

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

تخصص إدارة أعمال



أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية

إعداد الطالب/

احمد حمد المغيض

٢٤١٠٠٢٤٥٦

إشراف/

د. أسماء أبو عنزة

العام الدراسي:

2024



Contents

٤		مقدمة:
٨		مشكلة الدراسة:
٩		أهمية الدراسة:
١١		أهداف الدراسة:
١٢		تساؤلات الدراسة:
١٣		فروض الدراسة:
١٤		نموذج الدراسة:
١٦		الدراسات السابقة:
٢٧		المنطلقات النظرية للدراسة:
٢٨		المنهجية وطرق البحث:
٢٩		مصادر جمع البيانات:
٢٩		أدوات الدراسة:
٣٠		حدود الدراسة:
٣٠		المراجع:

مقدمة:

تُعتبر جودة الخدمة أحد العوامل الحاسمة في نجاح أي منظمة، سواء كانت تعمل في القطاع العام أو الخاص. إن تقديم خدمة ذات جودة عالية لا يقتصر فقط على تلبية توقعات العملاء، بل يتجاوز ذلك ليشمل بناء علاقات طويلة الأمد معهم. في عالم يتسم بالتنافسية المتزايدة، أصبحت جودة الخدمة معيارًا رئيسيًا يميز المؤسسات عن بعضها البعض. تعتمد العديد من الشركات على تقديم تجارب متميزة للعملاء لتعزيز ولائهم وزيادة القدرة التنافسية في السوق. تتعدد عناصر جودة الخدمة، وتتضمن جوانب مثل الكفاءة، والموثوقية، والاستجابة، والتعاطف، والمظهر. إن هذه العناصر تؤثر بشكل مباشر على كيفية إدراك العملاء للخدمة التي يتلقونها. على سبيل المثال، يُعتبر الالتزام بتقديم الخدمة في الوقت المحدد والوفاء بالوعود من العوامل الأساسية التي تعكس موثوقية المؤسسة. كما أن القدرة على الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء وتقديم الدعم المطلوب تُعزز من شعورهم بالراحة والثقة في الخدمة المقدمة. (الحاج، ٢٠١٩).

تُعتبر جودة الخدمة أيضًا عاملاً حيويًا في تحقيق رضا العملاء، الذي يُعد بدوره مؤشرًا على النجاح المؤسسي. عندما يشعر العملاء بأنهم يحصلون على قيمة مضافة من الخدمة، فإنهم يميلون إلى العودة واستخدام نفس الخدمة مرة أخرى، مما يساهم في تعزيز العلاقة بين العميل والمؤسسة. إن رضا العملاء لا يقتصر فقط على تجاربهم الفردية، بل يؤثر أيضًا على سمعة المؤسسة في السوق. في عصر التواصل الرقمي، يمكن لتجربة عميل واحدة أن تؤثر على مئات آخرين من خلال المراجعات والتعليقات على وسائل التواصل الاجتماعي. تتطلب إدارة جودة الخدمة جهودًا مستمرة من المؤسسة لتحسين الأداء وتلبية توقعات العملاء المتغيرة. يجب على المؤسسات الاستثمار في تدريب الموظفين وتطوير مهاراتهم، حيث أن الموظف هو الواجهة التي تتفاعل مع العملاء، ويُعتبر تصرفه وسلوكياته عاملاً حاسماً في

تجارب العملاء. بالإضافة إلى ذلك، يتطلب الأمر استخدام أدوات قياس فعالة لتقييم مستوى جودة الخدمة، مثل استبيانات رضا العملاء، وتحليل البيانات، ومراقبة الأداء.

تُعد جودة الخدمة عنصرًا حيويًا يساهم في تعزيز نجاح المؤسسات واستدامتها. من خلال التركيز على تحسين جودة الخدمة، يمكن للمؤسسات أن تحقق ليس فقط رضا العملاء، بل أيضًا ولاءهم، مما يؤدي إلى تحقيق نتائج إيجابية على المدى الطويل. إن الاستثمار في جودة الخدمة يُعتبر استثمارًا في المستقبل، حيث يُعزز من قدرة المؤسسة على التكيف مع التغيرات والابتكار في تقديم الخدمات، مما يضمن لها مكانة رائدة في السوق. (الحاج، ٢٠١٩).

يُعتبر رضا العملاء أحد العناصر الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر على نجاح أي مؤسسة. إن تحقيق مستوى عالٍ من الرضا لدى العملاء لا يقتصر على تقديم منتجات أو خدمات ذات جودة عالية، بل يمتد إلى تجربة شاملة تتضمن جميع جوانب التفاعل بين العميل والمؤسسة. في ظل البيئة التنافسية المتزايدة، أصبح رضا العملاء عاملاً محوريًا يُحدد القدرة التنافسية والنجاح على المدى الطويل. فعملاء اليوم يتطلعون إلى تجارب تتجاوز توقعاتهم، مما يجعل من الضروري على المؤسسات فهم احتياجاتهم ورغباتهم بشكل عميق. يُعد رضا العملاء مؤشرًا رئيسيًا على مدى فعالية المؤسسات في تلبية احتياجات عملائها. عندما يشعر العملاء بأنهم يتلقون قيمة حقيقية من المنتجات أو الخدمات، فإن ذلك يعزز من ولائهم ويزيد من احتمالية عودتهم لاستخدام نفس العلامة التجارية. كما أن رضا العملاء يُسهم في بناء سمعة إيجابية للمؤسسة، حيث يمكن لتجربة عميل واحدة أن تؤثر على انطباعات وآراء الآخرين من خلال الشهادات والمراجعات. في عصر التواصل الاجتماعي، يمكن لمراجعة واحدة سلبية أن تؤثر بشكل كبير على سمعة المؤسسة، مما يبرز أهمية التركيز على رضا العملاء. (المطيري، ٢٠٢٠).

تتطلب إدارة رضا العملاء استراتيجيات شاملة تتضمن تحليل تفضيلات العملاء وتوقعاتهم. يجب على المؤسسات الاستماع إلى عملائها من خلال قنوات متعددة، مثل الاستبيانات، ومراجعات المنتجات، والتفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي. هذا التفاعل يُعزز من فهم المؤسسة لاحتياجات العملاء، مما يُمكنها من تحسين خدماتها ومنتجاتها بشكل مستمر. كما أن استخدام أدوات قياس رضا العملاء، مثل مؤشر رضا العملاء (CSAT) أو صافي نقاط الترويج (NPS)، يُساعد المؤسسات في تقييم أدائها والتعرف على المجالات التي تحتاج إلى تحسين. يُعتبر تدريب الموظفين وتطوير مهاراتهم عنصرًا حاسمًا في تعزيز رضا العملاء. إن الموظفين هم الواجهة التي تتفاعل مع العملاء، وبالتالي فإن سلوكهم واحترافيتهم ينعكسان بشكل مباشر على تجربة العملاء. من خلال الاستثمار في تدريب الموظفين على كيفية التعامل مع العملاء وتقديم الخدمة بشكل متميز، يمكن للمؤسسات تحسين مستوى رضا العملاء بشكل كبير. (فرحان، ٢٠١٩).

