان (20.....).

بواسطة الباحث، (20....)

3.6. أنواع البيانات :

3.6.1. البيانات الأولية :

يقصد بالبيانات الأولية بأنها البيانات التي قام الباحث بجمعها من مصدرها الأساسية وهي عبارة عن بيانات واقعية وأصلية تعبر عن مشكلة الدراسة، والغرض من جمع البيانات الأولية هو الوصول إلى حل المشكلة البحثية حيث تتضمن البيانات الأولية كلا من (المقابلة، الاستبيان، الملاحظة).

3.6.2. البيانات الثانوية :

يقصد بالبيانات الثانوية هي تلك البيانات التي تم جمعها بواسطة باحثين آخرين، كما تعتبر البيانات الثانوية عبارة عن تحليل و تفسير للبيانات الأولية، و يقوم الباحث بجمعها لأغراض أخرى غير الوصول إلى حل المشكلة البحثية الخاصة بالبحث العلمي، و يمكن أن تحتوي على معلومات يستند عليها في كتابة المحتوى العلمي للبحث أو متن البحث العلمي الخاص به ، وتتمثل البيانات الثانوية في (الكتب، والمقالات، و الدوريات، و التقارير الرسمية).

3.7. طرق و إجراءات التحليل الإحصائي :

يتم نسخ النص من الملف الخاص بالدكتورة (كل طالب ينسخ النص بجسب لغة البحث المستخدمة).

بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى. كما تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتحديداً الإصدار 28 لتحليل البيانات المجمعة.

تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية و التفضيلات و المعلومات الأخرى ذات الصلة بالافراد المشاركين في الدراسة.

تعتبر اختبارات الصلاحية و الموثوقية حاسمة في ضمان دقة البيانات المجمعة و انساقها. اختبارات الصدق (التحليل العاملي الاستكشافي) لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه، بينما تقوم اختبارات الثبات (اختبار كرونباخ ألفا) بتقييم ثبات النتائج مع مرور الوقت. يتم ذكر النتائج التي توصل إليها الطالب إليها ،

3.8. الخاتمة :

4. الفصل الرابع : التحليل الإحصائي و مناقشة النتائج

- 1.1. المقدمة :
- 1.2. توصيف عينة الدراسة (الرخصائيات الوصفية لعينة البحث) :
- 1.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات :
- 1.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث) :
- 1.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج :
- 1.6. الخاتمة :

5. الفصل الخامس : حدود البحث والتوصيات و الاستنتاجات

5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية :

5.2. توصيات الدراسة :

5.3. الخاتمة :

المراجع

المراجع بالعربي

- إبراهيم النجار، ح.، ثابت احمد، س.، & رمضان عبد الحميد، ه. ا. (2022). دور جودة الخدمة المدركة كمتغير وسيط بين التسويق الحسي وولاء العميل: بالتطبيق على قطاع مطاعم الوجبات السريعة في جمهورية مصر العربية. *المجلة المصرية للدراسات التجارية*. 46(4), 101-160.
- السبع، ش. د. س. (2023). دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*. 15(1), 1-58.
- بن أحسن، ناصر الدين (2016). تكامل أنشطة التسويق الداخلي و إدارة جودة الخدمات و أثره على رضا الزبون
- بن أحسن، & ناصر الدين. (2015). تقييم جودة الخدمة المدركة من قبل الزبون باستخدام نموذج الأداء الفعلي للخدمة.
- بو علاق، س. (2014) – أثر جودة الخدمة على ولاء العميل-حالة الهاتف النقال بالجزائر-
- خضير كاظم حمود ، إدارة الجودة وخدمة العملاء ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، ط1، عمان ، 2002، ص 21215.
- رعد حسن الصرن ،عولمة جودة الخدمة المصرفية ، دار التواصل العربي و مؤسسة الوراق للنشر، دمشق ، عمان ، 2007، ص 30 .
- سكر فاطمة الزهراء، أهمية تعزيز الجودة في رفع رضا العميل، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007، ص 3.
- عبد الرحيم حنان، & بن أمهاني سمية. (2019).
- عبد العزيز، ر. (2024). الثقافة التسويقية وأثرها على الميزة التنافسية بتوسيط جودة الخدمة الالكترونية. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*. 5(1), 1045-1074.
- قاسم نايف علوان ، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 9001-2000 ، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 2005 ، ص 20 ص 30.

