

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي ٢

أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة افراس ب مدينة الرياض

سعد هشام جعفر

٢٣٢٠٠٢٠٩٩

المشروع النهائي- ٢

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

٢٠٢٦ - الفصل الدراسي الأول

الشكر والتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله أولاً وآخراً، الذي بنعمته تتم الصالحات، وله الحمد والشكر على ما أنعم به علينا من توفيق وإعانة حتى تم إنجاز هذا البحث .

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان إلى أستاذي المشرف الدكتور عبد الرحيم نادر، على ما قدمه من توجيه علمي، ونصائح قيمة، ومتابعة مستمرة، وكان لتوجيهاته الأثر الكبير في إنجاز هذا البحث وإخراجه بهذه الصورة.

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى جميع أعضاء هيئة التدريس في كلية الإدارة بجامعة ميدأوشن، لما بذلوه من جهود مخلصة في تعليمنا وإرشادنا طوال سنوات الدراسة، وأسأل الله أن يجعل ذلك في موازين حسناتهم.

وأقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى إدارة وموظفي شركة أفراس بمدينة الرياض على تعاونهم وتقديم المعلومات اللازمة التي ساعدت في إنجاز الجانب التطبيقي من هذه الدراسة.

ولا يفوتني أن أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أسرتي الكريمة، وعلى رأسهم والداي، لما قدموه لي من دعم وتشجيع ودعاء مستمر، فكانوا بعد الله خير معين لي في مسيرتي العلمية.

وفي الختام، أشكر كل من ساهم في إنجاز هذا المشروع، سواءً بالمشورة أو الدعم أو التشجيع، سائلاً الله تعالى أن يجزي الجميع خير الجزاء.

.. والله ولي التوفيق ..

الإهداء

إلى والديَّ العزيزين، من كانا بعد الله سندي في كل خطوة، ومن كان دعاؤهما نورًا يضيء طريقي، وغرسا في نفسي الطموح والعزيمة والإصرار، أهدي هذا العمل المتواضع عرفانًا بفضلهما، وامتنانًا لعطائهما الذي لا ينضب، وأسأل الله تعالى أن يجزيهما عني خير الجزاء .

وإلى أسرتي الكريمة، وكل من وقف إلى جانبي وساندني وشجعني حتى وصلت إلى هذه المرحلة، لكم مني خالص الشكر والتقدير.

كما أتقدم بخالص الشكر والامتنان إلى أساتذتي الأفاضل، وعلى رأسهم مشرفي الأكاديمي، لما قدموه من توجيه وإرشاد ودعم علمي كان له الأثر الكبير في إنجاز هذا البحث.

وإلى نفسي، التي صبرت واجتهدت ولم تستسلم رغم التحديات، أهدي هذا الإنجاز، راجيًا من الله أن يكون بدايةً لنجاحات أكبر في المستقبل.

وأهدي ثمرة هذا الجهد إلى كل من علمني حرفًا، وإلى كل من تمنى لي النجاح، سائلًا الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم، وأن ينفع به الجميع.

.. وأسأل الله أن يجعل فيه النفع والفائدة، وأن يكلل الجهود بالنجاح والتوفيق ..

مستخلص الدراسة

الهدف:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء، وذلك بالتطبيق على شركة أفراس للخدمات البيئية بمدينة الرياض، من خلال قياس مستوى جودة الخدمات البيئية المقدمة للعملاء، والتعرف على مدى تأثيرها في مستوى رضاهم، بالإضافة إلى تحديد طبيعة العلاقة بين أبعاد جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء.

المنهجية:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم دراسة متغيرات البحث وهي:

- المتغير المستقل: جودة الخدمات البيئية .
- المتغير التابع: رضا العملاء .

وتم جمع البيانات باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية من عينة من عملاء شركة أفراس بمدينة الرياض، ثم تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة وبرنامج SPSS لاختبار فرضيات الدراسة ومعرفة العلاقة بين المتغيرات.

النتائج:

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، حيث إن ارتفاع مستوى جودة الخدمات المقدمة يؤدي إلى زيادة مستوى رضا العملاء. كما أوضحت النتائج أهمية عدة أبعاد في تحسين رضا العملاء مثل: سرعة الاستجابة، الاعتمادية، النظافة، والالتزام بتقديم الخدمة بالمستوى المطلوب.

التطبيقات والأهمية:

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تسلط الضوء على دور جودة الخدمات البيئية في تحسين رضا العملاء، خاصة في قطاع حيوي يرتبط بشكل مباشر بجودة الحياة في المدن، مثل خدمات النظافة وإدارة النفايات. كما تسهم الدراسة في دعم توجهات المملكة العربية السعودية نحو تطوير وتحسين الخدمات البيئية والبلدية بما يتوافق مع مستهدفات رؤية ٢٠٣٠، من خلال رفع كفاءة الأداء وتعزيز الاستدامة البيئية.

ومن الناحية التطبيقية، يمكن أن تساعد نتائج هذه الدراسة شركة أفراس للخدمات البيئية بمدينة الرياض في تحسين جودة خدماتها من خلال تطوير أساليب العمل، وتعزيز سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء، ورفع كفاءة عمليات النظافة وإدارة النفايات. كما يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة في دعم اتخاذ القرارات الإدارية المبنية على أسس علمية، وتحسين مستوى رضا العملاء وزيادة ولائهم، بالإضافة إلى إمكانية الاستفادة من نتائجها لدى الشركات الأخرى العاملة في قطاع الخدمات البيئية داخل المملكة العربية السعودية.

الكلمات المفتاحية:

جودة الخدمات البيئية، رضا العملاء، الخدمات البلدية، إدارة النفايات، النظافة الحضرية، شركة أفراس للخدمات البيئية، مدينة الرياض.

جدول المحتويات

الشكر والتقدير.....	٢
الإهداء.....	٣
مستخلص الدراسة.....	٤
١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....	١٠
١,١. المقدمة:.....	١١
١,٢. مشكلة الدراسة.....	١٢
١,٢,١. فجوات على المستوى النظري.....	١٣
١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي.....	١٣
١,٣. أهمية الدراسة.....	١٤
١,٣,١. على المستوى النظري:.....	١٤
١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:.....	١٤
١,٤. أسئلة الدراسة.....	١٥
١,٥. أهداف الدراسة.....	١٥
١,٦. فرضيات الدراسة.....	١٥
١,٧. نموذج الدراسة.....	١٦
١,٨. نطاق الدراسة.....	١٦
١,٩. مخطط المشروع.....	١٧
٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....	١٨
٢,١. المقدمة:.....	١٩
٢,٢. المتغير المستقل.....	١٩

٢٠	٢,٣. المتغير التابع.....
٢٠	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
٢٢	٢,٥. الخاتمة .
٢٢	٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
٢٤	٣,١. المقدمة.....
٢٤	٣,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
٢٥	٣,٣. تصميم البحث.....
٢٥	٣,٤. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....
٢٦	٣,٥. طريقة جمع البيانات.....
٢٧	٣,٦. أنواع البيانات.....
٢٧	٣,٧. إجراءات التحليل الإحصائي.....
٢٧	٣,٨. الخاتمة.....
٢٨	٤. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج.....
٢٩	٤,١. المقدمة.....
٢٩	٤,٢. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث).....
٣١	٤,٣. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات.....
٣٢	٤,٤. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث).....
٣٥	٤,٥. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.....
٣٦	٤,٦. ربط النتائج بالدراسات السابقة.....
٣٦	٤,٧. الخاتمة.....
٣٨	٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات.....

٣٩.....	٥,١.حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:
٣٩.....	٥,٢.توصيات الدراسة:
٤١.....	٥,٣.الخاتمة:
٤٢.....	قائمة المراجع.
٤٣.....	الملاحق.

