

جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا كلية الدراسات العليا

أثر تطبيق نظم الجودة علي كفاءة الأداء التسويقي في المؤسسات الخدمية
(دراسة حالة الشركة السودانية للاتصالات المحدودة-سوداتل)

بحث تكميلي مقدم لنيل درجة الماجستير في إدارة اعمال

إعداد :
ياسر مختار عمر احمد

أشرف:
أ.د. علي عبد الله الحاكم

يوليو 2005

Π

قال تعالى:

(وقل أعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله و المؤمنون)

صدق الله العظيم .

سورة التوبة الآية 105

الإهداء

الى روح والدي.....

والدتي وأخوتي

حفظهم الله.....

أساتذتي الكرام

تقديرًا واحترامًا.....

الإخوة والأحباء

شكراً و عرفانا.....

(أ)

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه وسلم أجمعين.

يسرني أن أتقدم بالشكر والتقدير لأستاذي الفاضل أ.د. على عبدالله الحاكم

الذي كان لتوجيهاته القيمة وملاحظاته الثرة الأثر الأكبر في إغناء هذه الرسالة.

كما أتقدم بوافر الشكر الى أساتذتي بكلية الدراسات التجارية - جامعة

السودان للعلوم والتكنولوجيا ، لنصائحهم القيمة.

أتوجه بالشكر الى جميع الإخوة الزملاء والأصدقاء على مساعدتهم المقدرة.

واشكر كل الذين قدموا العون من أسرة مكتبة(كلية الدراسات التجارية ، وكلية

التكنولوجيا والتنمية البشرية ، وكلية الدراسات العليا بجامعة السودان للعلوم

والتكنولوجيا - معهد الدراسات المصرفية - الشركة السودانية للاتصالات

المحدودة-سوداتل).

واخص بالشكر الإخوة بشركة سوداتل الذين لم ييخلوا بالمعلومات ، الإخوة :

عوض الكريم الأمين(مدير وحدة البحوث والتطوير) - الباقر محمد شريف(دائرة

التسويق -قسم الترويج والإعلان)- طارق على سعد(دائرة التدريب) – رحاب
التاج(وحدة الجودة)

(ب)

ملخص الدراسة

ان الاهتمام بنظم الجودة فى التسويق يؤدي الى نجاح المؤسسات الخدمية و بالتالي ارتفاع كفاءة مستوي الأداء التسويقي مما يزيد القدرة التنافسية للمؤسسات ، ولذلك كانت أهمية هذه الدراسة لمعرفة أثر تطبيق نظم الجودة على كفاءة الأداء التسويقي فى المؤسسات الخدمية . تم اختيار الشركة السودانية للاتصالات المحدودة (سوداتل) كعينة للدراسة والتي حصلت على شهادة الايزو فى مارس 2002.

هدفت الدراسة للتعرف على نظم الجودة وأبعاد الأداء التسويقي بشركة سوداتل ومعرفة واقع الأداء للشركة فى ظل تطبيق نظم الجودة ، بالإضافة إلى معرفة أثر تطبيق نظم الجودة على الأداء التسويقي للشركة.

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الحالة وتم القيام بالتحليل الإحصائي لاختبار الفرضيات لمعرفة العلاقة بين رضا المستهلك وجودة الأداء التسويقي ، والعلاقة الايجابية بين تطبيق نظم الجودة والأداء التسويقي للخدمات ، بالإضافة إلى ارتفاع مستوي الأداء نتيجة حصول الشركة على الايزو ISO .

أهم نتائج الدراسة :

1. هنالك ضعف فى حل المشاكل التي تواجه المشتركين بعد حصولهم على الخدمة من قبل شركة سوداتل.
2. هنالك علاقة ايجابية قوية بين تطبيق نظم الجودة والأداء التسويقي لخدمات الشركة من خلال ارتفاع مستوي الأداء و الزيادة الواضحة في حجم الإيرادات المحققة مقارنة بالمصروفات.
3. تبني شركة سوداتل تطبيق نظم الجودة وحصولها على شهادة ISO أدى إلى ارتفاع مستوي الأداء و زيادة الحصة السوقية للمبيعات و معدلات الربحية.

