

محددات رضا وولاء الزبون الإلكتروني في قطاع الطيران

(دراسة حالة طيران الملكية الأردنية)

إعداد الباحث

أحمد رياض هلال سعيد

المشرف

الأستاذ الدكتور صائب الجنايدة

المشرف المساعد

الدكتور نافز علي

جامعة الزيتونة الأردنية، 2020

ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على محددات رضا وولاء الزبون الإلكتروني في طيران الملكية الأردنية المتمثلة بـ (الأمان، تجربة الشراء، سهولة الإستخدام، الإستجابة) وتأثيرهم على ولاء الزبون الإلكتروني من خلال المتغير الوسيط رضا الزبون الإلكتروني لطيران الملكية الأردنية.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم تطوير إستبانة تضمنت 28 عبارة، تناولت كل من المتغير المستقل بأبعاده الأربعة والمتغير التابع والمتغير الوسيط، هذا وقد تم التأكد من ثباتها وصدقها.

يتكون مجتمع الدراسة من مستخدمي موقع الملكية الأردنية الإلكتروني في الأردن، حيث تم توزيع 350 إستبانة إلكترونية، وقد تم إسترداد (312) إستبانة وبعد التدقيق تم إستبعاد (12) إستبانة لعدم

صلاحيتها للتحليل الإحصائي، وبذلك تكون العينة القابلة للتحليل الإحصائي (300) إستبانة، وتم إستخدام برنامج الرزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS) لغايات تحليلها.

توصلت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عناصر محددات رضا وولاء الزبون الإلكتروني (الأمان، سهولة الإستخدام، الإستجابة) ورضا الزبون الإلكتروني ، وأثبتت الدراسة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين عنصر (تجربة الشراء) ورضا الزبون الإلكتروني، كما أثبتت وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا الزبون الإلكتروني وولاء الزبون الإلكتروني.

وأوصت الدراسة بضرورة تطوير وتفعيل ومشاركة الزبون في كل ما هو جديد والعمل على الإستمرار والمضي قدماً في العمل من خلال الإلتزام بما تقدمه الشركة وتطوير وإبراز الميزة التنافسية في عناصر الأمان وسهولة الإستخدام والإستجابة التي تساهم في تحقيق ولاء الزبون الإلكتروني من خلال الرضا، والعمل على إشراك تجربة الشراء في رفع تقييمات الموقع الإلكتروني.

الكلمات الدالة: محددات رضا وولاء الزبون الإلكتروني، رضا الزبون الإلكتروني، ولاء الزبون الإلكتروني، طيران الملكية الأردنية.