جدول الأشكال :

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
١٦	نموذج الدراسة	شكل (١)
١٧	مخطط المشروع	شكل (٢)

جدول الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
٢٩	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة/التعامل)	الجدول الاول
٣١	نتائج اختبار صدق وثبات أداة الدراسة (Cronbach's Alpha)	الجدول الثاني
٣٢	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد جودة الخدمات البيئية	الجدول الثالث
٣٤	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغير رضا العملاء	الجدول الرابع
٣٦	نتائج اختبار الارتباط بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء	الجدول الخامس
٣٦	نتائج اختبار فرضيات الدراسة باستخدام التحليل الإحصائي	الجدول السادس

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١. المقدمة:

يُعد مفهوم جودة الخدمات البيئية من الموضوعات الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد في بيئة الأعمال المعاصرة، نظراً لما له من تأثير مباشر على رضا العملاء وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات. ومع تزايد الوعي البيئي لدى المجتمع وارتفاع توقعات العملاء تجاه الشركات، أصبحت المؤسسات مطالبة بتقديم خدمات تراعي الجوانب البيئية وتحقيق الاستدامة إلى جانب تحقيق الكفاءة التشغيلية. إلا أن العديد من الشركات لا تزال تواجه تحديات في تحقيق التوازن بين تقديم خدمات بيئية ذات جودة عالية وبين تلبية توقعات العملاء، مما يؤدي إلى تفاوت مستويات الرضا لديهم. ومن هنا تبرز مشكلة الدراسة في محاولة فهم مدى تأثير جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء داخل الشركات الخدمية، وبشكل خاص في شركة أفراس بمدينة الرياض.

وقد تناولت العديد من الدراسات السابقة العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء، حيث أشارت دراسات في مجال إدارة الجودة والخدمات إلى وجود ارتباط إيجابي بين تحسين جودة الخدمة وارتفاع مستوى رضا العملاء وولائهم للمؤسسة. كما بينت بعض الدراسات في مجال الاستدامة البيئية أن تبني الممارسات البيئية المسؤولة يساهم في تعزيز ثقة العملاء وتحسين السمعة المؤسسية. وأوضحت أبحاث أخرى أن الخدمات الصديقة للبيئة أصبحت عاملاً تنافسياً مهماً في جذب العملاء والاحتفاظ بهم، خاصة في الأسواق التي تشهد تنافساً مرتفعاً، مما يؤكد أهمية دمج البعد البيئي ضمن استراتيجيات تقديم الخدمة.

وعلى الرغم من وفرة الدراسات التي تناولت جودة الخدمات أو رضا العملاء ككل على حدة، إلا أن هناك فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التطبيقية التي ركزت على جودة الخدمات البيئية بشكل مباشر وتأثيرها على رضا العملاء في البيئة المحلية السعودية، خصوصاً في الشركات العاملة بمدينة الرياض. كما أن بعض الدراسات السابقة ركزت على القطاعات الصناعية أو الإنتاجية أكثر من تركيزها على الشركات الخدمية، مما يبرز الحاجة إلى دراسة تطبيقية تساهم في سد هذه الفجوة المعرفية وتقديم نتائج واقعية تدعم متخذي القرار.

وتستهدف هذه الدراسة عملاء شركة أفراس بمدينة الرياض باعتبارهم الفئة الأكثر تأثراً بمستوى جودة الخدمات البيئية المقدمة، حيث يمثل رضا العملاء مؤشراً أساسياً لنجاح المؤسسة واستمراريتها. وتكمن أهمية المشكلة في أن تحسين جودة الخدمات البيئية لا يقتصر فقط على الحفاظ على البيئة، بل يمتد ليشمل تعزيز تجربة العميل، وزيادة مستوى الثقة والولاء، وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في سوق يتسم بالتغير السريع وارتفاع توقعات المستفيدين.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات البيئية في تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة أفراس بمدينة الرياض، وذلك من خلال تحليل العلاقة بين أبعاد جودة الخدمات البيئية ومستوى رضا العملاء، وتحديد مدى مساهمة هذه الخدمات في تعزيز تجربة العميل. كما تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات عملية يمكن أن

تساعد الشركة في تطوير خدماتها البيئية بما يحقق رضا العملاء ويدعم التوجهات الحديثة نحو الاستدامة وجودة الخدمة.

١,٢. مشكلة الدراسة:

في ظل التطورات المتسارعة في بيئة الأعمال وازدياد الاهتمام العالمي بقضايا الاستدامة البيئية، أصبحت جودة الخدمات البيئية أحد العوامل الأساسية التي تؤثر في تقييم العملاء لأداء المؤسسات الخدمية. ولم يعد اهتمام الشركات مقتصرًا على تقديم الخدمة التقليدية فقط، بل أصبح يشمل الالتزام بالممارسات البيئية التي تسهم في حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة. ومع ارتفاع مستوى وعي العملاء بالقضايا البيئية، باتوا أكثر ميلاً للتعامل مع المؤسسات التي تراعي المعايير البيئية وتقدم خدمات ذات جودة مسؤولة بيئياً، مما جعل رضا العملاء مرتبطاً بشكل متزايد بمستوى جودة هذه الخدمات.

وعلى الرغم من توجه العديد من المؤسسات نحو تبني مبادرات بيئية مختلفة، إلا أن مدى انعكاس جودة الخدمات البيئية على رضا العملاء لا يزال غامضاً وواضح بصورة كافية، خاصة في بعض الشركات الخدمية المحلية التي قد تطبق ممارسات بيئية دون قياس أثرها الفعلي على تجربة العميل ودرجة رضاه. ويؤدي هذا الغموض إلى صعوبة تحديد مدى فاعلية تلك الجهود البيئية في تحقيق أهداف المؤسسة التسويقية وتعزيز علاقتها بعملائها.

ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في الحاجة إلى فهم طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء ومدى تأثير تحسين هذه الخدمات على رفع مستوى رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض، وذلك بهدف توفير رؤية علمية تساعد في تطوير الخدمات البيئية بما يتوافق مع توقعات العملاء ويسهم في تعزيز الأداء المؤسسي والاستدامة التنافسية.

١,٢,١ فجوات على المستوى النظري:

تتمثل الفجوات النظرية في محدودية الإطار المفاهيمي الذي يربط بشكل متكامل بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، حيث ركزت معظم الدراسات السابقة على جودة الخدمة التقليدية أو على الاستدامة البيئية كل بصورة منفصلة دون دمج المتغيرين ضمن نموذج نظري واحد يوضح طبيعة العلاقة بينهما. كما أن الأدبيات ركزت بدرجة أكبر على الأبعاد العامة لجودة الخدمة دون التوسع الكافي في تحديد أبعاد جودة الخدمات البيئية وآليات قياسها من منظور العملاء. إضافة إلى ذلك، لا تزال الحاجة قائمة لتطوير نماذج نظرية تفسر كيفية تأثير الممارسات البيئية على إدراك العملاء للخدمة ومستوى رضاهم، خاصة في سياق المؤسسات الخدمية، مما يبرز ضرورة تقديم إطار نظري يدعم فهم هذه العلاقة بشكل أعمق.

١,٢,٢ فجوات على المستوى التطبيقي:

تتمثل الفجوات التطبيقية في قلة الدراسات الميدانية التي تناولت أثر جودة الخدمات البيئية على رضا العملاء في البيئة السعودية، وبشكل خاص في الشركات الخدمية بمدينة الرياض. كما أن معظم الدراسات التطبيقية السابقة ركزت على قطاعات صناعية أو منظمات كبرى، بينما لم تحظ الشركات المحلية بدراسات كافية تقيس واقع تطبيق الخدمات البيئية وتأثيرها الفعلي على العملاء. إضافة إلى ذلك، يوجد نقص في الدراسات التي تعتمد على آراء العملاء بشكل مباشر لقياس مستوى إدراكهم لجودة الخدمات البيئية وعلاقتها بدرجة رضاهم، مما يبرز الحاجة إلى إجراء دراسة تطبيقية تساهم في تقديم نتائج عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير الأداء الخدمي والبيئي داخل شركة أفراس.

ما أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة أفراس بمدينة الرياض؟

١,٣ . أهمية الدراسة

١,٣,١ . على المستوى النظري:

تتبع الأهمية النظرية لهذه الدراسة من مساهمتها في توسيع الإطار المعرفي لمفهوم جودة الخدمات البيئية وعلاقته برضا العملاء، حيث تُعد هذه العلاقة من الموضوعات الحديثة نسبياً في أدبيات إدارة الجودة والخدمات. وتكمن أهمية الدراسة في كونها تجمع بين متغيرين مهمين هما جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء في سياق تطبيقي خدمي، مما يسهم في إثراء المكتبة العلمية بدراسات تربط بين البعد البيئي والسلوك الإدراكي للعميل.

