

مقدمة

يهدف هذا الفصل إلى عرض النتائج الميدانية التي تم التوصل إليها بعد معالجة البيانات التي جُمعت عبر الاستبيان الموزع على عينة الدراسة. سيتم التركيز هنا على تحليل الخصائص الديموغرافية للمشاركين، والتحقق من ثبات وصدق أداة الدراسة، ثم تقديم التحليل الوصفي لهتغيرات البحث واختبار الفرضيات للإجابة على التساؤلات المطروحة، وصولاً إلى مناقشة النتائج وربطها بالدراسات السابقة



توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات
(الوصفية لعينة البحث

المؤهل التعليمي	العمر	الجنس
حملة البكالوريوس شكلوا النسبة الأعلى (60%)، مما يشير إلى قدرة العينة على فهم فقرات الاستبيان بدقة	تركزت الكتلة الأكبر من العينة في الفئة العمرية من 25-35 سنة بنسبة (40%)، مما يوضح وعي الفئة الشبابية بالخدمات المقدمة	أظهرت النتائج أن نسبة الذكور بلغت (مثلاً: 55%) بينما بلغت نسبة الإناث (45%)

يتم هنا استعراض
التكرارات والنسب
الهوية للخصائص
الديموغرافية لعينة
الدراسة (مثال:
الجنس، العمر،
المستوى التعليمي،
معدل التعامل)



اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
للتأكد من صلاحية الاستبيان للتحليل
الإحصائي وقدرته على قياس ما وُضع لأجله

اختبار الثبات (معامل ألفا كرونباخ): تم حساب
المعامل للمحاور الرئيسية (جودة الخدمة، ورضا
العملاء).

بلغت قيمة ألفا كرونباخ الإجمالية للأداة
وهي قيمة أعلى من الحد المقبول، ($\alpha = 0.89$)
مما يؤكد ثبات الاستبيان وصلاحيته، ($\alpha = 0.70$)
للاعتداد عليه.

الصدق الظاهري والبنئي: تم عرض الاستبيان على
مجموعة من المحكمين المختصين، كما تم التأكد من
الصدق التقاربي من خلال التحليل العنقري أو ارتباط
الفقرات بالدرجة الكلية للمحور

السؤال الأول: ما مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء؟

حصل محور "التعامل المباشر وسرعة الاستجابة" على أعلى متوسط حسابي (4.15 من 5) بمرتبة موافقة عالية



الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)



السؤال الثاني: ما مستوى رضا العملاء العام؟

أظهرت النتائج أن المتوسط الحسابي العام لرضا العملاء {3.95} مما يشير "إلى وجود مستوى رضا عام مرتفع تجاه الخدمات"



اختبار الفرضيات

، يتم استخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة (مثل معامل ارتباط بيرسون
:والإنحدار الخطي البسيط/المتعدد

الرئيسية: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى
لجودة الخدمات في تحقيق رضا العملاء ($\alpha < 0.05$)

النتيجة: بعد إجراء تحليل الانحدار، تبين أن

قيمة مستوى الدلالة

{Sig = 0.001}

وهي أقل من {0.05}

القرار: قبول الفرضية البديلة، مما يعني أن
تحسين جودة الخدمات يؤدي بشكل مباشر وطردي
إلى زيادة رضا العملاء

ربط النتائج بالدراسات السابقة في هذا الجزء يتم مقارنة ما توصلت إليه الدراسة الحالية مع الأدبيات السابقة

اتفقت نتائج هذه الدراسة مع دراسة
(أحمد، 2022) والتي أكدت أن جودة
الخدمة هي المحرك الأساسي لرضا العميل
John) اختلفت النتائج جزئياً مع دراسة
في ترتيب أهمية أبعاد (et al., 2021)
الجودة، حيث جاء بعد "الاعتمادية" في
دراستهم أولاً، بينما تفوق بعد
"الاستجابة" في الدراسة الحالية نظراً
لطبيعة السوق المحلي المعتمد على
السرعة

الختامة (Conclusion)

توصل هذا الفصل إلى أن هناك علاقة وثيقة وإيجابية بين جودة الخدمات المقدمة ومستوى رضا العملاء. وقد أثبتت الأدوات الإحصائية جداريتها وصدقها في قياس هذه العلاقة، مما يفتح الباب في الفصل القادم لتقديم توصيات ومقترحات عملية تساهم في رفع كفاءة الأداء بناءً على هذه الأرقام المستنتجة

استكمال قائمة المراجع
(تدرج هنا المراجع التي تم الاستشهاد
بها في هذا الفصل وفي الفصولين
السابقين وفق نظام APA مثلاً)
أحمد، محمد (2022). أثر جودة
الخدمات الإلكترونية على رضا العملاء.
المجلة العربية للإدارة، 42(2)، 15-
35.

John, D., & Smith, K. (2021).
*Customer Satisfaction in
Modern Markets*. Journal of
Marketing Research, 58(4)
112-128.