

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص

عنوان المشروع

دور الاتصال الفعال في المشاريع في تحسين رضا العملاء

أسم الطالبة

فاطمة محمود الريفي

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

د. رقية صلاح

د. سارة فريد

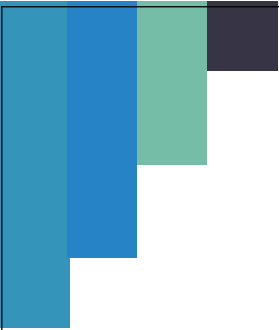
د. علاء احمد

عضو هيئة التدريس كلية الإدارة جامعة ميد أوشن

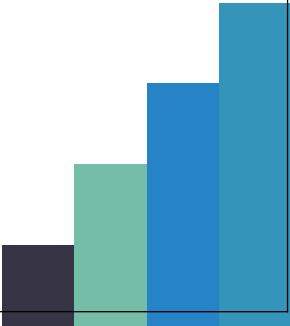
الفصل الدراسي / التاسع التاريخ 2026 /2/27

جدول المحتويات

1.....	1.1.1 الفصل الأول
2.....	1.1.2 عنوان البحث
3.....	1.1.3 مقدمة البحث
4.....	1.1.4 مشكلة البحث
5.....	1.1.5 أهمية البحث
6.....	1.1.6 الفصل الثاني
7.....	1.1.7 أسئلة البحث
8.....	1.1.8 أهداف البحث
9.....	1.1.9 فرضيات البحث
10.....	1.1.10 نموذج البحث
11.....	1.1.11 منهجية البحث
12.....	1.1.12 الدراسة الميدانية للبحث
13.....	1.1.13 مخطط البحث المقترح
14.....	1.1.14 الفصل الثالث
15.....	1.1.15 الدراسة السابقة
16.....	1.1.16 المتغير المستقل
17.....	1.1.17 المتغير التابع
18.....	1.1.18 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
19.....	1.1.19 الخاتمة
20.....	1.1.20 قائمة المراجع



الفصل الأول



عنوان البحث : دور الاتصال الفعال في المشاريع في تحسين رضا العملاء



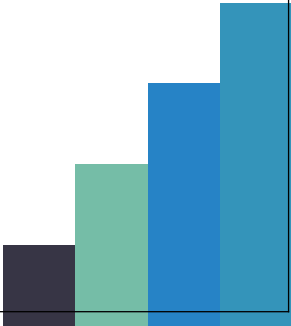
المقدمة

يُعتبر الاتصال الفعال من العناصر الأساسية لنجاح أي مشروع، إذ يلعب دورًا محوريًا في تحسين جودة العمل وتحقيق أهداف المشروع بكفاءة. فالقدرة على تبادل المعلومات بشكل واضح ودقيق بين أعضاء فريق المشروع ومديري المشروع والعملاء تساعد على تقليل الأخطاء وسوء الفهم، وتزيد من فعالية اتخاذ القرارات. بالإضافة إلى ذلك، يساهم الاتصال الجيد في تعزيز الثقة بين جميع الأطراف، ويُسهل حل المشكلات التي قد تواجه المشروع أثناء التنفيذ.

في عصر الاقتصاد التنافسي والتطور السريع في الأسواق، أصبح رضا العملاء من أهم مقاييس نجاح المشاريع. فالمشاريع التي تنجح في تلبية توقعات العملاء والحفاظ على جودة الخدمة غالبًا ما تحقق نجاحًا طويل الأمد وتتمتع بسمعة طيبة في السوق. ومع ذلك، لا تزال بعض المشاريع تعاني من ضعف الاتصال بين فرق العمل و العملاء، ما يؤدي إلى مشكلات في تلبية الاحتياجات وتراجع مستوى رضا العملاء.

وبالتالي، تبرز أهمية دراسة دور الاتصال الفعال في المشاريع، لفهم مدى تأثيره على رضا العملاء وكيفية تحسينه. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الاتصال الفعال ومستوى رضا العملاء، وتقديم توصيات عملية لتعزيز مهارات الاتصال داخل فرق المشروع، وتطبيق أساليب اتصال مبتكرة تساهم في رفع مستوى رضا العملاء وتحقيق أهداف المشروع بفعالية أكبر.

