

السادة أعضاء اللجنة،

تحية طيبة وبعد،

يعد هذا المقترح البحثي خطوة جيدة نحو دراسة أثر جودة الخدمات على رضا العملاء في شركة زين للاتصالات بالمملكة العربية السعودية. الموضوع مهم وذو صلة مباشرة بتحسين الخدمات في قطاع الاتصالات، كما أن اختيار شركة زين كدراسة حالة يعزز من القيمة التطبيقية للبحث. ومع ذلك، هناك بعض الجوانب التي تحتاج إلى تحسين لضمان قوة ووضوح البحث من الناحية العلمية والمنهجية.

البند	التعديل المطلوب	مقترحات من لجنة المراجعة لتنفيذ التعديل
عنوان الدراسة	العنوان جيد و لكنه عام جدًا ولا يحدد أبعاد جودة الخدمة (الثقة والأمان، الاعتمادية، الاستجابة، التجهيزات المادية) أو طبيعة العلاقة المدروسة و من الأفضل تحديد الأبعاد المدروسة لتوضيح نطاق البحث	كما انه من الافضل اضافة متغيرات اخرى للدراسة حيث ان العلاقة المباشرة بين جودة الخدمة و رضا العملاء مثبتة علميا و عمليا و بالتالي اضافة متغير من التحول الرقمي او الذكاء الاصطناعي سوف يقوى الدراسة و يجعلها اكثر مواكبة للعصر
مقدمة الدراسة	المقدمة تحتاج ان تكون اكثر تحديدا و تعبير عن مشكلة الدراسة	يمكن دعم المقدمة بمزيد من الإحصائيات أو الأرقام حول قطاع الاتصالات في السعودية، مثل عدد المشتركين أو حجم السوق، لإعطاء القارئ صورة أوضح عن أهمية الموضوع من الأفضل ان تظهر المقدمة ما الذي يجعل هذه الدراسة ضرورية مقارنة بالدراسات السابقة، أي: ما الفجوة التي تسعى الدراسة لسدها؟
مشكلة الدراسة	المشكلة لم تحدد بوضوح ما الذي لم يتم دراسته في الأبحاث السابقة، أو ما الذي يجعل هذه الدراسة ضرورية. و بالتالي فان الفجوة البحثية التي تعمل الدراسة على سدها تحتاج الى اعادة تحديد حيث تم ذكر فى المقدمة " وفي مقدمة تلك الشركات شركة زين للاتصالات وتأتي في المركز الأول في الشركات العاملة في المملكة العربية السعودية من حيث عدد العملاء والمشاركين نتيجة لرضاء العملاء عن العروض والخدمات التي تقدمها الشركة والتي	من الافضل تحديد مشكلة بحثية قوية و هذا يمكن من خلال تحديد ما إذا كانت هناك دراسات سابقة تناولت نفس العلاقة، وما الذي يجعل هذه الدراسة متميزة أو جديدة مثل إدخال متغيرات جديد مثل التحول الرقمي و الذكاء الاصطناعي . يفضل اختصار مقدمة المشكلة و التركيز على المشكلة فى حد ذاتها حيث انه يوجد جزء خاص بالمقدمة. تعزيز المشكلة البحثية من خلال الاستشهاد بالدراسات السابقة و و كذلك عرض الاحصائيات الداعمة للمشكلة البحثية

