

أثر التسويق الرقمي على جودة الخدمات الإلكترونية في شركة الخصم الذهبي بجدة

أسم الطالب

منى أبو عبيدة عبدالله

الرقم الجامعي

2021204721

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثاني- 2024

جدول المحتويات

2	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
3	1.1. المقدمة:
5	1.2. مشكلة البحث
5	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
6	1.3. أهمية البحث
6	1.3.1. على المستوى النظري:
6	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
7	1.4. أسئلة البحث
7	1.5. أهداف البحث
7	1.6. فرضيات البحث
8	1.7. نموذج البحث
9	1.8. منهجية البحث
10	1.9. الدراسة الميدانية
11	1.10. هيكل المشروع
12	قائمة المراجع

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١.١. المقدمة

في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وفي بيئة سريعة التغيير لم بعد امامنا الا ان نواكب العصر بما يخدم مجتمعاتنا ونبحث كل ما هو جديد وصالح للتطبيق (م.م. بان قاسم جواد, 2016) ونلاحظ الآن ان جودة الخدمات الإلكترونية تعتبر من المجالات الحيوية في العصر الرقمي، حيث تساهم بشكل كبير في تحسين تجربة المستخدم وزيادة رضا العملاء. تتضمن جودة الخدمات الإلكترونية عدة جوانب أساسية مثل سهولة الاستخدام، الموثوقية، الاستجابة، والأمان. هذه الجوانب تلعب دوراً محورياً في تقديم خدمات فعالة تلبي توقعات العملاء وتفوقها.

تتفق معظم الدراسات على التأثير الإيجابي للتسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمات الإلكترونية من خلال زيادة التفاعل مع العملاء، تحسين الأداء الفني، وتخصيص الخدمات. يوجد توافق كبير بين الباحثين حول الدور الفعال للأدوات الرقمية في تعزيز جودة الخدمات الإلكترونية وزيادة رضا العملاء وولائهم ونستعرض معا بعض من الدراسات :

دراسة-"Measuring e-Service Quality: A Study of the Applicability of the E-S-QUAL Scale in Online Banking"

الباحثان Annika Janita و Teemu Miranda –

رأي الباحثين: يشير الباحثان إلى أن التسويق الرقمي يعزز جودة الخدمات الإلكترونية من خلال زيادة تفاعل العملاء وتحسين تجربة المستخدم

- الاقتباس "Digital marketing enhances e-service quality by increasing customer interaction with the electronic platform, thereby improving user experience and overall satisfaction" (Janita & Miranda, 2013). –

التوافق: يتفق الباحثان على الأهمية الإيجابية للتسويق الرقمي في تحسين جودة الخدمات الإلكترونية.

دراسة "Quality of Electronic Services: Conceptualization and Measurement"

الباحثون – A. Parasuraman, Valarie Zeithaml, Arvind Malhotra

رأي الباحثين: أكد الباحثون أن أدوات التسويق الرقمي مثل البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي تعزز جودة الخدمات الإلكترونية من خلال تقديم خدمات مخصصة وزيادة سرعة الاستجابة

- الاقتباس "The use of digital marketing tools, such as email and social media, enhances e-service quality by providing personalized services and increasing response speed to customer demands" (Parasuraman, Zeithaml & Malhotra, 2005). –

التوافق: يوجد توافق كبير بين الباحثين حول تأثير الأدوات الرقمية على تحسين جودة الخدمات.

"The Impact of E-Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty on E-Marketing"

الباحثان - Mohamed S. A. Selim, Manal A. M. Basha

رأي الباحثين: ركزت الدراسة على العلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية ورضا العملاء والولاء وتأثيرها على التسويق الإلكتروني

الاقتباس "High e-service quality leads to higher customer satisfaction and loyalty, which in turn enhances the effectiveness of e-marketing strategies" (Selim & Basha, 2018)

التوافق: يوجد توافق على أن جودة الخدمة العالية تعزز من فعالية استراتيجيات التسويق الرقمي من خلال زيادة رضا العملاء وولائهم.

على الرغم من الاهتمام المتزايد بالتسويق الرقمي وتأثيره على جودة الخدمات، هناك العديد من الفجوات البحثية التي تحتاج إلى مزيد من الدراسة. يمكن تحديد هذه الفجوات على النحو التالي:

تأثير التكنولوجيا الناشئة :- قلة الدراسات التي تدرس تأثير التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، التعلم الآلي، والواقع الافتراضي والمعزز على جودة الخدمات من خلال التسويق الرقمي.

