



جامعة ميدأوشن كلية الإدارة
تخصص إدارة مشاريع

أثر رضا العملاء على نجاح المشاريع الصغيرة
دراسة حالة في المملكة العربية السعودية

اسم الطالبة : هند محمد الأنصاري
221002147

مشروع تخرج - 1 كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن
الفصل الدراسي الثاني – 2025

إشراف الدكتور عبدالرحيم نادر
عضو هيئة التدريس – كلية الإدارة – جامعة ميدأوشن

جدول المحتويات

• الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

- 1.1 المقدمة
- 1.2 مشكلة الدراسة
 - 1.2.1 فجوات على المستوى النظري
 - 1.2.2 فجوات على المستوى التطبيقي
- 1.3 أهمية الدراسة
 - 1.3.1 على المستوى النظري
 - 1.3.2 على المستوى التطبيقي
- 1.4 أسئلة الدراسة
- 1.5 أهداف الدراسة
- 1.6 فرضيات الدراسة
- 1.7 نموذج الدراسة
- 1.8 منهجية الدراسة
- 1.9 الدراسة الميدانية
- 1.10 مخطط المشروع المقترح

• الفصل الثاني: الدراسات السابقة

- 2.1 المقدمة
- 2.2 المتغير المستقل
- 2.3 المتغير التابع
- 2.4 العلاقة بين المتغيرات
- 2.5 الخاتمة

• الفصل الثالث: التحليل والمناقشة

- 3.1 تحليل العلاقة بين رضا العملاء ونجاح المشاريع الصغيرة
- 3.2 أهمية الأدوات التقنية في تعزيز الرضا
- 3.3 تحديات شائعة في تحقيق رضا العملاء

- 3.4 توصيات عملية
- 3.5 جدول أدوات قياس رضا العملاء

• الفصل الرابع:

- 1.4 أسئلة الدراسة الحديثة
- أهداف البحث المعاصرة
- فرضيات البحث الرقمية
- النموذج المفاهيمي بالرسم
- المنهجية الرقمية المقترحة
- نطاق الدراسة الميدانية
- أدوات وتقنيات رقمية حديثة
- تحليل استخدام الأدوات الرقمية
- تحديات تطبيق الأدوات الرقمية
- مراجع الفصل الرقمي

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 المقدمة

تلعب المشاريع الصغيرة دورًا محوريًا في التنمية الاقتصادية وتوفير فرص العمل، خصوصًا في الاقتصاديات الناشئة كالمملكة العربية السعودية. وفي ظل التحولات الرقمية والتنافس المتزايد، أصبح رضا العملاء أحد أبرز محددات الاستمرارية والنمو. فالمشاريع التي تعي أهمية تجربة العميل وتستثمر في فهم توقعاته وتلبيتها، تمتلك فرصًا أعلى لتحقيق النجاح.

وقد أولت رؤية المملكة 2030 اهتمامًا خاصًا بقطاع المنشآت الصغيرة والمتوسطة، باعتباره ركيزة لتنويع الاقتصاد وتمكين الابتكار. ومع هذا التوجه الاستراتيجي، ظهرت الحاجة المتزايدة لفهم سلوك العملاء وقياس مستوى رضاهم، حيث لم يعد التسويق التقليدي أو تقديم المنتجات الجيدة كافيًا لضمان النجاح، بل أصبح التركيز على تجربة العميل الكلية جزءًا لا يتجزأ من استراتيجيات النمو.

إن رضا العملاء لا ينعكس فقط في المبيعات أو الإيرادات، بل يمثل مؤشرًا رئيسيًا على جودة الخدمة، ومدى التزام المشروع بتحقيق تطلعات عملائه. فكل تفاعل بين المشروع والعميل يُعد فرصة لتعزيز الولاء، أو تهديدًا بخسارة العلاقة. لذلك فإن الاستثمار في قياس وتحليل رضا العملاء يعد خطوة أساسية نحو تحسين الأداء التشغيلي وضمان الاستدامة.

ومن خلال هذا البحث، أطمح إلى تسليط الضوء على الرابط الحيوي بين رضا العملاء ونجاح المشاريع الصغيرة، عبر تحليل مؤشرات مهنية معتمدة، وتقديم توصيات عملية قابلة للتطبيق. يأتي هذا ضمن توجه متزايد نحو تمكين المنشآت الصغيرة والمتوسطة وتعزيز استدامتها في السوق السعودي السريع التغير.