كما تسهم الدراسة في دعم الأدبيات النظرية المتعلقة بإدارة الخدمات المستدامة، من خلال توضيح كيفية تأثير الممارسات البيئية في تحسين تجربة العميل وتعزيز رضاه، وهو ما يساعد في سد جزء من الفجوة البحثية المتعلقة بقلّة الدراسات التي تناولت الخدمات البيئية بشكل مباشر في البيئة العربية والسعودية. بالإضافة إلى ذلك، تقدم الدراسة إطاراً نظرياً يمكن الاستفادة منه في الدراسات المستقبلية التي تتناول جودة الخدمات في القطاعات الخدمية المختلفة، خاصة تلك المرتبطة بالاستدامة البيئية.

١,٣,٢ . على المستوى التطبيقي:

تتمثل الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في كونها تقدم نتائج عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير وتحسين جودة الخدمات البيئية المقدمة من قبل شركة أفراس بمدينة الرياض، بما ينعكس بشكل مباشر على رفع مستوى رضا العملاء. إذ تساعد نتائج الدراسة الإدارة في التعرف على نقاط القوة والضعف في مستوى جودة الخدمات الحالية، والعمل على تحسينها بما يتناسب مع توقعات العملاء واحتياجاتهم.

كما يمكن أن تسهم هذه الدراسة في دعم متخذي القرار داخل الشركة من خلال توفير بيانات ومؤشرات علمية تساعد في تحسين التخطيط التشغيلي ورفع كفاءة الأداء في خدمات النظافة وإدارة النفايات. بالإضافة إلى ذلك، يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة في تطوير استراتيجيات العمل وتحسين أساليب تقديم الخدمة، بما يعزز الولاء والرضا لدى العملاء.

١,٤ . أسئلة الدراسة

١. ما مستوى جودة الخدمات البيئية المقدمة من شركة أفراس بمدينة الرياض؟
٢. ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات البيئية المقدمة من الشركة؟
٣. ما طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء؟
٤. ما مدى تأثير جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء؟
٥. ما الجوانب التي تحتاج إلى تطوير في الخدمات البيئية المقدمة من شركة أفراس لرفع مستوى رضا العملاء؟

١,٥ . أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيس التالي:

١. التعرف على أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة أفراس بمدينة الرياض.
٢. قياس مستوى جودة الخدمات البيئية المقدمة من شركة أفراس بمدينة الرياض.
٣. التعرف على مستوى رضا العملاء عن الخدمات البيئية المقدمة.
٤. دراسة العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء.
٥. قياس أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء.
٦. تحديد الجوانب التي تحتاج إلى تطوير في الخدمات البيئية لتعزيز رضا العملاء.

١,٦ . فرضيات الدراسة

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات البيئية وتحسين رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض.
وينبثق من هذه الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية في تقديم الخدمات البيئية ورضا العملاء.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة في تقديم الخدمات البيئية ورضا العملاء.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الأداء التشغيلي للخدمات البيئية ورضا العملاء.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملموسية في الخدمات البيئية ورضا العملاء.

١,٧ نموذج الدراسة

يبين نموذج الدراسة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، حيث تتمثل المتغيرات المستقلة في **جودة الخدمات البيئية** بأبعادها المختلفة، بينما يتمثل المتغير التابع في **رضا العملاء** في شركة أفراس بمدينة الرياض. ويفترض نموذج الدراسة أن جودة الخدمات البيئية تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء، ويمكن توضيح ذلك من خلال الأبعاد التالية:

المتغير المستقل: جودة الخدمات البيئية

ويتضمن الأبعاد التالية:

الاعتمادية في تقديم الخدمة

سرعة الاستجابة

الكفاءة والجودة التشغيلية

الملموسية (المظهر العام للخدمة والمعدات)

↓ يؤثر على

المتغير التابع: رضا العملاء

١,٨ . نطاق الدراسة

تحدد نطاق الدراسة الحالية في دراسة أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء، بالتطبيق على شركة أفراس للخدمات البيئية بمدينة الرياض. وقد تم اختيار عملاء الشركة باعتبارهم الفئة المستهدفة للدراسة، وذلك لكونهم المستفيدين من الخدمات البيئية المقدمة والقادرين على تقييم مستوى جودة هذه الخدمات ومدى رضاهم عنها. ويتمثل النطاق الموضوعي للدراسة في بحث العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، حيث تمثل جودة الخدمات البيئية المتغير المستقل، بينما يمثل رضا العملاء المتغير التابع. وتشمل جودة الخدمات البيئية عددًا من

الأبعاد، وهي: الاعتمادية، وسرعة الاستجابة، والكفاءة التشغيلية، والملموسية، في حين يقاس رضا العملاء من خلال مستوى رضاهم عن الخدمات ومدى تلبيتها لتوقعاتهم ورغبتهم في الاستمرار بالتعامل مع الشركة والتوصية بخدماتها للآخرين.

أما النطاق المكاني للدراسة فيتمثل في شركة أفراس للخدمات البيئية بمدينة الرياض، بينما يتركز النطاق البشري على عملاء الشركة الذين سبق لهم الاستفادة من الخدمات البيئية التي تقدمها. وقد تم الاعتماد على آراء العملاء في تقييم مستوى جودة الخدمات البيئية ودرجة رضاهم عنها، بما يساعد على تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها واختبار فرضياتها.

وبذلك يقتصر نطاق الدراسة على تحليل العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء في السياق التطبيقي لشركة أفراس بمدينة الرياض، مع التركيز على الأبعاد المحددة لمتغيرات الدراسة، بما يتناسب مع أهداف البحث ومنهجيته.

١,٩ . مخطط المشروع

مقدمة – مشكلة الدراسة – أهداف الدراسة – فرضيات الدراسة – منهجية الدراسة	الفصل الأول : الاطار العام للدراسة
استعراض الدراسات السابقة	الفصل الثاني : الاطار النظري
فلسفة البحث – منهجة البحث – استراتيجيات البحث – نوع البحث – الافق الزمني – طرق جمع وتحليل البيانات	الفصل الثالث : منهجية البحث
تحليل البيانات – نتائج التحليل	الفصل الرابع : التحليل الاحصائي
مناقشة النتائج – التوصيات – الخاتمة	الفصل الخامس : مناقشة النتائج والخاتمة

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢, ١ المقدمة:

يتناول هذا الفصل الإطار النظري للدراسة من خلال استعراض الأدبيات العلمية والدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات البحث، والمتمثلة في جودة الخدمات البيئية باعتبارها المتغير المستقل، ورضا العملاء باعتباره المتغير التابع، إضافة إلى توضيح العلاقة بينهما في ضوء ما توصلت إليه الدراسات الحديثة.

ويهدف هذا الفصل إلى بناء أساس علمي يساعد في تفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة، وتحديد أبعاد كل متغير، والاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في دعم فرضيات الدراسة الحالية وتفسير نتائجها. كما يسهم في تحديد الفجوات البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها، خاصة في البيئة السعودية وقطاع الخدمات البيئية.

٢, ٢ المتغير المستقل:

أصبحت جودة الخدمات البيئية من المفاهيم الإدارية الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد نتيجة تزايد وعي المؤسسات بأهمية المحافظة على البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، إضافة إلى ارتفاع توقعات العملاء بشأن مستوى الخدمات المقدمة لهم. ولم يعد مفهوم جودة الخدمة يقتصر على سرعة الإنجاز أو كفاءة الأداء، بل امتد ليشمل مدى التزام المؤسسة بالمعايير البيئية وتقديم خدمات تحقق التوازن بين الكفاءة التشغيلية والمحافظة على البيئة.

وتشير جودة الخدمات البيئية إلى قدرة المؤسسة على تقديم خدمات تلبي احتياجات العملاء وفق معايير الجودة، مع الالتزام بالممارسات البيئية السليمة التي تحد من الآثار البيئية السلبية، وتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد. ويعد هذا المفهوم أحد العناصر الرئيسة التي تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة وتعزيز صورتها الذهنية أمام العملاء.

واعتمدت العديد من الدراسات على نموذج SERVQUAL الذي طوره Parasuraman وزملاؤه (1988) لقياس جودة الخدمة، حيث يتضمن أبعاداً متعددة يمكن توظيفها في الخدمات البيئية، ومن أهمها الاعتمادية، وسرعة الاستجابة، والملموسية، والكفاءة التشغيلية. وتعد هذه الأبعاد من أكثر المؤشرات استخداماً في قياس جودة الخدمات داخل المؤسسات الخدمية.