(ج)

أهم توصيات الدراسة:

1. علي شركة سوداتل الاهتمام بالمشاركين تجاه المشاكل التي تواجههم بعد الحصول علي الخدمة ومعرفة درجة الرضا وآرائهم تجاه حل مشاكلهم.
2. علي الإدارات التسويقية في المؤسسات الخدمية ضرورة تبني نظم الجودة في الخدمات المقدمة خلال الاهتمام بالمزيج التسويقي (المنتج /السعر / الترويج / التوزيع) ، و المزيج الترويجي مع الأخذ في الاعتبار معايير نوع الخدمة نفسها.
3. على المؤسسات الخدمية السودانية ضرورة تبني نظم الجودة لأن ذلك يساعد على جودة الخدمة المقدمة بالإضافة إلي ارتفاع نمو المؤسسة.

Abstract

Care of marketing quality standards leads to success of services organization and elevation of marketing performance efficiency level which increase the competitive ability of organizations, which show the importance of this study in finding out the effect of applying quality standards in marketing performance efficiency in services organization, Sudan Telecommunication Company Ltd, (Sudatel) which was granted the(ISO:9001:2000) in March 2002, has been chosen as a case study.

The Study aimed to identify the quality standards and to eliminate marketing performance in Sudatel. The study also aimed to fine out the influence of the application of quality standard up on the marketing performance of the company .

The Study has followed the analytical descriptive approach to study the case and adopted the statistical analysis to test the hypotheses in order to Know the relation between the consumer satisfaction and the quality of marketing performance, the positive relation between quality standards application and services marketing performance, in addition to elevation of performance level as a result of the Company acquirement of ISO certificate.

Important results of the study:

1. There is some weakness in resolving the problems which face the customers after they have the service from Sudatel company.
2. There is a positive strong relation between the application of the quality standards and the marketing performance of the company services through the obvious increasement of the company's income if compared with expenses.
3. Adopting the quality standards application by Sudatel company , and the acquirement of the ISO certificate have increased the performance level, Marketing Share of Sales and profitability levels.

(ه)

important recommendations of the Study:

1. Sudatel company should take care of the problems that face the customers after they got the services. The company also should know the customer's degree of satisfaction and their opinion about the ways in which their problems have been solved.
2. It's a necessity for Services Organizations to adopt quality of services standards rendered through the Marketing Mix(product, price, promotion, place) and promotion mix ,with consideration of service criteria's.
3. The Sudanese Services Organization should adopt quality standards, because it will increase the quality of service rendered it will also help in the development of the organization improvement.

(و)

فهرس المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
استهلال	
الاهداء	أ
الشكر والتقدير	ب
ملخص الدراسة	ج- و
فهرس المحتويات	ز
فهرس الجداول	ط
فهرس الاشكال	ك
الإطار المنهجي	
خطة البحث	1
الدراسات السابقة	5
الفصل الأول — (الاطار النظري)	
المبحث الاول : الجودة	7
(أ) المفهوم والأهمية والخلفية.	7
(ب) المواصفات القياسية	16
(ج) نظام ادارة الجودة	28
(د) أبعاد جودة الخدمات	37
(هـ) قياس جودة الخدمات و مؤشراتها	41
المبحث الثاني : التسويق	46
(أ) مفهوم وأهمية التسويق	46

الموضوع	رقم الصفحة
(ب) أبعاد العملية التسويقية	56
(ج) رقابة وتقييم الأداء التسويقي	66
(د) الجودة وعلاقتها بالإدارة والتسويق	77
الفصل الثاني (الاطار التطبيقي)	
المبحث الأول: الشركة السودانية للاتصالات المحدودة (سوداتل)	88
(أ) خلفية عن الاتصالات في السودان.	88
(ب) نبذة عن الشركة ودائرة التسويق ووحدة الجودة	92
(ج) أنواع خدمات الاتصالات في سوداتل	96
(د) نبذة عن الايز ISO بالشركة	107
المبحث الثاني : القياس و التحليل	111
(أ) مؤشرات تطبيق نظم الجودة على أداء شركة سوداتل	111
(ب) وصف طبيعة بيانات الدراسة	113
(ج) اختبار فرضيات الدراسة	123
(د) النتائج و التوصيات	130
المراجع والمصادر	135
الملاحق	