كما يُعتبر رضا العملاء عاملاً حيويًا يساهم في تحقيق النجاح المستدام للمؤسسات. من خلال التركيز على تلبية احتياجات العملاء، وتعزيز تجربتهم، وتحسين جودة الخدمة، يمكن للمؤسسات أن تبني علاقات طويلة الأمد مع عملائها. إن الاستثمار في رضا العملاء يُعد استثمارًا في مستقبل المؤسسة، حيث يساهم في تعزيز ولاء العملاء، وزيادة المبيعات، وتحسين السمعة، مما يؤدي إلى تحقيق نتائج إيجابية على المدى الطويل. (المطيري، ٢٠٢٠).

تُعتبر جودة الخدمة أحد العوامل الحاسمة التي تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء، وخاصة في قطاع خدمات النقل العام، حيث يواجه العملاء توقعات متزايدة تتعلق بتجاربهم. في هذا السياق، تبرز شركة سابكو ألسا للنقل بالملكة العربية السعودية كنموذج مثالي لدراسة أثر جودة الخدمة على رضا العملاء. إن جودة الخدمة في شركات النقل لا تتعلق فقط بكفاءة العمليات، بل تمتد لتشمل جوانب

متعددة مثل التوقيت، والراحة، والأمان، والتواصل الفعال مع العملاء. هذه العوامل تلعب دورًا محوريًا في تشكيل انطباعات العملاء وتحديد مستويات رضاهم. تتسم خدمات النقل العام بالتحديات الفريدة التي تتطلب إدارة فعالة لجودة الخدمة. فمع تنامي عدد السكان وزيادة الطلب على خدمات النقل، يصبح من الضروري على الشركات مثل سابتكو ألسا تقديم خدمات متميزة تلبي توقعات العملاء. إن تقديم خدمة عالية الجودة يساهم في تعزيز تجربة العملاء، مما يؤدي إلى زيادة احتمالية استخدامهم للخدمات مرة أخرى. في حالة سابتكو ألسا، يعتمد النجاح على القدرة على توفير بيئة سفر مريحة وآمنة، بالإضافة إلى الالتزام بالمواعيد وتقديم الدعم الفني المناسب. (فرحان، ٢٠١٩).

يُعتبر رضا العملاء في خدمات النقل العام مؤشرًا رئيسيًا على أداء الشركة ونجاحها. عندما يشعر العملاء بأن احتياجاتهم قد تم تلبيتها بشكل كامل، فإنهم يميلون إلى التعبير عن ولائهم للشركة، مما يعزز من سمعتها في السوق. في هذا السياق، تُعتبر المراجعات والتوصيات من العملاء الحاليين أدوات فعالة لبناء سمعة إيجابية. لذا، فإن تحسين جودة الخدمة لا يُسهم فقط في زيادة رضا العملاء، بل أيضًا في بناء علاقات طويلة الأمد معهم، مما يُعزز من قاعدة العملاء ويساهم في تحقيق أهداف الشركة الاستراتيجية. تتعامل شركة سابتكو ألسا مع مجموعة متنوعة من التحديات في سبيل تحسين جودة الخدمة، مثل تحديث الأسطول، وتطوير نظم الحجز، وتعزيز التدريب المستمر للموظفين. إن الاستثمار في هذه الجوانب يُعتبر ضروريًا لضمان تقديم خدمة تتماشى مع توقعات العملاء. من خلال التركيز على تحسين جودة الخدمة، يمكن لشركة سابتكو ألسا تعزيز تجربة العملاء وتلبية توقعاتهم، مما يُسهم في زيادة مستويات رضاهم. (المطيري، ٢٠٢٠).

في الختام، يُمثل تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء في شركة سابتكو ألسا دراسة مهمة تُسلط الضوء على العلاقة الوثيقة بين جودة الخدمة وتجربة العملاء في قطاع النقل العام. من خلال فهم هذه

العلاقة، يمكن للشركة اتخاذ خطوات استراتيجية لتحسين خدماتها وتعزيز مستوى رضا العملاء، مما يُعزز من قدرتها التنافسية ويضمن استدامتها في السوق. إن هذه الدراسة تُعتبر خطوة هامة نحو تحقيق التميز في تقديم الخدمات، بما يسهم في تعزيز تجربة العملاء بشكل عام. (فرحان، ٢٠١٩)

لذا جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على أثر جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية - الاعتمادية - الأمان - الاستجابة السريعة) على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة:

تتناول المشكلة البحثية في هذا البحث أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في شركات النقل العام، مع التركيز على دراسة تطبيقية لشركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية. يُعتبر قطاع النقل العام أحد القطاعات الحيوية التي تلعب دورًا أساسيًا في حياة الناس اليومية، حيث يعتمد عليه الكثيرون في تنقلاتهم اليومية. ومع تزايد الطلب على خدمات النقل، أصبح من الضروري فهم العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، لكونهما يؤثران بشكل مباشر على استدامة الشركات في هذا القطاع. تتمثل المشكلة الرئيسية في كيفية تحديد العوامل التي تؤثر على جودة الخدمة في شركة سابكو ألسا، وكيفية انعكاس ذلك على مستوى رضا العملاء. تتعدد جوانب جودة الخدمة في هذا السياق، بما في ذلك كفاءة المواصلات، والراحة، والأمان، والتواصل الفعال مع الجمهور. ومع تزايد المنافسة في سوق النقل، فإن أي قصور في جودة الخدمة يمكن أن يؤدي إلى تدني مستويات رضا العملاء، مما قد ينعكس سلبيًا على سمعة الشركة وأرباحها. لذا، تبرز الحاجة إلى تحليل هذه الجوانب بشكل دقيق لفهم كيف يمكن تحسين جودة الخدمة وتعزيز رضا العملاء. تواجه شركة سابكو ألسا تحديات متعددة في

سبيل تحسين جودة الخدمة، مثل تطوير أسطول النقل، وتوفير خدمات متميزة، وتدريب الموظفين بشكل مستمر. إن هذه التحديات تشكل جزءًا من المشكلة البحثية، حيث يتعين على الشركة تحديد الاستراتيجيات المناسبة للتعامل معها. يتطلب ذلك دراسة شاملة حول كيف يمكن لجودة الخدمة أن تؤثر على انطباعات العملاء وتجاربهم، وبالتالي كيف يمكن لهذه التجارب أن تؤثر على قراراتهم في استخدام خدمات النقل مرة أخرى.