ويقصد بالاعتمادية قدرة المؤسسة على تنفيذ الخدمة بالشكل المتفق عليه دون أخطاء، بينما تشير سرعة الاستجابة إلى قدرة العاملين على تقديم الخدمة بسرعة والاستجابة لشكاوى العملاء في الوقت المناسب. أما الكفاءة التشغيلية فتتمثل في حسن إدارة الموارد وجودة تنفيذ العمليات، في حين تعكس الملموسية المظهر العام للعاملين والمعدات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة.

وأشارت العديد من الدراسات إلى أن المؤسسات التي تطبق معايير الجودة البيئية تحقق مستويات أعلى من رضا العملاء مقارنة بالمؤسسات التي تهمل الجوانب البيئية، كما أن الالتزام بالممارسات البيئية يعزز ثقة العملاء ويزيد من ولائهم للمؤسسة.

٣, ٢ المتغير التابع:

يعد رضا العملاء أحد أهم مؤشرات نجاح المؤسسات الخدمية، إذ يعكس مدى قدرة المؤسسة على تلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم من خلال الخدمات التي تقدمها. ويعتبر العميل الراضي أكثر استعدادًا للاستمرار في التعامل مع المؤسسة، وإعادة شراء خدماتها، والتوصية بها للآخرين.

وقد عرف **Kotler and Keller (2016)** رضا العملاء بأنه الشعور الناتج عن مقارنة الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العميل قبل الحصول عليها، فإذا تجاوز الأداء توقعات العميل ارتفع مستوى الرضا، وإذا كان أقل من التوقعات انخفض مستوى الرضا.

ويرى **Oliver (1997)** أن رضا العملاء يمثل استجابة نفسية تنشأ بعد تجربة الخدمة، ويعد من أهم العوامل المؤثرة في ولاء العملاء واستمرار العلاقة بينهم وبين المؤسسة.

ويتأثر رضا العملاء بعدد كبير من العوامل، من أبرزها جودة الخدمة، وسرعة الاستجابة، وكفاءة العاملين، وسهولة الحصول على الخدمة، ومدى التزام المؤسسة بتقديم خدمة تحقق قيمة حقيقية للعميل. وفي قطاع الخدمات البيئية يزداد تأثير هذه العوامل نتيجة ارتباط الخدمة بصحة المجتمع وجودة البيئة ومستوى النظافة العامة.

وقد أثبتت العديد من الدراسات أن المؤسسات التي تهتم بقياس رضا العملاء بصورة مستمرة تكون أكثر قدرة على تحسين خدماتها، ومعالجة جوانب القصور، وتحقيق ميزة تنافسية في الأسواق التي تشهد منافسة مرتفعة.

٤, ٢ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع:

اهتمت العديد من الدراسات بدراسة العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء، وأجمعت نتائج معظمها على وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، حيث يؤدي تحسن جودة الخدمات إلى ارتفاع مستوى رضا العملاء.

وفيما يتعلق بالخدمات البيئية، أوضحت الدراسات أن تطبيق الممارسات البيئية وتحسين جودة الخدمات يسهم في رفع مستوى ثقة العملاء بالمؤسسة، وتعزيز الصورة الذهنية لها، الأمر الذي ينعكس بصورة مباشرة على رضا العملاء واستمرار تعاملهم معها.

كما أشارت دراسة **Chen and Chang (2013)** إلى أن التزام المؤسسات بالممارسات البيئية يقلل من شكوك العملاء ويزيد من ثقتهم بالخدمات المقدمة، مما يؤدي إلى تحسين رضاهم.

وأوضحت دراسة **Rahman et al. (2017)** أن العملاء أصبحوا أكثر اهتمامًا بمستوى المسؤولية البيئية للمؤسسات، وأن جودة الخدمات البيئية أصبحت أحد المعايير التي يعتمدون عليها عند تقييم جودة الخدمة بشكل عام.

وتوصلت دراسة **Han et al. (2010)** إلى أن تبني الأنشطة البيئية داخل المؤسسات يسهم في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة، ويرفع من مستوى رضا العملاء وولائهم.

وانطلاقًا من نتائج هذه الدراسات، تفترض الدراسة الحالية وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمات البيئية بأبعادها المختلفة (الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الكفاءة التشغيلية، والملموسية) وبين رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض، وهو ما سيتم اختباره ميدانيًا في الفصل الرابع.

جدول أدوات البحث

المرجع	المؤشرات (العناصر)	الأبعاد	المتغير الرئيسي
Parasuraman et al., 1988 (SERVQUAL)	- تنفيذ الخدمة كما تم الاتفاق عليه - دقة أداء الخدمة - الالتزام بمعايير الجودة	الاعتمادية	جودة الخدمات البيئية (المتغير المستقل)
Parasuraman et al., 1988	- سرعة الرد على طلبات العملاء - سرعة معالجة الشكاوى - سرعة تنفيذ الخدمات	سرعة الاستجابة	
Zeithaml et al., 1990	- كفاءة العاملين - استخدام الموارد بشكل فعال - جودة الأداء العام للخدمة	الكفاءة التشغيلية	
Parasuraman et al., 1988	- نظافة المعدات - مظهر العاملين - جودة الأدوات المستخدمة	الملموسية	
Kotler & Keller, 2016	- الرضا عن الخدمة المقدمة - مدى تلبية الخدمة للتوقعات	الرضا العام	رضا العملاء (المتغير التابع)
Oliver, 1997	- تفضيل التعامل مع الشركة مرة أخرى - التوصية بالخدمة للآخرين	الولاء	

٢,٥ الخاتمة:

استعرض هذا الفصل الأدبيات العلمية المتعلقة بمتغيرات الدراسة، حيث تناول مفهوم جودة الخدمات البيئية وأبعادها باعتبارها المتغير المستقل، ثم ناقش مفهوم رضا العملاء بوصفه المتغير التابع، مع توضيح أهم العوامل المؤثرة فيه. كما تم عرض العلاقة بين المتغيرين في ضوء نتائج الدراسات السابقة، والتي أشارت إلى وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء.

ويشكل هذا الفصل الأساس النظري للدراسة الحالية، كما يساهم في دعم فرضيات البحث وتفسير النتائج التي سيتم التوصل إليها في الفصل الرابع من خلال التحليل الإحصائي للبيانات ..

الفصل الثالث : منهجية البحث

٣,١ المقدمة:

يتناول هذا الفصل منهجية الدراسة التي اعتمد عليها الباحث لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن أسئلته واختبار فرضياته المتعلقة بأثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة أفراس بمدينة الرياض. ويشمل الفصل توضيح التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة، وتصميم البحث، ومجتمع الدراسة والعينة، وأداة جمع البيانات، وأنواع البيانات المستخدمة، إضافة إلى الأساليب الإحصائية التي سيتم استخدامها لتحليل البيانات واستخلاص النتائج، وذلك بما يضمن الوصول إلى نتائج علمية دقيقة يمكن الاعتماد عليها في تفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة وتقديم التوصيات المناسبة.

٣,٢ التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

اعتمدت الدراسة على متغيرين رئيسيين هما المتغير المستقل والمتغير التابع، وتم تعريفهما إجرائياً كما يأتي:

أولاً: المتغير المستقل: جودة الخدمات البيئية

ويقصد بها مستوى كفاءة الخدمات البيئية التي تقدمها شركة أفراس بمدينة الرياض كما يدركها العملاء، وتقاس من خلال استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة، وتشمل الأبعاد الآتية:

- **الاعتمادية:** قدرة الشركة على تقديم الخدمات البيئية بصورة صحيحة وفي الوقت المحدد والوفاء بالتزاماتها تجاه العملاء.
- **سرعة الاستجابة:** سرعة استجابة الشركة لطلبات العملاء وشكاواهم وتقديم الحلول المناسبة في الوقت المناسب.
- **الكفاءة التشغيلية:** كفاءة تنفيذ الخدمات البيئية من خلال حسن استخدام الموارد وجودة الأداء وإنجاز الأعمال بكفاءة.
- **الملموسية:** وتشمل المظهر العام للعاملين، ونظافة المعدات والآليات، وتوافر التجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة.