كما تسعى الدراسة إلى سد الفجوات النظرية والتطبيقية في هذا المجال، إذ تشير المراجعة الأولية للدراسات السابقة إلى وجود نقص في الدراسات التي تربط بين الاتصال الفعال ورضا العملاء في المشاريع المحلية، إضافة إلى قلة الدراسات الميدانية التي تقيس هذا الأثر بشكل دقيق على أرض الواقع.





مشكلة الدراسة

تواجه المشاريع في العصر الحديث تحديات كبيرة تتعلق بتحقيق رضا العملاء وضمان نجاح المشروع، حيث يعد الاتصال الفعال بين فرق العمل والعملاء من أبرز العوامل التي تؤثر على جودة النتائج. على الرغم من الاهتمام الواسع بإدارة المشاريع، إلا أن العديد من المشاريع ما زالت تعاني من ضعف التواصل، سواء في تبادل المعلومات أو فهم احتياجات العملاء بشكل صحيح، مما يؤدي إلى عدم تحقيق رضاهم بالشكل المطلوب.

فجوات على المستوى النظري

نقص الدراسات الأكاديمية التي تربط بشكل مباشر بين جودة الاتصال الفعال ورضا العملاء في المشاريع الحديثة.

غياب الأطر النظرية الواضحة التي تحدد مكونات الاتصال الفعال وأثر كل مكون على رضا العملاء.

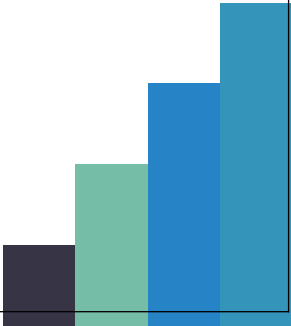
قلة الدراسات التي تقدم نماذج تحليلية توضح العلاقة بين الاتصال والتفاعل مع العملاء وتأثيره على نجاح المشروع.

فجوات على المستوى التطبيقي

ضعف الدراسات الميدانية التي تقيس تأثير الاتصال الفعال على رضا العملاء في المشاريع المحلية.

عدم وجود أدوات قياس واضحة لتقييم جودة الاتصال بين فرق المشروع والعملاء.

قصور في استراتيجيات التواصل التي تعتمد على الشركات لضمان رضا العملاء وتحسين تجربة العميل في المشاريع.





السؤال الرئيسي للدراسة:

كيف يؤثر الاتصال الفعال في المشاريع على مستوى رضا العملاء؟

أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من الدور الحيوي الذي يلعبه الاتصال الفعال في نجاح المشاريع وتحقيق رضا العملاء، حيث يُعد رضا العملاء مؤشراً رئيسياً على جودة أداء المشاريع وكفاءة فرق العمل. ومن خلال دراسة العلاقة بين الاتصال الفعال ورضا العملاء، يمكن الوصول إلى توصيات علمية وعملية تساهم في تحسين إدارة المشاريع وتعزيز جودة الخدمات المقدمة.

على المستوى النظري:

إثراء المعرفة الأكاديمية في مجال إدارة المشاريع، من خلال دراسة العلاقة بين الاتصال الفعال ورضا العملاء.

سد الفجوات النظرية الموجودة في الدراسات السابقة المتعلقة بتأثير الاتصال على رضا العملاء.

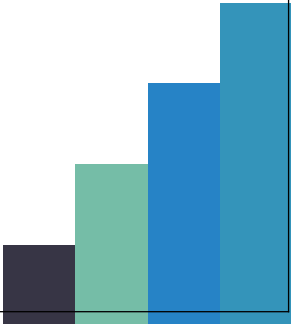
تقديم إطار مفاهيمي يساعد الباحثين المستقبليين على دراسة الاتصال الفعال في سياقات مختلفة للمشاريع.

على المستوى التطبيقي:

وفير توصيات عملية لمديري المشاريع لتعزيز مهارات الاتصال مع فرق العمل والعملاء.

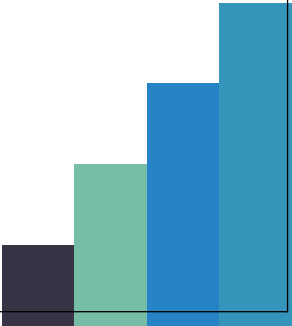
تحسين جودة التواصل في المشاريع، بما يساهم في زيادة رضا العملاء ورفع مستوى ولائهم.