تُعتبر هذه المشكلة البحثية ذات أهمية كبيرة، حيث تسلط الضوء على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، وتوفر رؤية عملية يمكن أن تساعد في تحسين الأداء العام لشركة سابكو ألسا. من خلال تحليل هذه العلاقة، يمكن للبحث تقديم توصيات استراتيجية تهدف إلى تعزيز جودة الخدمة، وبالتالي رفع مستوى رضا العملاء. إن تحقيق هذا الهدف ليس مجرد مسألة تحسين الخدمة، بل يُعد خطوة أساسية نحو تحقيق التنافسية والنجاح المستدام في قطاع النقل العام في المملكة العربية السعودية. وتتمثل مشكلة الدراسة في تسليط الضوء على أثر جودة الخدمة بأبعادها (اللموسية - الاعتمادية - الأمان - الاستجابة السريعة) على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية: تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية المتغيرات المبحوثة، حيث يُعد أثر جودة الخدمة على رضا العملاء متغيرًا ذا أهمية بالغة، لاسيما في شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية. إن جودة الخدمة تُعتبر عنصرًا محوريًا يؤثر بشكل مباشر على تجربة العملاء ورضاهم، وبالتالي فإن تحسين هذه الجودة يُعد من المواضيع الحيوية التي يجب تسليط الضوء عليها، لما لها من

دور في تعزيز ولاء العملاء ونجاح الشركة في سوق النقل العام. يُعتبر مفهوم جودة الخدمة من المواضيع الإدارية الحديثة التي تتطلب اهتمام الباحثين، نظرًا لدورها في تعزيز فعالية وكفاءة العمليات في شركات النقل. عندما تتمكن شركة سابتكو ألسا من تقديم خدمات ذات جودة عالية، فإن ذلك ينعكس إيجابًا على رضا العملاء، مما يؤدي إلى زيادة استخدام خدماتها ورفع سمعتها في السوق. لذا، فإن التركيز على جودة الخدمة يُعتبر خطوة أساسية في سبيل تحقيق أهداف الشركة الاستراتيجية. تتطلب إدارة جودة الخدمة في شركات النقل جهودًا مستمرة لتحسين الأداء وتلبية توقعات العملاء المتزايدة. إن وجود معايير واضحة لجودة الخدمة وتطبيقها بشكل فعال يُسهم في تعزيز تجربة العملاء وتحقيق مستويات عالية من رضاهم. بالتالي، تكمن أهمية هذه الدراسة في إلقاء الضوء على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في شركة سابتكو ألسا، وكيف يمكن تحسين هذه العلاقة من خلال استراتيجيات فعالة. تقدم الدراسة توصيات لتعزيز جودة الخدمة، مما يسهم في تحقيق رضا العملاء وتطوير الأداء الإداري للشركة. من خلال تحليل أثر جودة الخدمة على رضا العملاء، يمكن للشركة الاستفادة من نتائج البحث لتطوير استراتيجيات تضمن تحسين الخدمات المقدمة، وبالتالي تعزيز موقعها التنافسي في قطاع النقل العام. إن تحقيق هذا الهدف يُعد خطوة أساسية نحو بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء وضمان الاستدامة في السوق.

الأهمية العلمية: تتبع أهمية هذه الدراسة من الناحية العملية في مدى استفادة الإدارات في شركات النقل العام من النتائج التي توصلت إليها، بالإضافة إلى التوصيات التي قدمتها بشأن أثر جودة الخدمة على رضا العملاء. يُعتبر قطاع النقل العام من القطاعات الحيوية في الاقتصاد الحديث، حيث يلعب دورًا محوريًا في تلبية احتياجات التنقل اليومية للسكان، مما يساهم بشكل كبير في دفع عجلة الاقتصاد الوطني. إن تقديم خدمات نقل ذات جودة عالية لا يُعزز فقط من تجربة العملاء، بل يُسهم أيضًا في تعزيز الكفاءة التشغيلية للشركات، مثل شركة سابتكو ألسا للنقل. تتطلب جودة الخدمة في

شركات النقل استراتيجيات مبتكرة تهدف إلى تحقيق رضا العملاء، حيث إن هذه الجودة تمثل أحد العوامل الأساسية التي تؤثر على انطباعات العملاء وتجاربهم. من خلال تحسين جودة الخدمة، يمكن لشركة سابكو ألسا تعزيز ولاء العملاء، وزيادة معدلات العودة لاستخدام خدماتها، مما يسهم في بناء سمعة قوية في السوق. تعتبر هذه السمعة ضرورية، خاصة في ظل المنافسة المتزايدة بين شركات النقل، حيث يسعى العملاء لاختيار الأفضل بناءً على تجاربهم السابقة.

يلعب قطاع النقل العام دورًا مهمًا في حشد وتعبئة الموارد المالية من خلال جذب الاستثمارات وتعزيز الحركة الاقتصادية. لذا، فإن تحسين جودة الخدمة يُعد استثمارًا استراتيجيًا يُعزز من القدرة التنافسية لشركة سابكو ألسا، مما يساهم في تحقيق نتائج إيجابية على المدى الطويل. إن هذه النتائج لا تؤثر فقط على الشركة نفسها، بل تسهم أيضًا في دعم الاقتصاد الوطني من خلال توفير فرص عمل جديدة وتعزيز النمو الاقتصادي. تكمن أهمية هذه الدراسة في إلقاء الضوء على العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، وتقديم توصيات عملية تُمكن الشركات من تحسين خدماتها. من خلال التركيز على هذه العلاقة، يمكن لشركة سابكو ألسا أن تحسن من أدائها، مما يسهم في تحقيق النجاح والاستدامة في قطاع النقل العام بالمملكة العربية السعودية. إن تحقيق هذا الهدف يُعتبر خطوة أساسية نحو تعزيز تجربة العملاء ورفع مستوى الخدمة المقدمة، مما يعزز من مكانة الشركة في السوق.

أهداف الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية - الاعتمادية - الأمان - الاستجابة السريعة) على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية. ويتفرع منه مجموعة من الأهداف الفرعية:

➤ التعرف على أثر الملموسية على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة

تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

➤ التعرف على أثر الاعتمادية على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام

دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

➤ التعرف على أثر الأمان على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة

تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

➤ التعرف على أثر الاستجابة السريعة على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل

العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

تساؤلات الدراسة

السؤال الرئيسي الأول: ما هو أثر جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية - الاعتمادية - الأمان - الاستجابة

السريعة) على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو

ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية؟ وتتفرع منه عدة أسئلة فرعية كالتالي:

➤ **السؤال الفرعي الأول:** كيف يؤثر الملموسية على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات

النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية؟

➤ **السؤال الفرعي الثاني:** ما هو تأثير الاعتمادية على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في

شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية؟

➤ السؤال الفرعي الثالث: كيف تؤثر الأمان على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات

النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية؟

➤ السؤال الفرعي الرابع: كيف تؤثر الاستجابة السريعة على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في

شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية؟

فروض الدراسة:

بناءً على ما تم عرضه من أهداف الدراسة ومشكلتها وأهميتها يمكننا تحديد فرضيات الدراسة

من خلال فرضية رئيسية تتمثل في:

الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

لجودة الخدمة بأبعادها (الملموسية - الاعتمادية - الأمان - الاستجابة السريعة) على رضا العملاء

بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

ينبثق من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

للملموسية على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على

شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

- **الفرضية الفرعية الثانية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

للاعتدائية على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على

شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

– الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

للأمان على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

– الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

للاستجابة السريعة على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

نموذج الدراسة

يهدف هذا النموذج إلى التعرف على أثر جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية – الاعتمادية –

