

عنوان المشروع

ولاء العملاء بوصفه متغيرًا استراتيجيًا في تحسين الأداء المؤسسي في
شركات الاتصالات السعودية

اسم الطالب
وليد أحمد باحسن

مشروع تخرج- ١
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

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

٢٠٢٦/٠٦/١٥ - الفصل الدراسي الأول

جدول المحتويات

٢	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٣	١, ١. المقدمة:
٤	١, ٢. مشكلة الدراسة:.....
٤	١, ٤. فجوات على المستوى النظري:.....
٤	١, ٤. فجوات على المستوى التطبيقي:.....
٤	١, ٥. أهمية الدراسة:.....
٥	١, ٥. ١. على المستوى النظري:.....
٥	١, ٥. ٢. على المستوى التطبيقي:.....
٥	١, ٥. ٣. أسئلة الدراسة:.....
٥	١, ٥. ٤. أهداف الدراسة:.....
٦	١, ٥. ٥. فرضيات الدراسة:.....
٧	١, ٥. ٦. نموذج الدراسة:.....
٧	١, ٥. ٧. منهجية الدراسة:.....
٨	١, ٥. ٨. الدراسة الميدانية:.....
٨	١, ٥. ٩. مخطط المشروع المقترح:.....
٩	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة:.....
١٠	٢, ١. ١. المقدمة:.....
١٢	٢, ١. ٤. المتغير المستقل:.....
١٢	٢, ١. ٥. المتغير التابع:.....
١١	٢, ١. ٢. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع:.....
١٩	٢, ١. ٦. الخاتمة:.....
٢٣, ٢٤, ٢٥, ٢٦	قائمة المراجع:.....

١,٥,٣ . أسئلة الدراسة

تنطلق الدراسة من السؤال الرئيس الآتي:

- ما أثر ولاء العملاء في تحسين الأداء المؤسسي في شركات الاتصالات السعودية؟ ويتفرع عنه الأسئلة الآتية:
- ما المقصود بولاء العملاء من منظور الأدبيات الإدارية والتسويقية؟
- ما أبرز العوامل المؤثرة في ولاء العملاء في شركات الاتصالات؟
- ما العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء وولاء العملاء؟
- إلى أي مدى يسهم ولاء العملاء في تحسين الأداء المؤسسي؟
- ما الأساليب التي يمكن أن تعتمد عليها شركات الاتصالات لقياس الولاء وتعزيزه؟

١,٥,٤ . أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى بيان مفهوم ولاء العملاء وتحليل أهميته في بيئة شركات الاتصالات، مع تحديد أبرز العوامل المؤثرة فيه وبيان أثره في تحسين الأداء المؤسسي..

الأهداف الفرعية:

- التعرف إلى مفهوم ولاء العملاء وأبعاده الرئيسية.
- تحديد أثر جودة الخدمة في تكوين رضا العملاء وولائهم.
- توضيح العلاقة بين رضا العملاء واستمرارهم في التعامل مع شركة الاتصالات.
- استعراض أبرز الأساليب المستخدمة في قياس الولاء داخل المؤسسات الخدمية.
- تقديم توصيات عملية تساعد على رفع مستوى ولاء العملاء في شركات الاتصالات..

١,٥,٥ . فرضيات الدراسة:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ولاء العملاء وتحسين الأداء المؤسسي في شركات الاتصالات السعودية.

الفرضيات الفرعية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة وولاء العملاء.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وولاء العملاء.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة وولاء العملاء.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية وولاء العملاء.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ولاء العملاء ونية الاستمرار في التعامل مع شركة الاتصالات..

١,٥,٦. نموذج الدراسة:

جودة الخدمة ← رضا العملاء ← ولاء العملاء ← الأداء المؤسسي

ويمثل هذا النموذج الاتجاه الشائع في الدراسات التطبيقية الذي يرى أن جودة الخدمة تعد متغيرًا مستقلًا مؤثرًا في رضا العملاء، بينما يعمل الرضا متغيرًا وسيطًا يفسر جانبًا مهمًا من ولاء العملاء وسلوكهم المستقبلي تجاه الشركة.



١,٥,٧. منهجية الدراسة:

فلسفة الدراسة: الوضعية.

منهج الدراسة: الاستنتاجية.

استراتيجية الدراسة: الدراسة الميدانية.

نوع الدراسة: كمية.

الأفق الزمني: مقطعية.

التقنيات والإجراءات: الاستبانة والتحليل الإحصائي باستخدام SPSS.

١,٥,٨. الدراسة الميدانية:

تُجرى هذه الدراسة ميدانيًا على عملاء شركات الاتصالات السعودية، باعتبار هذا القطاع من أكثر القطاعات الخدمية ارتباطًا بالتعامل اليومي مع العملاء، ولأنه يشهد منافسة عالية وتحولات رقمية متسارعة في مستوى التطبيقات، والباقات، والدعم الفني، وخدمات الإنترنت والاتصال.

كما أن شركات الاتصالات تمثل ميدانًا مناسبًا لدراسة الولاء؛ لأن العميل يتفاعل معها عبر قنوات متعددة مثل الفروع، والتطبيقات، والموقع الإلكتروني، وخدمة العملاء، والدعم عبر الهاتف والرسائل الرقمية. وهذا التنوع يتيح اختبار العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء وولائهم بصورة واضحة.

