

تأثير جودة الخدمة على نجاح المشروع: بالتطبيق على شركة البيك
للمأكولات السريعة – جدة – المملكة العربية السعودية (دراسة حالة)

The impact of quality of service on project success:
by applying to Al-Baik Fast Food Company-Jeddah-
Saudi Arabia (case study)

اسم الطالب:
أحلام عبده محمد قاسم

مشروع التخرج-1
كلية الإدارة – جامعة ميد أوشن

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس – كلية الإدارة – جامعة ميد أوشن

الفصل الدراسي الأول -2024

الشكر والتقدير

الشكر والحمد لله سبحانه وتعالى الذي به تتم الصالحات
فالحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا ووفقنا في
انجاز هذا العمل.

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان

للاستاذة الدكتورة: " منى مصطفى العشري "

التي أشرفت على هذا العمل ونفقتنا بعلمها وخبرتها، ولم تبخل
علينا بوقتها ونصائحها وتوجيهاتها التي سهلت عملنا بشكل كبير
كما أخص بالشكر كل أفراد عائلتي وخاصة والدي على دعمهم
المعنوي

وكل الشكر والعرفان لزوجي العزيز وأولادي على دعمهم المعنوي
ونصحياتهم

الإهداء

في المقام الأول، أشكر الله تعالى على إعطائي الإرادة والصحة والشجاعة
للقيام بهذا العمل.

وبسرور هائل وقلب مفتوح وفرح هائل، أهدي هذا العمل المتواضع لـ:
والدي الغالي عبده، ووالدتي الجميلة فاطمة، وزوجي العزيز خالد، الذي
عمل على نجاحي، بالحب والدعم والتشجيع والنصيحة الثمينة، فلا يمكن
التعبير عما يستحقه من أجل كل السعادة والمتعة والراحة والتضحيات التي
لم يتوقف عن تقديمها لي طوال الحياة.

إلى أخواني وأخواتي الرائعين دائما، أعتمد هذه الفرصة لأقول "أنا أحبكم"
إلى أولادي طلال و رود وروند، أنتم أجمل عطايا ربي لي، كم أتمنى أن
أراكم في أعلى المناصب وأعظمها، أنتم أجمل شيء في حياتي.
وإلى كل من سلك طريقا إلى العلم يبتغي به وجه الله.

المخلص

جدول المحتويات

7.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	1
8.....	مقدمة:	1.1
9.....	مشكلة البحث:	1.2
10.....	أهمية البحث:	1.3
10.....	أهمية نظرية:	1.3.1
11.....	أهمية تجريبية:	1.3.2
11.....	أسئلة البحث:	1.4
11.....	أهداف البحث:	1.5
12.....	فرضيات البحث:	1.6
13.....	نموذج البحث:	1.7
14.....	منهجية البحث:	1.8
15.....	الدراسة الميدانية:	1.9
15.....	هيكل المشروع المقترح:	1.10
16.....	الفصل الثاني: الإطار النظري	2
17.....	المقدمة:	2.1
17.....	جودة الخدمة:	2.2
17.....	مفهوم الجودة:	2.2.1
18.....	تطورات جودة الخدمة:	2.2.2
19.....	كيف يمكن تحسين جودة الخدمة؟	2.2.4
20.....	الاهتمام بزيادة جودة الخدمات المقدمة للعملاء حتى يسهل عليهم إدراكها من خلال:	2.2.5
20.....	السلوكيات الإيجابية والسلبية للموظف وتأثيرها على جودة الخدمة:	2.2.6
22.....	تأثير سرعة الخدمة على جودة الخدمة:	2.2.7
23.....	نجاح المشروع:	2.3
23.....	المقدمة:	2.3.1
23.....	مفهوم نجاح المشروع:	2.3.2
23.....	تطورات نجاح المشروع:	2.3.3
25.....	نظريات نجاح المشروع:	2.3.4

25.....	العلاقة بين جودة الخدمة ونجاح المشروع:	2.4
26.....	العوامل المؤثرة على أنماط جودة الخدمة:	2.4.1
27.....	الفجوات:	2.4.2
29.....	الخاتمة:	2.5
30.....	نتائج البحث:	2.6
30.....	قائمة المراجع:	2.7

جدول الأشكال:

Figure number رقم الشكل	Figure title عنوان الشكل	Page number رقم الصفحة
الشكل 1	نموذج الدراسة المقترح، المصدر الباحث	13
الشكل 2	ملخص تصميم الدراسة. المصدر: الباحث	14
الشكل 3	سلسلة الأرباح في المطاعم	21

1 الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة:

إن البحث في طبيعة العلاقة بين الجودة الداخلية والخارجية يعد من الأمور والأبحاث الحديثة في البيئة السعودية، ذلك لأنها تبحث محورا أساسيا في صناعة الضيافة والعاملون، لأنهم يشكلون الميزة التنافسية في صناعة المطاعم، فعندما يكون العاملون على مستوى عال من الاحتراف والمهنية في مزاولة مهنة الضيافة في المطاعم فإنهم بذلك يشكلون قاعدة أساسية في رضا الزبائن، ذلك لأن الخدمات في صناعة الضيافة لا تقدم بمعزل عن العاملين، بل أن العامل هو الأداة الأساسية في جميع إجراءات تقديم الخدمة إلى الزبائن، لذا فإن هذه الدراسة تبحث في قدرة العاملين على ضمان جودة الخدمة الخارجية المقدمة للزبائن، وكيف رضا الزبون الخارجي مرتبط ارتباطا وثيقا بالزبون الداخلي وبالتالي تحقيق النجاح والأرباح كما في مطاعم البيك للوجبات السريعة. (حماد et al، 2012)

يشهد العالم خلال السنوات الأخيرة تطورات كبيرة في مجال الخدمات مما جعلها ذات أهمية كبيرة في اقتصاد الدول الأمر الذي خلق منافسة شديدة بين مقدمي الخدمة، مما ساهم في زيادة الوعي بالمهتمين بأهمية جودة الخدمات محاولين تقييمها من خلال نماذج مقترحة من قبل بعض الباحثين في المجال، وهذا ما جعل إدارة الجودة تنمو لكونها تعتبر هاجسا للمؤسسة عليها تحقيقها، وقد اقتضى الأمر من الدول أن تهتم بموضوع الجودة وتضعه في سلم أولوياتها الاقتصادية من خلال تطوير مؤسساتها والارتقاء بأدائها العام وتحسين استخدام مواردها. لقد أصبحت النظم الاقتصادية في العالم تتميز جميعا بنسق مشترك قائم على أساس احترام المستهلك والعمل على إرضاءه، وقد اهتمت معظم المؤسسات الناجحة بالعمل على معرفة السلعة أو الخدمة التي يريدها الزبائن، وكذا مواصفاتها والدرجة الاعتمادية المرغوبة وطريقة التسليم، والسعر المناسب إلخ، إن استمرارية المؤسسات الخدمية في أداء نشاطها بشكل جيد وضمان نموها وتطورها مرهون بمدى قدرتها على جلب عدد أكبر من التعاملات، وتلبية حاجات ورغبات العملاء، إن عملية قياس جودة الخدمة هي عملية دائمة ومستمرة من أجل تطوير جودة الخدمة لنجاح المشروع. (قاضي et al، 2022)

حدث تطور هائل في عالم التسويق مما أدى إلى البحث عن أفضل وأسرع الطرق لجذب العملاء. ويعد مفهوم خدمة العملاء واحداً من أهم عوامل نجاح أي منظم. حيث العديد من المنظمات تستمد جزءاً كبيراً من أرباحها من عملائها الأوفياء. وكذلك يؤدي ولاء العملاء في مطاعم البيك للوجبات السريعة إلى ارتفاع معدل الاحتفاظ بالعملاء والنجاح المستمر للأعمال. لذلك يجب عند تشغيل أي منظمة أن يتم التركيز ليس فقط على جذب العملاء للمرة الأولى ولكن أيضاً على تطوير علاقة طويلة الأمد معهم. (المغاوري et al، 2023)

القيسي وأحمد (2012) هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير إدارة علاقات الزبون بجودة الخدمات والتعرف على واقع تطبيق العلاقة مع الزبون، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود مستوى متدن من رضا الزبون وجودة الخدمات في بعض المطاعم للوجبات السريعة.

