

مشروع التخرج

جودة الخدمة

اسم الطالب :
لجين عبد الرزاق الصويغ



رقم الطالب :
233000613



اسم الكلية :
بكالوريوس إدارة المشاريع



الجامعة :
جامعة ميداووشن



اسم المشرف :
د/ عبد الرحيم نادر



تاريخ التقديم :
20/6/2026



المقدمة

تُعد جودة الخدمة من المفاهيم الإدارية الحديثة التي حظيت باهتمام واسع في مختلف القطاعات الخدمية والإنتاجية، وذلك لما لها من دور محوري في تحقيق رضا العملاء وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات. ومع التطور المتسارع في بيئة الأعمال وارتفاع مستوى توقعات العملاء، أصبحت جودة الخدمة أحد أهم العوامل التي تعتمد عليها المؤسسات للحفاظ على عملائها واستقطاب عملاء جدد، حيث لم يعد تقديم الخدمة وحده كافياً، بل أصبح من الضروري تقديمها بمستوى عالٍ من الجودة والكفاءة.

وتشير جودة الخدمة إلى مدى قدرة المؤسسة على تلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم من خلال تقديم خدمات تتميز بالدقة والسرعة والاعتمادية والاستجابة الفعالة لمتطلبات المستفيدين. كما ترتبط جودة الخدمة بمجموعة من الأبعاد، الأساسية، مثل الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف، والتي تسهم مجتمعة في تكوين الانطباع العام لدى العميل عن مستوى الخدمة المقدمة.

وتكتسب جودة الخدمة أهمية كبيرة لما لها من تأثير مباشر على رضا العملاء وولائهم للمؤسسة، حيث إن تقديم خدمة عالية الجودة يؤدي إلى زيادة الثقة بين العميل والمؤسسة، ويعزز من فرص استمرار التعامل معها على المدى الطويل. كما أن الاهتمام بجودة الخدمة يسهم في تحسين سمعة المؤسسة وزيادة حصتها السوقية وتحقيق أهدافها الاستراتيجية بكفاءة وفعالية.

وفي ظل المنافسة المتزايدة بين المؤسسات، أصبح من الضروري تبني استراتيجيات فعالة لتحسين جودة الخدمة والارتقاء بمستوى الأداء، وذلك من خلال تطوير مهارات العاملين، وتحسين الإجراءات التشغيلية، والاستفادة من التقنيات الحديثة، والاهتمام المستمر بأراء العملاء وملاحظاتهم.

ومن هذا المنطلق، يأتي هذا البحث لدراسة موضوع جودة الخدمة وأهميتها في المؤسسات المعاصرة، من خلال تسليط الضوء على مفهومها وأبعادها المختلفة، وبيان أثرها في تحقيق رضا العملاء وتحسين الأداء التنظيمي.

مشكلة البحث

في ظل التطورات المتسارعة التي تشهدها بيئة الأعمال الحديثة، أصبحت جودة الخدمة من أهم العوامل التي تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق رضا العملاء والمحافظة عليهم، ومع ذلك، ما زالت العديد من المؤسسات تواجه تحديات تتعلق بتقديم خدمات تلبي توقعات العملاء بالشكل المطلوب، مما يؤدي إلى انخفاض مستويات الرضا وتراجع الثقة في الخدمات المقدمة.

وتتمثل مشكلة البحث في وجود تفاوت بين مستوى جودة الخدمة التي تقدمها المؤسسات ومستوى توقعات العملاء، حيث يسعى العملاء إلى الحصول على خدمات تتميز بالسرعة والدقة والاعتمادية والاستجابة الفعالة لاحتياجاتهم. وعندما لا تتمكن المؤسسة من تحقيق هذه التوقعات، فإن ذلك قد يؤثر سلباً على رضا العملاء وولائهم واستمرار تعاملهم معها.

كما أن ازدياد المنافسة بين المؤسسات الخدمية جعل من الضروري الاهتمام بجودة الخدمة باعتبارها وسيلة أساسية لتحقيق التميز والنجاح. وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها المؤسسات لتحسين خدماتها، إلا أن هناك حاجة مستمرة لدراسة العوامل المؤثرة في جودة الخدمة ومدى انعكاسها على رضا العملاء وتحسين الأداء المؤسسي.

