

مهارات بحثية

Prepared by

أمل الحربي



Chapter

01

يكتب الباحث عنوان لمتغيرات يختارها



عنوان البحث

دور قسم الجودة في تنمية المنشآت الصغيرة: دراسة في قطاع المطاعم

بالرياض

إعداد :

أمل حسين الحربي

إشراف :

الدكتور الفاضل عبد الحميد والدكتور فاني حيدر

Chapter
01

المتغيرات :

المتغير المستقل :قسم الجودة

المتغير التابع :تنمية المنشآت الصغيرة

المتغير الوسيط :قطاع المطاعم بالرياض

المتغير قسم الجودة

تم إجراء العديد من الدراسات للبحث في جودة أنواع مختلفة من المطاعم في العديد من البلدان وتم اقتراح العديد من أبعاد الجودة كمتغيرات مستقلة لها علاقات مع متغيرات تابعة مختلفة نظرت الأبحاث السابقة في بعض الجوانب الكمية لعمليات المطاعم وتم التحقيق في تحليلات النسب في دراسة استكشافية للتنبؤ بفشل المطعم وتم تحديد كثافة المطاعم معدل دوران الملكية على أنها مرتبطة ارتباطاً وثيقاً وقد استنتج في دراسات سابقة أن الإدارة الفعالة للدورة حياة الأسرة وقضايا نوعية الحياة أكثر أهمية لنمو وتطور المطعم كما وجدوا أن معدل في صناعة المطاعم يأتي من التقليل من صعوبة بيئة الأعمال والافتقار المطلق إلى قسم مراقبة الجودة في أي قطاع من قطاعات المطاعم (Al-Tit,2019)

تظهر أبعاد عديدة لجودة المطاعم بين القطاعات المختلفة مع بعض النماذج المقترحة لجودة خدمة المطاعم في البلدان الإسلامية ويتكون من ثمانية أبعاد البيئة المادية العامة والبيئة المادية الإسلامية وجودتها المطاعم و وقت الانتظار والموظفين والعملية والخبرة ذات الصلة بالإسلام وجودة الحالات استكشفت بعض الدراسات السابقة تصورات العملاء لجودة خدمة المطاعم في باكستان باستخدام خمسة أبعاد جودة الطعام والأشياء الملموسة والموظفين صراحة والله صبح وتشمل العوامل المحتملة التي تؤثر بالتأكيد على جودة خدمة مطاعم الوجبات السريعة دراسة العلاقة بين تجربة العملاء والجودة الشاملة واستخدموا ثلاثة أبعاد رئيسية لقياس الجودة الإجمالية للمطاعم جودة الخدمة وجودة الطعام وجودة أجواء المطعم في دراسة تستند إلى خدمة المطاعم المحلية وجودة الطعام وجد أن لها تأثير إيجابي كبير على رضا العملاء وولائهم وأضافوا أن توفير طعام عالي الجودة مهم بشكل خاص لرضا العملاء في المطاعم المحلية لفحص عوامل نجاح المطاعم المستقلة كشفت أن النجاح لا يمكن أن يستمر دون عدد من العوامل التي تعمل مع بعضها (Lahyani,2024)

:المتغير الثاني تنمية المنشآت الصغيرة :

الشركات الصغيرة هي شريان الحياة للاقتصاد لأنها توفر فرص عمل وتساهم في الناتج المحلي الإجمالي للأمة وتعمل الشركات الصغيرة على استكمال الشركات الكبيرة في الصناعة في الشركات الكبيرة دائما ما تكون في حاجة إلى أجزاء أو مكونات خارج نطاقها لكن مع تدخل الشركات الصغيرة والمنظمات توفير هذه المكونات بشكل قانوني وكمثال على ذلك تدفع جنرال موتورز ٩٠ مليارا دولار سنويا لمورديها الصغار والواقع أن المستفيدين الحقيقيين مشاريع تنظيم المشاريع هم الشركات الكبيرة التي تعتمد كل يوم على هذه الخدمات والمنتجات التقليدية الجديدة (Carolan,2018)

