

Final Project 1
Code: MGM 496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
Midocean University



عنوان المشروع
أهمية رضا العملاء في نجاح المؤسسات في مدينة جدة

أسم الطالب
ريم جهاد شهوان

مشروع تخرج - 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د . عبدالرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

2025

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
2.1. مشكلة الدراسة	5

1.2.1. فجوات على المستوى النظري	5
2.2.1. فجوات على المستوى التطبيقي	5
3.1. أهمية الدراسة	5
1.3.1. على المستوى النظري:	5
2.3.1. على المستوى التطبيقي:	6
4.1. أسئلة الدراسة	6
5.1. أهداف الدراسة	6
6.1. فرضيات الدراسة	6
7.1. نموذج الدراسة	6
8.1. منهجية الدراسة	7
9.1. الدراسة الميدانية	7
10. مخطط المشروع المقترح	7
1. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	8
1. المقدمة:	9
2.2. المتغير المستقل	9
3.2. المتغير التابع	9
4.2. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع	9
5.2. الخاتمة	10
قائمة المراجع	10

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

1.2

تعد رضا العملاء عنصراً أساسياً لنجاح المؤسسات في مدينة جدة في بيئة الأعمال التنافسية. تبدأ المؤسسات بفهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم ثم تطوير منتجات وخدمات تلبي هذه المتطلبات.

يلي ذلك تقديم خدمة فعالة وجوده عالية لضمان تجربه إيجابيه للعملاء. كما تهتم المؤسسات بقياس رضا العملاء بانتظام لمعالجة أوجه القصور وتحسين الأداء.

أخيراً تعمل المؤسسات على تعزيز ولاء العملاء وبناء علاقات طويلة الأمد تضمن استدامة النجاح وزيادة الأرباح.

تشمل المقدمة الخمس مراحل لكتابة المقدمة

تكتب المقدمة في صورة فقرات فقط

3.1. مشكلة الدراسة

1.4.

على الرغم من الاعتراف الواسع بأهمية رضا العملاء في نجاح المؤسسات لا تزال هناك فجوات تحد من فهمه وتطبيقه الفعال.

1.4.1. فجوات على المستوى النظري

- محدودية الدراسات التي توضح العلاقة الدقيقة بين رضا العملاء وولائهم في سياقات صناعية وخدمية مختلفة.

- نقص الأطر النظري ه الموحدة لقياس رضا العملاء بشكل شامل.

2.4.1. فجوات على المستوى التطبيقي

- ضعف تبني آليات منهجية لقياس رضا العملاء في بعض المؤسسات.

- قصور في استخدام نتائج قياس رضا العملاء لتحسين الخدمات وتطوير الاستراتيجيات.

ينتهي هذا الجزء بالسؤال الرئيس ي

5.1. أهمية الدراسة

١,٥,١ . على المستوى النظري:

١,٥,٢ . على المستوى التطبيقي:

١,٦ . أسئلة الدراسة

مامدى تأثير رضا العملاء على نجاح المؤسسات في مدينة جدة ؟
ماهي العوامل الرئيسية التي تؤثر على رضا العملاء في المؤسسات العاملة في جدة ؟
هل تختلف مستويات رضا العملاء باختلاف نوع المؤسسة (تجارية – خدمية – تعليمية ...) إلخ؟
ماهو دور رضا العملاء في تحسين سمعة المؤسسة وزيادة ولاء العملاء ؟
كيف تقيس المؤسسات في جدة رضا العملاء ؟ وهل توجد آليات فعالة لذلك ؟
مالعلاقة بين رضا العملاء وتحقيق الأرباح والنمو المؤسسي ؟
ما أبرز التحديات التي تواجهها المؤسسات في جدة للحفاظ على رضا عملائها ؟

١,٧ . أهداف الدراسة

- ١- تحليل العلاقة بين رضا العملاء ونجاح المؤسسات في مدينة جدة .
- ٢- تحديد العوامل المؤثرة في رضا العملاء ضمن مختلف القطاعات (الخدمية- التجارية- الصناعية)
- ٣- دراسة أثر رضا العملاء على ولاء العملاء وزيادة الأرباح المؤسسية.
- ٤- تقييم الطرق والأساليب التي تستخدمها المؤسسات في جدة لقياس رضا العملاء.
- ٥_ اقتراح توصيات عملية لتحسين رضا العملاء وبالتالي تعزيز نجاح المؤسسة.

١,٨ . فرضيات الدراسة

- ١- توجد علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء ونجاح المؤسسات في مدينة جدة.
- ٢- كلما زاد رضا العملاء زادت نسبة ولائهم للمؤسسة.
- ٣- تؤثر جودة الخدمة بشكل مباشر على مستوى رضا العملاء .
- ٤- تلعب سرعة الإستجابة لاحتياجات العملاء دوراً مهماً في تعزيز رضاهم .
- ٥- المؤسسات التي تهتم بقياس رضا العملاء تحقق أداء أفضل من غيرها .
- ٦- يؤثر رضا العملاء على السمعة المؤسسية وزيادة عدد العملاء الجدد.