التفاعل بين التسويق الرقمي وخدمة العملاء :- قلة الدراسات التي تستكشف كيف يمكن للتسويق الرقمي تحسين خدمة العملاء بشكل مباشر وتأثير ذلك على الجودة العامة للخدمات.

البحث في تأثير الوسائط الاجتماعية :- معظم الأبحاث تركز على التسويق عبر محركات البحث والبريد الإلكتروني، مع قلة الدراسات المتعمقة حول تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي على جودة الخدمات.

في ظل التطور السريع للتكنولوجيا وانتشار استخدام الإنترنت، أصبح التسويق الرقمي أداة أساسية للشركات للتفاعل مع عملائها وتحقيق النمو. ومع ذلك إلا أن هناك قصورا يكمن في مدى فعالية استراتيجيات التسويق الرقمي في تحسين أو تقويض جودة الخدمات المقدمة عبر الإنترنت وتحقيق التوازن بين استراتيجيات التسويق الرقمي وتحقيق جودة خدمات إلكترونية تلبي أو تتجاوز توقعات العملاء دون التسبب في مشكلات مثل تدهور الأمان أو الخصوصية أو خلق توقعات غير واقعية.

تكمن أهمية تأثير التسويق الرقمي على جودة الخدمات الإلكترونية في قدرته على تحسين تجربة المستخدم وزيادة رضا العملاء بشكل ملموس. من خلال استراتيجيات التسويق الرقمي الفعالة، تستطيع الشركات تعزيز سهولة استخدام خدماتها، تعزيز موثوقيتها، تحسين سرعة استجابتها، وضمان أمان البيانات. هذا التكامل المحكم بين التسويق الرقمي وجودة الخدمات الإلكترونية يمكن الشركات من تلبية توقعات العملاء بفاعلية أكبر، مما يؤدي إلى بناء علاقات قوية ومستدامة معهم وزيادة ولائهم.

١,٢. مشكلة البحث

في ظل التطور السريع للتكنولوجيا وانتشار استخدام الإنترنت، أصبح التسويق الرقمي أداة أساسية للشركات للتفاعل مع عملائها وتحقيق النمو. ومع ذلك إلا أن هنالك قصورا يكمن في مدى فعالية استراتيجيات التسويق الرقمي في تحسين أو تقويض جودة الخدمات المقدمة عبر الإنترنت وتحقيق التوازن بين استراتيجيات التسويق الرقمي وتحقيق جودة خدمات إلكترونية تلبي أو تتجاوز توقعات العملاء دون التسبب في مشكلات مثل تدهور الأمان أو الخصوصية أو خلق توقعات غير واقعية ويتم تقسيم المشكلة الى فجوات نظرية وعملية

١,٢,١. فجوات على المستوى النظري:

تحديد معايير الجودة الرقمية: هناك نقص في التوافق على معايير موحدة لتقييم جودة الخدمات الإلكترونية، مما يصعب من قياس وتحسين الجودة.
التأثيرات النفسية والاجتماعية: لم يتم دراسة التأثيرات النفسية والاجتماعية للتسويق الرقمي بشكل كافٍ، مثل تأثير الإعلانات المخصصة على الخصوصية الشخصية.
الابتكار والتكنولوجيا الناشئة: التطور السريع للتكنولوجيا يتطلب نظريات جديدة لفهم تأثيرات التسويق الرقمي على جودة الخدمات الإلكترونية.

١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي:

تكامل الأنظمة: الكثير من الشركات تواجه صعوبة في دمج الأنظمة الرقمية الجديدة مع الأنظمة القائمة، مما يؤثر على جودة الخدمات
تدريب الموظفين: هناك فجوة في تدريب الموظفين على استخدام التقنيات الحديثة بشكل فعال لتحسين جودة الخدمات
الأمان والخصوصية: ضمان الأمان والخصوصية في التسويق الرقمي لا يزال تحديًا كبيرًا، وقد يؤثر على ثقة العملاء وجودة الخدمات المقدمة.