الأمان – الاستجابة السريعة) على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية

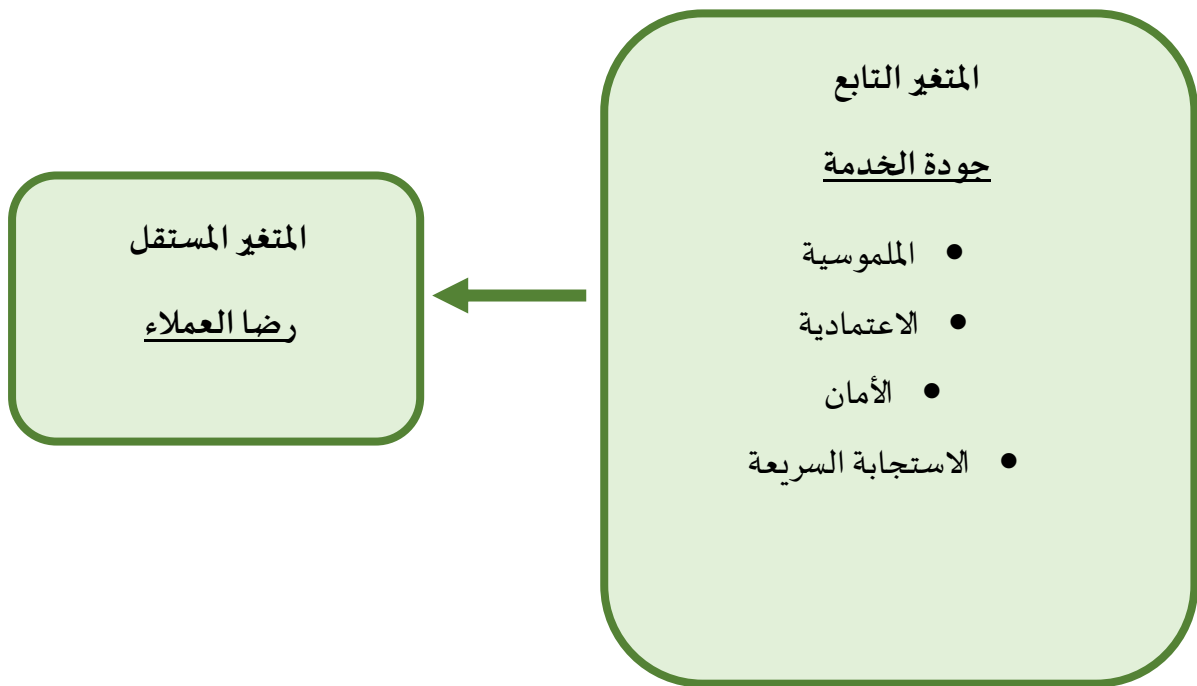
على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية. ويتضمن المتغيرات التالية:

– المتغير المستقل: أثر جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية – الاعتمادية – الأمان –

الاستجابة السريعة).

– المتغير التابع: رضا العملاء بأبعادها مجمعة.

الشكل رقم (١) متغيرات الدراسة



المصدر: إعداد الباحث

الدراسات السابقة:

دراسة (الحاج، ٢٠١٩) بعنوان:

إعادة هندسة العمليات الإدارية "الهندرة" وأثرها على جودة الخدمة: دراسة شركة مطار الخرطوم

الولي "الفترة من ٢٠١٠ إلى ٢٠١٨"

تناولت الدراسة إعادة هندسة العمليات الإدارية وأثرها على جودة الخدمة (دراسة حالة شركة مطار الخرطوم الدولي). تمثلت مشكلة الدراسة في تدني مستوى جودة الخدمة في مطار الخرطوم الدولي مثل صفوف الانتظار، عدم سرعة الإجراءات، كثرة الأخطاء بالعمليات الجوية ومشاكل تتعلق الإدارة العليا وأخرى بالوحدات العاملة بمطار الخرطوم الدولي. هدفت الدراسة إلى التعرف على دور إعادة هندسة العمليات الإدارية في تحسين جودة الخدمة في مطار الخرطوم إضافة إلى تقديم مقترحات تساعد على تطوير تحسين الخدمة بالمطارات السودانية. نبعت أهمية الدراسة في تحقيق طفرات هائلة وفائقة وتغييرات جزرية على مستوى مطار الخرطوم من خلال تحسين الخدمة. تقوم هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي باستخدام طرق جمع البيانات عن طريق الاستبيانات والتحليل الإحصائي لهذه البيانات. الفرضية الرئيسية هي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إعادة هندسة العمليات الإدارية وجودة الخدمة. وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة إثبات صحة جميع فرضيات البحث وهناك اهتمام كبير من قبل الشركة بعملية إعادة هندسة العمليات الإدارية ولديها تفهم بماهية جودة الخدمة. ومن أهم التوصيات طالما أن الموارد المتاحة بالشركة كافية وتفي بمتطلبات إعادة هندسة العمليات الإدارية فإن على الإدارة العليا تطبيق منهج إعادة هندسة العمليات الإدارية والذي بدوره يعمل على التغيير الجزري في العمليات الإدارية التي تؤدي إلى تحسين جودة الخدمة في مطار الخرطوم الدولي.

دراسة (فرحان، ٢٠١٩) بعنوان:

أثر الإدارة الإلكترونية في جودة الخدمة التعليمية بالجامعات اليمنية الخاصة: دراسة حالة

جامعة العلوم والتكنولوجيا نموذجا

تناول هذا البحث: (أثر الإدارة الإلكترونية في جودة الخدمة التعليمية بالجامعات اليمنية الخاصة دراسة حالة (جامعة العلوم والتكنولوجيا نموذجا)، وقد هدف البحث إلى معرفة العلاقة بين أبعاد الإدارة الإلكترونية المتمثلة في (المعلوماتية، والاتصالية، والخدماتية) والجودة التعليمية وإلى تقديم التوصيات والحلول للتغلب على مشكلات الإدارة الإلكترونية. وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها: وجود علاقة وتأثير إيجابيين ذي دلالة إحصائية لأبعاد الإدارة الإلكترونية المتمثلة بـ (المعلوماتية، والاتصالية، والخدماتية) في جودة الخدمة التعليمية، ووجود اتجاه إيجابي لدى أفراد عينة البحث حول توافر جودة الخدمة التعليمية بدرجة كبيرة جدا في الجامعات الخاصة. وخلص البحث إلى عدد من التوصيات أهمها: اهتمام وزارة التعليم العالي بتعميم استخدام تطبيقات الحاسب الآلي والتقنية في العملية التعليمية في الجامعات الخاصة لتحسين وتطوير مستوى الجودة في الخدمات المقدمة، والاهتمام بتدريب القيادات الإدارية والهيئة التدريسية والموظفين في الجامعات الخاصة على أبعاد الإدارة الإلكترونية (المعلوماتية - والاتصالية - والخدماتية)، وتزويدهم بالمعارف والمهارات الجديدة، وتطوير قدراتهم لتمكينهم من استيعاب التقنيات الحديثة ومتابعة مستجداتها والعمل على تحسينها وتطويرها واستخدامها في حياتهم العملية.