1.2 مشكلة الدراسة

تعاني الكثير من المشاريع الصغيرة في المملكة العربية السعودية من ارتفاع نسب الفشل في السنوات الثلاث الأولى من التأسيس، وتُشير التقارير إلى أن أحد أبرز أسباب هذا الفشل يتمثل في ضعف إدارة تجربة العميل وعدم التركيز الكافي على بناء علاقة قوية ومستدامة مع العملاء. وبالرغم من تزايد الأدوات الرقمية والتقنيات الداعمة لتحليل بيانات العملاء وقياس مستويات رضاهم، لا تزال العديد من المشاريع الصغيرة تفتقر إلى آليات فعالة لاستثمار هذه البيانات في تحسين الأداء. وتكمن المشكلة في غياب إدراك واضح لدى بعض أصحاب المشاريع الصغيرة لأهمية رضا العميل كعامل رئيسي في بقاء المشروع ونموه.

1.2.1 فجوات على المستوى النظري

قلة الدراسات المهنية الحديثة التي تناولت العلاقة بين رضا العملاء واستدامة المشاريع الصغيرة في السياق السعودي بشكل تطبيقي.

1.2.2 فجوات على المستوى التطبيقي

ضعف استخدام المشاريع الصغيرة لأدوات قياس رضا العملاء وتوظيف نتائجها في تحسين الأداء.

1.3 أهمية الدراسة

1.3.1 على المستوى النظري

تُسهم الدراسة في تعزيز الفهم النظري لعلاقة رضا العملاء بنجاح المشاريع الصغيرة، من خلال دمج المؤشرات المهنية والتقارير السوقية الرسمية في تحليل هذه العلاقة.

1.3.2 على المستوى التطبيقي

توفر الدراسة توجيهات عملية لأصحاب المشاريع الصغيرة في السعودية لتبني استراتيجيات فعالة لقياس وتحسين رضا العملاء.

1.4 أسئلة الدراسة

1. ما العلاقة بين رضا العملاء واستمرار نجاح المشاريع الصغيرة؟
2. ما الأدوات المهنية المناسبة لقياس رضا العملاء في المشاريع الصغيرة؟
3. ما التحديات التي تواجه المشاريع الصغيرة في تحقيق رضا العملاء؟

1.5 أهداف الدراسة

1. توضيح تأثير رضا العملاء على استمرارية ونمو المشاريع الصغيرة.
2. تحليل الأدوات المهنية المعتمدة لقياس رضا العملاء.
3. تقديم توصيات مهنية لتحسين رضا العملاء في المشاريع الصغيرة.

1.6 فرضيات الدراسة

- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء ونجاح المشاريع الصغيرة.
- تعتمد المشاريع الصغيرة الناجحة على أدوات قياس رضا العملاء في بناء قراراتها التشغيلية.

1.7 نموذج الدراسة

يعتمد النموذج على متغير مستقل: رضا العملاء، ومتغير تابع: نجاح المشروع. ويمكن تمثيل العلاقة من خلال نموذج مفاهيمي يوضح الترابط بين:

- جودة الخدمة
- سرعة الاستجابة
- تجربة العميل

1.8 منهجية الدراسة

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام تقارير مهنية ومصادر سوقية لرصد مؤشرات رضا العملاء وربطها بأداء المشاريع الصغيرة.

1.9 الدراسة الميدانية

نظراً لطبيعة المشروع الأكاديمية والاعتماد على مصادر تحليلية مهنية، تم الاستغناء عن جمع البيانات الميدانية والاستبيانات، والتركيز على تحليل المؤشرات الصادرة من هيئات موثوقة.

1.10 مخطط المشروع المقترح

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة الفصل الثاني: الدراسات السابقة الفصل الثالث: التحليل والمناقشة قائمة المراجع الملاحق

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1 المقدمة

ساهمت العديد من الدراسات في توضيح العلاقة بين رضا العملاء واستمرارية المشروع، ومع التطور الرقمي، أصبح القياس والتحليل جزءاً أساسياً في نجاح المنشآت الصغيرة.