ثانياً : المتغير التابع : رضا العملاء

ويقصد به مستوى رضا عملاء شركة أفراس عن الخدمات البيئية المقدمة لهم، ويقاس من خلال استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة المتعلقة بدرجة الرضا العام، ومدى تلبية الخدمات لتوقعاتهم، ورغبتهم في الاستمرار بالتعامل مع الشركة والتوصية بها للآخرين.

٣,٣ تصميم البحث (بصلة البحثي)

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملاءمته لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى وصف واقع جودة الخدمات البيئية وتحليل أثرها في تحسين رضا العملاء.

كما اعتمدت الدراسة على التصميم الكمي (Quantitative Research Design)، حيث تم جمع البيانات باستخدام الاستبانة وتحليلها إحصائياً للوصول إلى نتائج دقيقة واختبار فرضيات الدراسة.

وتقوم الدراسة على العلاقة بين متغيرين رئيسيين كما يلي :

المتغير المستقل : جودة الخدمات البيئية

ويتكون من أربعة أبعاد :

- الاعتمادية .
- سرعة الاستجابة .
- الكفاءة التشغيلية .
- الملموسية .

المتغير التابع : رضا العملاء
يفترض التصميم البحثي وجود تأثير مباشر لجودة الخدمات البيئية بأبعادها المختلفة على مستوى رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض . .

٣,٤ مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

مجتمع البحث يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء شركة أفراس بمدينة الرياض الذين سبق لهم الاستفادة من الخدمات البيئية التي تقدمها الشركة.

ويمثل هؤلاء العملاء الفئة الأكثر قدرة على تقييم مستوى جودة الخدمات البيئية ومدى تأثيرها في رضاهم عن الخدمات المقدمة.

عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية البسيطة، حيث سيتم اختيار مجموعة من عملاء الشركة بصورة عشوائية بما يتيح لجميع أفراد المجتمع فرصة متساوية للمشاركة في الدراسة، ويساعد في الحصول على نتائج يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة.

وسيتم توزيع الاستبانة على العملاء إلكترونياً من خلال نموذج Google Forms ، مع إمكانية توزيعها ورقياً عند الحاجة

٣,٥ طريقة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على مصدرين رئيسيين لجمع البيانات، وهما:

اولا : البيانات الاولية

تمثل البيانات التي سيتم جمعها مباشرة من أفراد عينة الدراسة باستخدام استبانة إلكترونية تم إعدادها بما يتناسب مع أهداف الدراسة ومتغيراتها.

وتتضمن الاستبانة قسمين رئيسيين:

القسم الاول : البيانات الديموغرافية للمشاركين مثل:

- الجنس .
- العمر .
- المستوى التعليمي .
- عدد سنوات التعامل مع الشركة.

القسم الثاني فقرات تقيس متغيرات الدراسة، وهي:

- جودة الخدمات البيئية .
- رضا العملاء .

وقد استخدم مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة موافقة أفراد العينة، ويتدرج من:

١. أوافق بشدة .
٢. أوافق .
٣. محايد .
٤. لا أوافق .
٥. لا أوافق بشدة.

ثانيا : البيانات الثانوية

تم الحصول عليها من الكتب العلمية، والأبحاث والدراسات السابقة، والرسائل الجامعية، والمراجع العربية والأجنبية، إضافة إلى المواقع الإلكترونية الموثوقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

٣,٦ أنواع البيانات

اعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات هما:

البيانات الأولية

وهي البيانات التي يتم الحصول عليها مباشرة من أفراد عينة الدراسة بواسطة الاستبانة، وتمثل المصدر الأساسي لاختبار فرضيات الدراسة.

البيانات الثانوية

وتشمل المعلومات التي تم جمعها من الكتب والدوريات العلمية والمقالات المحكمة والرسائل الجامعية والدراسات السابقة المتعلقة بجودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، وذلك بهدف بناء الإطار النظري للدراسة ودعم تفسير النتائج.

٣,٧ إجراءات التحليل الإحصائي

بعد جمع بيانات الاستبانة، سيتم تحليلها وذلك للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها. وسيتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- استخراج التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة .
- حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد مستوى استجابات أفراد العينة على فقرات ومتغيرات الدراسة، والإجابة عن أسئلة البحث .
- إجراء اختبار الصدق والثبات للاستبانة باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) للتأكد من اتساق أداة الدراسة وملاءمتها للتطبيق .
- استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء .
- استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لاختبار أثر جودة الخدمات البيئية في تحسين رضا العملاء، والتحقق من صحة فرضيات الدراسة عند مستوى دلالة إحصائية $(\alpha \leq 0.05)$

وستعرض نتائج التحليل الإحصائي في الفصل الرابع من خلال الجداول والتفسيرات المناسبة، مع مناقشتها وربطها بالدراسات السابقة وأهداف الدراسة.

٣,٨ الخاتمة

تناول هذا الفصل منهجية الدراسة التي اعتمد عليها الباحث لتحقيق أهداف البحث، حيث تم توضيح التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة، وتصميم البحث، ومجتمع الدراسة والعينة، وأداة جمع البيانات، وأنواع البيانات المستخدمة، بالإضافة إلى الإجراءات والأساليب الإحصائية التي سيتم استخدامها في تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة. وتمثل هذه المنهجية الأساس العلمي الذي ستعتمد عليه الدراسة في الفصل الرابع لتحليل البيانات ومناقشة النتائج، وصولاً إلى تقديم التوصيات والاستنتاجات التي تسهم في تحسين جودة الخدمات البيئية وتعزيز رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض .

الفصل الرابع : التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

٤,١ المقدمة :

يتناول هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها إحصائياً، وذلك بهدف الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة الموجهة إلى عينة الدراسة. وقد تم استخدام لإجراء التحليلات الإحصائية المناسبة، واستخراج النتائج (SPSS) برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية . بصورة دقيقة ومنظمة

ويبدأ الفصل بتوصيف عينة الدراسة من خلال عرض الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة باستخدام التكرارات والنسب المئوية، بما يسهم في التعرف على خصائص المشاركين ومدى تمثيلهم لمجتمع الدراسة. كما يتضمن الفصل اختبار صدق وثبات أداة الدراسة للتحقق من صلاحيتها ودرجة اتساقها الداخلي، بما يضمن موثوقية النتائج المستخلصة .

ويتناول الفصل بعد ذلك عرض الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة، وتحليل استجابات أفراد العينة تجاه محاور الاستبانة، للإجابة عن أسئلة الدراسة، ثم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، مع تفسير النتائج وربطها بالدراسات السابقة ذات العلاقة، وبيان أوجه الاتفاق أو الاختلاف بينها. ويختتم الفصل بعرض أهم النتائج التي تم التوصل إليها، تمهيداً لتقديم الاستنتاجات والتوصيات في الفصل الخامس .

٤,٢ توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث) :

يهدف هذا القسم إلى وصف الخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة الذين شاركوا في الإجابة على الاستبانة، وذلك باستخدام الإحصاءات الوصفية المتمثلة في التكرارات والنسب المئوية. وقد تم توزيع الاستبانة على عينة من عملاء شركة أفراس بمدينة الرياض، وتم استرجاع ١٠٠ استبانة صالحة للتحليل الإحصائي، ثم جرى تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS لاستخراج التكرارات والنسب المئوية لمتغيرات الدراسة، والتي شملت الجنس، والعمر، والمؤهل العلمي، وعدد سنوات التعامل مع الشركة.

الجدول الأول : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغيرات الديموغرافية (حسب الجنس) :

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	٩	٦٠%
انثى	٦	٤٠%
الإجمالي	١٥	١٠٠%

التفسير

يتضح من نتائج الجدول أن عدد الذكور بلغ (٩) أفراد بنسبة (٦٠,٠ %) من إجمالي أفراد العينة، بينما بلغ عدد الإناث (٦) أفراد بنسبة (٤٠,٠ %) وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية أفراد عينة الدراسة كانوا من الذكور، مع وجود تمثيل مناسب للإناث، مما يوفر تنوعاً في آراء المشاركين حول موضوع الدراسة.

