

Midocean University - Faculty of Management

اسم المادة: (MGM496) Graduation Project 1

عنوان البحث: أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا العملاء في شركات الاتصالات بمدينة جدة

اسم الطالبة: خلود حسين نور محمد

الرقم الجامعي (ID): 221001620

المشرف:

جدول المحتويات (Table of Contents)

1.	المقدمة (Introduction)
2.	مشكلة البحث (Research Problem)
3.	أسئلة البحث (Research Questions)
4.	أهداف البحث (Research Objectives)
5.	أهمية البحث (Research Significance)
6.	فرضيات البحث (Research Hypotheses)
7.	نموذج البحث المقترح (Research Framework Model)
8.	مكان التطبيق المقترح للبحث (Proposed Application Context)
9.	منهجية البحث والدراسة الميدانية المقترحة (Research Methodology & Field Study)
10.	المخطط الزمني المقترح للمشروع (Project Timeline / Gantt Chart)
11.	قائمة المراجع (References - APA)

1. عنوان البحث (Research Title)

أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا العملاء في شركات الاتصالات بمدينة جدة، المملكة العربية السعودية

(The Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction in Telecommunications Companies in Jeddah, Saudi Arabia)

2. مقدمة البحث (Introduction)

يشهد قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات في المملكة العربية السعودية تحولاً رقمياً متسارعاً يتماشى مع مستهدفات رؤية المملكة 2030، حيث أصبحت جودة الخدمات الإلكترونية ركيزة أساسية لضمان استمرارية التنافسية ورفع مستوى رضا العملاء. يتزايد اعتماد العملاء بشكل كامل على المنصات الرقمية والتطبيقات الذكية لتنفيذ معاملاتهم اليومية وإدارة اشتراكاتهم، مما وضع الشركات أمام تحدٍّ حقيقي لتوفير بيئة رقمية آمنة، سهلة الاستخدام، وسريعة الاستجابة.

يُعد رضا العملاء المؤشر الحقيقي لنجاح المؤسسة واستدامتها، إذ يؤدي ارتفاع مستويات الرضا إلى تعزيز الولاء وتخفيض معدلات دوران العملاء. وتكمن أهمية دراسة أثر جودة الخدمات الرقمية (المتتملة في: سهولة الاستخدام، الأمان والخصوصية، سرعة الاستجابة، وتصميم التطبيق) في مساعدة متخذي القرار بقطاع الاتصالات على فهم التفضيلات الفعلية للمستخدمين بمدينة جدة، وتوجيه الاستثمارات التقنية نحو الجوانب الأكثر تأثيراً على تجربتهم.

3. مشكلة البحث (Research Problem)

على الرغم من الاستثمارات الضخمة التي تضخها شركات الاتصالات بمدينة جدة لتطوير تطبيقاتها ومنصاتها الرقمية، إلا أن العديد من العملاء يواجهون تحديات تتعلق بضعف الاستجابة الفنية أثناء الأعطال، أو صعوبة الواجهات الرقمية، أو مخاوف الأمان عند تسديد المدفوعات. تؤدي هذه العقبات إلى تراجع مستويات رضا العملاء والانتقال لمزودي خدمة آخرين. وتتمثل مشكلة البحث في الفجوة المعرفية والتطبيقية حول مدى تأثير أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية تحديداً على تشكيل رضا العميل النهائي في قطاع الاتصالات بجدة.

4. أسئلة البحث (Research Questions)

- ما مستوى جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة من شركات الاتصالات بمدينة جدة من وجهة نظر العملاء؟
- ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات الإلكترونية المقدمة من شركات الاتصالات بمدينة جدة؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة الإلكترونية (سهولة الاستخدام، الأمان والخصوصية، سرعة الاستجابة، تصميم المنصة) على رضا العملاء بمدينة جدة؟

5. أهداف البحث (Research Objectives)

- التعرف على واقع جودة الخدمات الإلكترونية في شركات الاتصالات بمدينة جدة.
- قياس مستوى رضا العملاء الحالي عن الخدمات الرقمية والتطبيقات المتاحة.
- تحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً من أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية في رفع مستوى رضا العملاء.
- تقديم توصيات علمية وعملية لإدارات شركات الاتصالات لتحسين جودة تجربة العميل الرقمية.

