

Final Project 1
Code: MGM 496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
Midocean University

أثر جودة الخدمة الإلكترونية على ولاء عملاء المتجر الإلكتروني
لشركة مينيسو miniso في المملكة العربية السعودية

أسم الطالبة
شيماء عبداللطيف البلوشي

مشروع تخرج - ١
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبدالرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

٢٧ فبراير - الفصل الدراسي الأول ٢٠٢٦

جدول المحتويات

٣	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٤	١,١. المقدمة:.....
٥	١,٢. مشكلة الدراسة.....
٥	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري.....
٥	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي.....
٦	١,٣. أهمية الدراسة.....
٦	١,٣,١. على المستوى النظري:.....
٦	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:.....
٧	١,٤. أسئلة الدراسة.....
٧	١,٥. أهداف الدراسة.....
٨	١,٦. فرضيات الدراسة.....
٨	١,٧. نموذج الدراسة.....
٩	١,٨. منهجية الدراسة.....
١٠	١,٩. الدراسة الميدانية.....
١١	١,١٠. مخطط المشروع المقترح.....
	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
١	
٢	
١٢	٢,١. المقدمة:.....
١٣	٢,٢. المتغير المستقل.....
١٣	٢,٣. المتغير التابع.....
١٣	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
١٣	٢,٥. الخاتمة.....

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١.١ . المقدمة:

تعد إدارة جودة الخدمة أساسية لتقديم خدمات عالية الجودة باستمرار، وتشمل عناصرها الرئيسية تحديد معايير وتشمل عناصرها الرئيسية تحديد معايير خدمة واضحة وتطبيق المراقبة المستمرة ، وتعزيز رضا العملاء ، ويمكن للمؤسسات الحفاظ على التميز في الخدمة وضمان الالتزام باتفاقيات مستوى الخدمة ، والسعي الدؤب نحو التحسين المستمر ، ويمكن للمؤسسات الحفاظ على التميز في الخدمة ، وبناء علاقات متينة مع العملاء وتحقيق نجاح تجاري طويل الأمد (Glossary)

لقد أدى التطور التكنولوجي المتسارع ، المتمثل في انتشار الإنترنت عالي السرعة ، واعتماد الهواتف الذكية كأداة رئيسية للتسوق ، إلى إحداث ثورة حقيقية في نماذج الأعمال التقليدية ، وظهور ما يعرف بـ " التجارة الإلكترونية " كبديل استراتيجي لاغني عنه (santos,2003)

تعد جودة الخدمة المحرك الأساسي لنجاح أي متجر إلكتروني في ظل المنافسة الشرسة التي يشهدها العالم الرقمي اليوم ، فلم يعد العميل يبحث فقط عن المنتج الأقل سعرًا . بل أصبح يبحث عن "تجربة تسوق " متكاملة تبدأ من أول نظرة على الموقع وتنتهي باستلام المنتج والشعور بالرضا التام

تشير الدراسات وتؤكد على وجود علاقة طردية قوية بين جودة الخدمة الإلكترونية وبين رضا العملاء مما يؤدي إلى زيادة نية إعادة الشراء ، أكدت دراسة العنزي على أن "دقة الوفاء بالالتزامات " (الشحن الدقيق والوصف المطابق) هي العامل الحاسم في تحويل العميل من متصفح إلى مشتري دائم (العنزي 2018)

١,٢. مشكلة البحث

يعد أثر تحسين جودة الخدمة ليس مجرد إصلاح الأخطاء بل هو استراتيجية نمو شاملة تؤثر على داخل أي منظمة أو عمل تجاري وعندما تتحسن الجودة من جميع النواحي تتغير المعاملة بين المنشأة والعميل وبين الإدارة والموظفين. يتناول هذا البحث الأثر على تحسين الجودة على المتاجر الرقمية حيث تعد جودة الخدمة في الفضاء الرقمي عنصراً أساسياً على التحسين وزيادة التطور في المجالات التي يجب ان تتضمن على جودة الخدمة . ومن خلال فهم كيفية وإدارة جودة الخدمة وتأثيرها على التجارة الرقمية يمكن لأصحاب المشاريع التحسين من إنتاجية جودة مشاريعهم ومتاجرهم الإلكترونية بالشكل المناسب

١,٢,١. فجوات على المستوى النظري

تنصب المشكلة النظرية للبحث حول كيفية تأثير جودة الخدمة على التجارة الإلكترونية وغيرها ، وتحدث عندما لاتفهم الإدارة احتياجات السوق أو تطلعات العملاء بشكل دقيق ، بالإضافة الى الفارق بين المعايير الموضوعية والتنفيذ الفعلي على أرض الواقع وتتمثل في الفارق بين الجودة الحقيقية المقدمة وكيف يراها العميل

