

أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في بارنز جدة

إعداد الطالب /

محمد حمزه برمه

232000215

مشروع التخرج -1

كلية الإدارة – جامعة ميد أوشن

إشراف/

د. عبد الرحيم نادر

العام الدراسي:

٢٠٢٦

1 المقدمة

1.1 أهمية جودة الخدمة

تُعد جودة الخدمة من أهم العوامل التي تحدد نجاح المؤسسات الخدمية في الأسواق الحديثة فهي لا تؤثر فقط على صورة المؤسسة وسمعتها بل تلعب دورًا رئيسيًا في الحفاظ على العملاء وجذبهم وزيادة ولائهم للمنشأة وتعتبر المقاهي من أبرز القطاعات التي تعتمد على جودة الخدمة كعامل أساسي لتحقيق رضا العملاء خاصة في المملكة العربية السعودية التي شهدت في السنوات الأخيرة توسعًا كبيرًا في هذا القطاع نتيجة للطلب المتزايد من قبل العملاء على خدمات متميزة وتجارب فريدة

1.2 رضا العملاء كمؤشر رئيسي

يُعتبر رضا العملاء مؤشرًا حيويًا على قدرة المؤسسة على الاستمرار والنمو في ظل المنافسة الشديدة فهو يعكس مدى توافق مستوى الخدمات المقدمة مع توقعات العملاء أو تجاوزها فكلما ارتفعت جودة الخدمة زاد رضا العملاء وتحسن ولاؤهم للمنشأة مما يؤدي في النهاية إلى تحسين الأداء المالي والسمعة المؤسسية

1.3 ضرورة دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء

مع التطور السريع في أذواق المستهلكين وارتفاع توقعاتهم أصبح من الضروري دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء بشكل علمي دقيق خاصة في سلاسل المقاهي الكبرى مثل بارنز بمدينة جدة والتي تعتمد بشكل رئيسي على تجربة العميل كعنصر أساسي في استراتيجيتها التسويقية فهذه التجربة لا تقتصر على جودة المشروبات المقدمة فحسب بل تشمل أيضًا سرعة الخدمة نظافة المكان مظهر الموظفين وسلوكهم في التعامل مع العملاء

1.4 أهداف الدراسة

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تسعى إلى قياس مستويات جودة الخدمة المختلفة التي تقدمها المؤسسة مثل الملموسية الاعتمادية سرعة الاستجابة الأمان والتعاطف وتحليل مدى تأثير كل بعد منها على رضا العملاء كما تهدف الدراسة إلى تقديم توصيات عملية للإدارة يمكن أن تساهم في تحسين تجربة العملاء ورفع مستوى رضاهم وتعزيز ولائهم مما يضمن استمرار المؤسسة في المنافسة وتحقيق نجاح مستدام في السوق

1.2. مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في التأكد من أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في بارنز بمدينة جدة ويهدف البحث إلى تحديد العوامل التي تؤثر في مستوى رضا العملاء وكيفية تحسين جودة الخدمة لتلبية توقعاتهم

1.2.1 فجوات على المستوى النظري

على المستوى النظري توجد فجوة تتعلق بعدم كفاية الدراسات المحلية التي تناولت العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في قطاع المقاهي في المملكة العربية السعودية معظم الدراسات ركزت على قطاعات أخرى أو كانت محدودة من حيث العينة أو الأبعاد المستخدمة لجودة الخدمة كما أن بعض الدراسات السابقة لم تدرس تأثير كل بعد من أبعاد جودة الخدمة بشكل مفصل ولم تربطه بشكل مباشر بمستوى رضا العملاء مما يخلق حاجة لدراسة أكثر شمولية وتطبيقية

1.2.2 فجوات على المستوى التطبيقي

على المستوى التطبيقي توجد فجوة تتعلق بعدم وجود دراسات تطبيقية حديثة في مدينة جدة على سلاسل المقاهي الكبرى مثل بارنز حيث لم يتم تقييم جودة الخدمة من منظور العملاء بشكل مباشر ولم يتم تحليل العلاقة بين أبعاد الجودة الخمسة ورضا العملاء بشكل مفصل وهذا يؤدي إلى صعوبة اتخاذ قرارات عملية لتحسين مستوى الخدمة وتجربة العملاء