بجب ايضاح لماذا ستركز الدراسة على ابعاد معينة لجودة الخدمة (الثقة والأمان، الاعتمادية، الاستجابة، التجهيزات المادية) و ستتجاهل ابعاد اخرى مثل التعاطف، إمكانية الوصول، السعر و غيرها من ابعاد لجودة الخدمات.	يفضلها ويتعامل معها مما يؤدي إلى نمو نوع من الولاء لشركة زين للاتصالات داخل المملكة العربية السعودية" و من هذه الجزء في المقدمة يمكن استخلاص ان شركة زين تقدم بالفعل خدمات بجودة عالية تؤدي الى رضا العملاء و الريادة التنافسية	
يمكن إعادة صياغة السؤال لتحديد ابعاد جودة الخدمة بشكل واضح ليكون: "إلى أي مدى تتوافر أبعاد جودة الخدمة (مثل الموثوقية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف) في خدمات شركة زين وفقاً لآراء العملاء؟ تبدل التساؤل الثاني "ما المقصود بجودة الخدمة المقدم" حيث انه سؤال نظري وليس بحثياً بالمعنى الدقيق، حيث يمكن الإجابة عليه من خلال الدراسات الادبية السابقة . يمكن اسبدالة بالسؤال التالي هل تؤثر المتغيرات الديموغرافية (مثل العمر، نوع العمل، مدة الاشتراك) على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء؟ اعادة صياغة السؤال الثالث حيث انه غير واضح هل المقصود هو جودة الخدمة؟ أم أبعاد معينة منها؟ و يمكن عادة الصياغة لتوضيح العلاقة، فيكون " بما هي استراتيجيات تحسين جودة الخدمة التي تساهم في تعزيز رضا عملاء شركة زين للاتصالات؟" السؤال الرابع سؤال جيد و لكنه لا يوضح كيف سيتم قياس جودة الخدمة أو أي أبعاد سيتم دراستها. يمكن تحسينه ليصبح: "هل تؤثر أبعاد جودة الخدمة (الاستجابة، الموثوقية، الأمان، الملموسية) على رضا عملاء شركة زين ، وما مدى قوة هذا التأثير؟	بعض التساؤلات البحثية لا تتناول " ثر جودة الخدمات المقدمة من شركة زين للاتصالات على رضا العملاء" بشكل مباشر، بل تركز على تعريفات عامة أو توصيات، مما يجعلها أقل انسجاماً مع السؤال الرئيسي. تحتاج التساؤلات اعادة صياغة لتكون أكثر وضوحاً و تحديد و ارتباطاً بالتساؤل البحثي الرئيسي	تساؤلات الدراسة
تعزيز الجانب العلمي في الأهمية النظرية بإضافة الإشارة إلى سد الفجوة البحثية	يوجد تكرار و تداخل بين الأهمية النظرية و الأهمية التطبيقية حيث ان تقديم توصيات لتحسين جودة	أهمية الدراسة

جعل الأهمية التطبيقية أكثر وضوحاً وواقعيه بحيث توضح كيف ستساعد الدراسة في تحسين تجربة العملاء أو وضع استراتيجيات تسويقية جديدة.	الخدمة هي أهمية تطبيقية و ليست علمية و فى الاهمية العلمية يجب توضيح الفجوة العلمية التى ستقوم الدراسة بسدها من الأفضل إضافة أن الدراسة يمكن أن تفيد شركات الاتصالات الأخرى وليس فقط شركة زين	
إضافة هدف يتعلق بالمتغيرات الديموغرافية لتعزيز شمولية الدراسة الهدف الثانى غير محدد و يمكن تحديد باضافة ابعاد الجودة له فيصبح تحليل أثر أبعاد جودة الخدمة (الاستجابة، الموثوقية، الأمان، الملموسية) على رضا العملاء باستخدام التحليل الإحصائي المناسب.	الاهداف جيدة و لكنها تحتاج ان تكون اكثر وضوحا و تحديدا	أهداف الدراسة
اضافة دراسات عالمية حول الاتصالات وتحليل مدى إمكانية تطبيقها على السوق السعودي. من الافضل تنظيم الدراسات الأدبية في جدول يساعد على مقارنة النتائج والمنهجيات والنماذج التحليلية بسهولة، كما يجعل مراجعة الأدبيات أكثر وضوحاً بحيث يقسم الجدول . • الدراسة • المؤلف و السنة • هدف الدراسة • المنهجية • النتائج • العلاقة بالدراسه الحالية التأكد من أن جميع الدراسات موثقة بطريقة متسقة وفقاً لنمط توثيق APA من الضروري جدا توضيح الاضافة العلمية و التطبيقية التى ستضيفها الدراسة الحالية عن دراسة العمرى 2021 التى تاولت علاقة جودة الخدمات برضا العملاء فى شركة زين للاتصالات حيث ان الدراستين متشابهتين . زيادة نسبة المراجع الأجنبية الحديثة والمراجع من مصادر عالمية موثوقة	فى مصطلحات الدراسة وتعريفاتها الإجرائية يجب يتم تعريف مصطلحات الدراسه اجرائيا يحدد كيفية قياس المصطلح داخل البحث، مثل الأدوات والمقاييس المستخدمة معظم الدراسات المرجعية تتناول قطاعات مختلفة مثل البنوك أو الخدمات الحكومية، ولكن قلة منها تركز على شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية او خارجها بعض الدراسات موثقة بالأسماء والتواريخ، لكن بعضها غير موثق بشكل دقيق أو لا يحتوي على معلومات كاملة عن المؤلفين والمصادر بعض المراجع موثقة بشكل غير دقيق قلة عدد الابحاث الاجنبية برغم أن مفهوم جودة الخدمة ورضا العملاء تمت دراسته بشكل موسع في الأدبيات الأجنبية.	الدراسات السابقة