ومن هنا تنبع مشكلة البحث من الحاجة إلى التعرف على مدى تأثير جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء، وتحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً في تكوين الانطباع الإيجابي لدى العميل، بما يساهم في تقديم توصيات تساعد المؤسسات على تطوير خدماتها وتحقيق مستويات أعلى من الكفاءة والتميز. في ظل التطورات المتسارعة التي تشهدها بيئة الأعمال الحديثة، أصبحت جودة الخدمة من أهم العوامل التي تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق رضا العملاء والمحافظة عليهم، ومع ذلك، ما زالت العديد من المؤسسات تواجه تحديات تتعلق بتقديم خدمات تلبي توقعات العملاء بالشكل المطلوب، مما يؤدي إلى انخفاض مستويات الرضا وتراجع الثقة في الخدمات المقدمة.

أهمية البحث

تكتسب دراسة جودة الخدمة أهمية كبيرة في ظل التغيرات المتسارعة التي تشهدها بيئة الأعمال الحديثة، حيث أصبحت جودة الخدمة من العوامل الأساسية التي تسهم في تحقيق رضا العملاء وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات. وتنبع أهمية هذا البحث من كونه يتناول أحد الموضوعات الحيوية التي تؤثر بشكل مباشر في نجاح المؤسسات واستمراريتها.

وتتمثل الأهمية العلمية للبحث في إثراء الجانب المعرفي المتعلق بمفهوم جودة الخدمة وأبعادها المختلفة، من خلال تسليط الضوء على أهم العوامل التي تسهم في تحسين مستوى الخدمات المقدمة للعملاء. كما يساعد البحث في تعزيز الفهم العلمي للعلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، وإبراز دورها في تحقيق التميز المؤسسي.

أما الأهمية العملية للبحث فتتمثل في تقديم نتائج وتوصيات يمكن أن تستفيد منها المؤسسات الخدمية في تطوير خدماتها وتحسين أدائها، بما يسهم في رفع مستوى رضا العملاء وزيادة ولائهم للمؤسسة. كما يساعد البحث متخذي القرار في التعرف على الجوانب التي تحتاج إلى تطوير وتحسين من أجل تقديم خدمات ذات جودة أعلى.

كذلك تبرز أهمية للبحث في دعم المؤسسات على مواجهة التحديات التنافسية المتزايدة، من خلال التركيز على جودة الخدمة كوسيلة فعالة لتحقيق الميزة التنافسية والمحافظة على العملاء الحاليين واستقطاب عملاء جدد. كما يسهم في تعزيز ثقافة الجودة داخل المؤسسات وتشجيعها على تبني استراتيجيات مستمرة للتحسين والتطوير.

ومن هذا المنطلق، يُتوقع أن يسهم هذا البحث في تقديم رؤية علمية وعملية تساعد المؤسسات على فهم أهمية جودة الخدمة ودورها في تحقيق رضا العملاء وتحسين الأداء المؤسسي، بما ينعكس إيجابياً على نجاح المؤسسة واستدامتها في بيئة الأعمال الحديثة.

قائمة المراجع

1. أبو النصر، مدحت محمد. (2017). إدارة الجودة الشاملة والتميز المؤسسي. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
2. إدريس، ثابت عبد الرحمن، والمرسي، جمال الدين محمد. (2018). جودة الخدمة ورضا العملاء. الإسكندرية: الدار الجامعية.
3. العلاق، بشير عباس. (2019). تسويق الخدمات. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
4. الزعبي، علي فلاح. (2020). إدارة الجودة الشاملة في المنظمات المعاصرة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
5. السلمي، علي، (2016). إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التميز المؤسسي. القاهرة: دار غريب للنشر.
6. عبد الحميد، طلعت أسعد. (2018). إدارة الخدمات واستراتيجيات تحسين الجودة. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
7. المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح. (2017). إدارة الجودة في المؤسسات الخدمية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
8. حسن، راوية محمد. (2019). سلوك المستهلك وجودة الخدمات. القاهرة: الدار الجامعية.