وفقنا لما سبق تهدف الدراسة الحالية للإجابة على السؤال الرئيسي التالي :

" ما أثر التسويق الرقمي على جودة الخدمات الالكترونية في شركة الخصم الذهبي بجدة؟"

١,٣. أهمية البحث

تكمن أهمية تأثير التسويق الرقمي على جودة الخدمات الإلكترونية في قدرته على تحسين تجربة المستخدم وزيادة رضا العملاء بشكل ملموس. من خلال استراتيجيات التسويق الرقمي الفعالة، تستطيع الشركات تعزيز سهولة استخدام خدماتها، تعزيز موثوقيتها، تحسين سرعة استجابتها، وضمان أمان البيانات. هذا التكامل المحكم بين التسويق الرقمي وجودة الخدمات الإلكترونية يمكّن الشركات من تلبية توقعات العملاء بفاعلية أكبر، مما يؤدي إلى بناء علاقات قوية ومستدامة معهم وزيادة ولائهم.

١,٣,١. على المستوى النظري:

توسيع الفهم الأكاديمي - تساهم الدراسات في توسيع المعرفة النظرية حول كيفية تأثير استراتيجيات التسويق الرقمي على جودة الخدمات الإلكترونية، مما يثري الأدبيات الموجودة ويُنشئ فرصاً لمزيد من البحث والتطوير

تحديد العوامل المؤثرة - تساعد الأبحاث النظرية في تحديد العوامل الرئيسية التي تؤثر على جودة الخدمات الإلكترونية عند استخدام التسويق الرقمي، مثل التفاعل مع العملاء، التخصيص، وسهولة الاستخدام.

تطوير نماذج نظرية - يساهم البحث في تطوير نماذج نظرية تفسر العلاقة بين التسويق الرقمي وجودة الخدمات الإلكترونية، مما يساعد على بناء إطار عمل يمكن استخدامه في الدراسات المستقبلية

فهم سلوك المستهلك - تتيح الدراسات النظرية فهماً أعمق لسلوك المستهلكين في البيئة الرقمية، وكيفية تأثير التسويق الرقمي على توقعاتهم وتجاربهم مع الخدمات الإلكترونية.

١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

تحسين جودة الخدمات - يتيح فهم تأثير التسويق الرقمي للشركات تحسين جودة خدماتها الإلكترونية من خلال استراتيجيات تسويقية فعالة تستجيب لاحتياجات وتوقعات العملاء بشكل أفضل

زيادة الكفاءة والفعالية - يمكن للشركات استخدام نتائج الدراسات لتطوير عملياتها وجعلها أكثر كفاءة وفعالية، مما يؤدي إلى تحسين تجربة العملاء وتقليل التكاليف

تعزيز التفاعل مع العملاء - يمكن استخدام التسويق الرقمي لتعزيز التفاعل مع العملاء، مما يساهم في بناء علاقات قوية وزيادة ولاء العملاء

الابتكار وتطوير المنتجات - من خلال الاستفادة من البيانات والتحليلات المتاحة عبر التسويق الرقمي، يمكن للشركات ابتكار وتطوير منتجات وخدمات جديدة تتوافق مع احتياجات العملاء

تحقيق ميزة تنافسية - يمكن أن تساهم استراتيجيات التسويق الرقمي الفعالة في تحقيق ميزة تنافسية للشركات من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية بشكل مستمر.

١,٤ . أسئلة البحث

سؤال البحث الرئيسي : ما أثر التسويق الرقمي على جودة الخدمات الإلكترونية

السؤال الفرعي الأول :كيف يؤثر التسويق عبر محركات البحث على تجربة المستخدم في جودة الخدمات الإلكترونية في شركة الخصم في مدينة جدة؟

السؤال الفرعي الثاني : ما هي العوامل التي تجعل التسويق بالمحتوى فعالاً في تحسين جودة الخدمات الإلكترونية في شركة الخصم في مدينة جدة ؟

السؤال الفرعي الثالث : كيف يمكن قياس تأثير التسويق بالعمولة على جودة الخدمات الإلكترونية في شركة الخصم في مدينة جدة ؟

١,٥ . أهداف البحث

الهدف الرئيسي : تحديد أثر التسويق الرقمي على جودة الخدمات الإلكترونية

الهدف الفرعي الأول :تحديد أثر التسويق عبر محركات البحث على تجربة المستخدم في جودة الخدمات الإلكترونية في شركة الخصم في مدينة جدة

