

The effect of service quality on customer satisfaction - applied to Mobily company in Jeddah.

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

FATIMA MOHAMMED ALI AL-HASIL

2021200711

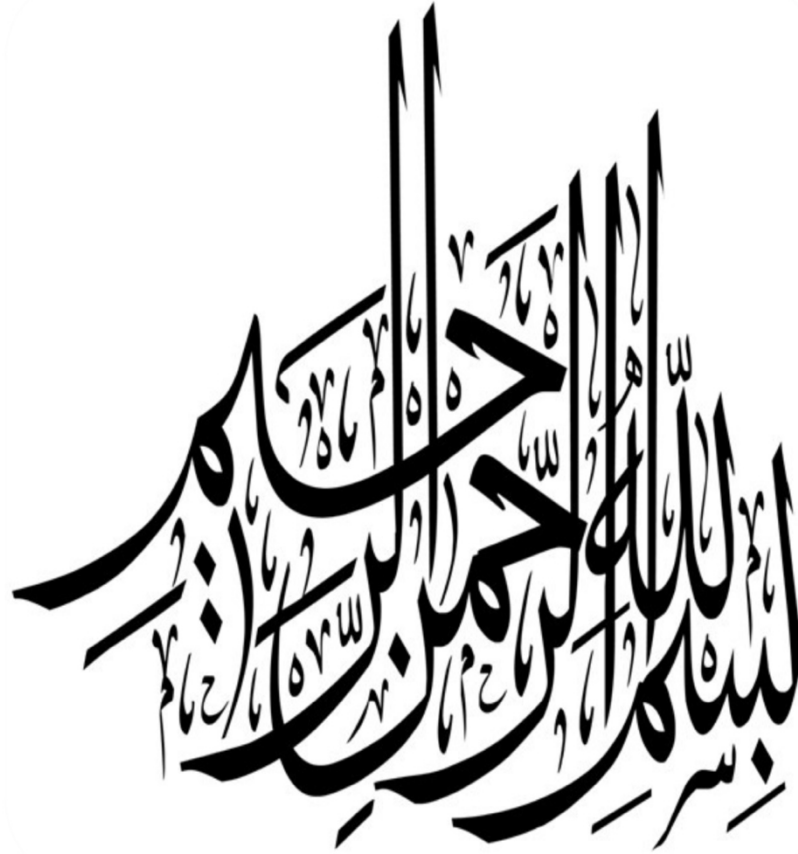
مشروع تخرج 1

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس كلية الإدارة جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الأول 2024



شكر و عرفان

اهداء

قائمة المحتويات

Cover Page.	1- صفحة الغلاف
Acknowledgement.	2- الشكر والتقدير
Dedication.	3- الإهداء
Abstract .	4- المستخلص
Table of Contents.	5- جدول المحتويات
List of Figures.	6- قائمة الأشكال
List of Tables.	7- قائمة الجداول
Introduction .	8- المقدمة
Research Problem .	9- مشكلة البحث
Research Significant .	10- أهمية البحث
Research Questions.	11- أسئلة البحث
Research Objectives.	12- أهداف البحث
Research Hypotheses .	13- فرضيات البحث
Research Model.	14- نموذج البحث
Research Methodology .	15- منهجية البحث
Scope/ Field of The Study .	16- الدراسة الميدانية
Project Structure.	17- مخطط المشروع
Theoretical Framework.	18- الدراسات السابقة
& Literature Review .	والإطار النظري
Conclusion.	19- الملخص

المستخلص

مقدمة

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). تأثير جودة الخدمة على ولاء الزبائن. ص أ. 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 متماسكاً مع جودة الخدمة التي تقدمها الشركات الأخرى في المنافسة. (عبد العزيز، 2024).

إن التطور في مجال الخدمات في الدول، أدى إلى تشديد المنافسة بين مقدمي الخدمات. وهذا خلق اهتماماً كبيراً بين الباحثين والمهنيين 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). 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*. 160-101، 46(4).

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 بمنهج 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).

"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 الإدراكات / التوقعات SERVQUAL، وكذلك أيضاً مقياس الأداء الفعلي للخدمة SERVPERF في قياس جودة الخدمة، إلا أن الجدل ما زال مستمراً حول الاتفاق < خاص بحوث > علي وجود مقياس صالح للتطبيق علي جميع أنواع الخدمات. (ادريس، 1996) " السبع، ش. د. س. (2023). دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*. 58-1، 15(1)،

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.

وعلى الدراسات السابقة باراسورامان وآخرون (1988) 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).