أسئلة البحث

في ضوء مشكلة البحث وأهمية دراسة جودة الخدمة، يسعى هذا البحث إلى الإجابة عن مجموعة من الأسئلة الرئيسية التي تساعد في فهم مفهوم جودة الخدمة وأثرها في تحقيق رضا العملاء وتحسين الأداء المؤسسي، وتتمثل هذه الأسئلة فيما يلي:

1. ما المقصود بجودة الخدمة، وما أهم الأبعاد التي تقوم عليها؟
2. ما مدى تأثير جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء داخل المؤسسات الخدمية؟
3. ما الأبعاد الأكثر تأثيراً في تكوين الانطباع الإيجابي لدى العملاء تجاه الخدمة المقدمة؟
4. كيف تسهم جودة الخدمة في تعزيز ولاء العملاء واستمرار تعاملهم مع المؤسسة؟
5. ما أبرز العوامل التي تؤثر في مستوى جودة الخدمة داخل المؤسسات؟
6. ما التحديات التي تواجه المؤسسات في سعيها إلى تحسين جودة الخدمة؟
7. كيف يمكن للمؤسسات تطوير جودة خدماتها بما يحقق رضا العملاء ويرفع من مستوى الأداء المؤسسي؟
8. ما العلاقة بين تحسين جودة الخدمة وتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة؟

ومن خلال الإجابة عن هذه الأسئلة، يسعى البحث إلى تقديم تصور علمي واضح حول أهمية جودة الخدمة وأثرها في تعزيز رضا العملاء وتحقيق التميز المؤسسي، بما يساعد المؤسسات على تطوير خدماتها وتحسين أدائها بصورة مستمرة.

أهداف البحث

يهدف هذا البحث إلى دراسة موضوع جودة الخدمة وأثرها في تحقيق رضا العملاء وتحسين الأداء المؤسسي، وذلك من خلال تحقيق مجموعة من الأهداف الرئيسية، والتي تتمثل فيما يلي:

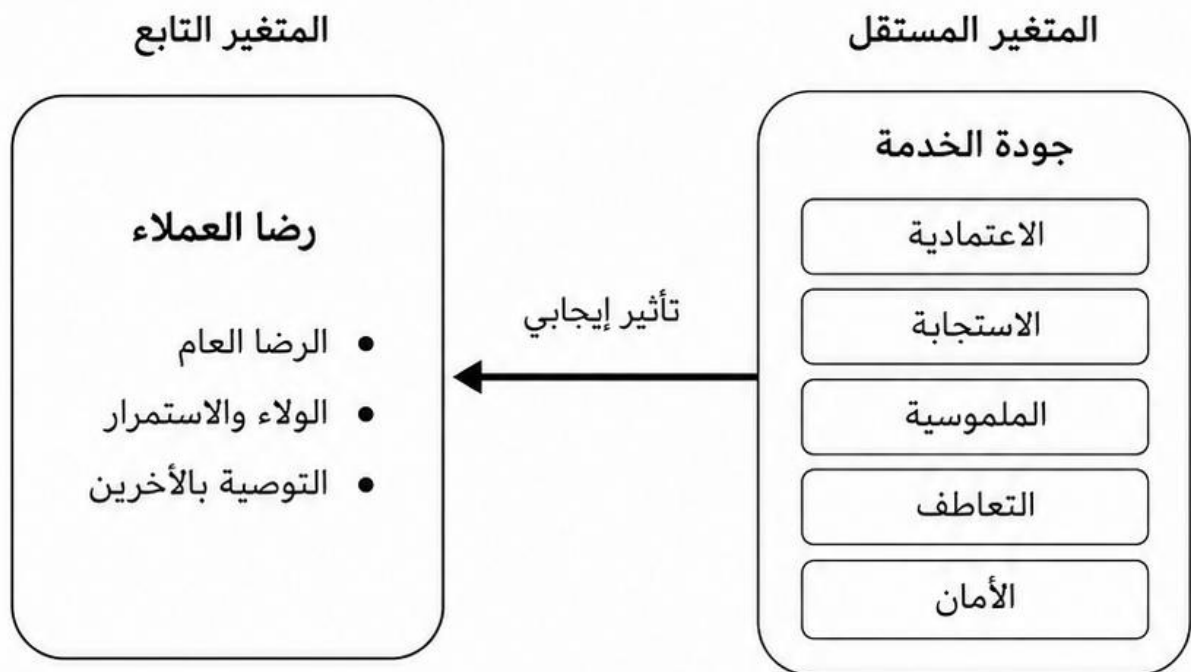
1. التعرف على مفهوم جودة الخدمة وأهم الأبعاد التي تقوم عليها.
2. توضيح أهمية جودة الخدمة ودورها في تحقيق رضا العملاء داخل المؤسسات.
3. دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ومستوى رضا العملاء.
4. تحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً في تكوين الانطباع الإيجابي لدى العملاء تجاه الخدمات المقدمة.
5. التعرف على العوامل التي تسهم في تحسين جودة الخدمة داخل المؤسسات.
6. إبراز دور جودة الخدمة في تعزيز ولاء العملاء واستمرار تعاملهم مع المؤسسة.
7. توضيح أثر جودة الخدمة في تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق الميزة التنافسية.
8. تقديم مجموعة من التوصيات التي تساعد المؤسسات على تطوير خدماتها ورفع مستوى الجودة بما يحقق رضا العملاء ويعزز من كفاءة الأداء.