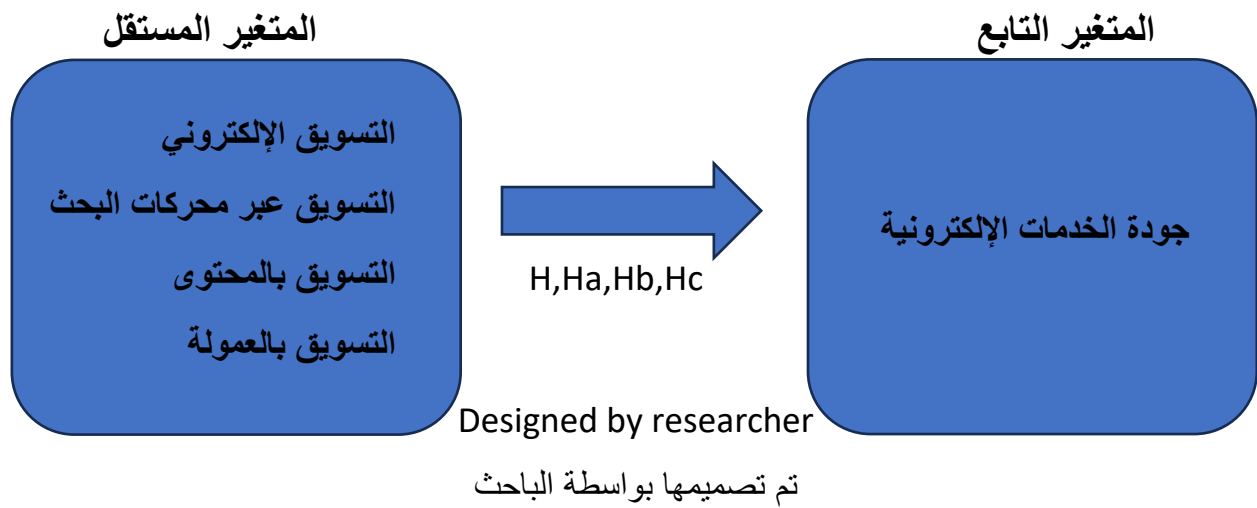
الهدف الفرعي الثاني :تحديد العوامل التي تجعل التسويق بالمحتوى فعالاً في تحسن جودة الخدمات الإلكترونية في شركة الخصم في مدينة جدة

الهدف الفرعي الثالث :تحديد طريقة قياس تأثير التسويق بالعمولة على جودة الخدمات الإلكترونية في شركة الخصم في مدينة جدة

١,٦ . فرضيات البحث

- الفرضية الرئيسية H :**
- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية للتسويق الإلكتروني على جودة الخدمات الإلكترونية
- الفرضية الفرعية الأولى Ha :
- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التسويق الرقمي وتجربة المستخدم في الخدمات الإلكترونية
- الفرضية الفرعية الثانية Hb :
- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين العوامل المحددة للتسويق الرقمي وفعاليتيه في تحسين جودة الخدمات الإلكترونية
- الفرضية الفرعية الثالثة Hc :
- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين طرق قياس تأثير التسويق الرقمي وقياس جودة الخدمات الإلكترونية