	يوجد بعض المصادر المذكورة في المراجع و لم يتم الاستعانة بها في كتابة المقترح.	تحديث المراجع بحيث لا تزيد عن 10 سنوات، والتركيز على دراسات بعد 2020 لضمان حداثة الموضوع
	يجب التأكد من ان جميع المصادر المذكورة في المراجع قد تم بالفعل الاستعانة بها في كتابة المقترح	
فروض الدراسة	الفرض الرئيسي يتحدث عن "جودة الخدمة" بشكل عام، لكنه لا يحدد ما هي الأبعاد التي سيتم دراستها . يُفضل أن يكون الفرض أكثر تحديداً، بحيث يذكر الأبعاد التي سيتم اختبارها بدلاً من ذكر "جودة الخدمة" بشكل عام. اعتبار المتغيرات الديموغرافية متغير وسيط في العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء	مقترح تحسين الفرض الرئيسي • يوجد أثر ذو دلالة إحصائية إيجابية لأبعاد جودة الخدمة (الثقة والأمان، الاعتمادية، الاستجابة، التجهيزات المادية) على رضا عملاء شركة زين للاتصالات اعادة صياغة الفرضية الخامسة لتصبح • تؤثر المتغيرات الديموغرافية (العمر، نوع العمل، مدة الاشتراك) دوراً وسيطاً في العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء
منهجية الدراسة	المنهجية بحاجة الى توضيح التفاصيل الخاصة بها لا يوجد تفصيل لتصميم الاستبانة وعدد الأسئلة ومحاورها. لم يتم توضيح عدد عملاء زين في السعودية، وهو ما يجعل من الصعب تقييم مدى تمثيل العينة للمجتمع. الدراسة تستهدف العاملين في شركة زين، في حين أن محتوى البحث يركز على رضا العملاء وليس العاملين. الدراسة لم توضح ما إذا كانت تشمل جميع المناطق داخل المملكة أم تركز على منطقة معينة (مثل الرياض، جدة، الشرقية). لم يتم تحديد البرنامج الإحصائي المستخدم في التحليل مثل SPSS لم يتم ذكر أي تحليل لفحص تأثير المتغيرات الديموغرافية (العمر، الجنس، مدة الاشتراك، إلخ) على رضا العملاء	توضيح عدد الأسئلة في الاستبانة، وما إذا كانت الأسئلة مفتوحة أو مغلقة ذكر مقياس التقييم المستخدم مثل مقياس ليكرت الخماسي تحديد مجتمع الدراسة بدقة (هل هم عملاء زين الحاليون فقط؟ أم يشملون أيضاً موظفي الشركة؟ تحديد حجم العينة أو كيفية اختيارها (عشوائية، طبقية، هادفة؟ توضيح إن كانت الأسئلة موزعة على محاور محددة (مثل جودة الخدمة، رضا العملاء، المتغيرات الديموغرافية). توضيح أن الحد البشري يشمل العملاء وليس العاملين فقط. و تحديد فئة العملاء التي سوف تستهدفهم الدراسة (افراد ام شركات) من الافضل استعمال منهجية مختلطة تعتمد على المقابلات الشخصية بجانب الاستبانات للوصول الى نتائج اعمق تمثل اضافة علمية عن الدراسات السابقة التي تناولت نفس الموضوع