أثر جودة خدمة الصراف الآلي على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على البنوك الإسلامية في

قطاع غزة

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة خدمة الصراف الآلي التي يقدمها البنك الإسلامي الفلسطيني والبنك الإسلامي العربي لعملائه بدلالة أبعادها (سهولة الاستخدام، الأمان، الاستجابة، الملموسية، الاعتمادية) على رضا عملاء المصرفين، وتمثل مجتمع الدراسة بجميع عملاء المصرفين الذين يحملون بطاقة الصراف الآلي في قطاع غزة، وقامت الباحثة بتوزيع (٣٠٠) استبانة على عينة قصدية طبقية حسب المصرف، تم استرداد (٢٢١) استبانة بنسبة بلغت ٧٣.٦٪. ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي تحاول الباحثة من خلاله وصف الظاهرة وموضوع الدراسة وتحليل بياناتها، والعلاقة بين مكوناتها، والعمليات التي تتضمنها والآثار التي تحدثها. وقد خلصت الدراسة إلى عدة نتائج كان أهمها: موافقة بدرجة كبيرة من قبل أفراد عينة الدراسة على قيام المصرفين محل الدراسة بتطبيق أبعاد جودة خدمة الصراف الآلي، كما توصلت الدراسة لرضا عملاء المصرفين بدرجة كبيرة عن جودة خدمات الصراف الآلي كما توصلت الدراسة لوجود أثر ذي دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة (الأمان، الاعتمادية الاستجابة، الملموسية، سهولة الاستخدام) على رضا عملاء المصرفين، على الترتيب من حيث قوة الأثر، كما أكدت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول تأثير جودة خدمة الصراف الآلي على رضا العملاء، تُعزى إلى (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، المصرف، عدد سنوات استخدام بطاقة الصراف)، فيما وجدت أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات عينة الدراسة حول أثر أبعاد

جودة خدمة الصراف الآلي (الأمان الاستجابة، جودة الخدمات) على رضا العملاء، تُعزى إلى المحافظة وكانت النتائج لصالح محافظة الوسطى. وبناء على تلك النتائج فقد أوصت الدراسة بضرورة قيام إدارة المصرفين بالاهتمام بشكل أكبر بتطبيق أبعاد جودة الخدمة على كافة خدماتها المقدمة للعملاء بما فيها خدمة الصراف الآلي، وذلك من خلال الاهتمام بتوفير شرح كافة التفاصيل التي تتعلق بكيفية استخدام أية خدمات جديدة يتم توفيرها عبر الصراف الآلي، بالإضافة إلى تطبيق إجراءات السلامة والأمن الخاصة خدمة الصراف الآلي واتباع التعليمات الصادرة عن سلطة النقد الفلسطينية بالخصوص، وضرورة العمل على زيادة عدد أجهزة الصراف الآلي وتوزيعها بين المحافظات بشكل ملائم، وذلك من أجل الحفاظ على رضا العملاء وولائهم للمصرف.

دراسة (المطيري، ٢٠٢٠) بعنوان:

أثر جودة الخدمة الداخلية في سلوك المواطنة التنظيمية: دراسة حالة في بنك بوبيان الكويتي

هدفت هذه الدراسة إلى بيان أثر جودة الخدمة الداخلية في سلوك المواطنة التنظيمية في بنك بوبيان الكويت، حيث تمثلت أبعاد جودة الخدمة الداخلية بـ (الملموسية والموثوقية والاستجابة والتأكيد والتعاطف) بينما تمثلت أبعاد سلوك المواطنة التنظيمية بـ (الإيثار والكرامة والروح الرياضية والسلوك الحضاري ووعي الضمير). تكون مجتمع الدراسة من الموظفين في مختلف فروع بنك بوبيان في الكويت، حيث وزعت استبانة الدراسة على عينة غير احتمالية مكونة من (٢٣٥) موظفاً، وبلغت نسبة الاستجابة (٨١.٧٠٪) من الاستبانات الموزعة. أظهرت النتائج أن مستوى كلا من جودة الخدمة الداخلية وسلوك المواطنة التنظيمية كان متوسطاً، كما أشارت النتائج وجود أثر لجميع أبعاد جودة الخدمة الداخلية المتمثلة بـ (الملموسية والموثوقية والاستجابة

والتعاطف والتأكيد) في سلوك المواطنة التنظيمية. بالاعتماد على هذه النتائج، توصي الدراسة المدراء في بنك بوبيان في الكويت على زيادة الاهتمام بتعزيز شعور الثقة والأمان لدى الموظفين، تقديم الرعاية والعناية اللازمة لهم والسعي لتوفير جميع المعدات والأدوات الحديثة التي تمكنهم من أداء أعمالهم.

دراسة (عبد، ٢٠١٩) بعنوان:

أثر الإلتزام التنظيمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية: دراسة تطبيقية على البنوك العراقية

التجارية

هدفت الدراسة إلى قياس أثر الإلتزام التنظيمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك العراقية التجارية، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي للتعامل مع متغيرات الدراسة، وتكون مجتمع الدراسة من العاملين في (٤٦) بنك، تم اختيار عينة عشوائية ميسرة بلغت (٢٣٠) موظفاً، استرد منها (١٥٠) استبانة، وفي ضوء ذلك جرى جمع البيانات وتحليلها واختبار فرضياتها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS). وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها: حصول جميع مجالات الإلتزام التنظيمي (الإلتزام الاستمراري، والإلتزام العاطفي، والإلتزام المعياري) على درجات موافقة متوسطة. كما أظهرت النتائج حصول جميع مجالات جودة الخدمة المصرفية (الاعتماد، التعاطف، الأمان، الاستجابة الملموسية) على درجات موافقة متوسطة. وجود أثر للإلتزام التنظيمي على جودة الخدمة المصرفية في المصارف التجارية العراقية. وجود أثر للإلتزام التنظيمي على جميع أبعاد جودة الخدمة المصرفية والمتمثلة (الاعتماد، والتعاطف، والأمان، والاستجابة، والملموسية) في المصارف التجارية العراقية. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين استجابات أفراد الدراسة عن الإلتزام التنظيمي بأبعادها (الإلتزام

الاستمراري) تعزى لمتغيرات النوع الاجتماعي. وأوصت الدراسة بالعديد من التوصيات من أبرزها: تعزيز الالتزام التنظيمي لدى العاملين في البنوك العراقية من خلال إشراكهم بالقرارات التي تؤثر على حياتهم المهنية.