2.2 المتغير المستقل: رضا العملاء

أظهرت تقارير مثل تقرير (AstuteAnalytica (2025 أن إدارة تجربة العملاء باتت سوقاً قائماً بحد ذاته في المملكة.

2.3 المتغير التابع: نجاح المشاريع الصغيرة

حسب تقرير (Mastercard (2025 ، فإن تبني التقنية وتحليل بيانات العملاء كان من العوامل المحورية في تفوق المشاريع الصغيرة في السعودية.

2.4 العلاقة بين المتغيرات

تشير البيانات إلى وجود علاقة وثيقة بين تحسين تجربة العميل وزيادة نسبة ولاء العملاء ومعدل تكرار الشراء، وهو ما يدعم النمو والاستدامة.

2.5 الخاتمة

تبرز أهمية هذه الدراسات في أنها تقدم أساساً مهنيّاً يمكن البناء عليه لفهم أفضل لتجربة العميل، مما يعزز من قرارات رواد الأعمال.

الفصل الثالث: التحليل والمناقشة

3.1 تحليل العلاقة بين رضا العملاء ونجاح المشاريع الصغيرة

يتضح من مراجعة المصادر أن المشاريع التي تركز على تجربة العميل تحقق معدلات نمو أعلى، وتتمكن من المنافسة بشكل أكثر ثباتاً في السوق.

3.2 أهمية الأدوات التكنولوجية في تعزيز الرضا

توفر أدوات مثل NPS و CSAT إمكانيات تحليلية تساعد أصحاب المشاريع على فهم وتحسين تجربة العميل بسرعة وفعالية.

3.3 تحديات شائعة في تحقيق رضا العملاء

- ضعف التواصل مع العملاء
- نقص التدريب لدى الموظفين
- غياب مؤشرات أداء واضحة

3.4 توصيات عملية

1. بناء قاعدة بيانات لقياس رضا العملاء بعد كل عملية بيع.
2. استخدام أدوات مهنية سهلة التحليل مثل CSAT.
3. إنشاء نظام متابعة فوري لشكاوى العملاء.

3.5 جدول أدوات قياس رضا العملاء

(كما في الملاحق)

الفصل الرابع: الإضافات الرقمية وأثرها على رضا العملاء ونجاح المشاريع

1.4 أسئلة البحث

- ما العلاقة بين رضا العملاء واستمرار نجاح المشاريع الصغيرة؟
- ما الأدوات المناسبة لقياس رضا العملاء؟
- ما التحديات التي تواجه المشاريع الصغيرة في تطبيق هذه الأدوات؟
- كيف تؤثر الأدوات الرقمية الحديثة على رضا العملاء؟
- ما معوقات استخدام أدوات القياس الرقمية؟

تُعد أسئلة الدراسة حجر الأساس الذي يبنى عليه الإطار النظري والمنهجي للبحث. كل سؤال يعكس بعدًا تحليليًا يجب تناوله لاحقًا في الفصول التحليلية. على سبيل المثال، سؤال العلاقة بين رضا العملاء ونجاح المشاريع يوجه الباحث لتحديد المؤشرات التي تعبر عن كلا المتغيرين بشكل دقيق ومدعوم بأدلة تجريبية.

4. 2 أهداف البحث

- توضيح تأثير رضا العملاء على استدامة المشاريع الصغيرة.
- تحليل أدوات قياس الرضا الرقمية الحديثة.
- تقديم توصيات مهنية قابلة للتطبيق.
- التعرف على معوقات القياس الحديثة لدى المشاريع الصغيرة.