مساعدة الشركات والمؤسسات في تطوير استراتيجيات اتصال فعّالة تضمن تنفيذ المشاريع بنجاح وتحقيق أهدافها بأعلى كفاءة ممكنة.





الفصل الثاني





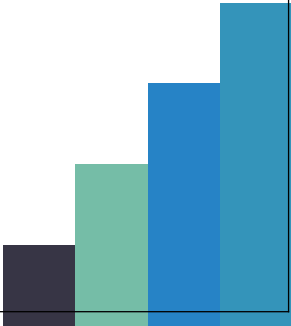
أسئلة الدراسة

تسعى هذه الدراسة للإجابة عن مجموعة من الأسئلة البحثية التي تهدف إلى توضيح دور الاتصال الفعال في المشاريع وتأثيره على رضا العملاء، وهي كما يلي:

1. ما مدى فعالية الاتصال بين فرق المشروع والعملاء في المشاريع محل الدراسة؟
2. كيف يؤثر مستوى وضوح ودقة المعلومات المتبادلة على رضا العملاء؟
3. ما العلاقة بين التواصل المنتظم مع العملاء وتحقيق توقعاتهم؟
4. ما أثر استخدام وسائل الاتصال المختلفة على جودة تجربة العملاء؟
5. هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاتصال الفعال ورضا العملاء في المشاريع؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تسلط الضوء على دور الاتصال الفعال في المشاريع وأثره على رضا العملاء، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

1. تقييم مستوى الاتصال الفعال بين فرق المشروع والعملاء في المشاريع محل الدراسة.
 2. تحليل أثر وضوح ودقة المعلومات المتبادلة على رضا العملاء.
 3. دراسة تأثير التواصل المنتظم والمستمر مع العملاء على تلبية توقعاتهم.
 4. التعرف على أثر استخدام وسائل الاتصال المختلفة في تحسين تجربة العملاء وجودة الخدمات المقدمة.
 5. اختبار وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاتصال الفعال ورضا العملاء، وتحديد طبيعتها.
- 

6. فرضيات الدراسة

نأى على أسئلة وأهداف الدراسة، تم صياغة الفرضيات التالية:

الفرضية الرئيسية

- H1: هناك علاقة إيجابية وذات دلالة إحصائية بين الاتصال الفعال في المشاريع ورضا العملاء.

الفرضيات الفرعية

- H1a: جودة وضوح ودقة المعلومات المتبادلة بين فرق المشروع والعملاء تؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء.
- H1b: التواصل المنتظم والمستمر مع العملاء يساهم في تحسين مستوى رضاهم عن المشروع.
- H1c: استخدام وسائل الاتصال المناسبة والمتنوعة يؤدي إلى رفع جودة تجربة العملاء وتحقيق رضاهم.

نموذج الدراسة

يعرض نموذج الدراسة العلاقة بين الاتصال الفعال في المشاريع كمتغير مستقل، ورضا العملاء كمتغير تابع، حيث يفترض أن تحسين الاتصال يساهم في رفع مستوى رضا العملاء.

المتغيرات:

- المتغير المستقل: الاتصال الفعال في المشاريع، ويشمل:

o وضوح المعلومات

o دقة المعلومات



- o التواصل المنتظم
- o استخدام وسائل الاتصال المناسبة
- المتغير التابع: رضا العملاء، ويشمل:
 - o تحقيق توقعات العملاء
 - o جودة الخدمة المقدمة
 - o تجربة العميل العامة

وضوح المعلومات



دقة المعلومات

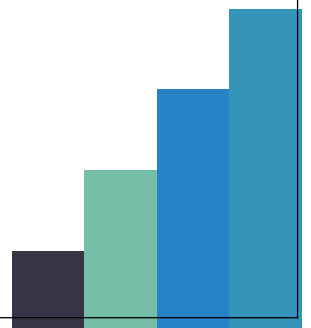


التواصل المنتظم —> رضا العملاء



استخدام وسائل الاتصال

يوضح هذا النموذج أن الاتصال الفعال بجميع عناصره يسهم بشكل مباشر في تحسين رضا العملاء، مما يمثل الفرضية الأساسية لهذه الدراسة.