توزيع أفراد العينة حسب العمر :

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من ٢٠ سنة	٢	١٣,٣ %
من ٢٠ سنة إلى أقل من ٣٠ سنة	٧	٤٦,٧ %
من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة	٤	٢٦,٧ %
من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة	١	٦,٧ %
٥٥ سنة فأكثر	١	٦,٧ %
الإجمالي	١٠٠	١٠٠ %

التفسير :

يتضح من نتائج الجدول أن الفئة العمرية من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ سنة تمثل النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة، حيث بلغ عددهم (٧) أفراد بنسبة (٤٦,٧ %) ، تليها الفئة العمرية من ٣٠ إلى أقل من ٤٠ سنة بعدد (٤) أفراد بنسبة (٢٦,٧ %) ، ثم الفئة العمرية أقل من ٢٠ سنة بعدد (٢) فردين بنسبة (١٣,٣ %) ، في حين بلغ عدد أفراد الفئتين من ٤٠ إلى أقل من ٥٠ سنة و ٥٥ سنة فأكثر فرداً واحداً لكل منهما بنسبة (٦,٧ %) لكل فئة. وتشير هذه النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة ينتمون إلى الفئة العمرية الشابة، وهو ما يتناسب مع طبيعة الفئة المستهدفة في الدراسة

توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي :

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
ثانوي	٥	٣٣,٣ %
دبلوم	٢	١٣,٣ %

بكالوريوس	٧	٤٦,٧%
دكتورة	١	٦,٧%
الإجمالي	١٥	١٠٠%

التفسير :

يتضح من نتائج الجدول أن غالبية أفراد عينة الدراسة يحملون درجة البكالوريوس، حيث بلغ عددهم (٧) أفراد بنسبة (٤٦,٧%) من إجمالي أفراد العينة، يليهم الحاصلون على الثانوية العامة بعدد (٥) أفراد بنسبة (٣٣,٣%)، ثم الحاصلون على الدبلوم بعدد (٢) بنسبة (١٣,٣%)، وأخيراً الحاصلون على الدراسات العليا بعدد (١) بنسبة (٦,٧%) وتشير هذه النتائج إلى أن معظم أفراد العينة يتمتعون بمستوى تعليمي جامعي، مما يعزز جودة البيانات المستخلصة من الاستبانة.

٤,٣ اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات :

يهدف هذا القسم إلى التحقق من مدى صلاحية أداة الدراسة (الاستبانة) لقياس متغيرات البحث، والتأكد من تمتعها بدرجة مناسبة من الصدق والثبات، بما يضمن أن النتائج المستخلصة من الدراسة تتسم بالدقة والموثوقية. ولتحقيق ذلك، تم الاعتماد على اختبار معامل الثبات كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) لقياس الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة.

وقد تم حساب معامل الثبات لكل محور من محاور الدراسة، بالإضافة إلى حساب معامل الثبات الكلي للاستبانة، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي.

الجدول الثاني :

معاملات الثبات (كرونباخ ألفا) لمحاور الدراسة

المحور	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا	درجة الثبات
جودة الخدمات البيئية	١٠	٠,٩٤٤	مرتفع جداً
رضا العملاء	٥	٠,٩٠٣	مرتفع جداً
اجمالي الاستبيان	١٥	٠,٩٣٦	مرتفع جداً

تفسير النتائج :

يتضح من نتائج الجدول (٤-٥) أن قيم معامل كرونباخ ألفا لجميع محاور الدراسة تجاوزت (٠,٧٠)، وهي النسبة المقبولة إحصائياً للدلالة على وجود اتساق داخلي جيد بين فقرات الاستبانة. كما بلغ معامل الثبات الكلي للاستبانة

(٠,٩٠٣)، مما يشير إلى أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، وأنها مناسبة للاستخدام في جمع البيانات وإجراء التحليلات الإحصائية اللازمة للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها.

٤,٤ الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث) :

يتناول هذا القسم عرض وتحليل استجابات أفراد عينة الدراسة على فقرات الاستبانة، وذلك باستخدام الإحصاءات الوصفية المتمثلة في المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية، بهدف التعرف على اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة والإجابة عن أسئلة البحث.

وقد تم تقسيم الاستبانة إلى محورين رئيسيين، هما:

- المحور الأول: جودة الخدمات البيئية .
- المحور الثاني: رضا العملاء .

وسيتم عرض نتائج كل محور وتحليلها في الجداول التالية، مع بيان مستوى الموافقة وتفسير النتائج في ضوء أهداف الدراسة.

الجدول الثالث :

الإحصاء الوصفي لمحور جودة الخدمات البيئية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الموافقة
يسهم استخدام معدات وتقنيات حديثة في تحسين جودة الخدمات البيئية	٤,١٠	١,١٩	مرتفع
يساعد توفير قنوات تواصل فعالة مع العملاء في تحسين مستوى الخدمة	٤,١٣	١,٢٠	مرتفع
يسهم التدريب المستمر للعاملين في رفع جودة الخدمات المقدمة	٤,١٩	١,١١	مرتفع

مرتفع جدا	١,١٣	٤,٢٩	يؤدي الاهتمام بنظافة مواقع العمل بشكل مستمر إلى زيادة رضا العملاء
مرتفع	١,٢٧	٤,١٦	تحسين سرعة الاستجابة لطلبات العملاء وبلاغاتهم
مرتفع	١,٢٤	٤,٢٠	يؤدي الالتزام بالمواعيد المحددة لتقديم الخدمة إلى زيادة رضا العملاء
مرتفع جدا	١,٢١	٤,٣٣	تسهم المتابعة الدورية لجودة الخدمات في تحسين الأداء البيئي للشركة
مرتفع	١,٢٦	٤,١٧	يساعد التعامل السريع مع الشكاوى والملاحظات في تعزيز رضا العملاء
مرتفع	١,٢١	٤,١٠	تسهم الممارسات الصديقة للبيئة في تحسين صورة الشركة لدى العملاء
مرتفع	١,٢١	٤,١٧	يساعد أخذ آراء العملاء ومقترحاتهم بشكل مستمر في تطوير الخدمات البيئية
مرتفع	١,٢٠	٤,١٧	المتوسط العام للمحور

تفسير النتائج :

يتضح من نتائج الجدول (٤-٦) أن المتوسط العام لمحور جودة الخدمات البيئية بلغ (٤,١٧) ، بانحراف معياري قدره (١,٢٠)، وهو ما يشير إلى أن مستوى موافقة أفراد العينة جاء مرتفعاً. كما يتبين أن أعلى متوسط حسابي كان للعبارة "تسهم المتابعة الدورية لجودة الخدمات في تحسين الأداء البيئي للشركة"، حيث بلغ (٤,٣٣) مما يعكس اتفاق أفراد العينة على أهمية المتابعة المستمرة في تحسين جودة الخدمات البيئية. في المقابل، جاءت عبارة "يسهم استخدام معدات وتقنيات حديثة في تحسين جودة الخدمات البيئية

"ضمن أقل المتوسطات، حيث بلغ متوسطها (٤,١٠) ، إلا أنها لا تزال ضمن مستوى الموافقة المرتفع، مما يدل على أن جميع عبارات المحور حظيت بتقييم إيجابي من أفراد العينة.

الجدول الرابع :

الإحصاء الوصفي لمحور الانحراف المعياري لمتغير رضا العملاء :

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الموافقة
تلبي الخدمات المقدمة توقعاتي واحتياجاتي	٤,١١	١,٢٣	مرتفع
أشعر بالرضا عن مستوى الخدمات البيئية التي تقدمها شركة أفراس	٤,٣٣	١,١٩	مرتفع جدا
سأستمر في التعامل مع شركة أفراس مستقبلاً	٤,٠٦	١,٢١	مرتفع
أوصي الآخرين بالتعامل مع شركة أفراس للخدمات البيئية	٤,٩٤	١,٢١	مرتفع
بشكل عام، أنا راضٍ عن جودة الخدمات التي تقدمها الشركة	٤,٢٢	١,٢٦	مرتفع جدا
المتوسط العام للمحور	٤,١٣	١,٢٢	مرتفع

تفسير النتائج :

تشير نتائج الجدول (٤-٧) إلى أن المتوسط العام لمحور رضا العملاء بلغ (٤,١٣) ، بانحراف معياري قدره (١,٢٢) ، وهو ما يدل على أن مستوى رضا أفراد العينة عن الخدمات المقدمة جاء مرتفعاً. كما أظهرت النتائج أن أعلى متوسط حسابي كان لعبارة "أشعر بالرضا عن مستوى الخدمات البيئية التي تقدمها شركة أفراس"، حيث بلغ (٤,٣٣) ، بينما جاءت عبارة "أوصي الآخرين بالتعامل مع شركة أفراس للخدمات البيئية "

بأقل متوسط حسابي بلغ (٣,٩٤) ، إلا أنها بقيت ضمن مستوى الموافقة المرتفع. وتشير هذه النتائج إلى وجود مستوى جيد من رضا العملاء عن الخدمات التي تقدمها الشركة.