١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي

أما على المستوى التطبيقي . فتعتبر هذه أكبر مشكلة في المتاجر الإلكترونية حيث يخرج جزء من الجودة عن سيطرة صاحب المتجر مثل تأخر شركات الشحن ، وصول المنتجات

تألفة بسبب سوء التغليف أو التخزين ، بالمختصر يتطلب تحسين الجودة الانتقال من إدارة الأزمات إلى إدارة الوقاية بحيث يتم تصميم النظام بطريقة تمنع وقوع الخطأ قبل حدوثه

١,٣. أهمية الدراسة

تتمثل أهمية البحث في جودة الخدمة على المتاجر الإلكترونية في كونه استجابة ضرورية للتغيرات الجذرية في سلوك المستهلكين والمشهد التافسي الرقمي . ويساعد البحث في تفسير كيف يشكل العملاء تصوراتهم حول " الثقة " و " الجودة " في بيئة افتراضية تخلو من التفاعل البشري المباشر

١,٣,١. على المستوى النظري:

تكمن الأهمية في قدرته على تفسير ظواهر الجديدة الناتجة عن التطور الرقمي ، وتقديم أطر مفاهيمية لفهم العلاقة المعقدة بين التقنية وسلوك المستهلك

١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

تعد أهمية البحث على المستوى التطبيقي في جودة خدمة المتاجر الإلكترونية هي المحرك الأساسي لأصحاب الأعمال والمديرين حيث تترجم النتائج النظرية إلى خطوات عملية ترفع من كفاءة المتجر وربحيته

١,٤ . أسئلة الدراسة

- سؤال البحث الرئيسي : ما مدى تأثير جودة الخدمة الإلكترونية على مستوى رضا العملاء ؟

○ السؤال الفرعي 1: ما هو مستوى جودة الخدمة الإلكترونية المقدمة في المتجر من وجهة نظر العملاء

○ السؤال الفرعي 2: هل تؤدي جودة الخدمة المرتفعة إلى تعزيز الولاء ونية إعادة الشراء لدى المستهلك؟

○ السؤال الفرعي 3: ماهي المقترحات العملية لتعزيز معايير الأمان والخصوصية لكسب ثقة العميل ؟

١,٥ . أهداف الدراسة

- الهدف الرئيسي : قياس ودراسة مستوى جودة الخدمة الإلكترونية في المتاجر الإلكترونية وتحليل أثرها في تعزيز رضا العملاء

○ الهدف الفرعي 1: دراسة تأثير تحسين الجودة على التجارة الإلكترونية

○ الهدف الفرعي 2: تحديد مستوى جودة الخدمة الإلكترونية

○ الهدف الفرعي 3: قياس أثر الجودة على الرضا لدى العملاء

١,٦. فرضيات الدراسة

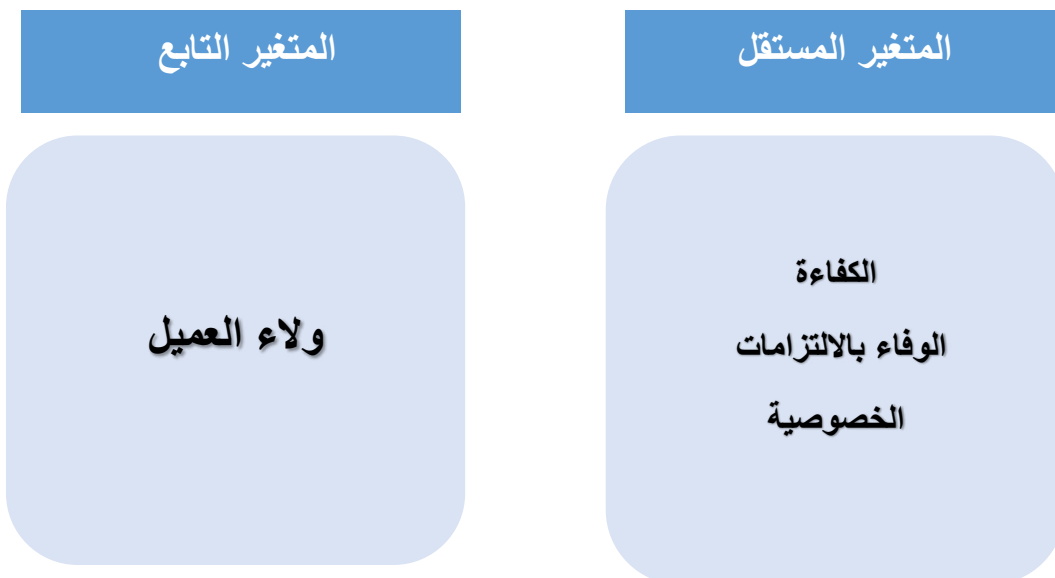
- الفرضية الرئيسية : توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة الإلكترونية بأبعادها وبين مستوى ولاء العملاء للمتجر الإلكتروني