منهجية الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل دور الاتصال الفعال في المشاريع وتأثيره على رضا العملاء، ولتحقيق ذلك تم اعتماد منهجية وصفية تحليلية تجمع بين الأساليب الكمية والنوعية.

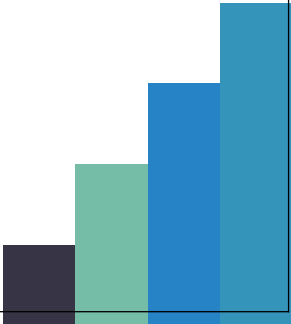
منهج البحث

- المنهج الوصفي التحليلي: يتم استخدام هذا المنهج لوصف واقع الاتصال في المشاريع وقياس مدى تأثيره على رضا العملاء، مع تحليل البيانات لتحديد العلاقة بين المتغيرات.

أدوات جمع البيانات

- الاستبيانات: تم تصميم استبيان موجه للعملاء وفرق المشاريع لقياس جودة الاتصال ومدى رضا العملاء.
- المقابلات الشخصية: أجريت مقابلات مع مجموعة من مديري المشاريع لاستخراج بيانات نوعية حول أساليب الاتصال المستخدمة وتأثيرها على العملاء.

مجتمع وعينة الدراسة

- مجتمع الدراسة: يشمل العملاء وفرق العمل في عدد من المشاريع المحلية في مختلف القطاعات.
 - عينة الدراسة: تم اختيار 100 عميل و10 مديري مشاريع بشكل عشوائي ومناسب لضمان تمثيل البيانات.
- 



طريقة تحليل البيانات

- استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية مثل النسب والتكرارات والمتوسطات لقياس خصائص البيانات.
- اختبار الفرضيات باستخدام تحليل الارتباط والانحدار لتحديد العلاقة بين الاتصال الفعال ورضا العملاء.

الدراسة الميدانية

تهدف الدراسة الميدانية إلى جمع البيانات من واقع المشاريع المحلية لتحليل تأثير الاتصال الفعال على رضا العملاء. وقد تم تصميم خطة ميدانية تشمل الخطوات التالية:

1. تصميم أدوات البحث:

تم إعداد استبيان مكون من مجموعة أسئلة مغلقة ومفتوحة لتقييم عناصر الاتصال الفعال (وضوح المعلومات، دقة المعلومات، التواصل المنتظم، استخدام وسائل الاتصال) وقياس مستوى رضا العملاء.

تم إجراء مقابلات شبه منظمة مع مديري المشاريع لفهم الاستراتيجيات المتبعة في الاتصال مع العملاء وأثرها على تجربة العملاء.

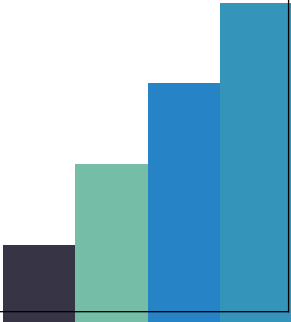
2. تنفيذ الدراسة الميدانية:

تم توزيع 100 استبيان على العملاء المشاركين في مشاريع مختلفة.

تم إجراء 10 مقابلات شخصية مع مديري المشاريع للحصول على معلومات نوعية تدعم البيانات الكمية.

3. جمع البيانات وتحليلها:

استخدام الأساليب الإحصائية الوصفية (النسب، المتوسطات) لتقييم مستوى الاتصال ورضا العملاء.





تحليل الارتباط والانحدار لاختبار الفرضيات ومعرفة العلاقة بين الاتصال الفعال ورضا العملاء.

4. الأهداف من الدراسة الميدانية:

التعرف على مدى فعالية الاتصال بين فرق المشروع والعملاء.

قياس رضا العملاء عن المشاريع والخدمات المقدمة.