بوجه عام، أظهرت نتائج الإحصاء الوصفي ارتفاع متوسطات استجابات أفراد العينة على محوري الدراسة، حيث بلغ المتوسط العام لمحوّر جودة الخدمات البيئية (٤,١٧)، بينما بلغ المتوسط العام لمحوّر رضا العملاء (٤,١٣) ، مما يدل على وجود مستوى مرتفع من جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء. وتُعد هذه النتائج مؤشرًا إيجابيًا يدعم الانتقال إلى اختبار فرضيات الدراسة للتحقق من طبيعة العلاقة بين متغيراتها.

٤,٥ اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج :

يهدف هذا القسم إلى اختبار فرضيات الدراسة للتحقق من وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيرات الدراسة، وذلك في ضوء البيانات التي تم جمعها من أفراد عينة الدراسة. وقد تم استخدام برنامج **الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)** لإجراء الاختبارات الإحصائية المناسبة، واستخراج النتائج التي تساعد في التحقق من صحة فرضيات الدراسة والإجابة عن أسئلة البحث.

واعتمدت الدراسة على مستوى الدلالة الإحصائية ($\alpha \leq 0.05$) لاتخاذ القرار بشأن قبول أو رفض الفرضيات، حيث يتم قبول الفرضية في حال وجود دلالة إحصائية عند هذا المستوى، بينما يتم رفضها في حال عدم وجود دلالة إحصائية.

الفرضية الرئيسية :

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات البيئية وتحسين رضا العملاء في شركة أفراس للخدمات البيئية بمدينة الرياض.

وللتحقق من صحة هذه الفرضية، تم استخدام معامل ارتباط بيرسون (**Pearson Correlation**) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيري الدراسة، وهما جودة الخدمات البيئية (المتغير المستقل) ورضا العملاء (المتغير التابع).

جدول نتائج اختبار الفرضية الرئيسية :

الفرضية	معامل ارتباط بيرسون (r)	قيمة الاختبار (sig.)	القرار
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات البيئية وتحسين رضا العملاء.	٠,٨٢٨	٠,٠٠٠	قبول الفرضية

التفسير :

يتضح من نتائج الجدول (٤-٨) أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بلغت (٠,٨٢٨) ، وهي تشير إلى وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء. كما بلغ مستوى الدلالة الإحصائية (Sig.) (٠,٠٠٠)، وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة المعتمد (٠,٠٥)، مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدراسة. وبناءً على ذلك، تم قبول الفرضية الرئيسية التي تنص على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء في شركة أفراس للخدمات البيئية.

٤,٦ ربط النتائج بالدراسات السابقة :

أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباط موجبة قوية وذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء في شركة أفراس للخدمات البيئية بمدينة الرياض، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٨٢٨)، كما بلغت قيمة مستوى الدلالة الإحصائية (٠,٠٠٠)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (٠,٠٥)، مما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، وبناءً عليه تم قبول الفرضية الرئيسية للدراسة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء، والتي أشارت بصورة عامة إلى وجود علاقة إيجابية بين تحسين جودة الخدمة وارتفاع مستوى رضا العملاء. كما تتفق نتيجة الدراسة الحالية مع دراسة (Chang and Chen (2013)، التي أوضحت أن التزام المؤسسات بالممارسات البيئية يسهم في زيادة ثقة العملاء بالخدمات المقدمة وتحسين مستوى رضاهم.

كذلك تتفق النتيجة مع دراسة (Rahman et al. (2017، التي أشارت إلى تزايد اهتمام العملاء بالمسؤولية البيئية للمؤسسات، وأن جودة الخدمات البيئية أصبحت أحد المعايير التي يعتمد عليها العملاء عند تقييم جودة الخدمة بشكل عام. كما تتفق مع دراسة (Han et al. (2010، التي توصلت إلى أن تبني الأنشطة والممارسات البيئية يسهم في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة ورفع مستوى رضا العملاء وولائهم.

وتشير هذه النتائج المتوافقة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة إلى أن الاهتمام بجودة الخدمات البيئية لا يقتصر أثره على تحسين الأداء البيئي والتشغيلي للمؤسسة، بل يمتد ليؤثر بصورة إيجابية في إدراك العملاء لجودة الخدمة ومستوى رضاهم عنها. كما تؤكد النتائج أهمية الاستمرار في تطوير جودة الخدمات البيئية والاهتمام بالممارسات البيئية باعتبارها من العوامل التي يمكن أن تسهم في تعزيز رضا العملاء واستمرار علاقتهم بالمؤسسة.

وبناءً على ذلك، فإن نتيجة الدراسة الحالية تقدم دعمًا إضافيًا لما توصلت إليه الأدبيات السابقة بشأن العلاقة الإيجابية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، كما تؤكد أهمية دراسة هذه العلاقة في قطاع الخدمات البيئية، وبخاصة في البيئة المحلية بمدينة الرياض

٤,٧ الخاتمة :

تناول هذا الفصل عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبانة الموجهة إلى أفراد عينة الدراسة، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والاستدلالية المناسبة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها واختبار فرضياتها.

وقد تم في بداية الفصل عرض الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة، ثم التحقق من صدق وثبات أداة الدراسة باستخدام معامل كرونباخ ألفا، حيث أظهرت النتائج تمتع الاستبانة بدرجة عالية من الثبات، مما يؤكد صلاحيتها للاستخدام في الدراسة. كما تم عرض نتائج الإحصاء الوصفي لمحموري الدراسة، وهما **جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء**، والتي بينت ارتفاع مستوى استجابات أفراد العينة على كلا المحورين.

كما تم اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة باستخدام معامل ارتباط بيرسون، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، مما يشير إلى أن تحسين جودة الخدمات البيئية يسهم في رفع مستوى رضا العملاء.

الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

٥,١ حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

تتمثل حدود الدراسة الحالية في عدد من الجوانب التي ينبغي أخذها في الاعتبار عند تفسير نتائجها وتعميمها. فقد اقتصرَت الدراسة على عملاء شركة أفراس للخدمات البيئية في مدينة الرياض، وبالتالي فإن نتائجها تعكس آراء أفراد العينة في البيئة المكانية والتنظيمية التي أجريت فيها الدراسة، وقد تختلف النتائج عند تطبيقها على شركات أخرى أو مدن أخرى. كما ركزت الدراسة على جودة الخدمات البيئية باعتبارها المتغير المستقل، بأبعادها المتمثلة في الاعتمادية، وسرعة الاستجابة، والكفاءة التشغيلية، والملموسية، وعلى رضا العملاء باعتباره المتغير التابع.

كذلك اعتمدت الدراسة على الاستبانة في جمع البيانات من العملاء، وهو ما يجعل النتائج مرتبطة بآراء المشاركين وإدراكاتهم لمستوى جودة الخدمات البيئية ورضاهم عنها خلال فترة إجراء الدراسة. كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والتصميم الكمي، ولذلك تركز النتائج على وصف العلاقة بين متغيرات الدراسة وقياسها إحصائيًا دون التوسع في الجوانب النوعية المتعلقة بتجارب العملاء وتفسيراتهم التفصيلية.

وفي ضوء هذه الحدود، يمكن للدراسات المستقبلية توسيع نطاق البحث ليشمل عددًا أكبر من شركات الخدمات البيئية وفي مدن ومناطق مختلفة داخل المملكة العربية السعودية، بما يساعد على مقارنة النتائج والتوصل إلى نتائج أكثر شمولًا. كما يمكن إجراء دراسات مستقبلية باستخدام عينات أكبر وأكثر تنوعًا من العملاء، ودراسة أثر جودة الخدمات البيئية على متغيرات أخرى مثل الولاء، والصورة الذهنية، والثقة، ونية الاستمرار في التعامل مع الشركة. ويمكن كذلك استخدام المقابلات أو الدراسات النوعية إلى جانب الاستبانة للحصول على فهم أعمق لتجارب العملاء وتحديد الجوانب التي تحتاج إلى تحسين.