فهرس الجداول

رقم الصفحة	موضوع الجدول
15	جدول رقم (1-1) المراحل التاريخية لنظم الجودة
19	جدول رقم (2-1) محتويات سلسلة المواصفات القياسية الدولية
47	جدول رقم (3-1) تطور تعريف النشاط التسويقي
70	جدول رقم (4-1) أنواع الرقابة التسويقية
72	جدول رقم (5-1) تحليل نواتج الأنشطة التسويقية
96	جدول رقم (1-2) خدمات الاتصالات فى سوداتل
111	جدول رقم (2-2) توسعة المظلة الهاتفية و الخدمات فى سوداتل
111	جدول رقم (3-2) الحركة الهاتفية العالمية فى سوداتل
111	جدول رقم (4-2) الحركة الهاتفية القومية فى سوداتل
112	جدول رقم (5-2) المحطات الأرضية القومية
112	جدول رقم (6-2) المخارج العالمية (عدد الدوائر)
112	جدول رقم (7-2) المقاسم العالمية (عدد الدوائر)
112	جدول رقم (8-2) خدمات المشتركين
113	جدول رقم (1-3) التوزيع التكراري لعينة الدراسة من حيث النوع
114	جدول رقم (2-3) التوزيع التكراري لعينة الدراسة من حيث العمر
115	جدول رقم (3-3) التوزيع التكراري لعينة الدراسة من حيث المؤهل العلمي
116	جدول رقم (4-3) التوزيع التكراري لعينة الدراسة من حيث قطاعات المشتركين
117	جدول رقم (5-3) التوزيع التكراري لعينة الدراسة من حيث بداية الاشتراك فى سوداتل
120	جدول رقم (6-3) التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة على أسئلة الاستبانة أ

رقم الصفحة	موضوع الجدول
121	جدول رقم (7-3) التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة على أسئلة الاستبانة ب
122	جدول رقم (8-3) التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة على أسئلة الاستبانة ج
122	جدول رقم (9-3) التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة حول الرضا عن سوداتل
124	جدول رقم (10-3) المتوسطات الحسابية والنسب التجميعية لإجابات عينة الدراسة أ
126	جدول رقم (11-3) المتوسطات الحسابية والنسب التجميعية لإجابات عينة الدراسة ب
128	جدول رقم (10-3) نسب التوزيع التكراري لإجابات عينة الدراسة عن رضائهم نحو سوداتل

فهرس الأشكال

رقم الصفحة	موضوع الشكل
10	شكل رقم (1-1) المفاهيم المتعلقة بالجودة
27	شكل رقم (2-1) مراحل تطبيق أنظمة الجودة ISO9000
35	شكل رقم (3-1) المراحل المختلفة لتطوير المنتجات الجديدة
43	شكل رقم (4-1) نموذج SERVQUAL لقياس جودة الخدمة
45	شكل رقم (5-1) التقييم الذاتي
50	شكل رقم (6-1) نظام دراسة المستهلكين
58	شكل رقم (7-1) المعلومات التي يمكن لرجل التسويق الحصول عليها ومجالات إسهامها
63	شكل رقم (8-1) عناصر المزيج التسويقي
67	شكل رقم (9-1) العملية الإدارية لنظام التسويق
68	شكل رقم (10-1) عملية إدارة التسويق
71	شكل رقم (11-1) النشاط التسويقي
79	شكل رقم (12-1) علاقة السياسات الخاصة بالسلع و الخدمات بالجودة
81	شكل رقم (13-1) رباعية نظام الجودة الداخلية
85	شكل رقم (14-1) كيف تسهم الجودة فى الربحية
95	شكل رقم (1-2) علاقة وحدة الجودة بالإدارات الأخرى لسوداتل
114	شكل رقم (1-3) نسب التوزيع التكراري لعينة الدراسة من حيث النوع
115	شكل رقم (2-3) نسب التوزيع التكراري لعينة الدراسة من حيث العمر
116	شكل رقم (3-3) نسب التوزيع التكراري لعينة الدراسة من حيث المؤهل العلمي

رقم الصفحة	موضوع الشكل
117	شكل رقم (3-4) نسب التوزيع التكراري لعينة الدراسة من حيث قطاعات المشتركين
118	شكل رقم (3-5) نسب التوزيع التكراري لعينة الدراسة من حيث بداية الاشتراك لخدمات سوداثل
124	شكل رقم (3-6) النسب التوزيعية للتكرارات لإجابات عينة الدراسة على اسئلة الاستبيان أ
127	شكل رقم (3-7) النسب التوزيعية للتكرارات لإجابات عينة الدراسة على اسئلة الاستبيان ب
129	شكل رقم (3-8) نسب التوزيع التكراري لعينة الدراسة للرضا نحو سوداثل

الملاحق