



جامعة الموصل

كلية الإدارة والاقتصاد

دور الابعاد الوظيفية لجودة خدمة الاتصالات في

رضا الزبون

دراسة استطلاعية لعينة من زبائن شركة زين للاتصالات

في جامعة الموصل

ظفر مؤيد عبد الحميد الطائي

الدبلوم العالي التخصصي في الادارة الصناعية

بإشراف

الأستاذ المساعد الدكتور

الأء حسيب الجليلي

2020م

1441هـ

المستخلص

تهدف هذه الدراسة الى قياس جودة خدمة الاتصالات في شركة زين ومدى علاقة ابعادها المتمثلة ب (الملموسية, الاعتمادية, الاستجابة, الامان, التعاطف) برضا الزبون, ومن خلال إطارين الاول نظري تضمن عرضاً لما اوردته الادبيات حول موضوعها, اما الثاني فتجسد بالدراسة الاستطلاعية في الشركة المبحوثة, وتستمد هذه الدراسة اهميتها من خلال اهتمامها بآراء زبائنهم وانطباعاتهم عن الخدمات المقدمة, وبشكل عام تتمحور مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة على مجموعة من التساؤلات الآتية:

١. ما هي الابعاد الوظيفية لجودة خدمة الاتصالات التي تركز عليها شركة الاتصالات المبحوثة من وجهة نظر الزبائن ؟

٢. ما هي طبيعة علاقة الارتباط بين ابعاد جودة خدمة الاتصالات ورضا الزبون؟

٣. ما هي الابعاد الوظيفية لجودة خدمة الاتصالات الاكثر تأثيراً في ارضاء الزبائن؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات فقد أُعتمد مخطط إفتراضي يعكس طبيعة علاقات الإرتباط والأثر بين أبعاد جودة خدمة الاتصالات المتمثلة (الملموسية, الإعتمادية, الاستجابة, التعاطف, الضمان) ورضا الزبون، وإنبثق عن ذلك المخطط مجموعة من الفرضيات الرئيسة والفرعية التي تم إختبارها بإستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية، وتم اعتماد الاستبانة أداة رئيسة في جمع البيانات للجانب الميداني للدراسة، وفي ضوء تحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياتها تم التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات من أبرزها:

١. كشفت نتائج وصف إجابات الافراد المبحوثين إزاء أبعاد الدراسة في الشركة المبحوثة انها تميل في الاتجاه الايجابي (اتفق, اتفق تماماً).

٢. تبين وجود علاقة ارتباط معنوية بين ابعاد جودة خدمة الاتصالات ورضا الزبون في الشركة المبحوثة.

٣. تبين وجود تأثير معنوي بين ابعاد جودة خدمة الاتصالات في رضا الزبون.

٤. تباينت ابعاد الدراسة من حيث التأثير في الشركة المبحوثة.

وإعتماداً على الإستنتاجات التي توصلت إليها الدراسة، قدمت مقترحات منسجمة مع هذه الإستنتاجات لعل من أهمها:

١. ضرورة ان تحرص ادارة الشركة على تقديم خدمات للزبون بدرجة عالية من الدقة بحيث تفوق توقعاته ونظريته لتلك الخدمة.
٢. ضرورة ان تعمل الشركة على تقديم الخدمة بشكل صحيح منذ البداية بما يسهم في تحقيق رضا الزبون.
٣. ضرورة ان يمتلك موظفو الشركة المعرفة في تقديم الخدمة بكل دقة.
٤. ضرورة ان تلتزم الشركة بتقديم الخدمات للزبون بالأوقات المحددة لكسب رضاه.
٥. ضرورة ان تهتم الشركة ببعدها (المعولية) فهي تحتاج الى تحسين التزاماتها بالوعود التي تقدمها لمستخدمي الشركة من خلال الاعتماد على آليات وسياسات في مجال تحقيق متطلبات الرضا لدى الزبون.

Abstract

This study aims to measure the quality of telecommunications service in Zain and the extent of its dimensions (tangibility, reliability, responsiveness, safety, empathy) to customer satisfaction. This study draws its importance through its interest in the views of its customers and their impressions of the services provided. In general, the problem of the study is centered on trying to answer the following set of questions:

1. What are the functional dimensions of the quality of the telecom service that the researched telecom company is focusing on from the customers' point of view?
2. What is the nature of the relationship between the dimensions of telecommunications service quality and customer satisfaction?
3. What are the functional dimensions of the quality of telecommunications service that most affect customer satisfaction?

In order to answer these questions, a hypothetical scheme was adopted that reflects the nature of the correlation and impact relations between the dimensions of the quality of telecommunication services (tangibility, reliability, response, empathy, guarantee) and customer satisfaction. The questionnaire was adopted as a main tool in collecting data for the field side of the study. In the light of analyzing the study data and testing its hypotheses, a number of conclusions were reached, including:

1. The results of describing the respondents' answers regarding the study dimensions in the researched company revealed that they tend in the positive direction (agree, totally agree).
2. . It was found that there was a significant correlation between the dimensions of the communication service quality and customer satisfaction in the researched company.
3. It was found that there was a significant influence between the dimensions of the quality of the telecommunications service on customer satisfaction.
4. Dimensions of the study varied in terms of the effect on the researched company.

Based on the findings of the study, proposals were made in line with these conclusion:.

1. The necessity for the company's management to strive to provide services to the customer with a high degree of accuracy, in a way that exceeds his expectations and outlook for that service.
2. The company must work to provide the service correctly from the beginning, in a way that contributes to achieving customer satisfaction.
3. The necessity for the company's employees to have knowledge of providing the service accurately.
4. The necessity for the company to be committed to providing services to the customer at the specified times in order to gain his satisfaction.
5. The necessity for the company to be concerned with the (reliability) dimension, as it needs to improve its obligations with the promises it makes to the company's users through relying on mechanisms and policies in the field of achieving customer satisfaction requirements.

University of Mosul

College of Administration and Economic



**The role of the functional dimensions of the
quality of telecommunications service in
customer satisfaction**

**An exploratory study of a sample of Zain Telecom
customers at the University of Mosul**

Dhafr Moayad A. Al-Ta'ay

**Thesis the Higher Diploma
Industrial Management**

Supervised by

Assist. Prof.

Dr. Alaa Haseeb Al – Jalili

1441 A.H

2020 A.D.