دراسة (مسعود، ٢٠٢٠) بعنوان:

الإبداع الإداري وأثره في جودة الخدمة المقدمة في البلديات القطرية

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد الإبداع الإداري وأثره في جودة الخدمة المقدمة في البلديات القطرية، ولتحقيق أهداف الدراسة تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات من أفراد عينة الدراسة من مجتمع الدراسة كاملاً بواقع (٢١٣) موظف من جميع المستويات الإدارية وقد تم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة لاختيار عينة الدراسة وتم توزيع (١٣٧) استبانة وكانت الاستبانات الصالحة للتحليل (١١٤) استبانة، وبنسبة استرجاع (٨٣.٢٪)، واختبار صدق أداة الدراسة تم عرضها على محكمين يملكون الخبرات الكافية للتحكيم وأخضعت الأداة لاختبار كرونباخ ألفا حيث ظهر الاتساق بين فقرات الدراسة ونتيجة المقياس كانت مقبولة إحصائياً، وبعد تحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياتها تم التوصل إلى عدد من النتائج أهمها وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإبداع الإداري بأبعاده (تلمس المشكلات، الطلاقة الفكرية، الأصالة، قبول المخاطرة، المرونة الذهنية) في جودة الخدمات المقدمة في البلديات القطرية. وبناء على النتائج التي توصلت إليها الدراسة فقد قدمت عدد من التوصيات من أبرزها تمكين العاملين من استغلال قدراتهم وخبراتهم السابقة في التعامل مع المواقف المستجدة، وأيضا التوسع بمنح الصلاحيات للموظفين وضرورة تحفيز العاملين في

البلديات القطرية على إبداء آرائهم، وعدم التردد في تقديم الاقتراحات، حتى لو تعارضت مع آراء مدراءهم.

دراسة (Al-Faqir, 2019) بعنوان:

The Impact of Internet of Things on Customer Satisfaction: Field Study on Passengers in Queen Alia International Airport

هدفت هذه الدراسة إلى بحث أثر ممارسات إدارة المخاطر على الأداء التنظيمي لشركات التأمين في المملكة الأردنية الهاشمية الأردن. من أجل تطبيق هذه الدراسة تم جمع البيانات من ١٢٠ مدير الذين يعملون في شركات التأمين الأردنية بواسطة الاستبانة. عند التأكد من التوزيع الطبيعي للإجابات وصدق وثبات الأداة، تم إجراء التحليل الوصفي والتحقق من الارتباط بين المتغيرات. تم تحليل البيانات باستخدام تحليل الانحدار و SPSS، تم تمثيل النتائج باستخدام الجداول. أظهرت أن معظم الشركات تعمل لفترة طويلة. أثبتت الدراسة أن ممارسات إدارة المخاطر لها تأثير على الأداء التنظيمي، حيث كان التخفيف من المخاطر هو الأكثر تأثيراً على الأداء التنظيمي، يليه تحديد المخاطر وتقييم المخاطر ومراقبة المخاطر وكان الأقل تأثيراً هو تنفيذ إدارة المخاطر. التطبيقات العلمية والإدارية: إن جميع ممارسات إدارة المخاطر لها تأثير إيجابي على الأداء التنظيمي. أوصى البحث بأن شركات التأمين يجب عليها اتخاذ تدابير فعالة من حيث التكلفة لتحديد المخاطر في الوقت المناسب وتخفيف المخاطر بشكل فعال. يتوجب على شركات التأمين في الأردن القيام بتثقيف موظفيهم حول أهمية إدارة المخاطر وممارستها وعليهم تقييم ممارسات إدارة المخاطر بشكل مستمر للتأكد من أنهم ما زالوا قادرين على البقاء في بيئة عمل متغيرة. أجريت الدراسة الحالية على شركات التأمين الأردنية. لذلك، توصي الباحثين في

المستقبل بجمع المزيد من البيانات على مدى فترة زمنية أطول للتحقق من صلاحية النموذج الحالي وأداة القياس. هذه الدراسة هي واحدة من الدراسات القليلة التي بحثت في تأثير ممارسات إدارة المخاطر على شركات التأمين في الأردن، وقد تم تطوير نموذج الدراسة من مصادر مختلفة لتطوير وزيادة الوعي عند شركات التأمين الأردنية بأهمية إدارة المخاطر.

دراسة (Beltawi, 2019) بعنوان:

The Impact of Perceived Information Security on Mobile Commerce

Customer Satisfaction: A Field Study in Jordanian Private Universities

in Amman

الهدف من هذه الدراسة إلى البحث في أثر أمن المعلومات المدرك على رضا زبون التجارة الإلكترونية المحمولة في طلاب الجامعات الأردنية الخاصة في عمان. ومن أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة، تم استخدام منهجية التحليل الوصفي الإحصائي في تحليل البيانات التي تم جمعها من عينة الطلاب وعددها ٢٨٢ استبانة. وتم التأكد من التوزيع الطبيعي وصدق وثبات أداة الدراسة، وتم إجراء تحليل وصفي وتحقق من ارتباط المتغيرات واختبار التأثير بواسطة الانحدار المتعدد. أظهرت النتائج بأن هنالك تأثير لأمن المعلومات المدرك على مستوى عالي على رضا الزبون. كما تظهر النتائج بأن عنصر (السرية) له تأثير مهم من ناحية إحصائية على رضى الزبون. أما بقية العناصر (مصادقة الهوية، عدم إنكار التنصل، سلامة البيانات) فلها تأثير إيجابي واضح، ولكن ليس بدلالة إحصائية. أما بالنسبة للتطبيقات العملية لهذه الدراسة. إن متطلبات أمن المعلومات ضرورية لرضا الزبون في التجارة الإلكترونية المحمولة وبالتالي فهم مدركات واهتمامات ومخاوف الزبون مهمين لتطوير بنية أمانة للتجارة الإلكترونية المحمولة.

ويجب مواكبة التطورات التكنولوجية واللوازم الأمنية في بناء تدابير أمنية تحمي الزبون من خلال استغلال أفضل الممارسات. وتوصي هذه الدراسة بأن يتم توسيع البحث في مجال أمن المعلومات المدركة لدى زبون التجارة الإلكترونية المحمولة من خلال اختبار المزيد من المتغيرات وفهم المخاوف التي تؤثر على رضا الزبون.

دراسة (Abu Lail, 2021) بعنوان:

CALLQUAL: A Multiple–Item Scale for Measuring Customer Satisfaction with Inbound Call to the Call Centres

تم إجراء هذه الدراسة نظرا لأهمية العميل الفاعلة في تأسيس، واستمرارية، وبقاء الشركات والمشاريع، بالإضافة إلى دوره الكبير في تطوير الميزة التنافسية وتعظيم الأرباح لهذه الشركات؛ وتعد مراكز الاتصال أحد أهم منهجيات التسويق الحديثة المتبعة في كسب العميل، الأمر الذي كان سببا في استهداف الدراسة لهذه المنهجية، وبالتالي البحث في تطوير نموذج عملي لقياس جودة المكالمة الواردة إلى مراكز الاتصال، لنيل رضى العميل عن الخدمات المقدمة من طرف هذه الشركات عبر مراكز الاتصال. تمكنت الدراسة من تكوين نموذج جديد لقياس جودة المكالمة الواردة تحت عنوان CALLQUAL، حيث أن هذا النموذج هو نموذج منبثق عن النموذج الشهير SERVQUAL والذي تتضمن أبعاده (الموثوقية، والاستجابة، والأمان، والعطف، والملموسات)؛ في حين أن النموذج الذي نتج عن الدراسة يتضمن مجموعة جديدة من الأبعاد، والتي تم اشتقاقها بما يحاكي خواص الخدمة المقدمة من طرف مراكز الاتصال (وهي المكالمة الواردة)، وبالتالي فقد تمكنت الدراسة من تكوين نموذج يترجم صوت العميل الفلسطيني تحت أسم CALLQUAL والذي تشمل أبعاده (الوصولية، وأداة التواصل، والموثوقية والاستجابة، والأمان، والعطف)، بما مجموعة ستة أبعاد يتبع إليها ثمانية