لكي يتحقق النجاح للمشاريع وتحقق المزيد من عملية التنمية لابد وان يتوافر بها مقومات الكفاءة والجودة، وهو ما يتطلب أن تأتي هذه المشروعات ملببة لاحتياجات المجتمع المحلي من السلع والخدمات، وأن تكون قادرة في نفس الوقت على الاستفادة من الموارد المحلية سواء الموارد المادية أو البشرية (المجلس القومي للمرأة، 2002)

تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم ولاء العميل حيث كانت الدراسات في بداية ظهوره تهتم بتعريفه من الجانب السلوكي الخاص بتكرار الشراء، ثم بدأ الاهتمام بالجانب الاتجائي وهو الاهتمام ببحث اتجاهات العملاء. ولكن تعريف ولاء العميل من أحد الجانبين فقط لا يعد تعريفاً مكتملاً حيث أن الولاء السلوكي والولاء الاتجائي مكملاً لبعض البعض ويؤيدان في النهاية إلى الولاء الحقيقي. (إبراهيم et al، 2022)

1.2 مشكلة البحث:

في مجال إدارة المشاريع، توجد فجوات نظرية وتجريبية تتطلب المزيد من التحقيق ومن خلال تحديد هذه الثغرات ومعالجتها، يمكن للباحثين المساهمة في مجموعة المعرفة في إدارة المشاريع وتحسين الممارسات الحالية. تشمل مشكلة البحث في هذه الدراسة مجالين رئيسيين: الفجوات النظرية والفجوات التجريبية.

1.2.1 الفجوات النظرية:

تواجه معظم المطاعم اليوم تحديات كبيرة في الوصول إلى مستوى عال من ولاء العملاء لها. وتستخدم وسائل شتى وتنفق الكثير من الأموال من أجل جذب عدد كبير من العملاء، وتستعين بكل الطرق الحديثة ونتائج الأبحاث لتطبيق استراتيجيات فعالة من أجل الوصول لهذا الغرض من خلال جودة الخدمة، ولا يمكن انكار تعدد مطاعم الوجبات السريعة في المملكة العربية السعودية كمطعم البيك حاصلة على حق امتياز. (إبراهيم et al، 2022)

1.2.2 الفجوات العملية:

نقص المراجع المتخصصة بشكل معمق في هذا الموضوع، صعوبة تعميم نتائج البحث على كل المطاعم، نظرا لضيق الوقت والتكاليف المالية، مما جعل الدراسة تقتصر على أهم المطاعم الدولية. عدم وجود معلومات حديثة تخص المطاعم لمحاولة الحصول على المعلومات اللازمة للدراسة. (مخالفة، 2015)

نتناول هذه الدراسة التساؤل البحثي الرئيسي التالي:

ما تأثير جودة الخدمة على نجاح المشروع؟

1.3 أهمية البحث:

تكمن الأهمية النظرية والتجريبية لهذا البحث في قدرته سد الفجوات القائمة والمساهمة في النهوض بممارسات إدارة المشاريع من خلال استكشاف الفجوات النظرية والتجريبية التي تم تحديدها، تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

1.3.1 أهمية نظرية:

تتبع أهمية البحث من أهمية الموضوع ذاته، والذي يتناول مستوى الخدمات المقدمة، ومدى تماشيها وموافقتها لرغبات وحاجات الزبائن، لا سيما بعد زيادة وعيهم، وتغير أذواقهم ومتطلباتهم باستمرار، حيث أصبح ينظر الزبون للجودة كأحد المعايير الأساسية لتقييم واختيار حاجاته ورغباته، مما زاد العبء على المؤسسات، إضافة إلى أن هذا الموضوع أصبح أحد أهم انشغالات الفاعلين بالمؤسسات، والباحثين والدارسين، خاصة بعد أن عرف قطاع الخدمات تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة لينافس القطاع الصناعي في الجهود. إذ يمكن

من خلال هذه الدراسة القاء المزيد من الضوء في هذا الموضوع على شركة البيك للوجبات السريعة والتعمق في جوانبه. (عبد الرحيم & سمية، 2019)

1.3.2 أهمية تجريبية:

اختلاف تقييم الأداء الفعلي من طرف العملاء للخدمة المقدمة من قبل مطعم البيك، مع وجود علاقة ارتباط بين جودة الخدمة المقدمة ورضا العملاء، كما توصلت إلى أن مستوى الخدمات لا يرقى إلى مستوى توقعات العملاء، وأنه كلما ارتفعت جودة الخدمة كلما زاد رضا العملاء وبالتالي نجاح المشروع. (عبد الرحيم & سمية، 2019)

1.4 أسئلة البحث:

السؤال الرئيسي:

ما هو تأثير جودة الخدمة على نجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة؟

الأسئلة الفرعية:

- كيف تؤثر سرعة الخدمة على نجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة؟
- ما هي العلاقة بين دقة الخدمة ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة؟
- كيف يؤثر مظهر الموظفين وسلوكهم على نجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة؟
- ما هي العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في مطاعم البيك للوجبات السريعة؟
- ما هي العوامل التي تؤثر على جودة الخدمة في مطاعم الوجبات السريعة.

1.5 أهداف البحث:

الهدف الرئيسي:

فهم العلاقة بين جودة الخدمة ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.

الأهداف الفرعية:

- تقييم العلاقة بين سرعة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- تحديد العلاقة بين دقة الخدمة ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- فهم العلاقة بين مظهر الموظفين وسلوكهم ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- تقييم العلاقة بين نظافة المطعم ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- تحديد العوامل التي تؤثر على جودة الخدمة في مطاعم الوجبات السريعة.

1.6 فرضيات البحث:

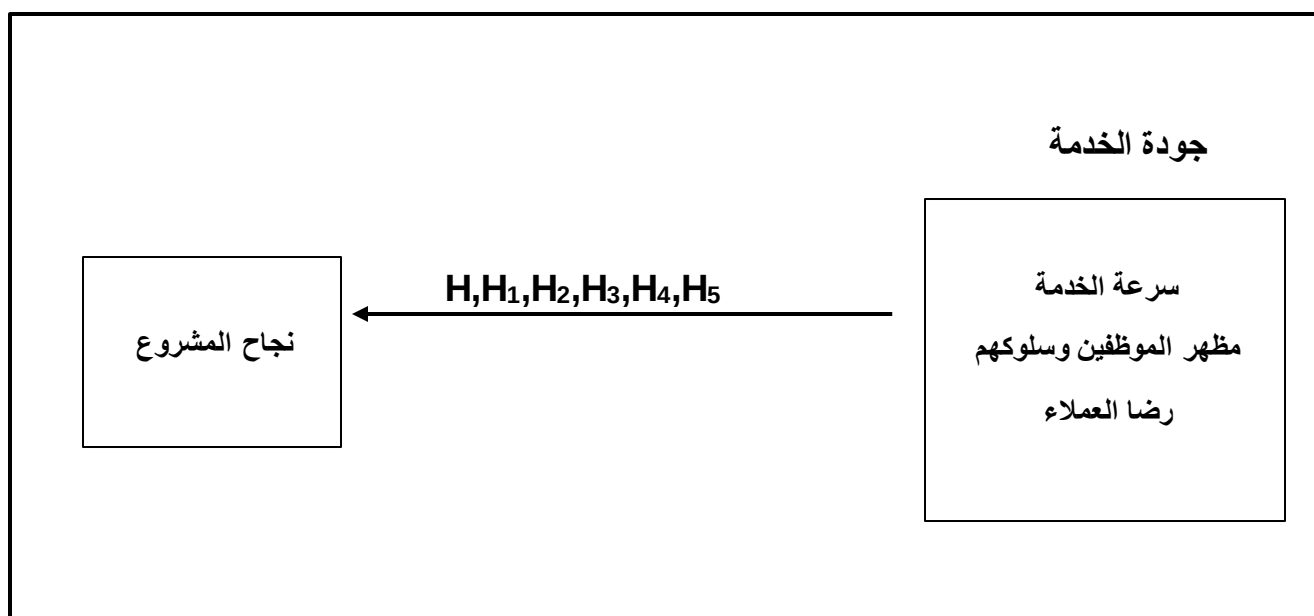
الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.

الفرضيات الفرعية:

- توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين سرعة الخدمة كأحد أبعاد جودة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين دقة الخدمة كأحد أبعاد جودة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مظهر الموظفين وسلوكهم كأحد أبعاد جودة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين نظافة المطعم كأحد أبعاد جودة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- توجد علاقة معنوية إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء في مطاعم البيك للوجبات السريعة.

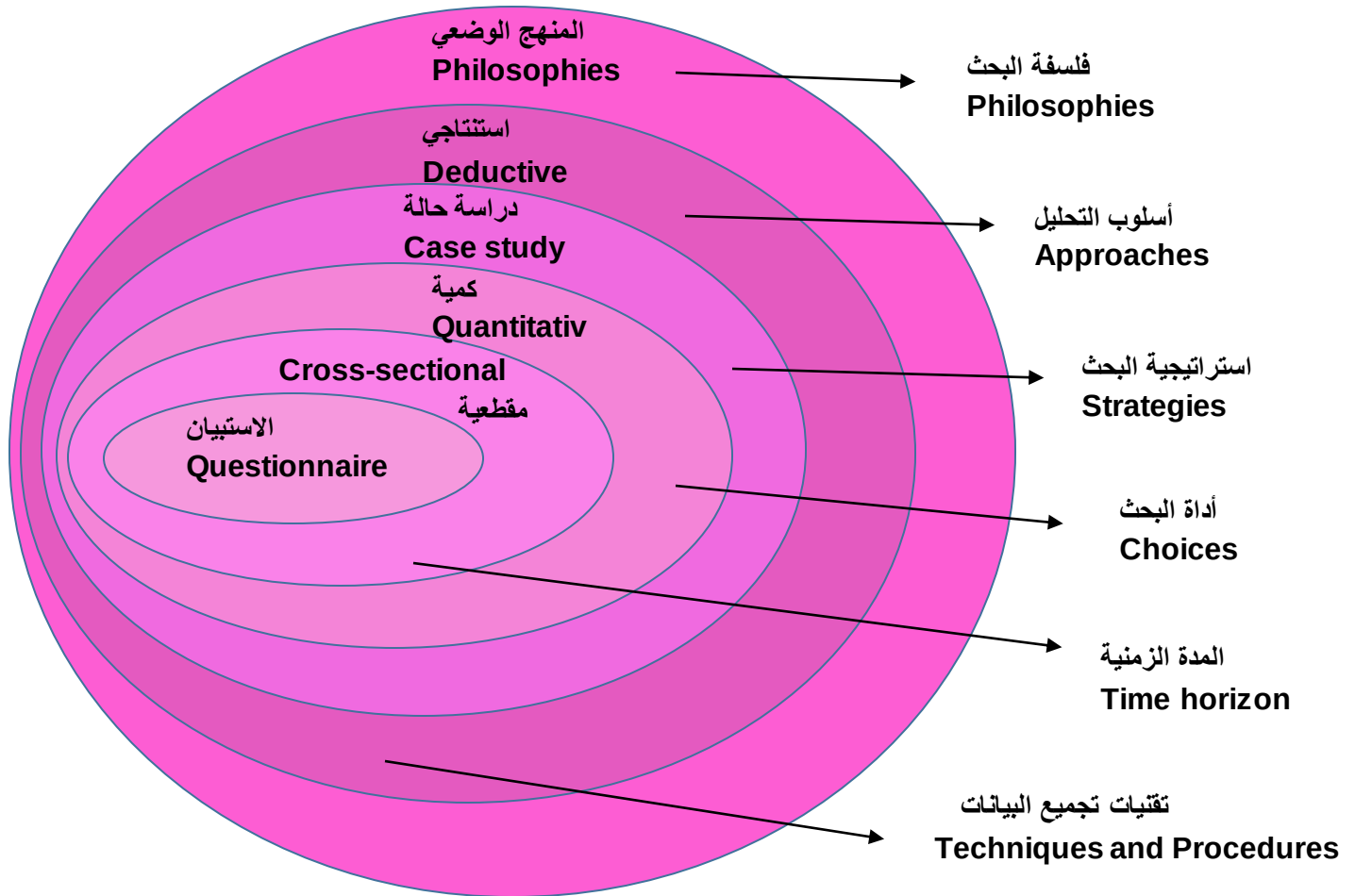
1.7 نموذج البحث:



الشكل 1: نموذج الدراسة المقترح، المصدر الباحث

1.8 منهجية البحث:

- فلسفة البحث Philosophies
- أسلوب التحليل Approaches
- استراتيجيات البحث Strategies
- أداة البحث Choices
- المدة الزمنية Time horizon
- تقنيات تجميع البيانات Techniques and Procedures
- المنهج الوضعي Positivism
- استنتاجي Deductive
- دراسة حالة Case study
- كمية Quantitative
- مقطعية Cross-sectional
- الاستبيان Questionnaire



الشكل 2: ملخص تصميم الدراسة. المصدر: الباحث

1.9 الدراسة الميدانية:

الدراسة الميدانية وذلك لحصر وتحديد مواقع مطاعم البيك للوجبات السريعة في مدينة جدة وذلك بالاستعانة بأجهزة النظام العالمي لتحديد المواقع GPS، هذا بالإضافة إلى توزيع استمارات الاستبيان التي تعد من أساسيات هذه الدراسة.

© 2023 Copyright ALBAIK Food Systems Company. ® All rights reserved ALBAIK and Logo are registered trademarks of the ELBAIK Food Systems Company S.A.