اضافة عبارة انه سيتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS نظرًا لقدرته على إجراء الاختبارات الإحصائية المتنوعة وتحليل العلاقات بين المتغيرات بدق		
	من الافضل تحديد أنواع الأدبيات والمصادر المستخدمة سواء مجلات محكمة، تقارير شركات، بيانات حكومية؟	نوع الدراسة وطرق الحصول على البيانات
	وضع المتغيرات الديموغرافية كمتغير وسيط و ليس ضمن ابعاد المتغير المستقل	نموذج العلاقات بين المتغيرات

حرصًا على ضمان جودة الخطط البحثية المقدمة من الباحثين، نرجو منكم التكرم بتقييم كل خطة بحثية من خلال ملء الجدول التالي، حيث يهدف إلى توفير تغذية راجعة واضحة ومفصلة لكل باحث، مما يساعده على تحسين خطته البحثية وفقًا للملاحظات الأكاديمية.

تقييم الخطة البحثية للطالب / وقيت الوقيت

MIDOCEAN
جامعة ميداو سين

الباحث الكريم /. وقيت محمد عبد الله الوقيت

الرقم الأكاديمي /213000676

التخصص/.....

تحية طيبة وبعد،

بعد عرض ملاحظات لجنة التقييم على خططكم البحثية، نود التأكيد على ضرورة الالتزام الكامل بتنفيذ التعديلات المطلوبة بدقة، حيث لن يتم قبول أي خطة بحثية دون إجراء التعديلات المحددة.

ملاحظات هامة:

✓ عدم الالتزام بالتعديلات يؤثر سلبًا على اجتياز الفصل الدراسي.

✓ يجب تنفيذ التعديلات بدقة وفقًا لملاحظات اللجنة وعدم إرسال الخطة بدون تعديل.

✓ تم إرفاق جدول مخصص لتوضيح التعديلات التي تم تنفيذها، ويجب على كل باحث ملؤه قبل إعادة إرسال الخطة البحثية.

البند	التعديلات التي أجريتها	ملاحظات إضافية للباحث/ تساؤلات الى اللجنة
عنوان الدراسة	تم تعديل العنوان كما يلي: أثر جودة الخدمات على رضا العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي دراسة ميدانية: شركة زين Zain للاتصالات في المملكة العربية السعودية.	
مقدمة الدراسة	تم صياغة مقدمة الدراسة طبقا لما ورد في التعليمات	
مشكلة الدراسة	تم صياغة مقدمة الدراسة طبقا لما ورد في التعليمات	
تساؤلات الدراسة	وقد انبثق من خلال التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية تتمثل فيما يلي: 1- إلى أي مدى تتوافر أبعاد جودة الخدمة مثل ((الاعتمادية واللموسية والاستجابة والاتصال) في خدمات شركة زين وفقًا لآراء العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟ 2- هل تؤثر المتغيرات الديموغرافية (مثل العمر، نوع العمل، مدة الاشتراك) على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء؟ 3- ما هي استراتيجيات تحسين جودة الخدمة التي تساهم في تعزيز رضا عملاء شركة زين للاتصالات باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟ 4- هل تؤثر أبعاد جودة الخدمة (الاعتمادية واللموسية والاستجابة والاتصال) على رضا عملاء شركة زين ، وما مدى قوة هذا التأثير في ضوء استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي؟	
أهمية الدراسة	أهمية الدراسة (النظرية والتطبيقية): تكمن أهمية البحث في أن قطاع خدمات الاتصال وتكنولوجيا المعلومات يلعب دورا هاما في الاقتصاد المملكة العربية السعودية إلا أن الاهتمام به من قبل الباحثين والدارسين لا يزال ليس على المستوى المطلوب في المملكة العربية السعودية لذلك فهو	

