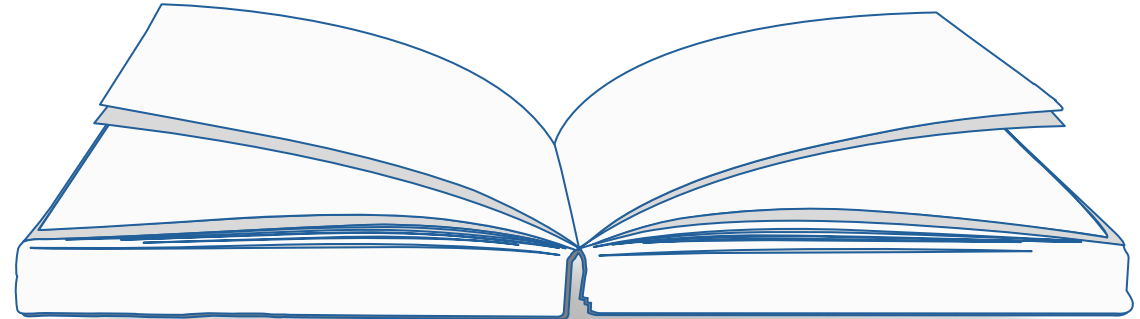
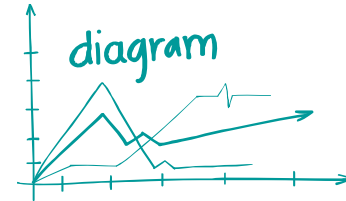
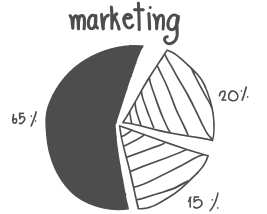


2024

دراسات نقدية (٢)

المهمة العاشرة : (المراجع)

إعداد وتقديم: د. عايد الرشيد



المهمة العاشرة (المراجع): النقد يكون من خلال الاجابة على ما يلي على سبيل المثال لا الحصر

- تاريخ النشر: هل تحتوي المراجع على مصادر حديثة (آخر 5-10 سنوات)؟ يجب أن تكون معظم المراجع مرتبطة بالأبحاث الحديثة لتعكس التطورات الجديدة في المجال.
- تنوع المصادر: هل تحتوي الرسالة على مصادر قديمة وحديثة لتغطية تاريخ البحث بشكل شامل؟
- صلة المراجع بالموضوع: هل المراجع المستخدمة ذات صلة مباشرة بموضوع الدراسة وأهدافها؟ يجب أن يكون لكل مرجع علاقة واضحة بموضوع البحث.
- هل تم استخدام المراجع بشكل مناسب لدعم الحجج والنظريات المقدمة في الرسالة؟ يجب أن تكون الاستشهادات متصلة بشكل منطقي مع محتوى البحث.

المهمة العاشرة (المراجع): النقد يكون من خلال الاجابة على ما يلي على سبيل المثال لا الحصر

- تنسيق المراجع: هل تم توثيق المراجع وفقاً للمعايير الأكاديمية المعتمدة (مثل APA، MLA، Chicago)؟ يجب التأكد من أن المراجع تلتزم بالتنسيق الصحيح والمتسق في كل من النص وقائمة المراجع.
- الاقتباس المناسب: هل تم الاقتباس من المراجع بشكل دقيق وواضح؟ يجب أن تكون الاقتباسات متوافقة مع نصوص المراجع دون تحريف أو إساءة تفسير.
- عدد المراجع: هل عدد المراجع كافٍ لدعم البحث بشكل شامل؟ يجب أن يعكس عدد المراجع عمق البحث وتغطيته الجيدة لموضوع الدراسة.
- الربط بين المراجع: هل تم ربط المراجع ببعضها البعض لتوضيح الفجوات في الأدبيات؟ يجب أن يكون هناك تحليل نقدي للمراجع يوضح كيف تتكامل أو تتناقض مع بعضها البعض.
- استخدام المراجع الأجنبية: هل تضمنت الدراسة مراجع أجنبية موثوقة تعكس الأدبيات الدولية في المجال؟ يُفضل الاعتماد على المراجع الأجنبية في الأبحاث العلمية لضمان تنوع المصادر

