

٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.

المقدمة:

يتناول هذا الفصل المنهجية العلمية التي اعتمدت عليها الدراسة في جمع البيانات وتحليلها، وذلك بهدف الوصول إلى نتائج دقيقة تساعد في تفسير العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء في شركات الاتصالات السعودية. وتنبع أهمية هذا الفصل من كونه يوضح الأسس الإجرائية التي استند إليها البحث، ويبين كيفية ترجمة الإطار النظري إلى خطوات عملية قابلة للقياس والتحليل.

ويركز الفصل على تحديد منهج الدراسة، ومجتمعها، وعينتها، وأداة جمع البيانات، بالإضافة إلى الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل النتائج واختبار الفرضيات. كما يوضح التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث، بما يسهم في بناء تصور واضح عن طريقة قياس كل متغير والعلاقة المتوقعة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

وانسجامًا مع طبيعة الدراسة الحالية، تم الاعتماد على المنهج الكمي باستخدام الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات من عينة من عملاء شركات الاتصالات، ثم تحليل هذه البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة. وبذلك يمثل هذا الفصل الأساس المنهجي الذي تستند إليه الدراسة قبل الانتقال إلى الفصل الرابع الخاص بعرض النتائج وتحليلها إحصائيًا.

التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

يقصد بالتعريف الإجرائي كيفية قياس المتغير في الدراسة بصورة عملية وقابلة للملاحظة والتحليل. وفي هذا البحث تم تعريف جودة الخدمة، ورضا العملاء، وولاء العملاء تعريفًا إجرائيًا بحيث يمكن تحويلها إلى عبارات استنبائية قابلة للقياس الإحصائي، وهو الأسلوب المنهجي نفسه الوارد في المرفق.

متغيرات البحث

٣,١,١. جودة الخدمة (المتغير المستقل)

٣,١,٢. يقصد بجودة الخدمة في هذه الدراسة إدراك عملاء شركات الاتصالات لمستوى كفاءة وموثوقية وسرعة وأمان وتعاطف الخدمة المقدمة لهم، ويتم قياسها من خلال أبعاد SERVQUAL الخمسة.

٣,١,٣. ولاء العملاء (المتغير التابع)

يقصد بولاء العملاء درجة التزام العميل بالاستمرار مع شركة الاتصالات، وتفضيلها على المنافسين، وإعادة شراء خدماتها أو تجديد الاشتراك فيها، والتوصية بها للآخرين.

تصميم الدراسة

فلسفة الدراسة: وضعية.

منهج الدراسة: استنتاجية.

استراتيجية الدراسة: المسح الميداني.

نوع الدراسة: كمية.

الأفق الزمني: مقطعي.

التقنيات والإجراءات: الاستبانة والتحليل الإحصائي باستخدام SPSS.

مجتمع الدراسة وعينة الدراسة وطرق وتقنيات أخذ العينة مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في عملاء شركات الاتصالات السعودية من الأفراد الذين يستخدمون خدمات الاتصال والإنترنت والبيانات وخدمات التطبيقات الرقمية. ويعد هذا المجتمع مناسباً للدراسة لأنه يتميز بتنوع القنوات، وتكرار التفاعل مع الشركة، وإمكانية تقييم جودة الخدمة بصورة مستمرة من منظور العميل.

عينة الدراسة:

تقترح الدراسة اختيار عينة مكونة من ٩٠ عميلاً، استرشاداً بالحجم المستخدم في المرفق، وهو حجم مناسب للدراسة الوصفية التحليلية في مرحلتها الجامعية ويسمح بإجراء التحليلات الإحصائية الأساسية المتعلقة بالمتوسطات، والانحرافات المعيارية، والارتباط، واختبار الفرضيات.

عينة الدراسة	حجم العينة
نستهدف عملاء شركات الاتصالات محل الدراسة	٩٠ عميل

طرق وتقنيات أخذ العينة

مثل عينة الدراسة مجموعة من عملاء شركات الاتصالات السعودية الذين سبق لهم استخدام الخدمات خلال الفترة الأخيرة، سواء عبر التطبيقات الذكية أو الفروع أو مراكز الاتصال أو الموقع الإلكتروني. ويراعى عند اختيار العينة أن تضم مشاركين من خلفيات متنوعة من حيث الجنس، والعمر، والمستوى التعليمي، وعدد مرات استخدام الخدمة، وأكثر القنوات استخداماً، حتى تكون النتائج أكثر قدرة على تمثيل واقع العملاء.

طريقة جمع البيانات

تعتمد الدراسة على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسية لجمع البيانات الكمية، نظراً لملاءمتها في قياس آراء العملاء واتجاهاتهم نحو مستوى جودة الخدمة ورضاهم وولائهم. ويمكن توزيع الاستبانة إلكترونياً أو ورقياً وفقاً لطبيعة الوصول إلى المشاركين.

جودة الخدمة (المتغير المستقل)

يتم قياس جودة الخدمة من خلال خمسة أبعاد رئيسية: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، بإجمالي ١٥ فقرة تقريباً وفق مقياس ليكرت الخماسي.