وعشرون مؤشرا في النموذج الجديد CALLQUAL، مقابل خمسة أبعاد يتبع إليها اثنان وعشرون مؤشرا في النموذج القديم SERVQUAL بالإضافة إلى ذلك، فقد أوضحت الدراسة وجود علاقة ارتباط قوية بين رضا العملاء عن مركز الاتصال ورضاهم عن الخدمة الكلية الشاملة، مما يؤكد أهمية مراكز الاتصال في إعطاء انطباع عن الشركة الأم. كما تمكنت الدراسة من قياس مدى رضى العملاء الفلسطينيين عن مراكز الاتصال التابعة لشركات قطاع الاتصالات، ومدى رضاهم عن شركات الاتصالات (الشركات الأم)، والتي تشمل شركة الاتصالات "بالتل" التي تقدم خدمات الاتصالات الأرضية، وشركتين تقدمان خدمات الهاتف الخليوي والجيل الثالث، وهما "جوال" و "أوريدو"، بالإضافة إلى مجموعة من الشركات التي تقدم خدمة الإنترنت عالي السرعة ADSL. حيث تجاوز عدد المشتركين في هذا القطاع أكثر من ٤ ملايين مشترك (الجهاز المركزي للإحصاء الفلسطيني، ٢٠٢٠). أما بخصوص منهجيات البحث العلمية، فقد استخدمت الدراسة مجموعة من المنهجيات الكيفية والكمية في جمع وتحليل البيانات، وقد تمثلت المجموعات الكيفية بالمراجعات الأدبية، والمقابلات، والعصف الذهني، والمجموعات البؤرية؛ أما المنهجيات الكمية فقد تم جمع البيانات من خلال الاستبيان، وتحليله من خلال برنامجي SPSS و Smart Pls. تم توزيع الاستبيانات على ما يقارب ٣٨٤ مشترك من خلال اختيار عينة عشوائية والخروج بمعدلات أظهرت مدى رضا العملاء الفلسطينيين عن مراكز الاتصال التابعة للشركات المصنفة ضمن قطاع الاتصالات، والذي بلغ ٦٧٪، مقارنة بالرضا عن خدمات الشركة الأم (أي شركات الاتصالات) والذي جاء بنحو ٥٢٪؛ بالإضافة إلى معدل قدرة مراكز الاتصال على إعطاء انطباع عن الشركة الأم والذي يصل إلى ٧٦٪، علاوة على ذلك، خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات التي تخدم مشاريع التحسين وقرارات المدراء المشرفين على مراكز الاتصال في الشركات التابعة للقطاع المذكور، وتمثلت هذه التوصيات بناء على أحد عشر مؤشرا تتبع أبعاد "الموثوقية" والاستجابة؛ من

خلال فحص الفرضيات، حيث أثبتت الأبعاد المذكورة دورها في تحقيق جودة المكالمات الواردة وإرضاء العميل الفلسطيني. أخيراً، فإن الدراسة توصي وبشدة أن يتم إعادة اختبار أو تعديل نموذج CALLQUAL من خلال مجموعة دراسات مستقبلية. بحيث تستهدف هذه الدراسات مراكز اتصال تتبع قطاعات مغايرة لقطاع الاتصالات، أو فئة أخرى من السكان تختلف عن إطار السياق الفلسطيني، حتى يتسنى التأكد من مدى صلاحية وموثوقية هذا النموذج بشكل أكبر، وبالتالي اعتماده كأداة رسمية لقياس جودة المكالمات الواردة إلى مراكز الاتصال، وبالتالي نيل رضى العميل، سواء عن مركز الاتصال، أو عن الشركة الأم.

الفجوة البحثية:

- هناك نقص في الدراسات التي تتناول أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.
- معظم الدراسات لم تتناول بشكل كافٍ التفاعل بين مختلف أبعاد جودة الخدمة (الملموسية - الاعتمادية - الأمان - الاستجابة السريعة) وأثرها على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.
- معظم الدراسات لم تتناول بشكل كافٍ التفاعل بين مختلف أبعاد رضا العملاء وأثرها بمختلف أبعاد جودة الخدمة (الملموسية - الاعتمادية - الأمان - الاستجابة السريعة) في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.
- هناك حاجة لدراسات تتابعية طويلة الأجل لتقييم أثر جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية - الاعتمادية - الأمان - الاستجابة السريعة) على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تُعد النظرية البنائية إطارًا مفيدًا لتحليل أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في شركات النقل العام، كما هو موضح في دراسة تطبيقية على شركة سابتكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية. تنطلق النظرية البنائية من فكرة أن المعرفة تُبنى من خلال التفاعل بين الأفراد والبيئة المحيطة بهم، مما يُتيح فهمًا أعمق للعوامل التي تؤثر في تجارب العملاء ومدى رضاهم عن الخدمات المقدمة. في هذا السياق، يمكن استخدام النظرية البنائية لفهم كيف تؤثر جودة الخدمة على انطباعات العملاء وتجاربهم، ومن ثم على مستوى رضاهم. أحد الجوانب الرئيسية لاستخدام النظرية البنائية في هذا البحث هو التركيز على التفاعل بين العملاء وموظفي الخدمة. يُعد الموظفون الواجهة التي تتفاعل مع العملاء، حيث تلعب طريقة تعاملهم مع العملاء دورًا كبيرًا في تشكيل انطباعاتهم عن جودة الخدمة. من خلال تحليل كيفية بناء هذه التفاعلات، يمكن فهم كيف تؤثر جودة الخدمة على رضا العملاء. يمكن إجراء مقابلات مع العملاء لجمع آرائهم حول تجاربهم مع موظفي سابتكو ألسا، مما يساعد في بناء صورة واضحة عن كيفية تحسين جودة الخدمة.

بالإضافة إلى ذلك، يُمكن استخدام النظرية البنائية لفهم كيف تؤثر تجارب العملاء السابقة على تقييمهم لجودة الخدمة. كل عميل يأتي بتجارب وتوقعات سابقة تشكل معايير تقييمه للخدمة الحالية. من خلال دراسة هذه التجارب، يمكن للبحث أن يُظهر كيف تتفاعل العوامل المختلفة مثل الأمان، والراحة، والموثوقية مع توقعات العملاء، مما يؤثر في النهاية على رضاهم. يمكن استخدام استبيانات لجمع البيانات حول تجارب العملاء السابقة وتوقعاتهم، مما يساهم في تحليل كيفية بناء رضاهم. يمكن استخدام النظرية البنائية لتطوير استراتيجيات تحسين جودة الخدمة بناءً على المدخلات من العملاء. من خلال فهم كيف يُبنى رضا العملاء من خلال تفاعلاتهم وتجاربهم، يمكن لشركة سابتكو ألسا تطوير استراتيجيات

تُعزز من جودة الخدمة المقدمة. يمكن أن تشمل هذه الاستراتيجيات تحسين التدريب للموظفين، وتطوير الأنظمة التكنولوجية المستخدمة في تقديم الخدمة، وتقديم خيارات أكثر مرونة تلبي احتياجات العملاء المتنوعة.

