

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Prepared by: Dr. Mona Moustafa Elashry

To

Faculty of Management
Midocean University

جودة الخدمة على العملاء في سلسلة مطاعم البيك الشهيرة

quality service on customer satisfaction in famous
restaurant ALBAIK

أسم الطالب

إسماعيل تاج الدين بنجر

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2024 الفصل الدراسي الثاني

جدول المحتويات

3	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
4	1.1. المقدمة:
5	1.2. مشكلة الدراسة
5	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
5	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
5	1.3. أهمية الدراسة
5	1.3.1. على المستوى النظري:
5	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
6	1.4. أسئلة الدراسة
6	1.5. أهداف الدراسة
6	1.6. فرضيات الدراسة
6	1.7. نموذج الدراسة
7	1.8. منهجية الدراسة
7	1.9. الدراسة الميدانية
7	1.10. مخطط المشروع المقترح
8	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
9	2.1. المقدمة:
9	2.2. المتغير المستقل
9	2.3. المتغير التابع
9	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
10	2.5. الخاتمة
10	قائمة المراجع

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

موظفين خدمة العملاء هم أول نقطة يتقابل بها المستهلكين مع العلامة التجارية. فهم ينشأوا الانطباع الأول الذي يؤثر على وجهة نظر العميل في الشركة. وكلاء الخدمة الغير متخصصين، او غير مدربين، او مدربين بشكل سئ لن يتمكنوا من توصيل خدمة مميزة. من الناحية الأخرى، خدمة العملاء المنفذة بشكل جيد مع موظفين مدربين بشكل جيد يؤدي الى زيادة في رضا العملاء وتجربة عملاء أفضل. لذلك تدريب فريق دعم العملاء يعد بنفس أهمية تدريب فرق التسويق والمبيعات (LIVEAGENT.com.)

و بتعريف أدق: هي العملية التي يتم من خلالها تلبية احتياجات وتوقعات العملاء من خلال تقديم خدمة ذات جودة عالية ينتج عنها رضا العملاء.

وتتفاوت أهمية خدمة العملاء حسب نوع المنتج ونوع العميل، فمثلا العميل الخبير يتطلب خدمة أقل من المبتدئ سواء كان سلعة أو خدمة، ويكون خدمة العملاء أكثر أهمية في شركات تقديم الخدمات مثل الاتصالات أو الإنترنت أكثر من الشركات التي تقدم السلع (ويكيبيديا).

أدرك الباحثون المهتمون بالأنشطة الخدمية أهمية الجودة في تقديم الخدمات وتأثيرها على الاداء على الاداء التسويقي من منظور العميل لخلق ميزة تنافسية

وتحسين الربحية بالنسبة للمؤسسات الخدمية فمن الضروري تحسين مستويات الجودة وتحقيق رضا العملاء

وأصدر رضا العملاء هو محور اهتمام المؤسسات فيتم خدمة العملاء بما يتوافق مع احتياجاتهم وتوقعاتهم وتقديم الخدمات التي ترضيهم وتجعلهم مخلصين للمنظمة وخاصة في حالة الثورة التكنولوجية وهنا تمكن تقنيات الاتصالات والمعلومات هذا العميل من تمييز الخدمات حسب رغباته واختياراته (فاطنة ٢٠٢٣،)

وتعتبر جودة الخدمة من أهم التحديات الاستراتيجية التي تواجهها المؤسسات الخدمية لتحقيق ذلك، فالاهتمام بتقديم خدمات متميزة للزبائن وتحقيق أقصى إشباع لهم بما يتوافق مع احتياجاتهم وتوقعاتهم، هو الضمان الرئيسي للوصول إلى تطلعات الزبائن وكسبهم ورضاهم (عمرى، ٢٠٢٢)

