

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة البليدة 2

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

العنوان:

جودة الخدمات التسويقية وأثرها على الميزة التنافسية في المؤسسة الخدمية  
دراسة حالة - مؤسسة موبيليس -

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه (ل م د) في العلوم التجارية

تخصص: إتصال تسويقي

إشراف الدكتور:

مراكثي محمد أمين

إعداد الطالبة:

عزوز وافية

السنة الجامعية 2019/2018

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة البليدة 2

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

العنوان:

جودة الخدمات التسويقية وأثرها على الميزة التنافسية في المؤسسة الخدمية  
دراسة حالة - مؤسسة موبيليس -

أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه (ل م د) في العلوم التجارية

تخصص: إتصال تسويقي

إعداد الطالبة:

عزوز وافية

أمام اللجنة المشكلة من:

رئيسا	جامعة البليدة 2	أستاذ	رزيق كمال
مشرفا ومقررا	جامعة البليدة 2	أستاذ محاضر أ	مراكشي محمد أمين
عضوا مناقشا	جامعة البليدة 2	أستاذ محاضر أ	بيشاري كريم
عضوا مناقشا	جامعة البليدة 2	أستاذ محاضر أ	زواوي عمر حمزة
عضوا مناقشا	جامعة البويرة	أستاذ محاضر أ	أوكيل رابح
عضوا مناقشا	جامعة باتنة	أستاذ محاضر أ	مباركي سامي

السنة الجامعية 2018/2019

# جودة الخدمات التسويقية و أثرها على الميزة التنافسية في المؤسسة الخدمية دراسة حالة - مؤسسة موبيليس -

## الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة والأثر الذي تحدثه جودة الخدمة التسويقية على الميزة التنافسية من جهة و العلاقة و الأثر الذي تحدثه مؤشرات تقييم جودة الخدمة التسويقية على رضا الزبائن من جهة أخرى، كما هدفت أيضا لتحديد واقع تطبيق جودة الخدمة التسويقية و الميزة التنافسية في المؤسسة الخدمية الجزائرية، بتطبيق الدراسة على مستوى مؤسسة "موبيليس" من خلال تصميم استبيان موزع على زبائن و موظفي المؤسسة.

أشارت نتائج الدراسة إلى أن مؤسسة موبيليس تسعى لبذل مجهودات من أجل تجسيد السياسة المبنية على نظام تسيير للجودة المطابق للمعيار الدولي "ISO9001 V2015" والذي يؤدي أساسا إلى تحقيق الرضاء الدائم لزبائنهم، توصلت الدراسة أيضا إلى وجود علاقة ارتباط قوية ذات دلالة إحصائية وأثر بين جودة الخدمة التسويقية و مؤشرات الميزة التنافسية من جهة و بين مؤشرات تقييم جودة الخدمة التسويقية و رضا الزبائن من جهة أخرى .

**الكلمات المفتاحية:** جودة الخدمة التسويقية، الميزة التنافسية، رضا الزبائن، مؤسسة موبيليس.

# **Qualité des services de marketing et son impact sur l'avantage concurrentiel dans une entreprise de service**

## **Etude de cas – L'entreprise Mobilis**

### **RESUME**

L'objet de cette étude consiste à déterminer la relation et l'impact de la qualité des services de marketing sur l'avantage concurrentiel d'un côté, et la relation et l'impact des indicateurs d'évaluation de la qualité des services de marketing sur la satisfaction des clients d'un autre côté. L'étude vise aussi à mettre l'accent sur la réalité de la qualité des services de marketing et l'avantage concurrentiel au sein d'une entreprise de services Algérienne, en appliquant l'étude à l'entreprise MOBILIS, à travers un questionnaire distribué aux clients et personnel de l'entreprise.

Les résultats de l'étude ont montré que l'entreprise MOBILIS œuvre à fournir plus d'efforts afin de concrétiser la politique basée sur le système de gestion de la qualité conforme à la norme internationale ISO9001 V2015 qui vise essentiellement à atteindre une satisfaction permanente de ses clients. L'étude a révélé aussi l'existence d'une forte relation corrélative statistiquement significative et un impact entre la qualité des services de marketing et les indicateurs de l'avantage concurrentiel d'une part et entre les indicateurs d'évaluation de la qualité des services de marketing et la satisfaction des clients d'autre part.

Les résultats de l'étude ont contribué à formuler un nombre de recommandations, en particulier la nécessité pour l'entreprise de mesurer régulièrement la qualité des services de marketing, en utilisant des méthodes de mesure différentes, dont l'objectif est de fournir à l'entreprise un indicateur sur le développement du niveau de la qualité des services rendus basé sur l'avis des clients, ce qui permettra de remédier à toute déviation, et comme conséquence le développement et l'amélioration du niveau de qualité des services de marketing.

**Mots clés** : qualité de services de marketing, avantage concurrentiel, satisfaction des clients, l'entreprise MOBILIS.