مخطط المشروع المقترح

يهدف مخطط المشروع إلى تنظيم العمل البحثي لضمان سير الدراسة بشكل منطقي ومنهجي، ويشمل المراحل التالية:

1. الفصل الأول – الإطار العام للدراسة:

o عنوان البحث

o مقدمة البحث

o مشكلة البحث

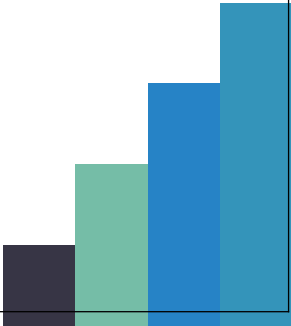
o أهداف البحث

o الفصل لثاني

o أسئلة البحث

o فرضيات البحث

o نموذج البحث





o منهجية البحث

o الدراسة الميدانية للبحث

o مخطط البحث المقترح

2. الفصل الثالث - الدراسات السابقة:

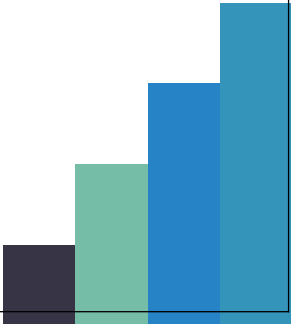
o المتغير المستقل

o المتغير التابع

o العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

o الخاتمة

o قائمة المراجع





الفصل الثالث: الدراسات السابقة

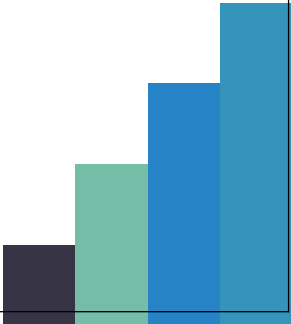




المتغير المستقل

المتغير المستقل في هذه الدراسة هو **الاتصال الفعال في المشاريع**، ويُعرف بأنه قدرة فرق المشروع ومديري المشاريع على نقل المعلومات والأفكار بشكل واضح ودقيق وفي الوقت المناسب، بما يضمن تحقيق أهداف المشروع وتلبية توقعات العملاء.

يتضمن الاتصال الفعال عدة عناصر رئيسية يمكن قياسها، منها:

1. **وضوح المعلومات:** التأكد من أن جميع الرسائل والمعلومات مفهومة بشكل دقيق لجميع الأطراف المعنية.
 2. **دقة المعلومات:** تقديم المعلومات بشكل صحيح وموثوق، بعيداً عن الأخطاء أو التضليل.
 3. **التواصل المنتظم:** المحافظة على تبادل مستمر للمعلومات بين فرق المشروع والعملاء لتجنب أي فجوات أو سوء فهم.
 4. **استخدام وسائل الاتصال المناسبة:** اختيار الوسائل والأدوات التي تتناسب مع طبيعة المشروع ونوع المعلومات المراد نقلها، سواء كانت اجتماعات مباشرة، بريد إلكتروني، أو منصات رقمية.
- 

المتغير التابع

المتغير التابع في هذه الدراسة هو رضا العملاء، ويُعرّف بأنه مستوى التقدير والقبول الذي يشعر به العميل تجاه المشروع والخدمات المقدمة، ويعكس مدى تلبية المشروع لتوقعاته واحتياجاته. يُعد رضا العملاء من أهم مؤشرات نجاح المشاريع، إذ يرتبط بشكل مباشر بتحقيق أهداف المشروع وبناء علاقة طويلة الأمد بين العملاء والشركة.

يمكن قياس رضا العملاء من خلال عدة أبعاد رئيسية، منها:

1. تحقيق توقعات العملاء: مدى مطابقة نتائج المشروع مع توقعات العملاء وأهدافهم.
 2. جودة الخدمة المقدمة: تقييم العملاء لجودة الخدمات المقدمة ومدى فعاليتها في تلبية احتياجاتهم.
 3. تجربة العميل العامة: شعور العملاء بالرضا عن مستوى التواصل، سرعة الاستجابة للملاحظات، ومدى شعورهم بالاهتمام من قبل فرق المشروع.
- تشير الدراسات السابقة إلى أن رضا العملاء يتأثر بشكل كبير بجودة الاتصال بين فرق المشروع والعملاء، حيث أن ضعف الاتصال يؤدي إلى عدم وضوح الأهداف وتأخير في تلبية الاحتياجات، مما يقلل من مستوى رضا العملاء ويؤثر سلباً على سمعة المشروع والشركة.

العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

توضح الدراسات السابقة أن الاتصال الفعال في المشاريع له تأثير مباشر وقوي على رضا العملاء، حيث أن تحسين جودة الاتصال يعزز من قدرة فرق المشروع على تلبية توقعات العملاء وتحقيق رضاهم. ويشير التحليل النظري إلى أن العناصر المختلفة للاتصال الفعال، مثل وضوح المعلومات، دقة البيانات، التواصل المنتظم، واستخدام الوسائل المناسبة، تسهم جميعها في تعزيز تجربة العميل.

فعلى سبيل المثال:

- وضوح المعلومات ودقتها يضمن فهم العملاء لمراحل المشروع والخدمات المقدمة، مما يقلل من الأخطاء وسوء الفهم ويزيد من رضاهم.
- التواصل المنتظم يسمح للعميل بمتابعة تقدم المشروع ومعرفة أي تغييرات أو مستجدات، مما يعزز شعوره بالثقة والسيطرة على المشروع.
- استخدام وسائل الاتصال المناسبة يضمن وصول المعلومات في الوقت المناسب وبالشكل الذي يفضله العملاء، مما يحسن مستوى التفاعل ويزيد رضاهم.

بناءً على ذلك، يمكن القول إن هناك علاقة إيجابية بين جودة الاتصال ورضا العملاء، حيث أن ارتفاع مستوى الاتصال الفعال يؤدي عادةً إلى زيادة رضا العملاء، والعكس صحيح، فضعف الاتصال قد يؤدي إلى انخفاض رضا العملاء.

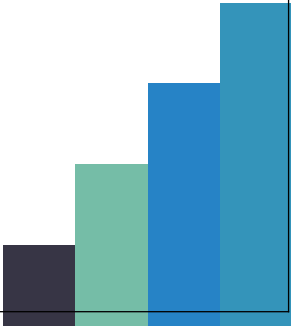
يُظهر هذا الترابط أن تحسين الاتصال ليس فقط عاملاً مساعداً في نجاح المشروع، بل هو عنصر أساسي لتحقيق رضا العملاء والمحافظة على استمرارية العلاقة معهم.



الخاتمة

ركزت الدراسات السابقة على دور الاتصال الفعال في المشاريع وتأثيره على رضا العملاء. أظهرت النتائج أن عناصر الاتصال مثل وضوح المعلومات، دقتها، التواصل المنتظم، واستخدام وسائل الاتصال المناسبة، تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء وجودة تجربتهم مع المشروع.

كما بينت المراجعة وجود فجوات بحثية، أبرزها قلة الدراسات الميدانية في السياق المحلي وندرة الأطر النظرية التي تحدد العلاقة بين الاتصال الفعال ورضا العملاء بشكل دقيق. بناءً على ذلك، تسعى الدراسة الحالية لسد هذه الفجوات من خلال تحليل أثر الاتصال الفعال على رضا العملاء في مشاريع محلية وتقديم توصيات عملية لتحسين جودة الاتصال داخل فرق المشاريع.





قائمة المراجع

الزهراني، محمد (2019) أثر الاتصال الفعال في إدارة المشاريع على رضا العملاء مجلة العلوم الإدارية، 12(2)، 60-45

العتار، خالد (2018) الاتصال الإداري وأثره في تحسين جودة الخدمات عمان دار النهضة العربية

الحسن، علي (2020) إدارة المشاريع ورضا العملاء: دراسة تطبيقية على شركات محلية القاهرة دار الفكر العربي

السعدي، أحمد، وفايز، ريم (2017) استراتيجيات الاتصال الفعال وتأثيرها على رضا العملاء في المؤسسات الخدمية مجلة البحوث الاقتصادية والإدارية، 5(1)، 95-78

الشافعي، مصطفى (2016) مهارات الاتصال وتأثيرها على نجاح المشاريع مجلة الأعمال العربية، 8(3)، 135-120

الزهيري، محمود (2021) تأثير جودة الاتصال على رضا العملاء في المشاريع الصغيرة والمتوسطة مجلة الإدارة والاقتصاد، 14(4)، 50-33