وتختلف المنظمات في العديد من النواحي أو السمات المميزة لها مثل أهدافها، واستراتيجياتها، أنظمتها، أو فلسفات العمل التي تتبناها لتحقيق غاياتها الرئيسية، إلا أن هناك شيئا واحدا مشتركا يجمع بينهم، وهو توقف تحقيق النجاح، النمو، والاستمرارية في الدو على قاعدة العملاء، ونوعية العلاقة التي تربطهم بهؤلاء العملاء، حيث يعتبر المصدر الحقيقي لتحقيق جودة أداء دائمة في السداد

المستهدفة هي فهم احتياجات ورغبات العملاء والتميز في خدمتهم والسعي إلى تحقيق رضاهم (العوضي , وآخرون ٢٠٢٢)

هذا التصنيف لابد وان يسدد تمتد من قاعدة بيانات خاصة بالزبائن تقوم المؤسسة بجمعها وتحليلها لمعرفة احتياجات وتوقعات الزبائن وتلبيتها بالطريقة الملائمة للزبائن والمربحة للمؤسسة في آن واحد (بوطيه, وآخرون ٢٠١٧)

1.2. مشكلة الدراسة

ومن المهم أن نتعرف على الـ touch point وهي نقطة التلامس وذلك لإيجاد حلول لمشاكل خدمة العملاء .

وتتعدد نقاط التلامس مع العملاء والتي تصل في بعض المجالات إلى عشرات النقاط! وعلى العكس نجد أنشطة أخرى تكون الـ touch point قابلة

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

- عدم توفر معلومات حديثة عن أثر جودة الخدمة على رضا العملاء .
- تداخل مفاهيم واستراتيجيات جودة الخدمة و علاقتها بالرضا الوظيفي.
- ضعف إدراك المؤسسات أبعاد جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

- ضعف المعلومات المتوفرة في مجال الجودة والخدمات ورضا الزبائن.
 - قلة الدراسات الميدانية عن أثر جودة الخدمة على رضا العملاء بشكل عام.
- ومشكلة الدراسة هي : هل جوده خدمة العملاء لها اثر على رضا في سلسله مطاعم البيك ؟

1.3. أهمية الدراسة

تكمن اهمية هذا البحث في التعبير عن اهمية مستوى جودة خدمة ورضا العملاء التي تقدمها هذا المطعم الشهير لزبائنهم ومدى توافق مع رغباتهم وحاجتهم وذلك لكسب رضاهم , وتنقسم الى مستويين نظري وتطبيقي .

1.3.1. على المستوى النظري:

- المساعدة على تحليل وفهم العوامل المؤثرة على جودة الخدمات وانعكاساتها على رضا العملاء.
- المساهمة في تطوير نظريات الجودة من خلال دراسة تأثير تحسين جودة الخدمات على مواقف وسلوكيات الموظفين والعملاء.
- المساهمة في تطوير نظريات الاداره والتسويق ، حيث يوفر إطار مفاهيمي لفهم العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- تحسين مستوى الخدمات المقدمة بما يحقق الرغبات
- تطوير مستوى الخدمات بما يحقق رغبات العملاء .
- تعزيز المعرفة على التعرف على توجيهات الزبائن من الخدمات المقدمة لكسب رضاهم .

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

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

قائمة المراجع :

- LIVEGENT.com - جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون
- WIKIPIDIA.com - التعريف الدقيق للخدمة العملاء
- فاطنة ٢٠٢٣ - جودة الخدمات ودورها في تحسين مستويات رضا الزبون.
- عمري ٢٠٢٢ - أهم تحديات جودة الخدمة .
- العوضي وآخرون ٢٠٢٢ - تأثير الجودة اداء الخدمات على رضا العملاء .
- بوطيبة وآخرون - ٢٠١٧ - اثر العلاقة مع الزباين على رضا العملاء .

مع أطيب الأمنيات بالنجاح والتوفيق

It' s Never Too Late to START. Just Begin!

Best of Luck 😊 *Dr. Mona Moustafa Elashry*