١,٧ . نموذج البحث



١,٨ . منهجية البحث

فلسفة البحث : الوضعية

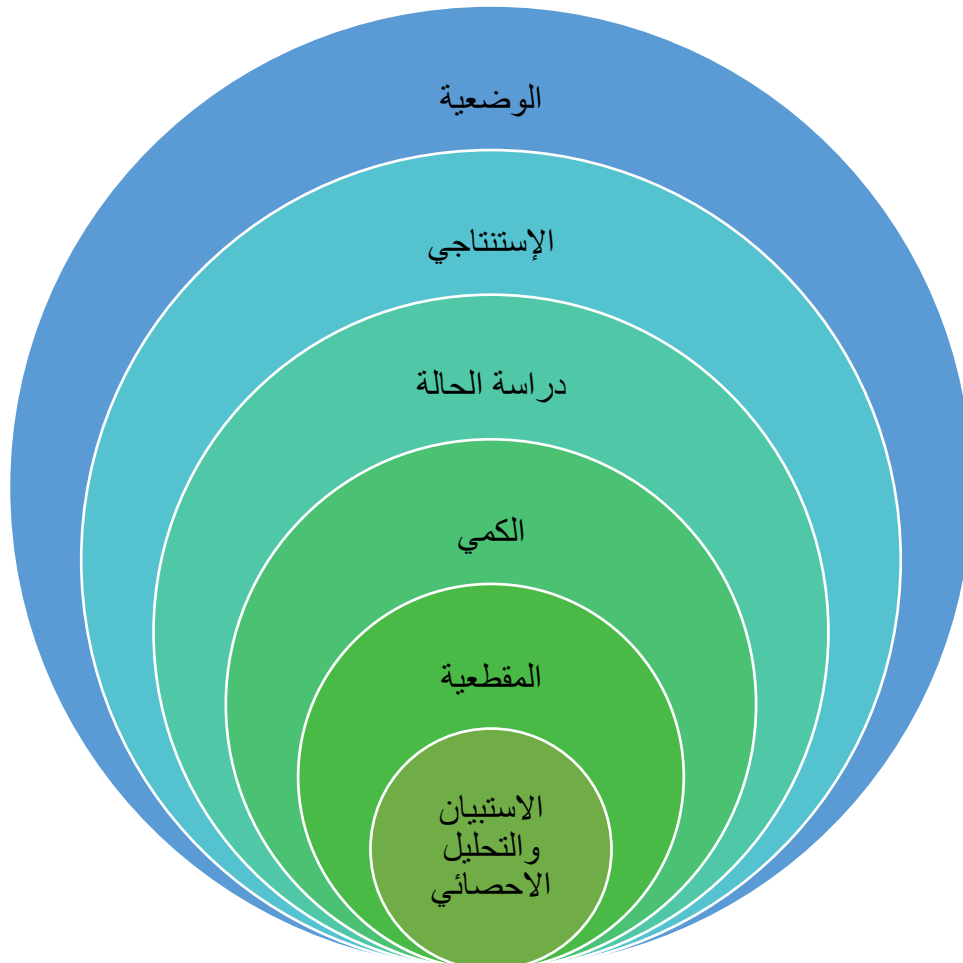
منهج البحث : الاستنتاجي

إستراتيجية البحث : دراسة حالة

نوع البحث : الكمي

الأفق الزمنية : المقطعية

التقنيات والإجراءات : الاستبيان والتحليل الاحصائي



١,٩ . الدراسة الميدانية

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف تأثير التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات الإلكترونية. يركز التسويق الإلكتروني على تحسين جودة الخدمات الإلكترونية عبر جميع أقسام المنظمة من خلال إشراك جميع الموظفين في عملية التحسين المستمر. سنستعرض في هذه الدراسة الأسباب المتعلقة بالتسويق الإلكتروني، ثم نقوم بإجراء دراسة ميدانية في إحدى المؤسسات لتحليل تأثير تطبيق التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات الإلكترونية

نبذه عن الشركة : (Golden Discount company) شركة الخصم الذهبي

نحن صديق ساطع مورد موثوق للادخار أيقونة تضمن أنك ستحصل على قيمة أكبر مقابل نقودك نجمع الناس مع العلامات التجارية التي تهتم بإضافة قيمة ومكافأة عملائها نذهب إلى أبعد من ذلك بحثاً عن وفورات أكبر وعروض جديدة وطرق فريدة لمساعدتك في الاحتفاظ بأكبر قدر ممكن من المال في محفظتك.

فرع الشركة :

يقع مقر الشركة الرئيسي في مدينة جدة على طريق الملك فهد فرعي، الفيصلية، جدة

خدمات الشركة :

مساعدة الناس على إضافة قيمة إلى تجاربهم الشرائية من خلال منحهم المزيد من طرق الادخار. لمساعدة العلامات التجارية والشركات على التقرب وإشراك مجتمع من الأشخاص المحددين جيداً من خلال الخصومات والقيمة المضافة والمعلومات التي تتيح لهم فهم أفضل للجمهور المهتم بمنتجاتهم.

الفصل الأول : المقدمة

الفصل الثاني : الإطار النظري

الفصل الثالث : منهجية البحث

الفصل الرابع : التحليل الإحصائي

الفصل الخامس : مناقشة النتائج والخاتمة

قائمة المراجع:

- م. م. بان قاسم جواد. (2016). أثر جودة الخدمات الإلكترونية في رضى متلقي الخدمة *journal of the college of basic education*, 22(93), 261-280.
- Janita, A., & Miranda, T. (2013). Measuring e-service quality: A study of the applicability of the E-S-QUAL scale in online banking. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 18(2).
 - Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.
 - McIvor, R., Humphreys, P., & McAleer, W. (2000). A strategic model for the formulation of an effective make or buy decision. *Management Decision*, 38(2), 161-169.
 - Golden Discount. (n.d.). Retrieved July 31, 2024, from <https://golden-discount.com/>