نبذة عن رسالة الماجستير المُختارة

- الرسالة الحالية تتناول مفهوم إداري حديث ومعاصر في مجال جودة الخدمات وأثره على رضا العميل بعنوان (أثر جودة الخدمات المقدمة من شركة اتحاد اتصالات (موبايلي) على رضا العملاء) رسالة مقدمة للحصول على درجة (الماجستير) في (إدارة المشاريع). - ٢٠٢٢م
- الرسالة تتناول متغيرين المتغير (المستقل) : جودة الخدمات بشركة الاتصالات – المتغير (التابع) : رضا العملاء
- سيتم تقييم : كتابة الاستنتاجات والتوصيات



- خضير كاظم حمود، (2015)، إدارة الجودة، دارالمسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان.
- خضير كاظم حمود، (2018)، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان.

المراجع الأجنبية

- Anne Gratacap, Pierre Medan, (2001), **Management de production: concepts, méthodes, cas**, édition Dunod, Paris.
- Anne marie feuille, (1996), normalisation des plastiques, A3503, vam3, Technique de l'ingénieur, traité plastiques et composites, Paris.
- Belin.A, (2002), La mesure de la **satisfaction client dans les marques** industriel mastère marketing et communication commerciale, école supérieur de commerce de toulouse, Juillet.
- Christian Derbaix, Joel brée, (2000), **comportement du consommateur** édition economica, paris.
- Daniel Duret, Maurice pillet, (2002), **qualité en production: de Iso 9000 à Six sigma**, 2eme edition, édition d'organisation, Paris.

المراجع

- أبو معمر، فارس (2005): **قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك** الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية) المجلد الثالث عشر، العدد 1، حمود خضير كاظم (2002): **إدارة الجودة و خدمة العملاء**، الطبعة الأولى، عمان.
- الدرداكة ، مأمون ، طارق الشبلي (2002): **الجودة في المنظمات** الصفاء عمان.
- الصيرفي ، محمد (2007) : **راقب جودة منتجاتك**، دار الفكر الجامعي
- الطالب (2003): **قياس جودة الخدمات البنكية المقدمة من قبل إدارات** في المملكة الأردنية الهاشمية، الأردن.
- العبادلة، طلال، عاشور، يوسف (2004): **تقييم الخدمات التعليمية** الجامعة الإسلامية بغزة (حالة برنامج الجامعة الإسلامية بغزة، مجلة الجامعة الأولى: العدد الأول.
- عبد المحسن ، توفيق محمد (2006): **قياس الجودة و القياس المقارن** المقاييس، دار الفكر العربي.
- عقيلي، عمر (2001)، **المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة**، دار
- العلاق، بشير (2004): **أساليب تعزيز الولاء لمزودي خدمات الانتصاف** الدعم على الخط وخارج الخط ، دراسة ميدانية - تحليلية الأردن.

- عروب ، رتيبة، (2012) : **إدارة الجودة الشاملة وإنعكاسها على أداء** إستراتيجيات التدريب في ظل إدارة الجودة الشاملة كمدخل للتنمية الإقتصادية والعلوم التجارية والعلوم التجارية، جامعة مولاي الطاهر.
- الحياوي ، قاسم نايف علوان (2009): **إدارة الجودة الشاملة و** الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان.
- قاسم علوان ، (2005) ، **إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإنزوا** الثقافة للنشر والتوزيع ، الطبعة 2.
- عبد الله مسلم، (2004)، **إدارة الجودة الشاملة**، عمان، دار المعتمد 25.
- الجضي، خالد بن سعد، **إدارة الجودة الشاملة تطبيقات تربوية**، طبعة 1.
- حمود، خضير كاظم، **إدارة الجودة الشاملة** ، عمان، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- البيلوي، حسن حسين، **الجودة الشاملة في التعليم بين مؤشرات التقييم** النهضة العربية، الطبعة 1.
- أمون الدرداكة ، طارق شبلي ، (2012) ، **الجودة في المنظمات** للنشر والتوزيع ، عمان .
- مأمون الدرداكة ، (2014) ، **إدارة الجودة الشاملة** ، دار الأولى، عمان.
- سهيل إلياس، (2014) ، **دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة الجودة** ، الطبعة الأولى ، دمشق .