المصادر	عدد العناصر	الأبعاد	المتغير المستقل
نموذج SERVQUAL	3	الملموسية	جودة الخدمة
نموذج SERVQUAL	3	الاعتمادية	جودة الخدمة
نموذج SERVQUAL	3	الاستجابة	جودة الخدمة
نموذج SERVQUAL	3	الأمان	جودة الخدمة
نموذج SERVQUAL	3	التعاطف	جودة الخدمة
	15	المجموع	

رضا العملاء (المتغير الوسيط)

يتم قياس رضا العملاء من خلال أربعة أبعاد تقريبية: الرضا العام، تلبية التوقعات، التجربة الإيجابية، نية الاستمرار، بإجمالي ١٠ فقرات تقريباً وفق مقياس ليكرت الخماسي.

المصادر	عدد العناصر	الأبعاد	المتغير الوسيط
أدبيات الرضا	3	الرضا العام	رضا العملاء
أدبيات الرضا	3	تلبية التوقعات	رضا العملاء
أدبيات الرضا	2	التجربة الإيجابية	رضا العملاء
أدبيات الرضا	2	نية الاستمرار	رضا العملاء
	10	المجموع	

ولاء العملاء (المتغير الوسيط)

يتم قياس ولاء العملاء من خلال أربعة أبعاد: نية الاستمرار، التوصية بالآخرين، تفضيل الشركة، إعادة التعامل، بإجمالي ١٢ فقرة تقريباً وفق مقياس ليكرت الخماسي، وذلك بالتماشي مع منهجية بناء المتغيرات في المرفق.

المتغير التابع	الأبعاد	عدد العناصر	المصادر
ولاء العملاء	نية الاستمرار	3	أدبيات الولاء
ولاء العملاء	التوصية بالآخرين	3	أدبيات الولاء
ولاء العملاء	تفضيل الشركة	3	أدبيات الولاء
ولاء العملاء	إعادة التعامل	3	أدبيات الولاء
	المجموع	12	

أنواع البيانات الأولية

تشمل البيانات التي يتم جمعها مباشرة من العملاء من خلال الاستبانة، مثل تقييمهم لجودة الخدمة، ودرجة رضاهم، ومستوى ولائهم، وبعض الخصائص الديموغرافية كالعمر والجنس والمستوى التعليمي.

البيانات الثانوية

تشمل الأدبيات العلمية، والدراسات السابقة، والتقارير المتخصصة، والمقالات المحكمة ذات الصلة بموضوع الدراسة، وذلك لدعم الإطار النظري والمنهجي.

طرق وأساليب تحليل البيانات

بعد جمع البيانات، يتم استخدام برنامج SPSS لتحليلها. وتشمل التحليلات المقترحة: الإحصاء الوصفي، واختبار الصدق والثبات، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وتحليل الارتباط، والانحدار الخطي، واختبار الفرضيات.

أدوات البحث:

اعتمدت الدراسة الحالية على الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات من عينة البحث، وذلك لملاءمتها لطبيعة الدراسة الكمية التي تستهدف قياس آراء العملاء واتجاهاتهم نحو مستوى رضاهم عن الخدمات المقدمة في البنوك السعودية. وتعد الاستبانة من أكثر أدوات البحث استخدامًا في الدراسات الوصفية والتحليلية، لأنها تساعد على جمع البيانات من عدد مناسب من المبحوثين بطريقة منظمة وقابلة للتحليل الإحصائي.

وقد صُممت الاستبانة استنادًا إلى الأدبيات السابقة المرتبطة برضا العملاء وجودة الخدمة المصرفية، واشتملت على قسمين رئيسيين: القسم الأول للبيانات الشخصية، والقسم الثاني لقياس متغيرات الدراسة. كما تضمنت الاستبانة عبارات تقيس أبعاد جودة الخدمة، مثل الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف، إضافة إلى عبارات تقيس رضا العملاء. واستخدمت الدراسة مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات أفراد العينة، حيث تتدرج البدائل من: لا أوافق بشدة، إلى أوافق بشدة، وهو مقياس مناسب لقياس الاتجاهات والآراء في الدراسات السلوكية والإدارية. وبعد جمع الاستبانات، تمهّد البيانات للتحليل باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة من خلال البرنامج الإحصائي SPSS.

وإذا أردتها بشكل أكثر تحديدًا

يمكنك أيضًا إضافة هذا الجدول مباشرة تحتها:

الأداة	الغرض منها
الاستبانة	جمع البيانات من عملاء البنوك السعودية حول جودة الخدمة ورضا العملاء
مقياس ليكرت الخماسي	قياس درجة موافقة أفراد العينة على عبارات الاستبانة
SPSS	تحليل البيانات إحصائيًا واختبار الفرضيات

الخاتمة

يوضح هذا الفصل المنهجية التي سيتم من خلالها جمع بيانات الدراسة وتحليلها بما يضمن الوصول إلى نتائج قابلة للتفسير العلمي. كما وفر أساسًا منظمًا لتحديد مجتمع الدراسة وعينتها، وبناء أداة البحث، وتحديد أساليب القياس والتحليل الإحصائي المناسبة لمتغيرات الدراسة في قطاع الاتصالات.