ومن خلال تحقيق هذه الأهداف، يسعى البحث إلى تقديم فهم علمي واضح لمفهوم جودة الخدمة وأهميتها، وبيان دورها في تحقيق رضا العملاء ودعم نجاح المؤسسات واستدامتها في بيئة الأعمال الحديثة.

نموذج البحث

يوضح نموذج البحث العلاقة بين المتغير المستقل (جودة الخدمة) والمتغير التابع (رضا العملاء)، مع وجود مجموعة من الأبعاد التي تمثل المتغير المستقل، والتي يُتوقع أن تؤثر في المتغير التابع.

فيما يلي شكل نموذج البحث المقترح:



تفسير النموذج:

يفترض هذا النموذج أن أبعاد جودة الخدمة (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الأمان) تؤثر تأثيراً إيجابياً في رضا العملاء، والذي يشمل الرضا العام، والولاء والاستمرار، والتوصية بالآخرين. ويهدف البحث إلى اختبار مدى قوة هذه العلاقة وتحليل تأثير كل بعد من أبعاد جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء داخل المؤسسات الخدمية.

فرضيات البحث

استناداً إلى مشكلة البحث وأهدافه والإطار النظري المرتبط بموضوع جودة الخدمة، تم صياغة مجموعة من الفرضيات التي تسعى الدراسة إلى اختبارها، وذلك على النحو الآتي:

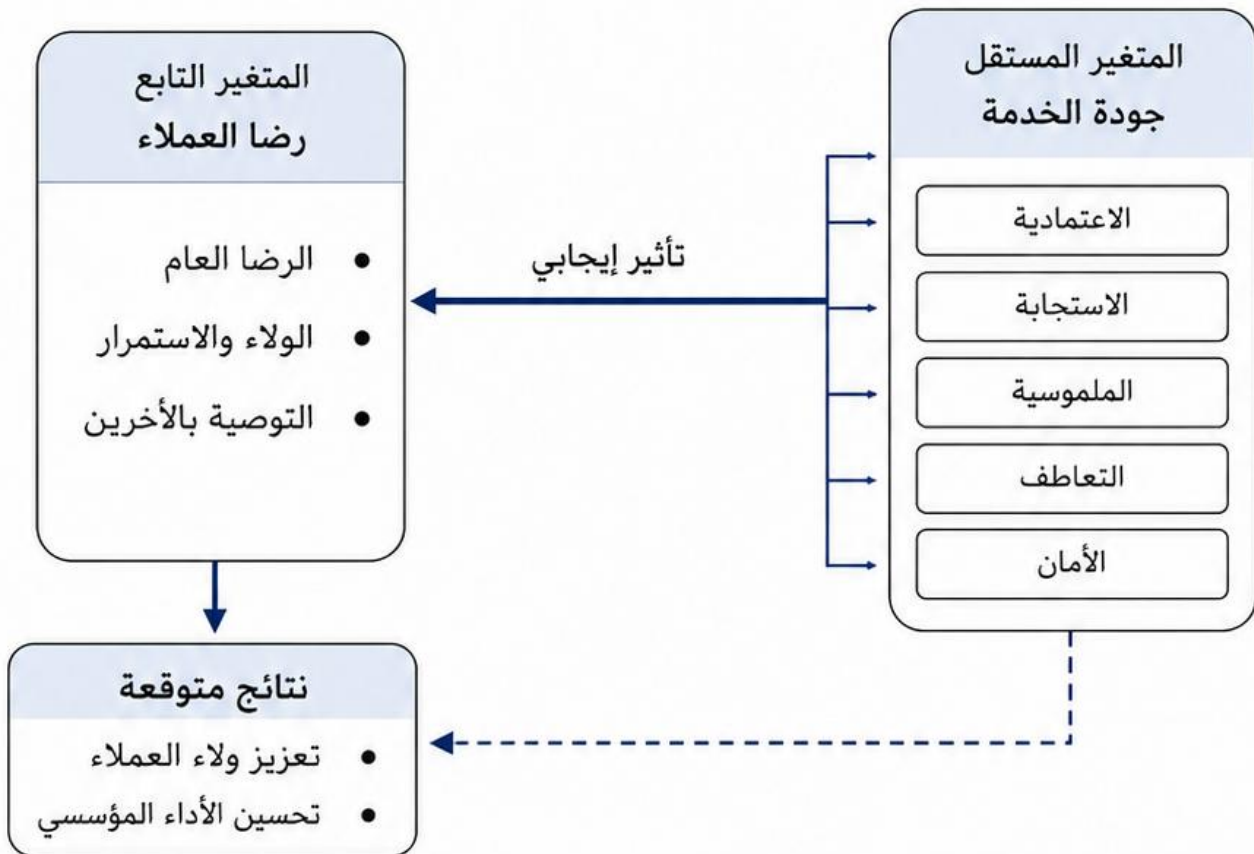
1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء.
2. تؤثر الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة تأثيراً إيجابياً في رضا العملاء.
3. تؤثر الاستجابة السريعة لاحتياجات العملاء تأثيراً إيجابياً في مستوى رضاهم.
4. تؤثر الملموسية المتمثلة في المرافق والتجهيزات والمظهر العام للخدمة تأثيراً إيجابياً في رضا العملاء.
5. يؤثر التعاطف والاهتمام باحتياجات العملاء تأثيراً إيجابياً في تعزيز رضاهم.
6. يؤثر الأمان والثقة في الخدمة المقدمة تأثيراً إيجابياً في رضا العملاء.
7. تسهم جودة الخدمة في تعزيز ولاء العملاء واستمرار تعاملهم مع المؤسسة.
8. تسهم جودة الخدمة في تحقيق ميزة تنافسية وتحسين الأداء المؤسسي.