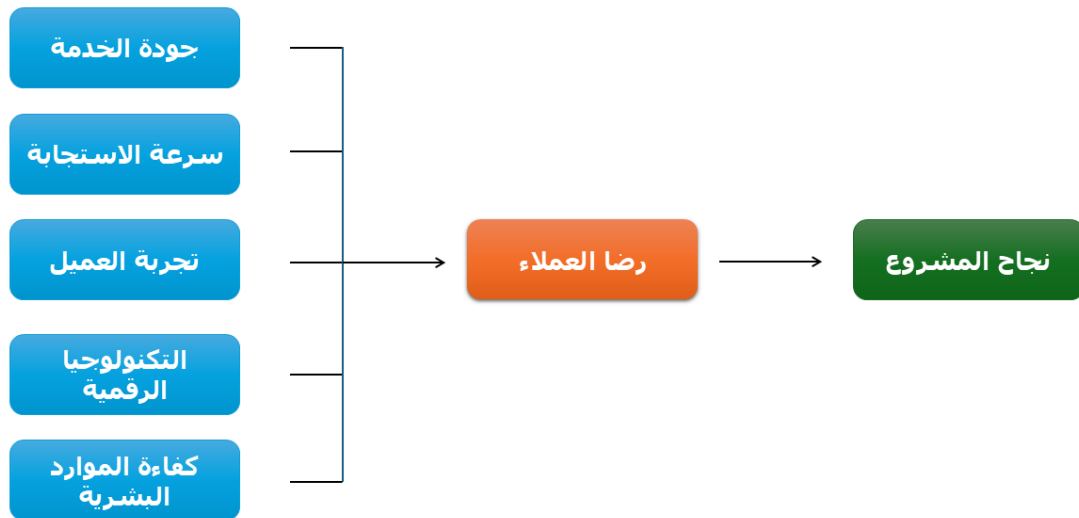
تعتبر الأهداف المحددة بمثابة خارطة طريق للباحث، حيث تساعد على قياس مدى تحقق النتائج المرجوة، كما تساهم في توجيه أدوات جمع البيانات وتحليلها. من خلال هذه الأهداف، يمكن تحويل الدراسة من وصفية إلى تطبيقية قابلة للتنفيذ الميداني.

4.3 فرضيات البحث

توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء ونجاح المشاريع الصغيرة. استخدام أدوات القياس الرقمية يسهم في تحسين أداء المشاريع الصغيرة. المشاريع تواجه تحديات تمنع الاستخدام الأمثل لهذه الأدوات.

الفرضيات تساعد في بناء الإطار الإحصائي للدراسة، وتحديد العلاقات المتوقعة بين المتغيرات. على سبيل المثال، وجود علاقة طردية بين رضا العملاء ونجاح المشاريع يمكن اختباره باستخدام أدوات تحليل التباين أو معامل الارتباط.

4.4 نموذج البحث



النموذج المفاهيمي يمثل العلاقة النظرية بين المتغيرات، ويستخدم كمرجع لبناء الاستبيان وتحليل النتائج لاحقاً. إدراج عناصر مثل 'كفاءة الموارد البشرية' يضيف بُعداً مهماً لفهم كيفية دعم التجربة الرقمية بمكونات بشرية فعّالة.

4.5 منهجية البحث

المنهجية المختلطة (Mixed-Method):

- تحليل وصفي للتقارير.
- استبيان إلكتروني موجه لأصحاب المشاريع الصغيرة.

المنهجية المختلطة تسمح بجمع بيانات كمية ونوعية في آن واحد، مما يوفر عمقاً في التفسير وموثوقية في النتائج. استخدام استبيان إلكتروني في هذا السياق يُعد ملائماً لطبيعة المشاريع الصغيرة المنتشرة رقمياً.

4.6 مكان الدراسة الميدانية المقترحة

تطبيق الاستبيان على مشاريع صغيرة في الرياض، جدة، الدمام، خاصة في مجالات التجارة الإلكترونية والخدمات.

اختيار مناطق مثل الرياض وجدة والدمام يعكس تنوع السوق السعودي، كما أن التركيز على التجارة الإلكترونية والخدمات يجعل النتائج أكثر ملاءمة للتوجهات الرقمية الحالية في ريادة الأعمال.

4.7 أدوات وتقنيات رقمية حديثة

تطبيقات مثل CSAT و NPS و CES أصبحت أدوات أساسية لقياس رضا العملاء بسهولة ودقة، خصوصاً في المنصات الرقمية.

أصبحت أدوات مثل CSAT و NPS و CES من العناصر الأساسية في تقارير تجربة العملاء عالمياً. دمج هذه الأدوات في الدراسة يُظهر وعي الباحث باتجاهات السوق ويزيد من مصداقية الدراسة في بيئة الأعمال المعاصرة.