مشكلة البحث

تكمن مشكلة البحث في ارتباط رضا المتعاملين بجودة الخدمات المقدمة لديهم وبعدد من العوامل التي تؤثر على سمعة شركات الاتصالات وعلى الخدمات المقدمة من قبل شركات الاتصالات، ومن ثم فإذا شركات الاتصالات لن تقدم للمتعاملين مايتوقعونه من جودة خدمات وتطوير في أنظمة شركات الاتصالات فستخسر متعاملينها وسوف يتجهون الى المكاتب الخارجية او الى شركات أخرى.

فجميع شركات الاتصالات في المملكة تسعى الى زيادة رضا متعاملينها لتبني بيئة اقتصادية ناجحة ولتطور من اقتصاد المملكة لكسب المستثمرين والتجار، وتسعى شركات الاتصالات الى زيادة رضا متعاملينها عن طريق تطوير الخدمات الإلكترونية وتحويل جميع معاملاتها الى معاملات رقمية 100% . وتوفر للمتعاملين جميع مايتحتاجون إليه عن طريق الخدمة الإلكترونية او المكاتب الخارجية التابعة للشركة، وتسعى شركات الاتصالات للتطوير من خدماتها بشكل أكبر لتوفر كل سبل الراحة للمتعاملين لتحقيق تنمية مستدامة للمملكة.

3

وتكمن مشكلة البحث في عدم تقديم الجودة الكافية وعدم تقديم ما يتوقعه المتعامل من شركة اتحاد اتصالات (موبايلي) ، وهذه المشكلة تكون مهمة جداً للمتعاملين والمستثمرين الذين يتعاملون مع شركة اتحاد اتصالات (موبايلي) لان المتعامل يبحث دائماً عن افضل جودة خدمات وعن افضل نظام لخدمته، فإن لن توفر شركة اتحاد اتصالات (موبايلي) للمتعامل ما يتوقعه ولن يتم تطوير الجودة فهناك خطورة لان عدم تطوير مايتوقعه المتعامل سيؤدي الى نقص عدد المتعاملين والمستثمرين في شركات الاتصالات.

وعند عدم الوصول الى حل لهذه المشكلة ستواجه شركة اتحاد اتصالات (موبايلي) عقبات كثيرة وكبيرة منها ان المتعامل سيبحث عن مراكز اخرى ليقدم خدماته وبالتالي نقص عدد زوار مبنى الشركة ، وانسحاب المتعاملين من مشاريعهم وعدم تكملتها أو إلغائها فهذه العقبات سوف تؤثر على اقتصاد المملكة ان لن يتم تطويرها وتكمن مشكلة البحث في الإجابة عن السؤال الرئيسي الاتي:

ما هو اثر جودة الخدمات المقدمة من شركة اتحاد اتصالات (موبايلي) في المملكة على رضا العملاء؟

– دراسة هيثم (2016م) تناولت الدراسة أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في ترقية الأداء في منظمات قطاع الأعمال.

تمثلت مشكلة الدراسة في ما مدى تأثير تطبيق إدارة الجودة الشاملة في ترقية الأداء في قطاع الأعمال، هدفت الدراسة إلى تشجيع المنظمات التي تعمل في مجال الخدمات على تطبيق إدارة الجودة الشاملة بالطرق العلمية السليمة، كما هدفت إلى توضيح دور إدارة الجودة الشاملة في الشركات السودانية العاملة في مجال تقديم الخدمات.

من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: تحدد الجودة الشاملة عن طريق حاجات وتوقعات العميل، أسس الاختيار والتعيين المطبقة في الشركة محل الدراسة أسهمت في توفير الكوادر البشرية القادرة على تحقيق الجودة الشاملة.