وتنطلق هذه الفرضيات من افتراض وجود تأثير إيجابي لأبعاد جودة الخدمة المختلفة في مستوى رضا العملاء، بما يساعد على تحسين أداء المؤسسات ورفع قدرتها على تحقيق التميز والاستدامة في بيئة الأعمال الحديثة.

رسم نموذج البحث

يوضح نموذج البحث العلاقة بين جودة الخدمة (كمتغير مستقل) وأثرها على رضا العملاء (كمتغير تابع)، وذلك من خلال تأثير أبعاد جودة الخدمة في مستوى رضا العملاء، وما يترتب على ذلك من نتائج إيجابية على ولاء العملاء وتحسين الأداء المؤسسي.

وفيما يلي الشكل المقترح لنموذج البحث:



تفسير النموذج:

يفترض هذا النموذج أن أبعاد جودة الخدمة (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية، التعاطف، الأمان) تؤثر تأثيراً إيجابياً في رضا العملاء، والذي ينعكس على تعزيز ولائهم واستمرار تعاملهم مع المؤسسة، بالإضافة إلى تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق الميزة التنافسية.

(الدراسة الميدانية المقترحة)

تُعد الدراسة الميدانية من المراحل الأساسية في البحث العلمي، حيث يتم من خلالها جمع البيانات والمعلومات اللازمة للتحقق من فرضيات البحث وتحقيق أهدافه. وفي هذا البحث الذي يتناول جودة الخدمة وأثرها في تحقيق رضا العملاء، يُقترح تطبيق الدراسة الميدانية على إحدى المؤسسات الخدمية التي تقدم خدمات مباشرة للعملاء، مثل البنوك أو المستشفيات أو شركات الاتصالات أو المؤسسات الحكومية الخدمية، وذلك لما تتصف به من بيئة مناسبة لدراسة مستوى جودة الخدمة ومدى تأثيرها على رضا المستفيدين.

وسيتم اختيار عينة من العملاء المستفيدين من خدمات المؤسسة محل الدراسة، بهدف التعرف على آرائهم حول مستوى جودة الخدمة المقدمة ومدى رضاهم عنها. كما سيتم الاعتماد على استبانة ميدانية كأداة رئيسية لجمع البيانات، بحيث تتضمن مجموعة من الأسئلة المتعلقة بأبعاد جودة الخدمة، مثل الاعتمادية، والاستجابة، والملموسية، والتعاطف، والأمان.