في الختام، يُعتبر استخدام النظرية البنائية في هذا البحث خطوة مهمة نحو فهم العلاقة المعقدة بين جودة الخدمة ورضا العملاء. من خلال التركيز على التفاعلات، وتجارب العملاء، وتطوير استراتيجيات قائمة على المعرفة المكتسبة، يمكن أن تُسهم هذه الدراسة في تعزيز جودة الخدمة في شركة سابتكو ألسا، مما يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وتحسين الأداء العام للشركة. إن هذه المنهجية ليست فقط أداة لفهم الظواهر، بل تمثل أيضًا فرصة لتعزيز الابتكار والتطوير في مجال خدمات النقل.

المنهجية وطرق البحث:

تم اتباع المنهج الوصفي والمنهج التحليلي كأسلوب مناسب للوصف، الذي يتطابق مع الفصول النظرية أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة للمؤسسة محل الدراسة باعتباره ملائما لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، مع إخضاعه للدراسة الدقيقة وتحليل أبعاده، والتي سنتطرق إليها في الفصل التطبيقي في دراسة الحالة.

يعتمد اختيار المنهج الملائم لطبيعة البحث على طبيعة المشكلة والهدف من دراستها، ومن أجل الإحاطة بمختلف جوانب الدراسة سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، فالأسلوب الوصفي مناسب للوصف الذي يتطابق مع الفصول النظرية، أما في الفصل التطبيقي التحليلي والمنهج الاستنباطي من أجل تحليل وتقييم البيانات المتحصل عليها في الاستبانة محل الدراسة، حيث يسهم هذا المنهج في

الإجابة عن التساؤلات البحثية من خلال جمع البيانات ومن ثم تحليلها ومناقشتها. وهذا المنهج هو المستخدم في معظم الدراسات السابقة.

مصادر جمع البيانات

➤ **المصادر الثانوية:** وتشمل البيانات والمعلومات الموجودة في الكتب والمراجع، والرسائل الجامعية وأوراق العمل والمجلات والدوريات والمؤتمرات العلمية وورش العمل، بالإضافة إلى التقارير المنشورة وغير المنشورة التي تناولت الموضوع في مختلف المؤسسات ذات الصلة.

➤ **المصادر الأولية:** اعتمدت الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات من مصادرها والتي تم تصميمها خصيصاً لهذا الغرض على Google Forms وإرسال رابطها إلى مجتمع البحث.

أدوات الدراسة:

تعرف أداة البحث بأنها "الوسيلة التي تتم بواسطتها عملية جمع البيانات بهدف الإجابة عن تساؤلاته ، وسيعتمد الباحثين في جمع البيانات على الاستبانة، والتي تُعرف بأنها "صيغة محددة من الفقرات والأسئلة تهدف إلى جمع البيانات من أفراد البحث"

حيث تكونت من قسمين رئيسيين هما:

– **القسم الأول:** وهو الجزء الخاص بالمتغيرات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة ، والمتمثلة بـ: النوع ، والعمر ، والمؤهل العلمي، والمستوى الوظيفي.

– **القسم الثاني:** اشتمل القسم الثاني على الفقرات والأبعاد التي تقيس متغيرات الدراسة المستقل والتابع.

حدود الدراسة:

- **حدود موضوعية :** اقتصرت الدراسة على التعرف على أثر جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية – الاعتمادية – الأمان – الاستجابة السريعة) على رضا العملاء بأبعادها مجمعة في شركات النقل العام دراسة تطبيقية على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.
- **حدود مكانية:** اقتصرت الدراسة على شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.
- **حدود زمانية :** تم إعداد الدراسة في عام ٢٠٢٤.
- **حدود بشرية:** اقتصرت الدراسة على عملاء وعاملين شركة سابكو ألسا للنقل بالمملكة العربية السعودية.

المراجع:

- الحاج، أنس تاج محمد، و الأمين، فكري كباشي محمد. (٢٠١٩). اعادة هندسة العمليات الادارية "الهندرة" وأثرها على جودة الخدمة: دراسة شركة مطار الخرطوم الولي "الفترة من ٢٠١٠ إلى ٢٠١٨" (رسالة دكتوراه غير منشورة). جامعة النيلين، الخرطوم.
- فرحان، نورة محمد ناجي، و المغربي، محمد الفاتح محمود بشير. (٢٠١٩). أثر الإدارة الإلكترونية في جودة الخدمة التعليمية بالجامعات اليمنية الخاصة: دراسة حالة جامعة العلوم والتكنولوجيا نمودجا (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية، أم درمان.
- خضر، رشا منير يوسف، و الشرفا، ياسر عبد طه. (٢٠١٩). أثر جودة خدمة الصراف الالي على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على البنوك الاسلامية في قطاع غزة (رسالة ماجستير غير منشورة). الجامعة الإسلامية (غزة)، غزة.
- عبد، مصطفى عبد الجبار رشيد، و الخوالدة، خلدون حمدان. (٢٠١٩). أثر الإلتزام التنظيمي في تحسين جودة الخدمة المصرفية: دراسة تطبيقية على البنوك العراقية التجارية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان العربية، عمان.
- مسعود، حمد سعيد راشد الاسود، و الخزعلي، زياد علي فضل. (٢٠٢٠). الإبداع الإداري وأثره في جودة الخدمة المقدمة في البلديات القطرية (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة عمان الأهلية، السلط.

- Al-Faqir, Moaz Jihad Mohammed, and Al-Sukkar, Ahmed Saleh.

(2019). The Impact of Internet of Things on Customer Satisfaction: Field

Study on Passengers in Queen Alia International Airport (Unpublished Master's Thesis). Middle East University, Amman.

- Beltawi, Eedmar Hassan, and Al-Sukkar, Ahmed Saleh. (2019). The Impact of Perceived Information Security on Mobile Commerce Customer Satisfaction: A Field Study in Jordanian Private Universities in Amman (Unpublished Master's Thesis). Middle East University, Amman.
 - Abu Lail, Raghad, and Dwaikat, N. (2021). CALLQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Satisfaction with Inbound Call to the Call Centres (Unpublished Master's Thesis). Arab American University – Jenin, Jenin.
-

Mid–Ocean University

College of Management

Department of business management



**The impact of service quality on customer satisfaction
in public transport companies: an applied study on
SAPTCO Alsa Transport Company in the Kingdom of
Saudi Arabia**

Preparation:

AHMAD HAMAD ALMUGGEEDH

241002456

Supervision:

Dr. Asmaa Anza

1445–2024