	يتطلب المزيد من الأبحاث والدراسات خاصة تلك المتعلقة بالمجال التسويقي من أجل التعريف بالخدمات الخاصة بتكنولوجيا الاتصالات وخصائصها التسويقية وعلاقتها بسلوك العملاء وتنوع الخدمات المقدمة للعملاء ومستوى رضاهم عن تلك الخدمات. الأهمية النظرية: تتمثل الأهمية النظرية للبحث في الآتي: 1- تساهم هذه الدراسة في التعرض إلى العلاقة بين مستوى أداء وجودة الخدمات المقدمة للعملاء وأثر ذلك على رضائهم عن هذه الخدمات وسوف تتناول الدراسة طرق قياس جودة الخدمة وأثر ذلك على رضا العملاء. 2- أيضا سوف تساهم في تقديم مجموعة من النتائج عن أسباب انخفاض معدل رضا العملاء ان وجد عن الخدمات المقدمة للعملاء من شركات الاتصالات العاملة في المملكة العربية السعودية وسبل علاج وتحسين ذلك. 3- الأهمية الكبيرة لاعتماد الخدمات المقدمة في مجال الاتصالات على تقنيات الذكاء الاصطناعي وقياس علاقتها بمستوى رضا العملاء عن الخدمات 4- محاول الدراسة اثراء المكتبة العربية بموضوع حول دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات المقدمة وعلاقتها برضاء المستفيدين من تلك الخدمات. الأهمية التطبيقية: سوف تتناول هذه الدراسة دراسة مستوى الخدمات المقدمة من شركة زين للاتصالات العاملة في المملكة العربية السعودية وعلاقته برضاء العملاء عن الخدمات المقدمة من شركة زين للاتصالات العاملة في المملكة العربية السعودية، وكون هذه الشركة تتعامل مع أعداد كبيرة من المستفيدين من خدماتها والذين تتعدد مطالبهم واحتياجاتهم لتميز الخدمة المقدمة مما يجعل رضا هؤلاء العملاء المستفيدين من الخدمة. تتمثل الأهمية التطبيقية للبحث في الآتي: 1- الدراسة سوف تحاول توجيه نتائج وتوصيات تفيد مستخدمي القرار في شركة زين للاتصالات العاملة في السوق المملكة العربية السعودية في اتخاذ ودعم القرار بناء على أثر جودة الخدمات المقدمة من شركة زين للاتصالات على رضا العملاء . 2- أهمية تحديد التحديات التي تواجه شركات الاتصالات في تبني استراتيجيات تعمل على تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء للاحتفاظ بالمركز التنافسي لها 3- بيان جوانب استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتحديد نقاط القوة والضعف، بين علاقة الخدمات المقدمة بمستوى رضا عملاء شركة زين للاتصالات 4- أهمية تقديم مجموعة من التوصيات التي تساعد في تحسين جودة الخدمة المقدمة مما يسمح بزيادة رضا العملاء، ويساعد شركة زين للاتصالات العاملة في المملكة العربية السعودية في تحسين مركزها السوقي.	
	تهدف هذه الدراسة الي التعرف على " أثر جودة الخدمات المقدمة بأبعادها (الاعتمادية والملموسية والاستجابة والاتصال) على رضا العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في شركة زين للاتصالات " حيث سعت الدراسة الي تحقيق الأهداف الفرعية التالية: 1- تقديم إطار نظري يحدد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة والمؤشرات ونماذج تقييمها وسبل تحسينها بالإضافة إلى التعريف بالرضا وخصائصه وطرق قياسه. 2- تحليل العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة ورضا العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. 3- تطبيق نموذج لتقييم وتحسين جودة الخدمة المقدم باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي. 4- ايضاح أهمية جودة الخدمة المقدمة كمصدر للميزة التنافسية في ظل الانفتاح على السوق العالمي واستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي.	أهداف الدراسة