السؤال الرئيسي

هل تؤثر جودة الخدمة المقدمة في بارنز بمدينة جدة على مستوى رضا العملاء وما هي أبعاد الجودة الأكثر تأثيراً في رضاهم؟

1.3 أهمية الدراسة

1.3.1 الأهمية العلمية

تتمثل الأهمية العلمية لهذه الدراسة في إثراء الأدبيات العربية في مجال جودة الخدمة ورضا العملاء خاصة في قطاع المقاهي حيث تعاني بعض الدراسات من نقص في تناول هذا المجال بشكل متخصص كما تسهم الدراسة في توضيح أبعاد جودة الخدمة وتحليل تأثيرها على رضا العملاء مما يساعد الباحثين في إجراء دراسات مستقبلية تعتمد على نتائجها

1.3.2 الأهمية التطبيقية

تتمثل الأهمية التطبيقية في تقديم نتائج وتوصيات عملية يمكن أن تستفيد منها إدارة بارنز في جدة لتحسين جودة الخدمة المقدمة وزيادة رضا العملاء كما تساعد هذه الدراسة في دعم اتخاذ القرارات الإدارية المتعلقة بتطوير الأداء وتحسين تجربة العملاء مما يعزز من القدرة التنافسية للمؤسسة في السوق

1.4 أسئلة البحث

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على مجموعة من الأسئلة التي توضح العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في بارنز بمدينة جدة

1.4.1 السؤال الرئيسي

هل تؤثر جودة الخدمة المقدمة في بارنز بمدينة جدة على مستوى رضا العملاء

1.4.2 الأسئلة الفرعية

- ما مستوى جودة الخدمة المقدمة في بارنز بمدينة جدة
- ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في بارنز بمدينة جدة
- هل توجد علاقة بين الملموسية ورضا العملاء
- هل توجد علاقة بين الاعتمادية ورضا العملاء
- هل توجد علاقة بين سرعة الاستجابة ورضا العملاء
- هل توجد علاقة بين الأمان ورضا العملاء
- هل توجد علاقة بين التعاطف ورضا العملاء

1.5 أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في بارنز بمدينة جدة من خلال تحليل أبعاد جودة الخدمة المختلفة وقياس مستوى رضا العملاء

1.5.1 الهدف الرئيسي

دراسة أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في بارنز بمدينة جدة

1.5.2 الأهداف الفرعية

- قياس مستوى جودة الخدمة المقدمة في بارنز بمدينة جدة
- قياس مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة
- تحليل العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء
- تحديد أكثر أبعاد جودة الخدمة تأثيراً على رضا العملاء
- تقديم توصيات لتحسين جودة الخدمة وزيادة رضا العملاء

1.6 فرضيات الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على مجموعة من الفرضيات التي تهدف إلى اختبار العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في بارنز بمدينة جدة

1.6.1 الفرضية الرئيسية

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء في بارنز بمدينة جدة

1.6.2 الفرضيات الفرعية

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملموسية ورضا العملاء
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية ورضا العملاء
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة ورضا العملاء
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأمان ورضا العملاء
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعاطف ورضا العملاء

1.7 نموذج الدراسة

يعتمد نموذج الدراسة على توضيح العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع حيث تمثل جودة الخدمة المتغير المستقل بينما يمثل رضا العملاء المتغير التابع وذلك في بارنز بمدينة جدة

1.7.1 المتغير المستقل

يتمثل المتغير المستقل في جودة الخدمة والتي تتكون من عدة أبعاد رئيسية وهي الملموسية الاعتمادية سرعة الاستجابة الأمان التعاطف

1.7.2 المتغير التابع

يتمثل المتغير التابع في رضا العملاء والذي يعبر عن مدى تقبل العملاء للخدمة المقدمة ومستوى رضاهم عنها