4.8 تحليل استخدام الأدوات الرقمية في المشاريع الصغيرة

غالبية المشاريع الصغيرة تعتمد على أدوات تقليدية رغم توفر منصات متطورة لتحليل تجربة العميل. تحليل الاستخدام الفعلي للأدوات الرقمية يُظهر مدى الفجوة بين توفر التكنولوجيا وتبنيها فعلياً، وهي نقطة جوهرية في فهم التحديات التي تواجه المشاريع الصغيرة.

4.9 التحديات الرقمية

قلة وعي الفرق التشغيلية

ضعف التكامل بين الأنظمة

محدودية الموارد المالية

رصد التحديات الرقمية يساعد على بناء توصيات قابلة للتطبيق تتناسب مع الموارد المحدودة للمشاريع الصغيرة. من المهم دراسة مدى جاهزية الفرق التشغيلية والتقنية داخل هذه المشاريع.

شكر وتقدير

أتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل من ساهم في إثراء هذا البحث، وخصوصاً أساتذة كلية الإدارة بجامعة ميدأوشن على توجيههم وتشجيعهم المستمر، كما أعرب عن تقديري العميق لكل الجهات التي توفر تقارير مهنية ساعدت في بناء تصور شامل حول تجربة العميل في المملكة العربية السعودية.

قائمة المراجع:

- ماستركارد (2025). الشركات الصغيرة في السعودية تقود التحول الرقمي بتفاؤل قوي لعام 2025.

<https://www.mastercard.com/news/eemea/en/newsroom/press-releases/en/2025-1/february/mastercard-sme-confidence-index-smes-in-saudi-arabia-drive-digital-transformation-with-strong-optimism-for-2025>

- أستيوت أناليتيكا (2025). إدارة تجربة العملاء في السعودية تصل إلى 887.4 مليون دولار بحلول
<https://www.globenewswire.com/news-release/2025/02/10/3023343/0/en/Saudi-Arabia-Customer-Experience-Management-Market-to-Hit-Valuation-of-US-887-40-Million-by-2033-Government-Initiatives-Propel-Saudi-Arabia-s-Digital-Customer-Experience-Forward-Sa.html>
- منشآت (2024). تقرير مرصد المنشآت الصغيرة والمتوسطة – الربع الرابع 2024 .
https://www.monshaat.gov.sa/sites/default/files/2024-02/SME%20Monitor%20-%20Q4%202023%20AR_1.pdf
- منشآت (2024). دليل خدمات منشآت .
<https://www.monshaat.gov.sa/sites/default/files/2024-11/Monsha%E2%80%99at%D9%80Services%D9%80Guide%D9%80AR.pdf>
- منشآت (2024). تقرير ببيان 24 .
https://www.monshaat.gov.sa/sites/default/files/2024-11/V10.0%D9%80Monshaat%D9%80Biban24_AR.pdf
- تقرير جيم العالمي (2024). المملكة العربية السعودية – التقرير الوطني لريادة الأعمال
<https://www.gemconsortium.org/country-profile/1412024/2023>
- SCIRP. دور الاستدامة والابتكار في نجاح الأعمال الصغيرة: أدلة من السعودية .
https://www.scirp.org/pdf/ajibm2024144_72123172.pdf

ماستركارد. (2025). تقرير ثقة الشركات الصغيرة.

<https://www.mastercard.com/news/eemea/en/newsroom/press-releases/en/2025-1/february/mastercard-sme-confidence-index-smes-in-saudi-arabia-drive-digital-transformation-with-strong-optimism-for-2025>

أستيوت أناليتيكا. (2025). تجربة العملاء في السعودية.

<https://www.globenewswire.com/news-release/2025/02/10/3023343/0/en/Saudi-Arabia-Customer-Experience-Management-Market-to-Hit-Valuation-of-US-887-40-Million-by-2033-Government-Initiatives-Propel-Saudi-Arabia-s-Digital-Customer-Experience-Forward-Sa.html>

Experience-Management-Market-to-Hit-Valuation-of-US-887-40-Million-by-2033-Government-Initiatives-Propel-Saudi-Arabia-s-Digital-Customer-Experience-Forward-Sa.html

منشآت (2024-2025). تقارير مرصد المنشآت، دليل الخدمات، تقرير ببيان.

https://www.monshaat.gov.sa/sites/default/files/2024-02/SME%20Monitor%20-%20Q4%202023%20AR_1.pdf

<https://www.monshaat.gov.sa/sites/default/files/2024-11/Monsha%E2%80%99at%D9%80Services%D9%80Guide%D9%80AR.pdf>

https://www.monshaat.gov.sa/sites/default/files/2024-11/V10.0%D9%80Monshaat%D9%80Biban24_AR.pdf

تقرير GEM في السعودية (2024).