5-	التوصل إلى بعض النتائج والاقتراحات التي من الممكن أن تساهم في تطور جودة الخدمة في شركة زين للاتصالات داخل المملكة العربية السعودية.											
6-	بيان تأثير المتغيرات الديموغرافية (مثل العمر، نوع العمل، مدة الاشتراك) على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء.											
الدراسات السابقة	تم صياغة الدراسات السابقة طبقا لما ورد في التعليمات											
منهجية الدراسة	تم الالتزام بكافة الملاحظات منهج الدراسة: سوف يتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتلاءم وطبيعة الموضوع حيث سيتم استغلال المعلومات لوصف الخلفية النظرية للدراسة، ثم سوف يتم التوجه إلى ميدان الدراسة لجمع البيانات الخاصة بشركة زين ثم تبويبها، وتفسيرها بهدف اختبار الفرضيات واستخلاص النتائج والتوصيات حيث يقوم المنهج الوصفي على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة وذلك من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بين متغيرات الدراسة بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق للظاهرة أو المشكلة محل الدراسة أما المنهج التحليلي فيتم فيه استخدام الأساليب الإحصائية والرياضية المختلفة لمعالجة البيانات وتحليلها (SPSS) وكذلك تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة، والتي تتناسب مع طبيعة تلك الدراسة. أدوات الدراسة هي الأداة أو مجموعة الأدوات التي تستخدم في جمع البيانات والمعلومات من عينة البحث وطرق تحليلها لاستخلاص النتائج المتعلقة بدراسته، ويوجد العديد من الأدوات التي يستخدمها الباحثون في جمع البيانات والمعلومات وسوف يعتمد الباحث استخدام الاستبانة كاده لجمع المعلومات عن طريق الاستبانة الالكترونية. سوف يتم إعداد استبانة لتحقيق أهداف الدراسة من خلال الاستفادة من الاستبانات المعدة في الدراسات السابقة سوف تتكون الاستبانة من جزئين رئيسيين كما يلي: الجزء الاول: خاص بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة مثل (العمر -نوع العمل- مدة الاشتراك). الجزء الثاني: سوف يتكون من خمس محاور تمثل المستقل "جودة الخدمات" وابعاده ((الاعتمادية والملموسية والاستجابة والاتصال) وأثرها على رضا العملاء في ظل استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي كمتغير وسيط من خلال (20) فقرة بمعدل 4 فقرات لكل محور سوف يتم الاعتماد على نموذج ليكرت الخماسي في الإجابة على فقرات الدراسة في المحاور الثلاثة في الجزء الثاني من الاستبيان جدول رقم (2) <table><tr><td>الإجابة</td><td>موافق بشدة</td><td>موافق</td><td>محايد</td><td>غير</td></tr><tr><td>الدرجة</td><td>5</td><td>4</td><td>3</td><td></td></tr></table> مجتمع وعينة الدراسة: • مجتمع الدراسة: زين المملكة العربية السعودية ش.م. (المعروف باسم: زين) هي شركة عامة، مدرجة في سوق المملكة العربية السعودية للأوراق المالية منذ ديسمبر 2014. وتعمل زين في قطاع الأجهزة ومعدات تكنولوجيا مع التركيز على تكنولوجيا المعلومات. تقع زين في	الإجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير	الدرجة	5	4	3		
الإجابة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير								
الدرجة	5	4	3									