٩, ٥, ١. مخطط المشروع المقترح:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة والإطار النظري.

الفصل الثالث: منهجية الدراسة.

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي لنتائج الدراسة.

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والاستنتاجات

المراجع

المؤلف	السنة	عنوان الدراسة	نوع المصدر	كيفية الاستفادة منه في البحث
PwC Middle East	2024	KSA Banking Sentiment Index 2024	تقرير مهني	الاستفادة من منهجيته في توصيف البيئة الخدمية الرقمية وفهم تحولات تجربة العميل، مع توظيفه مرجعًا مقارنًا عند عرض أهمية جودة الخدمة والولاء في القطاعات الخدمية
بالتعاون مع PwC Middle East DataEQ	2024	2024 KSA Banking Sentiment Index Report	تقرير تحليلي	دعم الخلفية التطبيقية المتعلقة بتوقعات العملاء، والتحول الرقمي، وأهمية سرعة الاستجابة وجودة التفاعل مع العميل
Hamzah, Zalfa Laili; Lee, Siew Peng; Moghavvemi, Sedigheh	2017	Elucidating Perceived Overall Service Quality in Retail Banking	مقال علمي محكم	SERVQUAL ، دعم الإطار النظري المتعلق بجودة الخدمة وأبعاد الاستفادة منه في تفسير العلاقة بين جودة الخدمة والرضا والولاء
مستودع جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا	2022	الدور الوسيط لرضا العملاء في العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء	رسالة ماجستير	دعم النموذج المفاهيمي الذي يجعل رضا العملاء متغيرًا وسيطًا بين جودة الخدمة وولاء العملاء
University Utara Malaysia	-	Relationship between Service Quality and Customer Loyalty: Mediating Role of Customer Satisfaction	رسالة أكاديمية / PDF	دعم بناء النموذج النظري للدراسة، خاصة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء وولائهم
ASJP	2021	دراسة التأثير المباشر وغير المباشر لجودة الخدمة والرضا على ولاء الزبون	مقال علمي	دعم فرضيات الدراسة المتعلقة بالتأثير المباشر وغير المباشر لجودة الخدمة والرضا في الولاء
دراسة عربية / DOAJ	2014	رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون	مقال علمي	تقوية جانب الدراسات العربية السابقة التي تدعم الدور الوسيط للرضا بين الجودة والولاء
دراسة عربية جامعية	2023	إرضاء الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة والولاء	دراسة أكاديمية	توسيع عرض الأدبيات العربية ذات الصلة بالعلاقة بين الرضا والولاء
Egyptian Knowledge Bank Journals	2025	أثر جودة الخدمات البنكية على رضا العملاء في البنوك السعودية	مقال علمي عربي	الاستفادة منه في دعم الجزء النظري المتعلق بتأثير جودة الخدمة في رضا العملاء، مع الإفادة من منطق التحليلي في الدراسة الحالية
European Scientific Journal	2013	Study on Service Quality and Customer Satisfaction	مقال علمي	دعم الإطار النظري العام المرتبط بجودة الخدمة وقياس رضا العملاء
Scholars / Academic PDF	2014	Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction: A Study	مقال / PDF أكاديمي	الإفادة منه في صياغة بعض فقرات أداة الدراسة المتعلقة بجودة الخدمة والرضا
Emerald / International Journal of Bank Marketing	2017	Elucidating Perceived Overall Service Quality in Retail Banking	مقال علمي محكم	مرجع إضافي لتأكيد النتائج النظرية الخاصة بعلاقة جودة الخدمة برضا العملاء
Saudi Gazette	2021	Saudi Banks Must Accelerate Digital Transformation to Improve Customer Experiences	تقرير / مقال اقتصادي	دعم الخلفية التطبيقية المتعلقة بأهمية تحسين تجربة العميل في البيئات الخدمية الرقمية
McKinsey & Company	-	الخدمات المصرفية الرقمية في دول الخليج العربي	تقرير تحليلي	الاستفادة منه في توصيف أثر التحول الرقمي في رفع توقعات العملاء تجاه الخدمة
Saudi Gazette	2017	Banking Customers in Saudi Arabia Prefer Mobile Banking: Poll	تقرير صحفي اقتصادي	دعم فكرة تنوع قنوات الخدمة وأهمية القنوات الرقمية في تشكيل تجربة العميل
Boston Consulting Group (BCG)	2020	Saudi Arabia's Banking Market Is Heating Up as Customers Demand Better Experiences	تقرير بحثي	الاستفادة منه في دعم فكرة اشتداد المنافسة وارتفاع توقعات العملاء، بما يبرر أهمية بناء الولاء
Wiley / Hindawi	2023	Exploring Customer Awareness Towards Their Cyber Security in the Kingdom of Saudi Arabia	مقال علمي	دعم جانب الثقة والأمان في الخدمات الرقمية، بوصفهما من العوامل المؤثرة في رضا العملاء وولائهم
International Monetary Fund (IMF)	2024	Saudi Arabia: Financial Sector Assessment Program	تقرير دولي	دعم التوصيف المؤسسي العام لبيئة الخدمات في المملكة، والاستفادة منه في الخلفية العامة للبحث