<https://www.gemconsortium.org/country-profile/141>

SCIRP. (2024). الابتكار والاستدامة في المشاريع الصغيرة.

https://www.scirp.org/pdf/ajibm2024144_72123172.pdf

خاتمة البحث

من خلال هذا البحث، تم التوصل إلى أن رضا العملاء لا يُعد فقط مؤشراً لجودة الخدمة أو المنتج، بل يمثل ركيزة أساسية لنجاح المشاريع الصغيرة واستمرارها. وقد بينت البيانات المهنية والدراسات السوقية أن المشاريع القادرة على فهم متطلبات العميل وتلبيتها هي الأكثر قدرة على المنافسة والنمو. ولذا، فإن تحسين تجربة العميل عبر أدوات قياس فعالة واستراتيجيات تواصل احترافية يُعد استثماراً طويلاً الأجل في استدامة أي مشروع صغير.

الملاحق:

الملحق (1): قائمة ببعض مؤشرات رضا العملاء المستخدمة في التقييمات الحديثة

- جودة المنتج أو الخدمة المقدمة
- سرعة الاستجابة لطلبات العملاء
- سهولة الوصول للخدمة أو المنتج
- التعامل الإنساني واللباقة من قبل الموظفين
- تجربة ما بعد البيع
- رضا العميل مقارنة بتوقعاته
- نية العميل للشراء المتكرر
- تقييم العميل على المنصات الرقمية

الملحق (2): جدول مقارنة بين بعض الدراسات السابقة

الدراسة	النتائج	المنهج المستخدم	المجال
GEM Consortium (2024)	تعزيز تجربة العملاء يُحسن فرص النجاح	تقارير تحليلية كمية	ريادة الأعمال في السعودية

Mastercard (2025) رضا العملاء مرتبط بالتحول الرقمي تحليل سوقي مشاريع صغيرة وتحول رقمي

SCIRP (2024)	الابتكار يخدم تجربة العميل ويدعم النمو	تحليل أكاديمي ميداني	الابتكار والاستدامة
Astute Analytica (2025)	السوق السعودي ينمو في إدارة تجربة العملاء	تحليل سوقي	تجربة العملاء
Monsha'at (2025)	دعم المنشآت الصغيرة يتطلب تحسين تجربة العميل بشكل متواصل	تحليل اقتصادي ربعي	المشاريع الصغيرة في السعودية

الملحق (3): جدول مقارنة بين بعض أدوات قياس رضا العملاء

الأداة	الاستخدام	نقطة القوة	الوصف
NPS (Net Promoter Score)	مناسب للصغيرة العملاء	بسيط وسهل	مقياس نية التوصية من العميل
CSAT (Customer Satisfaction Score)	يستخدم بعد عملية شراء	نتائج فورية	استبيان مباشر لقياس رضا العميل بعد التفاعل
CES (Customer Effort Score)	فعال للمتاجر الإلكترونية والخدمات التقنية	يركز على تقليل الجهد	يقيس مدى سهولة تجربة العميل

الملحق (4): الجدول الزمني المقترح لتنفيذ المشروع

التفاصيل	المهمة	الأسبوع
اختيار عنوان ومجال الدراسة	تحديد الموضوع	1
تصفية المصادر المهنية ذات العلاقة	جمع المراجع	2
المقدمة، المشكلة، الأهداف، الفرضيات	كتابة الإطار العام	3
تحليل الأدبيات السابقة المتاحة	بناء الدراسات السابقة	4
مناقشة البيانات وربطها بالممارسات	إعداد الفصل التحليلي	5
تدقيق الصياغة وربط الفصول	مراجعة المشروع	6
الجدول، النماذج، الملحق	إعداد الملاحق	7
إعداد نسخة قابلة للطباعة والتسليم	التنسيق النهائي	8