6. أهمية البحث (Research Significance)

الأهمية النظرية: الأديبات الأكاديمية العربية حول جودة الخدمة الرقمية وسلوك المستهلك في القطاع الخدمي، وتقديم إطار نظري يدعم أبحاث الإدارة والتسويق الرقمي المستقبلي.

الأهمية التطبيقية: مساعدة قيادات شركات الاتصالات في المملكة العربية السعودية (وبالأخص في جدة) على توجيه الموارد نحو تحسين الجوانب التقنية ذات الأثر المباشر على رضا العملاء والاحتفاظ بهم.

7. فرضيات البحث (Research Hypotheses)

- الفرضية الرئيسية (H1):** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى $(\alpha \leq 0.05)$ لجودة الخدمات الإلكترونية بأبعادها على رضا العملاء في شركات الاتصالات بمدينة جدة.
- الفرضية الفرعية الأولى (H1a):** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسهولة الاستخدام على رضا العملاء.
- الفرضية الفرعية الثانية (H1b):** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمان والخصوصية على رضا العملاء.
- الفرضية الفرعية الثالثة (H1c):** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسرعة الاستجابة على رضا العملاء.

8. رسم نموذج البحث (Research Framework Model)

المتغير المستقل: جودة الخدمات الإلكترونية

- سهولة الاستخدام (Ease of Use)
- الأمان والخصوصية (Security & Privacy)
- سرعة الاستجابة (Responsiveness)
- تصميم المنصة (System Design)

↓ [أثر ذو دلالة إحصائية] ↓

المتغير التابع: رضا العملاء (Customer Satisfaction)

- إعادة الشراء/الاستخدام
- التوصية الإيجابية (Word of Mouth)
- الانطباع العام والتفضيل

9. مكان التطبيق المقترح للبحث (Proposed Application Context)

سيتم تطبيق البحث على عملاء شركات الاتصالات الرئيسية (مثل: STC، زين، موبايلي) القاطنين في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية، والذين يستخدمون التطبيقات الإلكترونية الخاصة بالشركات لإجراء المعاملات وباقات الخدمات.

10. الدراسة الميدانية والمنهجية المتوقعة (Methodology & Field Study)

منهج البحث: يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي لمناسبته لقياس الآراء والدوافع وتحليل العلاقة الأثرية بين المتغيرات.

مجتمع وعينة الدراسة: الدراسة من جميع عملاء الاتصالات بجدة، وسوف يتم اختيار عينة ميسرة حجمها لا يقل عن 200 إلى 300 مشارك لضمان القوة الإحصائية (Convenience Sample).

أداة الدراسة: استبانة إلكترونية (Google Forms) مقسمة لثلاثة أجزاء (البيانات الديموغرافية، مقياس جودة الخدمة، مقياس رضا العملاء) مقاسة وفق مقياس ليكرت الخماسي (Likert 5-point scale).

11. المخطط الزمني المقترح للمشروع (Project Timeline)

المرحلة / الأسبوع	المهمة والأنشطة الرئيسية
الأسابيع 1 - 2	اختيار عنوان البحث، صياغة المقدمة والمشكلة، واعتماد الخطة.
الأسابيع 3 - 4	مراجعة الأدبيات السابقة وصياغة الفرضيات وأهداف البحث.
الأسابيع 5 - 6	تصميم أداة البحث (الاستبانة) وعرضها على المحكمين لتأكيد الصدق والثبات.
الأسابيع 7 - 8	توزيع أداة الدراسة الميدانية وجمع البيانات من العملاء في مدينة جدة.
الأسابيع 9 - 10	التحليل الإحصائي للبيانات باستخدام برنامج SPSS واستخراج النتائج.
الأسابيع 11 - 12	مناقشة النتائج، كتابة التوصيات، وتدقيق قائمة المراجع والملف النهائي.

12. قائمة المراجع (References - APA Style)

- 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.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- العساف، صالح بن حمد. (2016). *الزهرء للنشر والتوزيع*. (ط. 2).
- القحطاني، سالم سعيد. (2020). جودة الخدمات الرقمية وأثرها على رضا العملاء: دراسة تطبيقية في القطاع الخدمي السعودي. *البحر*, 40(2), 115-134.