- مأمون الدرادكة ، طارق شبيلي، الجودة في المنظمات الحديثة ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، عمان، 2002، ص194.
- هاني حامد الضمور ، تسويق الخدمات ، ط 4 ، دار وائل للنشر والتوزيع ، الأردن ، 2008 ، ص 210-212
- يوسف حجيم سلطان الطائي و هاشم فوزي دباس العبادي، مرجع سابق، ص ص 221-222.
- الضوي عبدالمنعم السيد، م.، & محمد. (2024). تحسين جودة خدمات الرعاية الاجتماعية. *المجلة العلمية للخدمة الاجتماعية-أسوان* 13-22, 5(1) , الاستبيان من

<https://dspace.univ-ghardaia.edu.dz/xmlui/handle/123456789/634>

References in English :

-
- Mamo, G. S. (2018). Assessment of the factors that affect customer satisfaction on service quality: a case study in ethio telecom dawro zone. *Arabian Journal of Business and Management Review*, 8(1), 1-5.
 - The impact of Overall service quality on Perceived value, Customer Satisfaction and Customer Retention: The case of Vodafone Egypt. *مجلة البحوث التجارية* , 41(1), 5-69. & حجازي, ن. ف., (2019).
 -

استبيان

إلى من يهله الأمر /

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته،

يسعدني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي يدخل ضمن إعداد بحث التخرج لشهادة البكالوريوس في إدارة المشاريع ، بعنوان " أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا الزبون ، دراسة حالة شركة الاتصالات السعودية موبيلي " تحت إشراف الدكتورة / منى مصطفى العشري ، وعليه التمس منكم التعاون لتحقيق غاية هذا العمل ، وذلك بالإجابة عن الأسئلة الواردة في هذا الاستبيان ، علما أنه سيتم التعامل مع المعلومات المقدمة بسرية تامة ، ولن تستخدم إطلاقا خارج نطاق البحث العلمي .

تقبلوا مني فائق الاحترام و الشكر والتقدير.

الباحثة

فاطمة محمد على الحاصل

بإشراف

د. منى مصطفى العشري.

يوليو / 2024

ملاحظة: (الرجاء التكرم بوضع علامة (X) فى خانة الإجابة التى تعبر عن رأيك)

أولاً : البيانات الشخصية :

الجنس :

☐ أنثى.

☐ ذكر

السن :

☐ أقل من 20 سنة .

☐ من 20 إلى 40 سنة

☐ أكبر من 40 سنة

المستوى التعليمي:

☐ بكالوريوس

☐ دكتوراة

☐ وما فوق الدكتوراة

سنوات الخبرة مع اتصالات STC:

☐ من سنة إلى 5 سنوات

☐ من 6 إلى 10 سنوات

☐ أكثر من 10 سنوات .

ثانياً : جودة الخدمات الإلكترونية في شركة الاتصالات السعودية موبيلي

هذه مجموعة من العبارات تتعلق بقياس مستوى جودة الخدمات الإلكترونية ورضا الزبون بالتطبيق على شركة الاتصالات السعودية (موبيلي) ، اختر درجة موافقتك أو عدم موافقتك عن كل عبارة ما تراه مناسباً أمام الإجابة :

الرقم	البعد الأول : جودة الخدمة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.1. الملموسية						
1	تتوفر المؤسسة على المعدات والتجهيزات الحديثة لتقديم الخدمة					
2	التصميم الداخلي والخارجي للمؤسسة يسهل الاتصال مع مقدمي الخدمات					
3	يعتني مقدمي الخدمة بمظهرهم وحسن استقبال الزبائن					

4	توفر تطبيقات وبرمجيات وشبكات إتصال تساعد على تقديم الخدم				
الاعتمادية: قدرة مزود الخدمة على تقديم الخدمة المرجوة بجدارة ودق					
1	رسالة المؤسسة واضحة وسهلة ومحددة بالأطر والحدود التي يتميز من				
2	نقوم بإعداد رسالتنا بشكل متوازن وفق الإمكانيات والموارد المتوفرة .				
3	تتضمن رسالة الشركة قيمها ومعتقداتها وماهية عملها وأهم ما يميزها				
4	تطمح الشركة بإيصال رسالتها إلى العاملين لغرض رفع كفاءة الأداء .				
	تشمل رسالة الشركة على مصالح العملاء والجمهور				
الثقة و الأمان					
1	يشعر الزبون بالراحة أثناء تلقيه الخدمة.				
2	تتناسب خدمات المؤسسة مع متطلبات وحاجات الزبون.				
3	تتعامل المؤسسة مع معلومات الزبون بالسرية				
4	تساهم صحة وسلامة المعلومات المقدمة بكسب ثقة الزبائن.				

					يملك موظفو المؤسسة قدرات عالية في تقديم الخدمات	
الاستجابة						
1					يتميز الموظفون بالمرونة والبساطة في تقديم الخدمة.	
2					تسعى المؤسسة قضاء حاجات الزبائن أثناء التعامل مع المؤسسة.	
3					تقوم المؤسسة بتلبية رغبات الزبائن و الرد على شكاويهم في الوقت المناسب.	
4					يوجد استعداد دائم لمساعدة الزبائن	

الرقم	البعد الثاني : رضا الزبون	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	الزبون راض عن أداء خدمة موقع الالكتروني لشركة الاتصالات السعودية					
2	كان قرار الاستخدام موقع الاتصالات السعودية للخدمات الالكترونية حكيماً					
3	تسرني تجربتي في استخدام موقع الاتصالات السعودية					
4	سوف أستمّر باستخدام موقع شركة الاتصالات السعودية في المستقبل					

رابط الاستبيان : <https://forms.gle/kfpwoffchWhCaX379>