○ الفرضية الفرعية 1: توجد علاقة إيجابية بين سهولة وسرعة استخدام المتجر وبين رضا العميل

○ الفرضية الفرعية 2 : توجد علاقة طردية بين الاستقرار التقني للمتجر وبين ثقة العميل في المتجر

○ الفرضية الفرعية 3: يؤثر مستوى أمان البيانات والمعاملات المالية بشكل مباشر على تقليل المخاطر لدى العميل

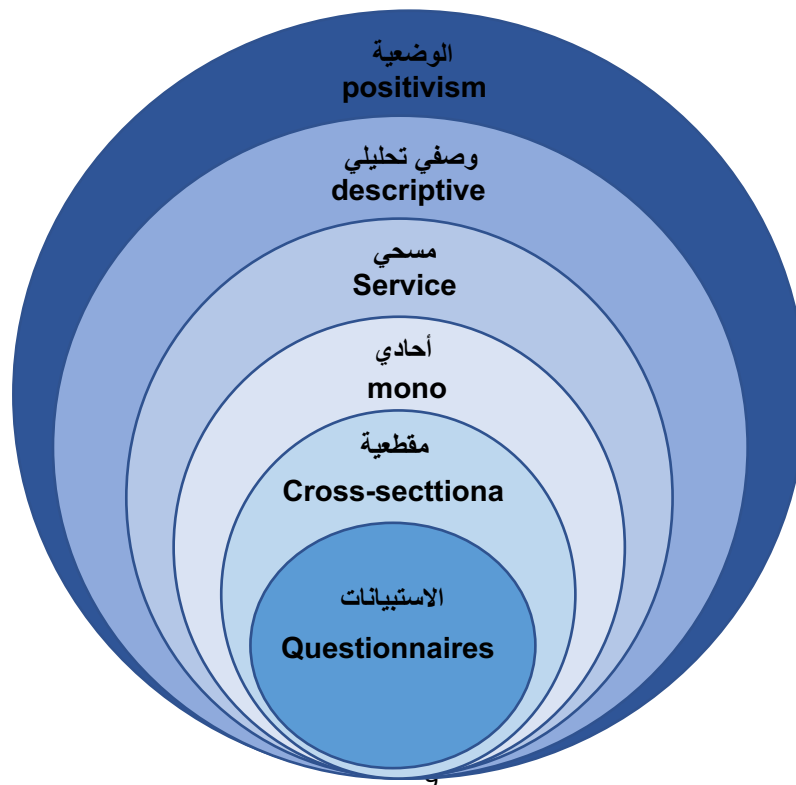
١,٧. نموذج الدراسة



الشكل 1: نموذج الدراسة

١,٨. منهجية الدراسة

- فلسفة البحث : الوضعية
- منهج البحث : وصفي تحليلي
- استراتيجية البحث : مسحي
- اختيار البحث : أحادي
- الأفق الزمنية : مقطعية
- تقنيات والإجراءات : الاستبيان



الشكل 2 : ملخص منهجية البحث

ميني سو (miniso) هي علامة تجارية عالمية رائدة في منتجات نمط الحياة العصرية، تأسست في الصين عام ٢٠١٣ وتتبني نهجًا يابانيًا في التصميم تشتهر بتقديم منتجات عالية الجودة ، أنيقة وعملية بأسعار معقولة.

تغطي منتجاتها مستلزمات المنزل ،العناية الشخصية ، الألعاب ، والإكسسوارات وتشمل مجموعة واسعة ومتنوعة من الأدوات المنزلية ، الإللكترونية مستحضرات التجميل ،أدوات مكتبية ، مع انتشار واسع عالميًا تدير الشركة أكثر من حوالي 7000 متجر حول العالم ، وتتواجد بقوة في آسيا ، أوروبا أفريقيا وأمريكا الشمالية والجنوبية، وتتواجد متاجر ميني سو في السعودية من خلال شبكة واسعة من الفروع الموزعة في المراكز التجارية الكبرى ، بالإضافة إلى منصة تسوق إلكترونية متكاملة

تقدم منصة ميني سو السعودية تجربة تسوق رقمية متكاملة عبر موقعها الإلكتروني وتطبيقها ، حيث تتيح الوصول إلى تشكيلة واسعة من المنتجات العصرية وتمتاز بتنوع المنتجات بوجود أقسام متعددة وخيارات كثيرة (miniso.sa)

الفصل الأول: المقدمة

الفصل الثاني : الإطار النظري للبحث

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢,١. المقدمة:

٢,٢. المتغير المستقل

٢,٣. المتغير التابع

٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

٢,٥. الخاتمة

قائمة المراجع

(١)

Jessica santos 2003 (۲

(۳