1.10 هيكل المشروع المقترح:

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	
الفصل الثاني الإطار النظري	
الفصل الثالث: منهجية البحث	
الفصل الرابع: التحليل الإحصائي	
الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة	

2 الفصل الثاني: الإطار النظري

2.1 المقدمة:

استخدم مفهوم الجودة ضمن مفاهيم عديدة ومختلفة على الرغم من عدم وجود معنى واضح ومحدد لها، فمن وجهة نظر المستفيد ترتبط الجودة بالقيمة أو الفائدة التي يحصل عليها جراء استخدامه المنتج واستفادته منه، وفي مدى قدرة المنتج على تلبية حاجات المستفيد، وهذه مسألة قد يكون فيها اختلاف كبير بين مستفيد وآخر خاصة بعد التغيير الحاصل في سلوك الزبون والذي بدأ ينظر للجودة كمعيار أساسي لتقييم ما يشيع حاجاته ورغباته من سلع وخدمات بغض النظر عن مصدرها، وقد يظهر عدم الاختلاف على نحو واضح في الخدمات التي تتصف بخصائص متعددة. (حنان & سمية، 2019)

فلجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة لبعض المطاعم والمؤسسات التي تهدف إلى تحقيق النجاح والاستقرار، ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الإنتاج، وتصنيف المنتجات بانتظار العملاء لكن في مجال الخدمات فإن العملاء والموظفين يتعاملون معاً من أجل خلق الخدمة وتقديمها على أعلى مستوى، فعلى المطاعم والمؤسسات الاهتمام بالموظفين والعملاء معاً. (حنان & سمية، 2019)

لذا سنتطرق في هذا الفصل إلى ماهية جودة الخدمات بما فيها من أبعاد وأهمية، وخطوات تحقيقها، إضافة إلى قياسها من منظور الزبائن، وذلك بعد المرور بمبحثين نتعرف فيهما على ماهية كل من الجودة والخدمة من خلال مجموعة من العناصر الأخرى. (حنان & سمية، 2019)

2.2 جودة الخدمة:

2.2.1 مفهوم الجودة:

الجودة مفهوم يشير إلى عملية يمكن من خلالها رفع مستوى المطاعم والنظام في ضوء توقعات المستفيدين (الزبائن) من خلال عملية مقننة البناء لحل المشكلات بحيث يستطيع النظام تطوير جودة الخدمة أو الأداء. (محمد أبو المواهب، 2007)

يعرفها فليب كوتلر بأنها نشاط أو انجاز مرتبطة بعملية تبادلية يقدمها طرف ما لطرف آخر ويكون أساساً غير ملموس ولا ينتج عنها أية ملكية، وإن إنتاجها أو تقديمها مرتبط بمنتج مادي أو لا تكون وعلى ضوء هذا التعريف يمكن القول إن الخدمة هي عبارة عن أنشطة غير ملموسة، تحدث

من خلال عملية تبادلية للمنافع بين طرفين، وقد تكون مقترنة بمنتج مادي أو العكس، مع عدم إمكانية نقل ملكيتها. (قاضي، et all 2022)

ويعرف فكاتيل الخدمة بأنها: أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها ما لطرف آخر، وتكون أساسا غير ملموسة، ولا تنتج عنها أية ملكية، وإن إنتاجها وتقديمها قد يكون مرتبطا بمنتج مادي ملموس أو لا يكون. (قاضي، et all 2022)

2.2.2 تطورات جودة الخدمة:

تشمل تطورات جودة الخدمة جوانب مختلفة مثل إدارة توقعات العملاء، واستخدام التطورات التكنولوجية مثل تقنيات الخدمة الذاتية وروبوتات الدردشة، وضمان الحفاظ على معايير الجودة أثناء التغييرات التنظيمية وعمليات الاستحواذ. تسعى المطاعم جاهدة لتقديم خدمات فائقة من خلال التركيز على رضا العملاء والولاء وخلق القيمة. تلعب الحوسبة السحابية دوراً مهماً في توفير الموارد حسب الطلب وتلبية توقعات جودة الخدمة (QoS) من خلال اتفاقيات مستوى الخدمة (SLAs) يؤكد تطور تسويق الخدمات على رضا العملاء والاحتفاظ بهم من خلال جودة الخدمة، مما يسلط الضوء على أهمية خلق القيمة المرتكزة على العملاء والتعريفات التي تركز على أصحاب المصلحة. من خلال دمج هذه الأفكار، يمكن للمطاعم تحسين جودة الخدمة، ودفع ولاء العملاء، وتحقيق النمو المستدام والتميز. (Pratap et al, 2023)

تتضمن تطورات جودة الخدمة إدارة توقعات العملاء، واستخدام التطورات التكنولوجية مثل تقنيات الخدمة الذاتية وروبوتات الدردشة، وإنشاء حزم خدمات ومنتجات فائقة لتحسين جودة الخدمة في المؤسسات (Pratap et al, 2023)

2.2.3 تأثير مظهر الموظفين على جودة الخدمة:

يُعدّ مظهر الموظفين أحد العوامل المؤثرة على جودة الخدمة المقدمة للعملاء. فمظهر الموظف يُشكل انطباعاً أولياً لدى العميل يؤثر على توقعاته وتقييمه للخدمة.

2.2.3.1 تأثيرات إيجابية لمظهر الموظفين على جودة الخدمة:

- المظهر الأنيق والنظيف: يُعزز الثقة لدى العميل ويُشعره بالاحترام والتقدير.
- المظهر المهني: يُضفي على الخدمة شعوراً بالاحترافية ويُعزز الثقة بكفاءة الموظف وقدرته على تقديم خدمة عالية الجودة.

- **المظهر الموحد:** يُضفي على فريق العمل مظهرًا منظمًا ومهنيًا ويُعزز شعور العميل بالثقة في جودة الخدمة المقدمة.
- **الاهتمام بالنظافة الشخصية:** يُعطي انطباعًا إيجابيًا عن الموظف ويُؤثر على شعور العميل بالراحة والاطمئنان.
- **المظهر اللائق:** يُراعي العادات والتقاليد والثقافة المحلية ويُعزز شعور العميل بالاحترام والتقدير. (كتاب "إدارة جودة الخدمة" للكاتب برناديت بوزي)

2.2.3.2 تأثيرات سلبية لمظهر الموظفين على جودة الخدمة:

- **المظهر غير الأنيق أو غير النظيف:** يُعطي انطباعًا سلبيًا عن الموظف ويُؤثر على شعور العميل بالراحة والاطمئنان.
- **المظهر غير المهني:** يُضفي على الخدمة شعورًا بالهواية وعدم الاحترافية ويُقلل من ثقة العميل بقدرة الموظف على تقديم خدمة عالية الجودة.
- **المظهر غير الموحد:** يُعطي انطباعًا عن عدم تنظيم العمل ويُقلل من ثقة العميل في جودة الخدمة المقدمة.
- **الإهمال في النظافة الشخصية:** يُعطي انطباعًا سلبيًا عن الموظف ويُؤثر على شعور العميل بالراحة والاطمئنان.
- **المظهر غير اللائق:** لا يراعي العادات والتقاليد والثقافة المحلية ويُؤثر سلبيًا على شعور العميل بالاحترام والتقدير. (كتاب "إدارة جودة الخدمة" للكاتب برناديت بوزي)

2.2.4 كيف يمكن تحسين جودة الخدمة؟

- تعد إدارة توقعات العملاء وحزم المنتجات والخدمات أمراً بالغ الأهمية لتحسين جودة الخدمة.
- يمكن أن يؤدي دمج التطورات التكنولوجية وتكنولوجيا المعلومات، مثل تقنيات الخدمة الذاتية وروبوتات المحادثة، إلى تحسين جودة الخدمة بشكل كبير.
- يمكن أن يوفر إجراء التحليل التجريبي ودراسة أفضل الممارسات في إدارة جودة الخدمة خارج الولايات المتحدة رؤى عملية لصياغة استراتيجيات فعالة.
- يمكن أن يوفر دعم الخدمة الفائق لشركات المنتجات المادية وتقديم خيارات الخدمة عبر الإنترنت ميزة تنافسية.

