

جامعة ميدأوشن
كلية إدارة الأعمال
قسم إدارة المشاريع

مشروع تخرج - 1

العلاقة بين إدارة أصحاب المصلحة وتحقيق أهداف المشاريع التسويقية في
العيادات التجميلية بمدينة الرياض

إعداد الطالبة: دعاء ياسين إبراهيم

إشراف : د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس – كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

□

الفهرس

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة 3

1.1 المقدمة

4.....

1.2 مشكلة

البحث.....

5.....

1.2.1 فجوات على مستوى النظري

6

1.2.2 فجوات على مستوى التطبيقي

6.....

1.3 أهمية

البحث.....

7.....

1.3.1 على مستوى النظري

8.....

1.3.2 على مستوى التطبيقي

8.....

1.4 قائمة المراجع

9.....

الفصل الأول : الاطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

تعد إدارة أصحاب المصلحة من العوامل الأساسية لنجاح أي مشروع، لاسيما في القطاع الصحي والخدمات التجميلية، حيث يعتمد نجاح العيادات التجميلية على رضا العملاء، وكفاءة الموظفين، والتنسيق مع الموردين والإدارة العليا

وتلعب المشاريع التسويقية دوراً مهماً في تعزيز الميزة التنافسية وزيادة عدد العملاء، مما يجعل إدارة أصحاب المصلحة عنصراً حيوياً لضمان تنفيذ هذه المشاريع بنجاح وتحقيق أهدافها المرجوة ويهدف هذا البحث

إلى دراسة العلاقة بين إدارة أصحاب المصلحة وتحقيق أهداف المشاريع التسويقية في العيادات التجميلية، مع التركيز على أفضل الممارسات والتحديات التي تواجه مديري المشاريع في هذا القطاع، سعياً لتقديم توصيات عملية تساعد على تحسين الأداء ونجاح المشاريع التسويقية .

مشكلة البحث 1.2

تواجه العديد من العيادات التجميلية في مدينة الرياض تحديات متعددة تتعلق بتحقيق أهدافها التسويقية بفعالية، رغم زيادة المنافسة وتطور استراتيجيات التسويق في القطاع الصحي التجميلي ويُعزى ذلك في كثير من الأحيان إلى ضعف في إدارة أصحاب المصلحة، سواء من حيث تحديد احتياجاتهم، أو إشراكهم في مراحل التخطيط والتنفيذ، أو التواصل المستمر معهم لضمان رضاهم وولائهم.

وتُعد إدارة أصحاب المصلحة من العوامل الجوهرية التي تؤثر على نجاح المشاريع التسويقية، إذ تساهم في تحسين التنسيق بين الأطراف المختلفة داخل العيادة وخارجها، بما في ذلك الإدارة العليا، والموظفين، والموردين، والعملاء.

فجوات على مستوى النظري :

رغم وجود العديد من الدراسات التي تناولت إدارة أصحاب المصلحة في المجالات الإدارية والصحية، إلا أن هناك ندرة في الدراسات التي بحثت العلاقة بين إدارة أصحاب المصلحة وتحقيق الأهداف التسويقية في العيادات التجميلية، خاصة في البيئة السعودية .

فجوات على مستوى التطبيقي :

أما على المستوى التطبيقي، فتُلاحظ فجوة واضحة في تطبيق ممارسات إدارة أصحاب المصلحة داخل العيادات التجميلية في الرياض، حيث لا توجد استراتيجيات واضحة للتواصل مع أصحاب المصلحة أو لقياس أثرهم في نجاح الحملات التسويقية أما على المستوى التطبيقي، فتُلاحظ فجوة واضحة في تطبيق ممارسات إدارة أصحاب المصلحة داخل العيادات التجميلية في الرياض، حيث لا توجد استراتيجيات واضحة للتواصل مع أصحاب المصلحة أو لقياس أثرهم في نجاح الحملات التسويقية

: وبناءً على ذلك، تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي

ما العلاقة بين إدارة أصحاب المصلحة وتحقيق الأهداف التسويقية في العيادات التجميلية بمدينة الرياض

1.3 أهمية البحث

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تتناول موضوعاً حيوياً وحساساً في بيئة الأعمال المعاصرة، وهو إدارة أصحاب المصلحة ودورها في تحقيق الأهداف التسويقية في العيادات التجميلية بمدينة الرياض. إذ يشهد هذا القطاع نمواً متسارعاً وتنافساً متزايداً يتطلب من إدارات العيادات تبني استراتيجيات فعالة

لإدارة العلاقات مع مختلف أصحاب المصلحة، سواء كانوا عملاء، أو موظفين، أو موردين، أو جهات تنظيمية.

كما تسهم الدراسة في إثراء الجانب النظري من خلال ربط مفهوم إدارة أصحاب المصلحة بمجال التسويق في القطاع الصحي التجميلي، وهو مجال لم يحظَ بعدُ . بما يكفي من الدراسات الأكاديمية في البيئة السعودية

أما من الناحية العملية، فإن نتائج هذه الدراسة ستساعد أصحاب القرار في العيادات التجميلية على تحسين أساليب التواصل والتفاعل مع أصحاب المصلحة بما يضمن تحقيق رضا العملاء وتعزيز ولائهم، وبالتالي رفع كفاءة الأداء التسويقي وزيادة فرص النجاح في مشاريعهم .

فجوات على مستوى النظري :

تسهم هذه الدراسة في إثراء المعرفة العلمية المتعلقة بإدارة أصحاب المصلحة في المشاريع التسويقية، من خلال ربط هذا المفهوم بممارسات التسويق في العيادات التجميلية، وهو مجال لم يحظَ بعدُ بما يكفي من الدراسات الأكاديمية في البيئة السعودية. كما تقدم إطارًا نظريًا يساعد على فهم كيفية تأثير إدارة أصحاب المصلحة على تحقيق الأهداف التسويقية، مما يضيف بعدًا جديدًا للأدبيات الإدارية والتسويقية الحديثة .

فجوات على مستوى التطبيقي :

من الناحية التطبيقية، تبرز أهمية الدراسة في قدرتها على تقديم توصيات عملية لأصحاب القرار في العيادات التجميلية بمدينة الرياض، من خلال توضيح كيفية توظيف إدارة أصحاب المصلحة لتحسين أداء المشاريع التسويقية. كما تساعد النتائج المحتملة لهذه الدراسة في تطوير استراتيجيات تسويقية فعّالة تعزز رضا العملاء وولائهم، وتسهم في رفع كفاءة التواصل الداخلي والخارجي للعيادات

مقال عبدالرحمن عزواي أصحاب المصلحة في المشروع وتحديدهم وإدارتهم
منصة بكة أصحاب المصلحة : مفهومهم وأنواعهم على النجاح المشروع .
فريق التحرير. (2025، 4 أكتوبر). تسويق العيادات التجميلية في السعودية: بين شفافية
النظام ودهاء التسويق