وتهدف الدراسة الميدانية إلى قياس مستوى جودة الخدمة من وجهة نظر العملاء، وتحليل العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، وتحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً في تكوين الانطباع الإيجابي لديهم. كما تسعى إلى الكشف عن جوانب القوة والضعف في الخدمات المقدمة، بما يساعد المؤسسة على تطوير أدائها وتحسين جودة خدماتها.

ومن المتوقع أن تسهم نتائج الدراسة الميدانية في تقديم توصيات عملية تساعد المؤسسات على تعزيز رضا العملاء ورفع مستوى الكفاءة التشغيلية وتحقيق التميز التنافسي. كما تدعم النتائج الجانب النظري للبحث من خلال توفير بيانات واقعية يمكن الاستناد إليها في تفسير العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء.

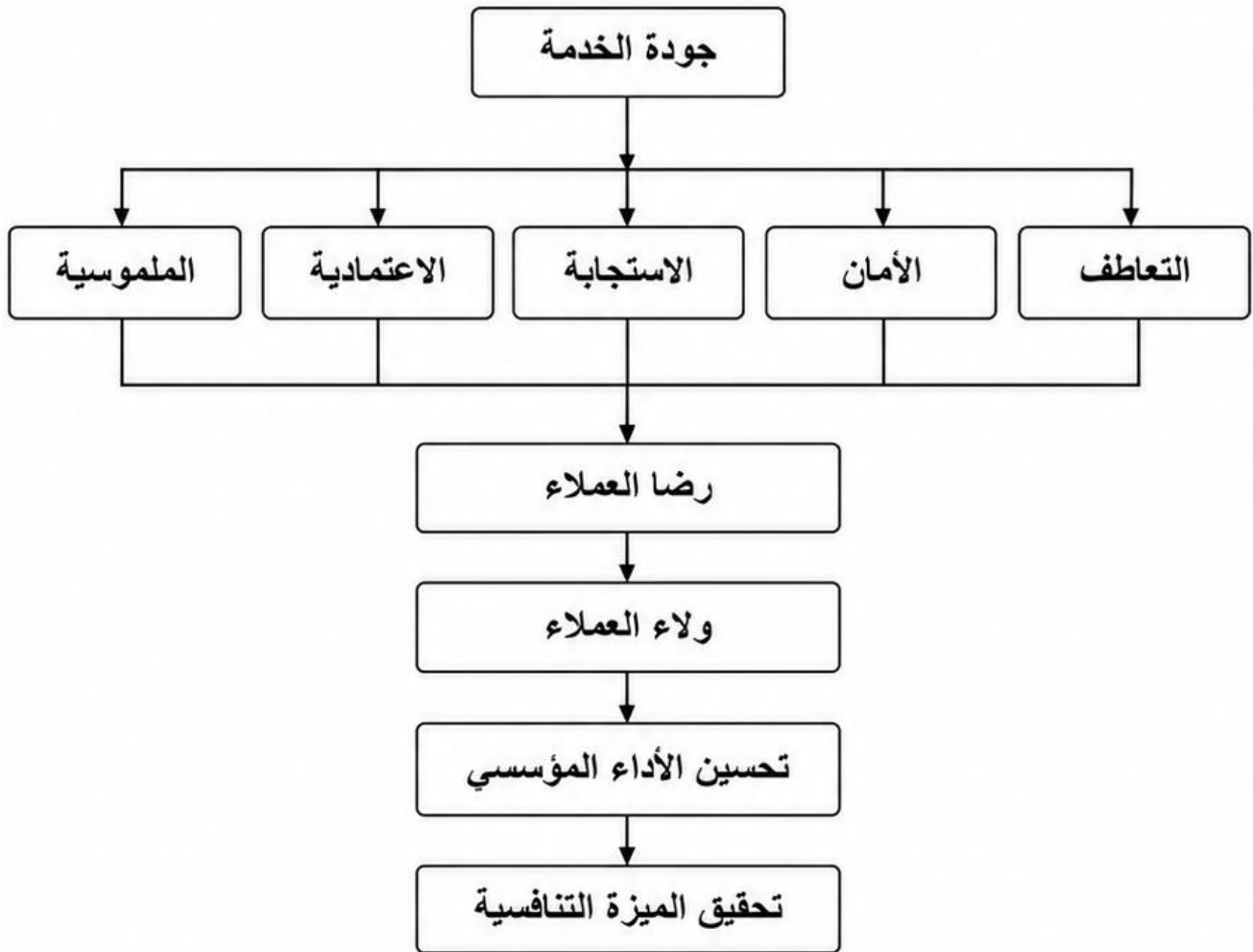
منهجية البحث المتوقعة

تعتمد هذه الدراسة على منهجية علمية منظمة تهدف إلى تحقيق أهداف البحث والإجابة عن الأسئلة البحثية واختبار الفرضيات، وذلك على النحو الآتي:

1. منهج البحث: سيعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يهدف إلى وصف ظاهرة جودة الخدمة وقياس أثرها في رضا العملاء، وتحليل العلاقة بين المتغيرات.
 2. مجتمع البحث: يشمل مجتمع البحث العملاء المستفيدين من خدمات المؤسسة محل الدراسة.
 3. عينة البحث: سيتم اختبار عينة عشوائية مناسبة من عملاء المؤسسة، بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً جيداً وتساعد على تعميم النتائج.
 4. أداة جمع البيانات: سيتم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، والتي تتضمن محاور وأبعاد جودة الخدمة، ومحور رضا العملاء.
 5. مصادر البيانات: ستمد الدراسة على البيانات الأولية التي يتم جمعها من خلال الاستبانة، بالإضافة إلى البيانات الثانوية من الكتب والدراسات والمراجع ذات الصلة.
 6. أسلوب التحليل: سيتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة مثل التكرارات والنسب المئوية، والمتوسطات الحسابية، والانحرافات المعيارية، وتحليل الارتباط والانحدار لاختبار الفرضيات وتحقيق أهداف البحث.
- تهدف هذه المنهجية إلى الحصول على نتائج دقيقة وموثوقة تسهم في فهم العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، وتقديم توصيات عملية لتحسين الأداء وتطوير الخدمات.

المخطط المقترح للمشروع

يوضح المخطط المقترح العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، حيث تنطلق الدراسة من أبعاد جودة الخدمة الأساسية، ثم قياس أثرها في رضا العملاء، وصولاً إلى تحقيق ولاء العملاء وتحسين الأداء المؤسسي.



ويُظهر هذا المخطط أن تحسين أبعاد جودة الخدمة يسهم بشكل مباشر في رفع مستوى رضا العملاء، الأمر الذي يؤدي إلى تعزيز ولائهم للمؤسسة وتحسين أدائها، بما يسهم في تحقيق التميز والقدرة التنافسية في بيئة الأعمال الحديثة.

جدول المحتويات

يوضح جدول المحتويات التسلسل المنطقي لموضوعات البحث، مما يساعد القارئ على الوصول إلى أجزاء الدراسة المختلفة بسهولة، ويعكس الترابط بين عناصر البحث المتعلقة بجودة الخدمة وأثرها في تحقيق رضا العملاء.

الموضوع	رقم الصفحة
الغلاف	1
المقدمة	2
مشكلة البحث	3
أهمية البحث	4
قائمة المراجع	5
أسئلة البحث	6
أهداف البحث	7
نموذج البحث	8
فرضيات البحث	9
رسم نموذج البحث	10
الدراسة الميدانية المقترحة	11
المخطط المقترح للمشروع	12
جدول المحتويات	13

ويهدف هذا التنظيم إلى تسهيل الاطلاع على محتوى البحث وفهم العلاقة بين أجزائه، بما يسهم في تحقيق أهداف الدراسة وإبراز أهمية جودة الخدمة في تعزيز رضا العملاء وتحسين الأداء المؤسسي.

قائمة المراجع

تُعد المراجع العلمية من العناصر الأساسية في إعداد البحوث والدراسات الأكاديمية، حيث تسهم في دعم المعلومات الواردة في البحث وتعزيز مصداقيتها. كما تساعد الباحث على الاستناد إلى مصادر علمية موثوقة في بناء الإطار النظري وتفسير النتائج المتعلقة بموضوع جودة الخدمة وأثرها في تحقيق رضا العملاء.

وقد تم الاعتماد على مجموعة من الكتب والمراجع العلمية المتخصصة في مجالات إدارة الجودة وإدارة الخدمات والتسويق ورضا العملاء، وذلك بهدف تقديم محتوى علمي يدعم أهداف الدراسة ويساعد في تحقيق نتائج أكثر دقة وموضوعية.