- يمكن أن تؤدي زيادة المنتجات باستخدام عوامل تمييز الخدمة الرئيسية، مثل الطلب والتسليم والتركيب وتدريب العملاء والصيانة، إلى تحسين جودة الخدمة. (Mladen et al, 2023)

2.2.5 الاهتمام بزيادة جودة الخدمات المقدمة للعملاء حتى يسهل عليهم إدراكها من خلال:

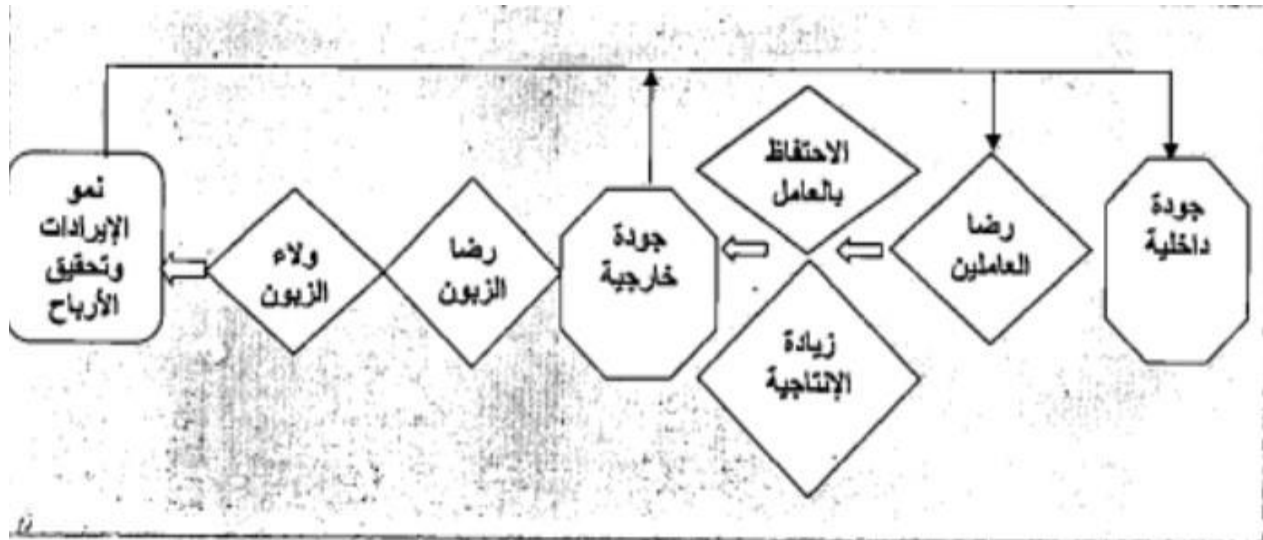
- الاهتمام بجميع العناصر المادية المصاحبة للخدمة من الأجهزة والمعدات وأدوات المائدة المستخدمة في إعداد الطعام وتناوله.
- تعيين مقدمو خدمات قادرين على سرعة الاستجابة لنداء العملاء وتقديم الخدمات لهم خلال وقت الانتظار المناسب المحدد مسبقاً.
- تدريب مقدم الخدمة على زيادة القدرة والدقة في إنجاز الخدمات المطلوبة منه وفقاً للوعود المقدمة للعملاء.
- زيادة قدرة مقدم الخدمة على بث الشعور بالأمان والطمأنينة إلى نفوس العملاء أثناء وجودهم داخل المطاعم، والتعامل مع العملاء بشكل مهذب ومحترم.
- اهتمام مقدم الخدمة بالعملاء والعمل على راحتهم وتنفيذ كل طلباتهم. (ابراهيم et al, 2022)

2.2.6 السلوكيات الإيجابية والسلبية للموظف وتأثيرها على جودة الخدمة:

- إن السلوك الأخلاقي الحميد هو كل سلوك فردي أو جماعي يستحسنه الناس مهما اختلفت مفاهيمهم وعاداتهم .
- إن للوظيفة العامة واجبات ومسؤوليات وتشمل تخصصات وأنظمة ولوائح، يجب على الموظف القائم عليها أن يستوعبها ويفهمها على أكمل وجه، ويتدرب على أفضل الطرق لتحقيق الغايات والأهداف التي أنشئت الوظيفة من أجلها. لأنه أثناء قيامه بواجباته ومهام تلك الوظيفة ال يمثل نفسه بل يمثل الدولة.
- يمكن تعريف السلوكيات الإيجابية بأنها مجموعة القواعد والقيم والمبادئ والمعايير التي يجب على الموظف الالتزام بها والتقيّد بها، وتشمل السلوكيات الإيجابية ما يلي:
- القوة والأمانة والصدق والخالص في العمل وعدم إفشاء أسرار الوظيفة
- أداء وإتقان العمل والإحساس بالواجب والمحافظة على أوقات العمل الرسمية
- تطبيق القوانين واللوائح والأنظمة النافذة واحترامها والمحافظة على المال العام.
- التفريغ للعمل الوظيفي وعدم الجمع بين الوظيفة وأي عمل آخر واحترام وطاعة الرؤساء.

- مراعاة آداب اللياقة والمظهر العام والالتزام بالألفاظ اللائقة والذوق العام في عاقلة الموظف مع الجمهور والمراجعون والرؤساء والمرؤوسين والزملاء في العمل.
- الترفع عما يخل بشرف الوظيفة العامة والكرامة والولاء للوطن والاسترشاد بالمصلحة العامة .
- نشأت ظواهر تخص السلوك غير القويم للفرد والمتمثل بعدم نزاهة ألف راد سلوكياً في العقود الأخيرة وقد تأثر الاقتصاد العربي بهذه الظواهر التي، ومالي وظيفاً بدأت تنهش في هيكل الدولة وعجزها عن مواجهة مثل هذه الظواهر إضافة إلى تحديات العولمة وما تشكل منه بعد أكثر من حرب وحصار مرت على الدول العربية، وكذلك المتغيرات السياسية الدولية.

من هذه الظواهر: الرشوة، الوساطة، الاختلاس، التزوير، استغلال السلطة، إفشاء أسرار العمل، وعدم الولاء للوطن. هذه الظواهر لها انعكاسات سلبية على أداء الموظف وبالتالي على الجودة. (عنزي، 2016)



الشكل 3: سلسلة الأرباح في المطاعم

2.2.7 تأثير سرعة الخدمة على جودة الخدمة:

تُعد سرعة الخدمة من العوامل المؤثرة على جودة الخدمة المقدمة للعملاء . فسرعة الخدمة تُشير إلى الوقت الذي يستغرقه العميل في الحصول على الخدمة منذ لحظة وصوله إلى المنشأة حتى حصوله على الخدمة ومغادرة المنشأة.

2.2.7.1 تأثيرات إيجابية لسرعة الخدمة على جودة الخدمة:

- **تقليل وقت انتظار العملاء** : يُقلل من شعور العميل بالملل والضيق ويُعزز شعوره بالرضا عن الخدمة.
- **تحسين كفاءة العمليات** : يُساهم في زيادة الإنتاجية وتقليل التكاليف وتحسين جودة الخدمة المقدمة.
- **تعزيز رضا العملاء** : يؤدي إلى زيادة ولاء العملاء وتشجيعهم على التكرار والتوصية بالخدمة للآخرين.
- **إعطاء انطباع بالاحترافية** : يُشير إلى قدرة المنشأة على إدارة وقتها وتقديم الخدمة للعملاء بكفاءة وفعالية.
- **تحسين صورة المنشأة** : يُعزز من سمعة المنشأة ويجعلها أكثر جاذبية للعملاء الجدد. (جاي ككاندا مبولي et al, 2007)

2.2.7.2 تأثيرات سلبية لسرعة الخدمة على جودة الخدمة:

- **النضحية بجودة الخدمة** : قد تؤدي السرعة المفرطة إلى النضحية بجودة الخدمة وتقديم خدمة غير مكتملة أو غير دقيقة.
- **زيادة التوتر لدى الموظفين** : قد تؤدي السرعة المفرطة إلى زيادة التوتر لدى الموظفين وتأثيره على أدائهم وتقديم خدمة غير مرضية للعملاء.
- **الشعور بالضغط لدى العملاء** : قد تؤدي السرعة المفرطة إلى شعور العميل بالضغط وعدم الراحة أثناء تلقي الخدمة.
- **إهمال احتياجات العملاء** : قد تؤدي السرعة المفرطة إلى إهمال احتياجات العملاء والاستماع إلى أسئلتهم وتقديم المشورة لهم.
- **عدم الاهتمام بالتفاصيل** : قد تؤدي السرعة المفرطة إلى عدم الاهتمام بالتفاصيل وإغفال بعض الأمور المهمة في تقديم الخدمة. (جاي ككاندا مبولي et al, 2007)

2.3 نجاح المشروع:

2.3.1 المقدمة:

تعرقل منظمات الأعمال منافسة قوية وفي شتى المجالات. والذي يكمن في نجاح هذه المنظمات هو تكيفها للمعلومات المتوفرة لها وتطويرها بما يطور مسار عملها الإنتاجي.

2.3.2 مفهوم نجاح المشروع:

عرف (Govil & Sharma,2022,p.1) النجاح في مشروعات تطوير المشروعات بأنه تسليم المشروع ضمن الإطار الزمني المحدد وكذلك أن يفي المشروع بمتطلبات العميل. كما عرفه (Iriarte&Bayona,2020,p.68) بأنه إنهاء المشروع وفق النطاق، والوقت والتكلفة، مع تحقيق الجودة، والوظيفة، وأداء المنتج، بالإضافة إلى إرضاء أصحاب المصلحة، وخاصة المستخدمين، وأخيرا أثر وفائدة المشروع على المنظمة. كما عرفه (Butler et al,2020,p.3) بأنه مدى تحقيق المشروع لأهدافه المحددة، مثل المتطلبات، والجدول الزمني، والميزانية، والجودة، والإنتاجية. كما عرف (Komal et al,2019,p.12) نجاح المشروع بأنه القدرة على إنهاء المشروع في حدود الميزانية، والمدة الزمنية المحددة، مع الالتزام بجودة المنتج للمشروع، وضمان رضا العملاء عنه. كما رأى (Agarwal&Rathod,2006,p.361) بأنه القدرة على تلبية النطاق الذي يشمل مواصفات البرنامج من حيث الأداء الوظيفي، والجودة، وضمن الميزانية والجدول الزمني، من خلال اعتماد العملية والأدوات والتقنيات المناسبة. (محمد السيد، et all 2022)

وفي ضوء ما سبق فإنه يمكن للباحثين توضيح مفهوم نجاح المشروع بأنه القدرة على ضمان منتج ناجح للمشروع في الوقت والنطاق المحددين وضمان حدود الميزانية وبالجودة التي ترضي العميل مع تحقق الأهداف الاستراتيجية وأهداف الأعمال الاستثمارية للمنظمات. (محمد السيد et all 2022)

2.3.3 تطورات نجاح المشروع:

2.3.3.1 العوامل المؤثرة على نجاح المشروع:

هناك العديد من العوامل التي يمكن أن تؤثر على نجاح المشروع، منها:

- **التخطيط الجيد:** من الضروري وضع خطة شاملة للمشروع تحدد الأهداف والمهام والجدول الزمني والميزانية والموارد اللازمة.
 - **التواصل الفعال:** يجب أن يكون هناك تواصل فعال بين جميع أصحاب المصلحة في المشروع، بما في ذلك أعضاء الفريق والعملاء والموردين.
 - **إدارة المخاطر:** من المهم تحديد المخاطر المحتملة للمشروع واتخاذ خطوات للتخفيف منها.
 - **قيادة قوية:** يجب أن يكون هناك قائد قوي للمشروع لديه القدرة على تحفيز الفريق وإلهامهم وتحقيق الأهداف.
 - **المرونة:** من المهم أن تكون مرناً وقادراً على التكيف مع التغييرات التي قد تحدث خلال المشروع.
- (هارولد كيرزنر، 2022)

2.3.3.2 مؤشرات نجاح المشروع:

هناك العديد من المؤشرات التي يمكن أن تدل على نجاح المشروع، منها:

- **إنجاز الأهداف:** هل تم تحقيق جميع أهداف المشروع؟
- **البقاء في الميزانية:** هل تم تنفيذ المشروع في حدود الميزانية المحددة؟
- **الالتزام بالجدول الزمني:** هل تم إكمال المشروع في الوقت المحدد؟
- **رضا العملاء:** هل العملاء راضون عن نتائج المشروع؟
- **تحقيق الفوائد:** هل حقق المشروع الفوائد المتوقعة؟ (هارولد كيرزنر، 2022)

2.3.3.3 نصائح لتحسين فرص نجاح المشروع:

- ضع أهدافاً واقعية وقابلة للتحقيق.
- قسم المشروع إلى مهام أصغر وأكثر قابلية للإدارة.
- ضع خطة زمنية واقعية وميزانية.
- تواصل بشكل فعال مع جميع أصحاب المصلحة.
- حدد المخاطر المحتملة واتخذ خطوات للتخفيف منها.
- كن مرناً وقادراً على التكيف مع التغييرات.
- راقب تقدم المشروع وقم بإجراء التعديلات حسب الحاجة. (هارولد كيرزنر، 2022)

2.3.4 نظريات نجاح المشروع:

يسعى رواد الأعمال وأصحاب المشاريع جاهدين لفهم العوامل التي تساهم في نجاح مشاريعهم، وتُعدّ النظريات المختلفة بمثابة أدوات تحليلية تُساعد على تفسير الظواهر وفهم مسارات المشاريع وتحديد العوامل المؤثرة على نتائجها.

2.3.4.1 أهم نظريات نجاح المشروع:

- **نظرية الأهداف** : تُركز هذه النظرية على أهمية تحديد أهداف واضحة وقابلة للقياس وقابلة للتحقيق ومحددة زمنياً وذات صلة وموجهة نحو النتائج (SMART) للمشروع، مع التأكيد على ضرورة التزام الفريق بتحقيقها. (هارولد كيرزнер, p. 15 , 2023)
- **نظرية الموارد** : تُشير هذه النظرية إلى أن نجاح المشروع يعتمد على توفر الموارد اللازمة بما في ذلك الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية والمواد الخام. (Fred R. David, p.182, 2023)
- **نظرية أصحاب المصلحة** : تُركز هذه النظرية على أهمية فهم احتياجات وتوقعات جميع أصحاب المصلحة في المشروع، مثل العملاء والمستثمرين والموظفين والحكومة والمجتمع، والعمل على تلبيتها لضمان استمرارية المشروع ونجاحه. (R. Edward Freeman, p.23, 2018)
- **نظرية القيادة** : تؤكد هذه النظرية على دور القائد في تحفيز الفريق وإلهامه وتوجيهه لتحقيق الأهداف المرجوة. (John P. Kotter, p.55, 2001)
- **نظرية البيئة** : تُشير هذه النظرية إلى أن نجاح المشروع يعتمد على قدرته على التكيف مع التغييرات البيئية مثل التغييرات الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية والاجتماعية والثقافية. (Michael E. Porter, p.17, 1998)
- **نظرية المخاطر** : تُركز هذه النظرية على أهمية تحديد المخاطر المحتملة التي قد تواجه المشروع واتخاذ خطوات استباقية للتخفيف منها أو تجنبها. (PMI, p.331, 2021)