1.7.3 العلاقة بين المتغيرات

تفترض الدراسة وجود علاقة تأثير مباشرة بين جودة الخدمة كمتغير مستقل ورضا العملاء كمتغير تابع حيث كلما تحسنت جودة الخدمة بأبعادها المختلفة زاد مستوى رضا العملاء

1.8 منهجية الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهدف إلى دراسة الظاهرة كما هي في الواقع وتحليل العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في بارنز بمدينة جدة من خلال جمع البيانات من عينة من العملاء وتحليلها للوصول إلى نتائج دقيقة

1.8.1 منهج الدراسة

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث يساعد هذا المنهج في وصف الظاهرة محل الدراسة وتحليلها واستخلاص النتائج التي توضح العلاقة بين المتغيرات

1.8.2 مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء بارنز في مدينة جدة الذين يتعاملون مع فروع المقهى ويستفيدون من خدماته

1.8.3 عينة الدراسة

تم اختيار عينة عشوائية من عملاء بارنز بمدينة جدة حيث تم توزيع الاستبانة على عدد من العملاء بهدف جمع البيانات اللازمة للدراسة

1.8.4 أداة الدراسة

تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات حيث تتكون من مجموعة من الأسئلة التي تقيس أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء باستخدام مقياس ليكرت الخماسي

1.8.5 أساليب تحليل البيانات

تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة مثل المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري واختبار العلاقة بين المتغيرات بهدف التحقق من فرضيات الدراسة

2 الدراسة الميدانية

تهدف الدراسة الميدانية إلى جمع البيانات من عملاء بارنز بمدينة جدة من أجل قياس مستوى جودة الخدمة ومدى رضا العملاء وتحليل العلاقة بينهما بشكل عملي

2.1 مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء بارنز في مدينة جدة وتم اختيار عينة عشوائية من العملاء الذين قاموا بزيارة الفروع والاستفادة من الخدمات المقدمة وذلك بهدف الحصول على بيانات تعكس واقع تجربة العملاء

2.2 أداة جمع البيانات

تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات حيث تحتوي على مجموعة من العبارات التي تقيس أبعاد جودة الخدمة وهي الملموسية الاعتمادية سرعة الاستجابة الأمان التعاطف بالإضافة إلى قياس مستوى رضا العملاء

2.3 طريقة توزيع الاستبانة

تم توزيع الاستبانة على العملاء بشكل مباشر أو إلكتروني وذلك لضمان الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المشاركين والحصول على بيانات دقيقة ومتنوعة

2.4 أساليب تحليل البيانات

تم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة مثل المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري ومعامل الارتباط وذلك لاختبار العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء

3 المخطط المقترح للمشروع

يهدف المخطط المقترح إلى تحسين جودة الخدمة وزيادة رضا العملاء في بارنز بمدينة جدة من خلال تطبيق مجموعة من الإجراءات العملية المبنية على نتائج الدراسة

3.1 تحسين جودة الخدمة

العمل على تطوير مهارات الموظفين من خلال التدريب المستمر على حسن التعامل مع العملاء وتقديم الخدمة بشكل احترافي

3.2 تحسين سرعة الاستجابة

تقليل وقت انتظار العملاء من خلال تحسين آلية تنفيذ الطلبات وزيادة عدد الموظفين في أوقات الذروة

3.3 تعزيز تجربة العملاء

الاهتمام بنظافة المكان وتوفير بيئة مريحة وجذابة للعملاء مما يساهم في رفع مستوى رضاهم

3.4 استخدام التقنية

تطبيق أنظمة إلكترونية لتسهيل الطلبات والدفع مما يسرع من تقديم الخدمة ويحسن تجربة العميل