	المنامة، المملكة العربية السعودية، وقد تم تأسيسها 2003. تاريخ إنشاء الشركة 19 أبريل 2003 يتكون مجتمع الدراسة من عملاء الشركة البالغ عددهم 9 مليون مشترك تقريبات في شركة زين العاملة في المملكة العربية السعودية وتم توزيع استمارة الاستبيان الالكتروني على عينة طبقية عشوائية بسيطة من العملاء شملت فئات عمرية مختلفة ومستويات وظيفية متنوعة بين فئات الذكور والإناث وقد اعتمدنا طريقة العينة العشوائية عينة الدراسة: وتم توزيع استمارة الاستبيان الالكتروني على عينة طبقية عشوائية بسيطة من العملاء شملت فئات عمرية مختلفة ومستويات وظيفية متنوعة بين فئات الذكور والإناث وقد اعتمدنا طريقة العينة العشوائية ويتوقف حجم العينة المناسبة للبحث على عدة عوامل في البحث مثل نوع المجتمع الأصلي، ونوع البحث، وفروض البحث، وتكاليف البحث، وأهمية النتائج، وطرق جمع البيانات سوف يتم العمل باستخدام نظام العينة عشوائية بسيطة من مفردات مجتمع الدراسة ومن المتوقع ان يكون حجم العينة 100 من عملاء شركة زين للاتصالات العاملة في المملكة العربية السعودية حدود الدراسة: (المكانية، الزمانية، البشرية) تتمثل حدود الدراسة على ما يلي : الحد البشري - عملاء شركة زين للاتصالات في المملكة العربية السعودية . الحد الزمني - تم اجراء الدراسة على مجتمع وعينة الدراسة في عام 2025 م. الحد المكاني - شركة زين للاتصالات - المملكة العربية السعودية. الحد الموضوعي - الموضوع أثر جودة الخدمات المقدمة من شركة زين للاتصالات على رضا العملاء المعالجات الإحصائية المقترحة: سيتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS نظرًا لقدرته على إجراء الاختبارات الإحصائية المتنوعة وتحليل العلاقات بين المتغيرات بدقة وسوف يتم استخدام المعالجات والاختبار الإحصائية التالية : 1. التكرارات والنسب المئوية لوصف المبحوثين وفقا للمتغيرات الشخصية 2. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للإجابة على تساؤلات الدراسة 3. معامل بيرسون للارتباط بين فقرات ومحاوِر الدراسة 4. معامل الفا كرونباخ للتحقق من الثبات لأداة الدراسة	
	الفرض الرئيسي "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية إيجابية لأبعاد جودة الخدمات المقدمة (الاعتمادية والملموسية والاستجابة والاتصال) على رضا العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في شركة زين للاتصالات". ويُفترض من هذا الفرض الفرضيات الفرعية الآتية: الفرضية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية إيجابية لبعد الثقة والأمان علي رضا عملاء شركة زين للاتصالات. الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية إيجابية لبعد الاعتمادية علي رضا عملاء شركة زين للاتصالات. الفرضية الثالثة	فروض الدراسة

	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ايجابية لبعد الاستجابة علي رضا عملاء شركة زين للاتصالات. الفرضية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ايجابية لبعد التجهيزات المادية الملموسة علي رضا عملاء شركة زين للاتصالات الفرضية الخامسة يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية ايجابية للمتغيرات الديموغرافية (مثل العمر، نوع العمل، مدة الاشتراك) على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء.	
نوع الدراسة وطرق الحصول على البيانات	الدراسة الحالية هي دراسة ميدانية لقياس أثر جودة الخدمات على رضا العملاء باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي بشركة زين Zain للاتصالات في المملكة العربية السعودية. وسائل جمع بيانات الدراسة: سوف يتم الاعتماد على مصدرين لجمع البيانات وهما: 1- المصادر الأولية: هي عملية جمع البيانات الأولية من خلال دراسة استكشافية باستخدام الاستبيان كأداة رئيسية للبحث صممت خصيصا لهذا الغرض. بالإضافة الي المقابلات المباشرة 2- المصادر الثانوية: ويتمثل في المؤلفات والدوريات والبحوث العلمية بالإضافة إلى مواقع الانترنت التي لها علاقة بالموضوع الخاص بالدراسة. مثل موقع الشركة على الانترنت	
توضيح المتغيرات (المستقل - التابع - الوسيط)	نموذج الدراسة ● المتغير المستقل: مستوى جودة الخدمات المقدمة للعميل: ○ وهو يتفرع إلى مجموعة من المتغيرات الفرعية وهي: (الاعتمادية - الملموسية - الاستجابة - الاتصال) ● المتغير التابع: رضا العميل. ● المتغير الوسيط: تقنيات الذكاء الاصطناعي تم تعديل الشكل المرسوم طبقا لتلك المتغيرات	