2.4 العلاقة بين جودة الخدمة ونجاح المشروع:

أنماط جودة الخدمة ونجاح المشروع: في عالم الأعمال الديناميكي اليوم، باتت جودة الخدمة عنصراً أساسياً لضمان رضا العملاء وتحقيق النجاح المستدام للمشاريع. فمن خلال تقديم خدمة عالية الجودة،

تُمكن المنشآت نفسها من جذب العملاء الجدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين وتعزيز ولائهم، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتحقيق الأرباح. (Parasuraman et al, 2008)

2.4.1 العوامل المؤثرة على أنماط جودة الخدمة:

تتأثر أنماط جودة الخدمة بمجموعة واسعة من العوامل، وتشمل هذه العوامل:

○ نوع الخدمة:

- تختلف متطلبات جودة الخدمة من نوع خدمة إلى أخرى. فبعض الخدمات تتطلب تركيزاً أكبر على "جودة الخدمة الوظيفية" مثل كفاءة الخدمة وسرعتها وموثوقيتها (مثل خدمات البنوك والمستشفيات، بينما تتطلب خدمات أخرى تركيزاً أكبر على "جودة الخدمة العاطفية" مثل الود والتعاطف والاهتمام (مثل خدمات الضيافة والسياحة. (Kotler,2016)

○ ثقافة المنشأة:

- تلعب ثقافة المنشأة دوراً هاماً في تحديد أنماط جودة الخدمة التي تقدمها. ففي المنشآت التي تُولي اهتماماً كبيراً برضا العملاء وتُركز على الجودة، تكون أنماط جودة الخدمة أكثر تركيزاً على احتياجات العملاء وتوقعاتهم. (Caruana et al,2002)

○ استراتيجية جودة الخدمة:

- تؤثر استراتيجية جودة الخدمة التي تتبناها المنشأة على أنماط الخدمة التي تقدمها. فمن خلال تحديد الأهداف والمعايير المتعلقة بجودة الخدمة، تُمكن المنشأة نفسها من توجيه جهودها نحو تقديم خدمة تلبي احتياجات العملاء وتُحقق رضاك. (Reichheld, 2001)

○ الموارد المتاحة:

- تؤثر الموارد المتاحة للمنشأة على قدرتها على تقديم أنماط جودة خدمة عالية. فمن خلال توفر الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية اللازمة، تُمكن المنشأة نفسها من تطوير وتحسين أنماط جودة الخدمة التي تقدمها. (Kotler,2016)

○ المنافسة:

- تلعب المنافسة دوراً هاماً في تحديد أنماط جودة الخدمة التي تقدمها المنشآت. ففي الأسواق ذات المنافسة العالية، تضطر المنشآت إلى تقديم أنماط جودة خدمة مُتميزة لجذب العملاء والاحتفاظ بهم. (Reichheld, 2001)

○ التطورات التكنولوجية:

- تُؤثر التطورات التكنولوجية على أنماط جودة الخدمة التي تقدمها المنشآت . فمن خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة، تُمكن المنشأة نفسها من تقديم خدمة أكثر كفاءة ودقة وسرعة، مما يُساهم في تحسين رضا العملاء . (Caruana et al,2002)
- **توقعات العملاء:**

- تتغير توقعات العملاء باستمرار، مما يتطلب من المنشآت مواكبة هذه التغييرات وتقديم أنماط جودة خدمة تلبي احتياجات وتوقعات العملاء المتطورة. (Zeithaml,2018)
- **القوانين واللوائح:**

- تُؤثر القوانين واللوائح المعمول بها على أنماط جودة الخدمة التي تقدمها المنشآت . فمن خلال الالتزام بهذه القوانين واللوائح، تُمكن المنشأة نفسها من تقديم خدمة آمنة وموثوقة تلبي متطلبات الجهات الرسمية. (Zeithaml,2018)

2.4.2 الفجوات:

لكن على الرغم من أهمية جودة الخدمة، إلا أنها قد تُسبب بعض الفجوات التي تُعيق نجاح المشروع . وتُعرف هذه الفجوات باسم "فجوات جودة الخدمة".

وتشمل فجوات جودة الخدمة الرئيسية ما يلي:

❖ فجوة المعرفة:

- **الوصف:** تنشأ هذه الفجوة عندما لا تفهم المنشأة احتياجات وتوقعات عملائها بشكل كامل.
- **الأسباب:**
 - قلة قنوات التواصل الفعالة مع العملاء.
 - عدم تحليل ملاحظات العملاء بشكل كافٍ.
 - نقص المعرفة بسوق المنافسة. (عيد لبيب et al, 2021)
- **الآثار:**
 - تقديم خدمة لا تلبي احتياجات العملاء.
 - انخفاض رضا العملاء.
 - فقدان العملاء. (عيد لبيب et al, 2021)

❖ فجوة المعايير:

- الوصف: تنشأ هذه الفجوة عندما تحدد المنشأة معايير جودة خدمة غير مناسبة أو غير قابلة للقياس.
- الأسباب:
 - عدم وجود معايير جودة خدمة محددة.
 - عدم مشاركة الموظفين في تحديد معايير جودة الخدمة.
 - عدم مراجعة معايير جودة الخدمة بشكل دوري . (عيد لبيب et al، 2021)
- الآثار:
 - عدم اتساق جودة الخدمة.
 - صعوبة قياس وتحسين جودة الخدمة.
 - انخفاض رضا العملاء. (عيد لبيب et al، 2021)

❖ فجوة الأداء:

- الوصف: تنشأ هذه الفجوة عندما تفشل المنشأة في تحقيق معايير جودة الخدمة التي حددتها.
- الأسباب:
 - نقص التدريب على جودة الخدمة للموظفين.
 - عدم كفاية الموارد لتقديم خدمة عالية الجودة.
 - قلة التحفيز للموظفين على تقديم خدمة ممتازة. (عيد لبيب et al، 2021)
- الآثار:
 - انخفاض رضا العملاء.
 - فقدان العملاء.
 - تلف سمعة المنشأة. (عيد لبيب et al، 2021)

❖ فجوة الاتصال:

- الوصف: تنشأ هذه الفجوة عندما تفشل المنشأة في التواصل بشكل فعال مع عملائها حول توقعات جودة الخدمة وأدائها.
- الأسباب:
 - قلة قنوات التواصل مع العملاء.

- عدم الرد على ملاحظات العملاء في الوقت المناسب.
- عدم الشفافية في التعامل مع الشكاوى. (عيد لبيب et al 2021)
- الآثار:
- سوء فهم توقعات العملاء.
- انخفاض رضا العملاء.
- فقدان الثقة في المنشأة. (عيد لبيب et al 2021)

❖ فجوة الاسترداد:

- الوصف: تنشأ هذه الفجوة عندما تفشل المنشأة في تعويض العملاء عن تجارب الخدمة السيئة.
- الأسباب:
- عدم وجود سياسة واضحة لتعويض العملاء.
- صعوبة الحصول على تعويض من المنشأة.
- عدم كفاية التعويض المقدم للعملاء. (عيد لبيب et al 2021)
- الآثار:
- استمرار انزعاج العملاء.
- نشر تجاربهم السيئة مع الآخرين.
- تلف سمعة المنشأة. (عيد لبيب et al 2021)

2.5 الخاتمة:

يُعدّ مطعم البيك قصة نجاح ملهمة تجسد قدرة العزيمة والإبداع على تحقيق النجاح في أصعب الظروف. من خلال تحليل مسيرة البيك، يمكننا استخلاص الدروس المستفادة وتطوير استراتيجيات فعّالة لضمان استمرار النجاح والازدهار في عالم الأعمال التنافسي. تُقدم هذه المراجعة أدلة قوية على أن أنماط جودة الخدمة المختلفة تُؤثر على نجاح المشروع بطرق مختلفة. فمن خلال التركيز على المزيج المناسب من "جودة الخدمة الوظيفية" و "جودة الخدمة العاطفية"، تُمكن المنشآت نفسها من تحقيق رضا العملاء وتعزيز الولاء والاحتفاظ بهم وزيادة الإيرادات وتحقيق الأرباح وبالتالي نجاح المشروع. (Shostack, 1977)

تم استخدام قواعد بيانات أكاديمية مثل JSTOR و Google Scholar للبحث عن الدراسات التي تناقش أنماط جودة الخدمة وتأثيرها على نجاح المشروع. تم استخدام كلمات مفتاحية مثل "جودة الخدمة" و "أنماط جودة الخدمة" و "نجاح المشروع" و "رضا العملاء" و "الولاء" و "الإيرادات" و "الأرباح" في عملية البحث. (Shostack, 1977)

2.6 نتائج البحث:

أظهرت نتائج البحث وجود أنماط مختلفة لجودة الخدمة وتأثيرها على نجاح مطعم البيك للوجبات السريعة. فقد وجدت بعض الدراسات أن التركيز على "جودة الخدمة الوظيفية" (مثل كفاءة الخدمة وسرعتها وموثوقيتها). . دي إلى زيادة رضا العملاء وتعزيز الولاء والاحتفاظ بهم، مما يؤدي بدوره إلى زيادة الإيرادات وتحقيق الأرباح. بينما وجدت دراسات أخرى أن التركيز على "جودة الخدمة العاطفية" مثل الود والتعاطف والاهتمام يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وتعزيز الولاء والاحتفاظ بهم بشكل أكبر وبالتالي نجاح المشروع. (Kotler, 2016)

2.7 قائمة المراجع:

- إبراهيم النجار، ح، ثابت أحمد، س، & رمضان عبد الحميد، ه. ا. (2022). دور جودة الخدمة المدركة كمتغير وسيط بين التسويق الحسي وولاء العميل: بالتطبيق على قطاع مطاعم الوجبات السريعة في جمهورية مصر العربية. *المجلة المصرية للدراسات التجارية-101*, 46(4), 160. https://journals.ekb.eg/article_266235.html
- حماد، محمد، ع. ا.، علاء الدين، أحمد & سليمان أحمد. (2012). العلاقة بين جودة الخدمة الداخلية والخارجية في المطاعم ذات الخدمات الكاملة: دراسة مقارنة على عينة من المطاعم المحلية والأجنبية في عمان. *Journal of Association of Arab Universities Tourism and Hospitality*, 9(1), 1-14 for https://jaauth.journals.ekb.eg/article_61408.html?lang=ar
- سامي محمد عبد العاطي، ح. (2015). وعي الشباب بموارده البشرية وعلاقته بجودة إنتاج المشروعات الصغيرة. *مجلة بحوث التربية النوعية*. 25-1, 2015(40), https://journals.ekb.eg/article_139958.html
- عبد الرحيم حنان، & بن أمهاني سمية. (2019). تأثير جودة الخدمة على ولاء الزبائن <http://dspace.univ-quelma.dz:8080/xmlui/handle/123456789/3789>
- عبد لييب، ح & .حسن. (2021). تقييم الفجوة السادسة من نموذج الفجوات السبع لجودة الخدمة. *مجلة البحوث المالية والتجارية*. 420-498, 22(4), https://journals.ekb.eg/article_187244.html
- العنزي، عوض خلف. (2016). أخلاقيات وقيم الخدمة العامة. من منظور إداري. مكتبة الفالح للنشر والتوزيع الكويت. https://iso.journals.ekb.eg/article_233513_ba6f693c26cd09ce2005dad07f00ea46.pdf
- قاضي، عابد، كوييتي، محمد، عبادة، & أمينة. (2022). نموذج مقترح لقياس جودة الخدمة. <http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/5890>

كتاب "Project Management: A Managerial Approach" للكاتبين
Peter F. Kendrick و Harold Kerzner
<https://www.amazon.com/Project-Management-Approach-Scheduling-Controlling/dp/1118022270>

كتاب "إدارة جودة الخدمة" للكاتب برناديت بوزي
<https://www.neelwafurat.com/itempage.aspx?id=lbb221473-197362&search=books>

كتاب (إدارة جودة الخدمة ؛ في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ) لـ جاي ككاندا
مبمولي، كوني موك، بيفرل سي سباركس
<https://www.neelwafurat.com/itempage.aspx?id=lbb188019-156987&search=books>

محمد أبوالمواهب، م. (2016). معايير جودة برامج الدمج لذوي الإعاقة في المدارس
العادية بمنطقة الجوف بالمملكة العربية السعودية. مجلة كلية التربية (أسيوط) ، 32(1)،
https://journals.ekb.eg/article_106867_0.html

محمد، أ. ا. ط. م. & أحمد السيد طارق محمد. (2019). دراسة أثر جودة خدمة
شبكة المعلومات الدولية في ولاء عملاء شركات الاتصالات المصرية . Journal of
Environmental Studies and Researches, 9(3), 331-337.
https://journals.ekb.eg/article_68822.html

مخالفة. (2015). تأثير جودة الخدمات على رضا الزبائن.
<http://dspace.univ-guelma.dz:8080/xmlui/handle/123456789/9238>

المغاورى، آيات سعيد المغاورى محمد، إبراهيم، ليلي عثمان، & شلتوت.
(2023). واقع جودة الخدمة ببعض الأنديسة الصحية. المجلة العلمية لعوم وفنون
الرياضة. 311-323.
<https://doi.org/10.21608/ijssaa.2023.217156.2054>

© 2023 Copyright ALBAIK Food Systems Company. ® All
rights reserved ALBAIK and Logo are registered trademarks of the
ELBAIK Food Systems Company S.A.

Caruana, A., & Crane, B. (2002). Service quality: The key to
customer satisfaction and loyalty. International Journal of Service
Industry Management, 13(2), 167-184.

Fred R. David, "Strategic Management: Concepts and
Applications", 16th Edition, Pearson, 2023, p. 182.

John P. Kotter, "What Great Leaders Do", Harvard Business
Review, December 2001, p. 55.

Kotler, P. (2016). Marketing management. Pearson.

Michael E. Porter, "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors", 4th Edition, Free Press, 1998, p. 17.

Mladen, Pancić, Ivan, Kristek, Saša, Ilić. (2018). Importance of Service Quality in a Company's regional development - challenges and opportunities. 4(5):146-150. <https://typeset.io/papers/importance-of-service-quality-in-a-companys-regional-4ub86igbpq>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2008). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perception of service quality. Journal of retailing, 64(1), 12-31.

PMI, "A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)", 7th Edition, Project Management Institute, 2021, p. 331.

Pratap, Chandra, Mandal. (2023). Management of Service Quality with Involvement of Technological Developments in Organizations. International Journal of Technology Diffusion, doi: 10.4018/ijtd.319975

R. Edward Freeman, "Stakeholder Management: Impact, Basics, Practice", 3rd Edition, Cambridge University Press, 2018, p. 23.

Reichheld, F. F. (2001). The loyalty effect: The hidden force behind growth, profits, and lasting customer relationships. Harvard Business School Press.

Shostack, G. L. (1977). Breaking free from product-based marketing. Journal of marketing, 41(3), 73-80.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., & Rust, R. T. (2018). Delivering superior customer value: Balancing and integrating products and services. Journal of marketing, 82(1), 34-52.