3.5 متابعة رضا العملاء

إنشاء نظام لتلقي ملاحظات العملاء وتحليلها بشكل دوري بهدف تحسين الخدمة بشكل مستمر

2. الفصل الثاني : الدراسات السابقة

2.1 المقدمة

يُعد موضوع جودة الخدمة ورضا العملاء من الموضوعات الحديثة التي حظيت باهتمام كبير في مجال الإدارة والتسويق نظرًا لأهميتهما في تحسين أداء المؤسسات الخدمية وزيادة قدرتها على المنافسة في الأسواق المختلفة حيث أصبحت جودة الخدمة عنصرًا أساسيًا لا يمكن تجاهله في ظل التغيرات السريعة التي يشهدها العالم وتزايد توقعات العملاء وتنوع احتياجاتهم مما دفع المؤسسات إلى التركيز بشكل أكبر على تقديم خدمات متميزة تلبي رغبات العملاء وتساهم في تحقيق رضاهم واستمرارهم في التعامل مع المؤسسة وقد اهتمت العديد من الدراسات السابقة بدراسة مفهوم جودة الخدمة من زوايا متعددة حيث تناولت هذه الدراسات أبعاد جودة الخدمة المختلفة مثل الملموسية والاعتمادية وسرعة الاستجابة والأمان والتعاطف كما ركزت على كيفية تأثير هذه الأبعاد على سلوك العملاء ومستوى رضاهم وقد أثبتت معظم هذه الدراسات أن جودة الخدمة تمثل عاملاً حاسماً في تشكيل تجربة العميل وأن أي تحسين في مستوى الخدمة ينعكس بشكل مباشر على زيادة رضا العملاء وتعزيز ولائهم للمؤسسة كما تناولت الدراسات السابقة مفهوم رضا العملاء باعتباره نتيجة مباشرة لجودة الخدمة المقدمة حيث يُعبر رضا العملاء عن مدى تطابق توقعات العملاء مع الأداء الفعلي للخدمة أو تجاوزه وقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن المؤسسات التي تهتم بقياس رضا العملاء والعمل على تحسينه تحقق مستويات أعلى من النجاح والاستمرارية مقارنة بغيرها من المؤسسات التي تهمل هذا الجانب وفي هذا السياق برزت أهمية دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء حيث سعت العديد من الدراسات إلى تحليل هذه العلاقة واختبارها في قطاعات مختلفة وقد أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية قوية بين جودة الخدمة ورضا العملاء مما يؤكد أن تحسين جودة الخدمة يؤدي إلى رفع مستوى رضا العملاء وزيادة ولائهم وعلى الرغم من تعدد الدراسات إلا أن هناك حاجة مستمرة لإجراء دراسات تطبيقية في قطاع المقاهي في مدينة جدة خاصة في سلاسل مثل بارنز

2.2 المتغير المستقل جودة الخدمة

تُعد جودة الخدمة المتغير المستقل في هذه الدراسة وهي تمثل قدرة المؤسسة على تقديم خدمة تلبي توقعات العملاء أو تتجاوزها وتعتمد جودة الخدمة على مجموعة من الأبعاد الأساسية التي تشكل في مجموعها تجربة العميل داخل المنشأة

حيث تشمل هذه الأبعاد الملموسية التي تتعلق بالمظهر العام للمكان ونظافته ومظهر الموظفين والاعتمادية التي تعني قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة بشكل دقيق وموثوق وفي الوقت المحدد وسرعة الاستجابة التي تشير إلى مدى سرعة تلبية طلبات العملاء وتقديم الخدمة لهم والأمان الذي يعبر عن شعور العميل بالثقة والاطمئنان أثناء التعامل مع المؤسسة والتعاطف الذي يتمثل في اهتمام الموظفين بالعملاء وتفهم احتياجاتهم وتقديم الخدمة بطريقة شخصية تراعي رغباتهم وتُعد هذه الأبعاد من أهم العناصر التي يتم من خلالها تقييم جودة الخدمة في المؤسسات الخدمية

2.3 المتغير التابع رضا العملاء

يُعد رضا العملاء المتغير التابع في هذه الدراسة وهو يعبر عن الحالة الشعورية التي يصل إليها العميل بعد حصوله على الخدمة حيث يقوم بمقارنة توقعاته المسبقة مع الأداء الفعلي للخدمة المقدمة فإذا كانت الخدمة المقدمة مساوية لتوقعاته أو أفضل منها فإنه يشعر بالرضا أما إذا كانت أقل من توقعاته فإنه يشعر بعدم الرضا ويؤثر رضا العملاء بشكل كبير على سلوكهم المستقبلي مثل تكرار الشراء والتوصية بالمؤسسة للآخرين والاستمرار في التعامل معها كما يُعد رضا العملاء من أهم المؤشرات التي تعتمد عليها المؤسسات في تقييم أدائها وتحسين خدماتها بشكل مستمر