ومن أهم التوصيات التي توصلت إليها الدراسة: ضرورة تشكيل فرق عمل في الشركة محل الدراسة لتقديم الدراسات والاقتراحات لتحسين أساليب العمل، لتطبيق إدارة الجودة الشاملة لابد لإدارة الشركة محل الدراسة أن تهتم بعملية التدريب في جميع المستويات الإدارية.

اختلفت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في أنها تناولت أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في ترقية الأداء في منظمات قطاع الأعمال بينما تناولت الدراسة الحالية جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا العملاء في شركة اتحاد اتصالات (موبايلي) في المملكة.

بشكل جيد للقدرة العامة لزيادة التجاوب والتعاطف ، لإثبات جدية التزام الشركة بتحسين جودة الخدمة ، لتوضيح وإبلاغ العملاء بالعقبات والتحديات التي واجهتها شركة جوال خلال الحصار الخانق المفروض على محافظات قطاع غزة.

اختلفت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في أن هذه تناولت قياس جودة الخدمات التي تقدمها شركة جوال من وجهة نظر الزبائن في محافظات قطاع غزة والدراسة الحالية تناولت جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا العملاء في شركة اتحاد اتصالات (موبايلي) في المملكة.

التعليق على الدراسات السابقة:

النتائج المستخلصة من الإطلاع على الدراسات السابقة:

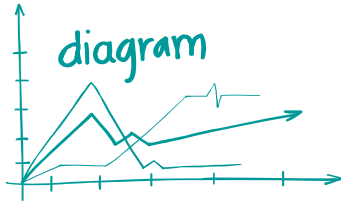
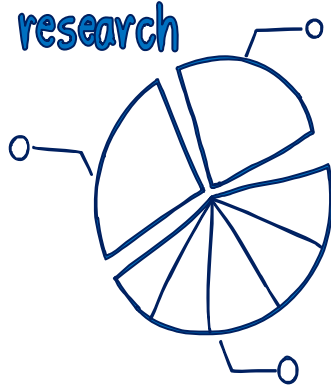
قام الباحثين بعد الإطلاع على الدراسات السابقة باستخلاص النقاط التالية:

- أن هناك علاقة طردية موجبة بين الجودة والكلمة المنطوقة الإيجابية بين العملاء
- أن جودة الخدمة لها تأثير إيجابي على الكلمة المنطوقة الإيجابية بين العملاء من منظور العملاء والعاملين
- أن الجودة المدركة، والرضا والولاء هي إحدى العوامل التي تؤثر على الكلمة المنطوقة الإيجابية .
- وجود تأثير مباشر لأحد أبعاد جودة الخدمة المتمثل في التعاطف مع العميل على الكلمة المنطوقة، بينما الأبعاد الأخرى لجودة الخدمة لها تأثير غير مباشر على الكلمة المنطوقة للعملاء
- ترتبط الكلمة المنطوقة بإستراتيجية التسعير والتي تكون جودة الخدمة محور رئيسي فيها كمحدد لإستراتيجية التسعير التي تتبعها الشركة

- هناك علاقة بين الكلمة للمنطوقة وحب العلامة التجارية والولاء لها
- تعد أهم مصادر الكلمة المنطوقة الصادرة من (الأُسرة، الأقارب، الزملاء في العمل) من أهم المصادر التي يثق فيها العميل.
- يساهم الرضا عن جودة الخدمة المقدمة في تعزيز رضا للعملاء

أوجه الاختلاف بين هذه الدراسة والدراسات السابقة:

اتضح للباحث الندرة النسبية في الدراسات التي قامت عليها هذه الدراسة، كما أوصت الدراسات بضرورة دراسة تأثير جودة الخدمة على العديد من المتغيرات الأخرى أهمها الكلمة المنطوقة بين العملاء، وانطلاقاً مما سبق هذا قد دفع الباحث للقيام بهذه الدراسة.



عِلْمٌ

