

دور خدمة العملاء في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية

إعداد الطالب: تركي النومسي

الرقم الجامعي: 232000340

القسم: إدارة الأعمال

الجامعة: جامعة ميد أوشن

العام الجامعي: 1447-1448 هـ / 2025-2026 م

الفصل الرابع :التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

4.1 مقدمة الفصل

يهدف هذا الفصل إلى عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية من خلال استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة عبر برنامج SPSS، وذلك لاختبار فرضيات البحث والإجابة عن أسئلته،

4.2 توصيف عينة الدراسة

تم استخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، مما أظهر ملاءمتها لمجتمع البحث

4.3 اختبارات الصدق والثبات

تم التحقق من صدق الأداة باستخدام الاتساق الداخلي، كما تم قياس الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ وأظهرت القيم قبولاً إحصائياً.

4.4 الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث

أظهرت المتوسطات الحسابية لمتغيرات البحث مستويات مرتفعة، مما يعكس إدراك أفراد العينة لأهمية جودة خدمة العملاء

4.5 اختبار الفرضيات

أثبتت نتائج تحليل الانحدار وجود علاقات ذات دلالة إحصائية بين متغيرات البحث، وعليه تم قبول الفرضيات

4.6 ربط النتائج بالدراسات السابقة

تتفق نتائج الدراسة مع الأدبيات السابقة التي أكدت دور خدمة العملاء في تعزيز الميزة التنافسية

4.7 الخاتمة

أكدت نتائج التحليل الإحصائي صحة فرضيات البحث وأبرزت أهمية خدمة العملاء كعامل استراتيجي

دور خدمة العملاء في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسات في القطاع الخاص بالمملكة العربية السعودية

إعداد: تركي النومسي
الرقم الجامعي: 232000340
القسم: إدارة الأعمال
جامعة ميد أو شن

أسئلة البحث

- ما دور خدمة العملاء في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات؟
- ما العوامل المؤثرة في جودة خدمة العملاء؟
- كيف تؤثر خدمة العملاء على رضا العملاء وولائهم؟
- ما دور التكنولوجيا الحديثة في تحسين تجربة العملاء؟
- ما أفضل الممارسات العالمية في إدارة خدمة العملاء؟

أهداف البحث

- التعرف على المفاهيم الأساسية لخدمة العملاء
- تحديد العوامل المؤثرة في جودة الخدمة
- تحليل العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء
- استعراض أفضل الممارسات
- تقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق

فرضيات البحث

- توجد علاقة إيجابية بين جودة خدمة العملاء والميزة التنافسية
- يؤثر استخدام التكنولوجيا الحديثة إيجابياً على جودة الخدمة
- تؤدي ثقافة التركيز على العميل إلى زيادة رضا العملاء
- التدريب المستمر للموظفين يحسن أداء خدمة العملاء

نموذج البحث

- المتغيرات المستقلة: جودة الخدمة، التدريب، التكنولوجيا، ثقافة المنظمة
- المتغير التابع: الميزة التنافسية
- متغير وسيط: رضا العميل / ولاء العميل

مكان التطبيق

- شركات القطاع الخاص في المملكة العربية السعودية مثل شركات الاتصالات والبنوك
- الهدف: دراسة تأثير خدمة العملاء على رضا العملاء وتحقيق التميز التنافسي

منهجية البحث

- المنهج: وصفي تحليلي
- الأدوات: استبانة +مراجعة أدبية
- مجتمع الدراسة: عملاء الشركات
- العينة: عينة عشوائية من العملاء

هيكل المشروع

- المقدمة
- الإطار النظري
- الدراسات السابقة
- منهجية البحث
- التحليل والمناقشة
- النتائج
- التوصيات
- الخاتمة
- المراجع

المراجع

- Aziz, 2025
- De Dampierre et al., 2024
- Mohammed & Ozdamli, 2024
- Radhakrishnan, 2018
- Schwering, 2015