2.4 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تُعد العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء من العلاقات المهمة التي حظيت باهتمام واسع في الدراسات السابقة حيث أثبتت العديد من الدراسات وجود علاقة إيجابية مباشرة بين جودة الخدمة ورضا العملاء فكلما تحسنت جودة الخدمة بأبعادها المختلفة ارتفع مستوى رضا العملاء والعكس صحيح وتُفسر هذه العلاقة بأن جودة الخدمة تؤثر بشكل مباشر على تجربة العميل وبالتالي على تقييمه للخدمة المقدمة كما أن كل بعد من أبعاد جودة الخدمة يلعب دورًا متفاوتًا في التأثير على رضا العملاء حيث قد يكون لبعض الأبعاد مثل سرعة الاستجابة أو الملموسية تأثير أكبر من غيرها في بعض الحالات وتؤكد هذه العلاقة أهمية تركيز المؤسسات على تحسين جودة الخدمة كوسيلة أساسية لزيادة رضا العملاء وتعزيز قدرتها التنافسية

التوصيات

ضرورة الاهتمام بتحسين جودة الخدمة بجميع أبعادها داخل بارنز بمدينة جدة

العمل على تدريب الموظفين بشكل مستمر لتحسين مهارات التعامل مع العملاء

التركيز على تقليل وقت الانتظار وزيادة سرعة الاستجابة لطلبات العملاء

تحسين البيئة الداخلية للمقهى من حيث النظافة والتنظيم والمظهر العام

الاهتمام بقياس رضا العملاء بشكل دوري والعمل على معالجة نقاط الضعف

استخدام التقنيات الحديثة لتحسين تجربة العملاء وتسهيل الحصول على الخدمة

الخاتمة

في ختام هذا البحث الذي تناول أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في بارنز بمدينة جدة يتضح أن جودة الخدمة تُعد من أهم العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على مستوى رضا العملاء حيث أن تحسين مستوى الخدمة المقدمة يساهم في تعزيز تجربة العميل وزيادة درجة رضاه واستمراره في التعامل مع المؤسسة كما أظهرت الدراسة أن أبعاد جودة الخدمة المختلفة مثل الملموسية والاعتمادية وسرعة الاستجابة والأمان والتعاطف تلعب دوراً مهماً في تشكيل انطباعات العملاء وتقييمهم للخدمة المقدمة

وقد بينت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء مما يؤكد أن أي تحسين في مستوى جودة الخدمة ينعكس بشكل مباشر على زيادة رضا العملاء وتعزيز ولائهم كما أن الاهتمام بتطوير مهارات الموظفين وتحسين بيئة العمل واستخدام التقنيات الحديثة يُعد من العوامل المهمة التي تساعد في رفع مستوى جودة الخدمة وتحقيق رضا العملاء

كما تؤكد هذه الدراسة أهمية اعتماد المؤسسات الخدمية على أساليب علمية في قياس جودة الخدمة ورضا العملاء والعمل على تحليل النتائج بشكل مستمر من أجل تحسين الأداء وتطوير الخدمات بما يتناسب مع احتياجات العملاء وتوقعاتهم المتزايدة وفي ظل المنافسة القوية في قطاع المقاهي بمدينة جدة يصبح من الضروري على المؤسسات مثل بارنز التركيز على تقديم خدمات متميزة تحقق رضا العملاء وتضمن استمراريتها في السوق

وبناءً على ما سبق يمكن القول إن جودة الخدمة تمثل حجر الأساس في نجاح المؤسسات الخدمية وأن تحقيق رضا العملاء يتطلب اهتماماً مستمراً بتحسين جميع عناصر الخدمة والعمل على تطويرها بما يواكب تطورات السوق واحتياجات العملاء