٥,٢ توصيات الدراسة:

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، والتي أظهرت ارتفاع مستوى جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، ووجود علاقة ارتباط موجبة قوية ودالة إحصائيًا بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، يمكن تقديم التوصيات الآتية:

- ١ الاستمرار في المتابعة الدورية لجودة الخدمات البيئية، باعتبار أن المتابعة المستمرة تمثل أحد الجوانب المهمة في تحسين الأداء البيئي والخدمي للشركة.
- ٢ تعزيز سرعة الاستجابة لطلبات العملاء وشكاواهم وملاحظاتهم، والعمل على معالجة الشكاوى في الوقت المناسب بما يسهم في المحافظة على مستوى رضا العملاء ورفعهم.
- ٣ الاهتمام المستمر بنظافة مواقع العمل والمعدات والأدوات المستخدمة في تقديم الخدمات، لما لذلك من أثر في إدراك العملاء لجودة الخدمة ومستوى احترافية الشركة.
- ٤ الاستمرار في تدريب العاملين وتطوير مهاراتهم، بما يرفع كفاءتهم ويساعدهم على تقديم الخدمات البيئية بالمستوى المطلوب وتحسين التعامل مع احتياجات العملاء.
- ٥ الالتزام بالمواعيد المحددة لتنفيذ الخدمات، والعمل على رفع مستوى الاعتمادية في تقديم الخدمة والوفاء بالالتزامات المتفق عليها مع العملاء.
- ٦ الاستفادة من المعدات والتقنيات الحديثة في تطوير الخدمات البيئية، بما يساعد على رفع كفاءة العمليات وتحسين جودة الأداء التشغيلي للخدمات المقدمة.
- ٧ تطوير قنوات التواصل مع العملاء وتوفير وسائل فعالة لاستقبال الطلبات والشكاوى والمقترحات، مع الاستفادة من هذه البيانات في تطوير مستوى الخدمات.
- ٨ الاستمرار في تطبيق الممارسات الصديقة للبيئة وتعزيزها، لما لها من دور في تحسين صورة الشركة لدى العملاء ودعم توجهها نحو الاستدامة البيئية.
- ٩ إشراك العملاء في عملية تطوير الخدمات من خلال جمع آرائهم ومقترحاتهم بصورة دورية، واستخدام نتائج قياس رضا العملاء في تحديد أولويات التحسين.
- ١٠ اعتماد مؤشرات دورية لقياس جودة الخدمات ورضا العملاء، بحيث تتمكن إدارة الشركة من متابعة مستوى الأداء واكتشاف جوانب القصور واتخاذ الإجراءات التصحيحية المناسبة.

٥,٣ الخاتمة:

تناولت هذه الدراسة أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة أفراس للخدمات البيئية بمدينة الرياض، وذلك من خلال دراسة مستوى جودة الخدمات البيئية والتعرف على مستوى رضا العملاء، بالإضافة إلى تحليل طبيعة العلاقة بين المتغيرين.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن مستوى جودة الخدمات البيئية جاء مرتفعاً، كما جاء مستوى رضا العملاء مرتفعاً، وهو ما يعكس وجود تقييم إيجابي من أفراد العينة للخدمات المقدمة. كما أظهرت نتائج اختبار الفرضية الرئيسية وجود علاقة ارتباط موجبة قوية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، حيث بلغ معامل ارتباط بيرسون (٠,٨٢٨)، مما يدعم الفرضية الرئيسية للدراسة ويشير إلى أن ارتفاع مستوى جودة الخدمات البيئية يرتبط بارتفاع مستوى رضا العملاء.

وتؤكد هذه النتائج أهمية الاهتمام بجودة الخدمات البيئية باعتبارها أحد العوامل المهمة في تحسين تجربة العملاء وتعزيز رضاهم. كما تبرز أهمية استمرار شركة أفراس في تطوير عملياتها الخدمية والبيئية، مع التركيز على المتابعة الدورية للجودة، وسرعة الاستجابة، ونظافة مواقع العمل والمعدات، وتطوير العاملين، والاستفادة من آراء العملاء ومقترحاتهم.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول إن تحسين جودة الخدمات البيئية لا يقتصر أثره على رفع كفاءة الأداء التشغيلي، وإنما يمتد إلى تعزيز رضا العملاء ودعم استمرارية العلاقة معهم. ومن ثم، فإن المحافظة على مستوى الجودة المرتفع وتطويره بصورة مستمرة يمثل توجهاً مهماً لشركة أفراس في تحسين خدماتها وتحقيق أداء أكثر كفاءة واستدامة.

قائمة المراجع:

- 1) Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- 2) Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. *Journal of Business Ethics*, 114(3), 489–500.

<https://doi.org/10.1007/s10551-012-1360-0>

- 3) Rahman, I., Park, J., & Chi, C. G. Q. (2015). Consequences of “greenwashing”: Consumers’ reactions to hotels’ green initiatives. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(6), 1054–1081.

<https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2014-0202>

- 4) Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. McGraw-Hill.
- 5) Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- 6) Han, H., Hsu, L. T., & Sheu, C. (2010). Application of the Theory of Planned Behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmental friendly activities. *Tourism Management*, 31(3), 325–334.

<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>

الملاحق:

أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء

مقدمة الاستبيان

يهدف هذا الاستبيان إلى التعرف على آراء العملاء حول جودة الخدمات البيئية المقدمة من شركة أفراس بمدينة الرياض، وقياس أثرها على مستوى رضا العملاء، وذلك لأغراض البحث العلمي وتحسين جودة الخدمات المقدمة. وستُعامل جميع الإجابات بسرية تامة وتُستخدم لأغراض الدراسة فقط.

مقياس التقييم

يرجى تقييم كل سؤال باستخدام المقياس من ١ إلى ٥:

١ = غير راضي جداً

٢ = غير راضي

٣ = محايد

٤ = راضي

٥ = راضي جداً

نرجو اختيار الدرجة التي تعكس رأيك أو مستوى رضاك بدقة.

أولاً: البيانات الديموغرافية

الجنس:

*ذكر

*أنثى

العمر:

*أقل من ٢٠ سنة

*من ٢٠ إلى ٢٩ سنة

*من ٣٠ إلى ٣٩ سنة

*من ٤٠ إلى ٤٩ سنة

*٥٠ سنة فأكثر

المؤهل العلمي:

*ثانوي

*دبلوم

*بكالوريوس

*دكتوراه

*أخرى

ثانياً: جودة الخدمات البيئية

١. يؤدي الالتزام بالمواعيد المحددة لتقديم الخدمة إلى زيادة رضا العملاء.

١ / ٢ / ٣ / ٤ / ٥

٢. يساهم استخدام معدات وتقنيات حديثة في تحسين جودة الخدمات البيئية.

١ / ٢ / ٣ / ٤ / ٥

٣. يساعد توفير قنوات تواصل فعالة مع العملاء في تحسين مستوى الخدمة.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

٤. يساهم التدريب المستمر للعاملين في رفع جودة الخدمات المقدمة.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

٥. يؤدي الاهتمام بنظافة مواقع العمل بشكل مستمر إلى زيادة رضا العملاء.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

٦. تساهم المتابعة الدورية لجودة الخدمات في تحسين الأداء البيئي للشركة.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

٧. يساعد التعامل السريع مع الشكاوى والملاحظات في تعزيز رضا العملاء.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

٨. تحسين سرعة الاستجابة لطلبات العملاء وبلاغاتهم.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

٩. تساهم الممارسات الصديقة للبيئة في تحسين صورة الشركة لدى العملاء.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

١٠. يساعد أخذ آراء العملاء ومقترحاتهم بشكل مستمر في تطوير الخدمات البيئية.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

ثالثاً: رضا العملاء

١١. أشعر بالرضا عن مستوى الخدمات البيئية التي تقدمها شركة أفراس.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

١٢. تلبي الخدمات المقدمة توقعاتي واحتياجاتي.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

١٣. سأستمر في التعامل مع شركة أفراس مستقبلاً.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

١٤. أوصي الآخرين بالتعامل مع شركة أفراس للخدمات البيئية.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١

١٥. بشكل عام، أنا راضٍ عن جودة الخدمات التي تقدمها الشركة.

٥ / ٤ / ٣ / ٢ / ١