1. أبو النصر، مدحت محمد. (2017). إدارة الجودة الشاملة والتميز المؤسسي. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
2. إدريس، ثابت عبد الرحمن، والمرسي، جمال الدين محمد. (2018). جودة الخدمة ورضا العملاء. الإسكندرية: الدار الجامعية.
3. العلاق، بشير عباس. (2019). تسويق الخدمات. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
4. الزعبي، علي فلاح. (2020). إدارة الجودة الشاملة في المنظمات المعاصرة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
5. السلمي، علي. (2016). إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التميز المؤسسي. القاهرة: دار غريب للنشر.
6. عبد الحميد، طلعت أسعد. (2018). إدارة الخدمات واستراتيجيات تحسين الجودة. الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث.
7. المغربي، عبد الحميد عبد الفتاح. (2017). إدارة الجودة في المؤسسات الخدمية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
8. حسن، راوية محمد. (2019). سلوك المستهلك وجودة الخدمات. القاهرة: الدار الجامعية.

وتشكل هذه المراجع أساساً علمياً يدعم موضوع البحث، وتسهم في توضيح المفاهيم المرتبطة بجودة الخدمة ورضا العملاء، بما يعزز من القيمة العلمية للدراسة ويساعد في الوصول إلى نتائج وتوصيات قابلة للتطبيق في المؤسسات الخدمية.

الدراسات السابقة

تناولت العديد من الدراسات موضوع جودة الخدمة وأثرها في تحقيق رضا العملاء وتحسين الأداء المؤسسي، حيث أكدت معظم الدراسات وجود علاقة إيجابية بين مستوى جودة الخدمة ومستوى رضا العملاء وولائهم للمؤسسة.

أشارت دراسة أبو النصر (2017) إلى أن تطبيق مبادئ الجودة الشاملة داخل المؤسسات يساهم في تحسين مستوى الخدمات المقدمة وزيادة ثقة العملاء بالمؤسسة، مما يؤدي إلى تعزيز قدرتها التنافسية وتحقيق التميز المؤسسي.

كما أوضحت دراسة إدريس والمرسي (2018) أن أبعاد جودة الخدمة، وخاصة الاعتمادية والاستجابة، تعد من أكثر العوامل تأثيراً في رضا العملاء، حيث يفضل العملاء المؤسسات القادرة على تقديم خدمات دقيقة وسريعة تلبي احتياجاتهم وتوقعاتهم.

وبيّنت دراسة العلاق (2019) أن تحسين جودة الخدمات يساهم بشكل مباشر في بناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء، ويؤدي إلى زيادة معدلات الولاء والتوصية بالخدمات للآخرين، مما ينعكس إيجاباً على سمعة المؤسسة.

وفي دراسة الزعبي (2020)، تم التأكيد على أن المؤسسات التي تتبنى استراتيجيات مستمرة لتحسين الجودة تكون أكثر قدرة على تحقيق الكفاءة التشغيلية ورفع مستوى الأداء المؤسسي مقارنة بالمؤسسات التي تهمل تطوير خدماتها.

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة يتضح وجود اتفاق بين الباحثين على أن جودة الخدمة تمثل عاملاً أساسياً في تحقيق رضا العملاء وتعزيز ولائهم، كما تساهم في تحسين الأداء المؤسسي وتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الخدمية.

قائمة المراجع

1. أبو النصر، مدحت محمد (2017). إدارة الجودة الشاملة: المفاهيم والتطبيقات. القاهرة: دار الجامعة الجديدة للنشر.
2. إدريس، ثابت عبد الرحمن & المرسي، محمد عبد الفتاح (2018). جودة الخدمة وأثرها في رضا العملاء. مجلة العلوم الإدارية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 19(1)، 45-68.
3. العلاق، بشير العلاق (2019). إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
4. الزعبي، محمد عبد الكريم (2020). استراتيجيات تحسين جودة الخدمات وأثرها في الأداء المؤسسي. مجلة الإدارة والاقتصاد، جامعة البلقاء التطبيقية، 12(2)، 101-124.
5. النجار، عبد الفتاح محمود (2016). التسويق الحديث وإدارة العلاقات مع العملاء. الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر.
6. التميمي، سرمد صباح (2015). إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق الميزة التنافسية. مجلة الباحث، جامعة بغداد، 14(3)، 245-268.
7. جودة محفوظ أحمد (2014). سلوك المستهلك: المفاهيم والتطبيقات. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
8. الخطيب، خالد عبد الرحيم (2013). أساليب تحسين جودة الخدمة في المؤسسات الخدمية. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، 29(2)، 173-196.