يجب على الشركات الصغيرة أداء بعض وظائف الأعمال الأساسية للنجاح في بيئة تنافسية ضمن استراتيجيات التسويق الناجحة والتنفيذ مفهوم التسويق والاستخدام الفعال لأبحاث العلامات التجارية بالنسبة للشركات القائمة ويستخدم قادة الأعمال أبحاث السوق لتحديد الحاجة إلى تطوير منتجات جديدة واستكشاف الحاجة إلى خدمات جديدة وتحديد ما إذا كان سيتم توسيع الأعمال التجارية أم لا فهو المفتاح لاكتساب ميزة تنافسية هو استكشاف البيانات لفهم سلوك العملاء وقاعدة عملاء قطاع السوق وتقديم خدمات مخصصة والتركيز على مشاركة العملاء وصنع القرار من حيث صلته بالتنبؤ بالولاء للعلامة التجارية (Attia,2018)

دراسة سابقة تجمع بين المتغيرين :

دراسة (محمد , ٢٠١٨)هدفت إلى دراسة أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على تشغيل مشاريع التمويل الأصغر حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي والتحليلي وكانت عينة عشوائية شملت العاملين والمستفيدين من التمويل الأصغر بمؤسسة التنمية الاجتماعية واستخلص منها أنه توجد علاقة إحصائية أثر الجودة الشاملة وتقويم المشروعات وتوجد علاقة إحصائية بين التحسين المستمر والعمل بروح الفريق والمشاركة في اتخاذ القرار كما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق معايير إدارة الجودة الشاملة ورضا المستفيدين من التمويل الأصغر وتوصل البحث لعدد من النتائج وهو قوة العلاقة الإحصائية بين التحسين المستمر ودعم ومساندة الإدارة العليا والعمل بروح الفريق وتقديم الباحث بعدد من التوصيات التي تتبنى مؤسسة التنمية الاجتماعية تقنيات حديثة في متابعة المستفيدين من التمويل الأصغر والاستفادة من تقنيات الهواتف التي تتيح إمكانية استعراض سير عملية السداد والموقف المالي للمشروع وتعزيز مؤشرات التقييم والمتابعة لأداء مشروعات التمويل الأصغر والوعي بثقافة الجودة الشاملة

دراسة سابقة تجمع بين المتغيرين :
دراسة (بدر , ٢٠١٧) هدفت إلى دراسة جودة المطعم ورضا العملاء حيث شملت الدراسة ١٠٠ مطعم داخل المملكة العربية السعودية منها ٧٠ منشأة صغيرة و ٣٠ كبيرة وتم قياس الجودة عبر ١١ بعدا شاملا أبرزها الجودة الحلال جودة الطعام النظافة جودة القائمة الأجواء الداخلية والخارجية الدقة والاعتمادية الاستجابة والسعر وقد تم توزيع استبانة تحتوي على ٣٣ بنداً وشارك فيها ٢٨٩ عميلاً عشوائياً وأهم النتائج المستخلصة من قسم الجودة أو ممارسة الجودة في المطعم تؤثر بشكل مباشر على رضا الزبائن وهو ما يمكن أن يقود إلى نمو المنشأة الصغيرة من خلال توصيات العملاء وتكرار الزيارة وكذلك الأبعاد التشغيلية مثل سرعة الخدمة ودرجة النظافة ودقة الطلب وجودة الطعام لها أثر قوي على الانطباع العام للمستهلك وكذلك وجود قسم رسمي للجودة قد يساعد في ربط هذه الأبعاد بشكل منظم ومنهجي لتحقيق تحسين مستمر



مجموعة جامعة
الجميع الذكية
للتعليم القابضة

MIDOCEAN
UNIVERSITY



Thank You