١,٩ . نموذج الدراسة

1- المتغير المستقل (Independent variable)

*رضا العملاء

2- المتغير التابع (Dependent variable)

*نجاح المؤسسة مثل: الأرباح , السمعة , ولاء العملاء , عدد العملاء الجدد, استمرارية المؤسسة.

3- المتغيرات الوسيطة أو الفرعية التي تؤثر على رضا العملاء :

جودة الخدمة أو المنتج.

سرعة الاستجابة .

التعامل مع الشكاوي.

التسعير .

تجربة العميل الكلية .

١,١٠. منهجية الدراسة

١,١١. اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وذلك بهدف دراسة العلاقة بين رضا العملاء ونجاح المؤسسات في مدينة جدة . تم جمع البيانات من خلال استبانة إلكترونية وزعت على عينة من العملاء الذين تعاملو مع مؤسسات مختلفه في القطاع الخدمي. تم اختيار العينة بطريقة عشوائية بسيطة لضمان تنوعها وشمولها لمختلف الفئات. بعد جمع البيانات تم تحليلها باستخدام أدوات التحليل الإحصائي المناسبة لاختبار فرضيات الدراسة والوصول إلى نتائج دقيقة تدعم أهداف البحث.

١,١٢. الدراسة الميدانية

١,١٣. تم إجراء هذه الدراسة على عينة من مؤسسات القطاع الخدمي في مدينة جدة ,مثل شركات الاتصالات والمستشفيات الخاصه والمراكز التعليمية ويعتبر هذا القطاع من أكثر القطاعات التي تعتمد على رضا العملاء لضمان الاستمرارية وتحقيق النجاح. وقد تم اختيار هذا القطاع نظراً لتعامله المباشر واليومي مع العملاء مما يجعل تقييم رضا العملاء عاملاً حاسماً في تطور أدائه وتحقيق أهدافه المؤسسية.

١,١٤. مخطط المشروع المقترح

أهمية رضا العملاء في نجاح المؤسسات في مدينة جدة

المقدمة

*تعريف عام بالموضوع:

خلفية الدراسة _ مشكلة الدراسة _ أهمية الدراسة _ أهداف الدراسة _ أسئلة الدراسة _ فرضيات الدراسة _ منهجية الدراسة _ حدود الدراسة _ تعريف المصطلحات.

*الفصل الأول: الإطار النظري والدراسات السابقة:

مفهوم رضا العملاء _ مفهوم نجاح المؤسسات _ العوامل المؤثرة في رضا العملاء _ العلاقة بين رضا العملاء ونجاح المؤسسات _ عرض الدراسات السابقة وتحليلها _ أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.

*الفصل الثاني: منهجية البحث

نوع المنهج المستخدم (وصفي تحليلي) _ مجتمع الدراسة وعينتها _ أدوات جمع البيانات (استبانة أو مقابلة)
_ طرق تحليل البيانات _ الإجراءات المتبعة في جمع وتحليل البيانات .

*الفصل الثالث: عرض النتائج وتحليلها :

عرض البيانات الإحصائية _ تحليل الإجابات وربطها بفرضيات

تفسير النتائج في ضوء الإطار النظري.

* الفصل الرابع: النتائج والتوصيات :

أهم النتائج التي تم التوصل إليها _ تفسير النتائج وربطها بأهداف
الدراسة _ التوصيات المقدمه للمؤسسات _ مقترحات لدراسات
مستقبلية .

*الخاتمة:

ملخص عام للدراسة _ أبرز ما توصلت إليه الباحثة _

*الملاحق :

نسخة من الاستبانة _ الجداول أو الرسوم التوضيحية _ بيانات
إضافية

*المراجع:

الكتب _ الأبحاث _ والمصادر التي تم الرجوع إليها.

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

1.2. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

3.2. المتغير التابع

4.2. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

5.2. الخاتمة

قائمة المراجع

غرفة جدة) . 2021 (التقرير الاقتصادي السنوي. جدة : غرفة جدة التجارية.

الهيئة العامة للإحصاء). 2023. مسح المنشآت الصغيرة والمتوسطة في السعودية. الرياض: الهيئة العامة للإحصاء.

-وزارة التجارة السعودية (2022). تقرير رضا المستهلك في الأسواق السعودية . الرياض : وزارة التجارة .

- الجهني ,عبدالله) . 2019. التسويق و إدارة علاقات العملاء. دار الصميعة للنشر, جدة.

- الحربي, خالد) . 2020. رضا العملاء وجودة الخدمة في المؤسسات السعودية . مكتبة الملك فهد الوطنية

, الرياض .

- أبو زيد ,ف. (٢٠٢٠) إدارة علاقات العملاء وأثرها في تحقيق رضا العملاء . القاهرة : دار الفكر العربي .

2019- السعدي, م. جودة الخدمة ودورها في تحسين رضا العملاء . مجلة الإدارة والاقتصاد .