مشكلة الدراسة

يُعزى نموذج Servqual ، نموذج تحليل الفجوات إلى Zeithaml ، Parassuramn ، و Berry، حيث يعتمد على توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراكهم لأداء الخدمة المقدمة فعليًا. يتم تحديد الفجوة أو التطابق بين هذه التوقعات . ويشمل هذا النموذج مجموعة من الفجوات، استخلاصها الباحث على النحو التالي: الفجوة رقم 1: تنشأ نتيجة الاختلاف بين تفضيلات الزبائن واعتقادات المؤسسة الخدمية بشأن تلك التفضيلات. في حالة وجود فجوة سلبية، يعني ذلك عدم قدرة المؤسسة على فهم احتياجات الزبائن ورغباتهم بشكل صحيح. الفجوة رقم 2: تنشأ نتيجة الاختلاف بين اعتقادات المؤسسة بشأن رغبات الزبائن والأداء الفعلي. في حالة وجود فجوة سلبية، يعني ذلك عدم ترجمة توقعات الزبائن إلى مواصفات فعلية في الخدمة المقدمة. الفجوة رقم 3: تنشأ بسبب الاختلاف بين المواصفات المحددة للجودة والأداء الفعلي. في حالة وجود فجوة سلبية، يعني ذلك وجود اختلاف بين مواصفات الخدمة ومدى إدراك المؤسسة لهذه المواصفات. الفجوة رقم 4: تنشأ نتيجة الاختلاف بين الخدمة المقدمة والتسويق لها. في حالة وجود فجوة سلبية، يعني ذلك وجود خلل في المصادقية والثقة في المؤسسة. الفجوة الناتجة عن واحدة أو أكثر من الفجوات السابقة تمثل الفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة. في حالة وجود فجوة سلبية، يؤدي ذلك إلى عدم رضا الزبائن عن الخدمة المقدمة وتشكيل انطباعات سلبية عن المؤسسة الخدمية. (بن أحسن, & ناصر الدين. (2015). تقييم جودة الخدمة المدركة من قبل الزبون باستخدام نموذج الأداء الفعلي للخدمة.

تقدم محمد، و الغبيري (2020) تقع المملكة، واحدة من ثلاث دول في المنطقة، ضمن مجموعة الدول الداعمة للتقنيات وفقًا لمؤشر الاتصالات العالمي. فاروق أحمد مراد، أ.، & أنجي. (2023). قياس تأثير أبعاد جودة الخدمة التأمينية الإلكترونية على ربحية شركات التأمين السعودية. مجلة الدراسات المالية والتجارية 67-610، (1)، 33 ,

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. حيث 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.

يجد الباحثين مأمون سليمان الدرادكة ، طارق الشبلي ، الجودة في المنظمات الحديثة ، دار الصفاء للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2002 جودة الخدمة ضرورية لنجاح المؤسسات الخدمية، حيث تسهم في تحقيق الاستقرار والنجاح في السوق. أهمية الجودة في تقديم الخدمة تتجلى في: زيادة نمو قطاع الخدمات ، لبقاء الشركات يعتمد على قدرتها على المنافسة، وتوفير جودة الخدمة يمنحها ميزة تنافسية، فهم أعمق للعملاء بالمعاملة الجيدة والتركيز على الخدمة يساعد في جذب العملاء والحفاظ عليهم، و من الجانب الاقتصادي لجودة خدمة العملاء: تحتاج الشركات إلى الاهتمام بجودة خدماتها للحفاظ على عملائها الحاليين وجذب الجدد، مما يعزز استمراريته وتوسيع قاعدة عملائها. (بو علاق ، 2014)

اسئلة الدراسة

ما تأثير جودة الخدمات على رضا العميل - بالتطبيق على شركة موبايلي في جدة ؟

اهداف البحث

نموذج وفرضيات الدراسة

منهجية الدراسة

الدراسة الميدانية

الهيكل المقترح للدراصة

الختامة

قائمة المراجع

المراجع بالعربي:

- 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*. 1045-1074, (5(1).
- 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*. 101-160, 46(4).
- بن أحسن, ناصر الدين (2016). تكامل أنشطة التسويق الداخلي وإدارة جودة الخدمات و أثره على رضا الزبون
- السبع, ش. د. س. (2023). دراسة تحليلية للفجوة بين خدمة الاتصالات المقدمة للعميل وبين إدراكه لجودة الخدمة. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*. 1-58, 15(1),
- 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-.
-
-

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.
- نجلاء فريد. (2019). & حجازي, ن. ف., 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.

الملاحق