

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي 2

دور قيادة المشروع في إدارة الجودة وتحسين تجربة العملاء في شركة ماكدونالدز السعودية

أسم الطالب

محمد محمود إبراهيم

232002565

المشروع النهائي- 2

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي الثاني - 2026

الشكر والتقدير

الإهداء

مستخلص الدراسة

الهدف:

المنهجية:

النتائج:

التطبيقات والأهمية:

الكلمات المفتاحية:

جدول المحتويات

2	الشكر والتقدير.....
3	الإهداء.....
4	مستخلص الدراسة.....
7	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
8	1.1. المقدمة:.....
9	1.2. مشكلة الدراسة.....
9	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....
9	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
9	1.3. أهمية الدراسة.....
9	1.3.1. على المستوى النظري:.....
9	1.3.2. على المستوى التطبيقي:.....
10	1.4. أسئلة الدراسة.....
10	1.5. أهداف الدراسة.....
10	1.6. فرضيات الدراسة.....
10	1.7. نموذج الدراسة.....
11	1.8. الدراسة الميدانية.....
11	1.9. مخطط المشروع.....
12	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
13	2.1. المقدمة:.....
13	2.2. المتغير المستقل.....
13	2.3. المتغير التابع.....
14	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
14	2.5. الخاتمة.....
21	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
21	3.1. المقدمة.....

22	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
22	3.3. تصميم البحث
23	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات
23	3.5. طريقة جمع البيانات
24	3.6. أنواع البيانات
24	3.7. إجراءات التحليل الإحصائي
25	3.8. الخاتمة
26	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
27	4.1. المقدمة
27	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
27	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
28	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
28	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
28	4.6. الخاتمة
29	5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
30	5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية
30	5.2. توصيات الدراسة
30	5.3. الخاتمة
25	قائمة المراجع
33	الملاحق

جدول الأشكال

جدول الجداول

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

يشهد العالم في الوقت الحاضر تحولات متسارعة في بيئة الأعمال نتيجة التطور التكنولوجي، والانفتاح الاقتصادي، واشتداد المنافسة بين المؤسسات على المستويين المحلي والعالمي. وقد أدى ذلك إلى تغير جوهري في فلسفة الإدارة، حيث لم يعد التركيز مقتصرًا على تحقيق الأرباح فقط، بل أصبح الاهتمام منصبًا على تحقيق الجودة الشاملة، وبناء علاقات طويلة الأمد مع العملاء، وتقديم تجربة متكاملة تتجاوز مجرد تقديم المنتج أو الخدمة. وفي هذا السياق، برزت أهمية قيادة المشروع كأحد العوامل الحاسمة في نجاح المؤسسات، لما لها من دور في توجيه الموارد، وتحفيز فرق العمل، وضمان تنفيذ الخطط الاستراتيجية بكفاءة وفعالية.

وتُعد إدارة الجودة من المفاهيم الإدارية الحديثة التي حظيت باهتمام واسع في الأدبيات الإدارية، نظرًا لدورها في تحسين الأداء المؤسسي وتقليل الأخطاء ورفع مستوى رضا العملاء. فالجودة لم تعد خيارًا إضافيًا، بل أصبحت مطلبًا أساسيًا لبقاء المؤسسات واستمرارها في الأسواق التنافسية. كما أن تجربة العملاء أصبحت مؤشرًا رئيسًا لقياس نجاح المؤسسات، حيث يقاس الأداء اليوم بمدى رضا العميل عن جميع مراحل تعامله مع الشركة، بدءًا من لحظة دخوله إلى موقع الخدمة وحتى ما بعد الحصول عليها.

ويكتسب هذا الموضوع أهمية متزايدة في قطاع المطاعم السريعة، الذي يعتمد بشكل كبير على سرعة الإنجاز، ودقة العمليات التشغيلية، والالتزام بمعايير الجودة، إضافة إلى التعامل المباشر والمستمر مع العملاء. فنجاح هذا القطاع يرتبط ارتباطًا وثيقًا بقدرة الإدارة على تحقيق التوازن بين الكفاءة التشغيلية وجودة الخدمة وتجربة العميل الشاملة.

في المملكة العربية السعودية، يشهد قطاع المطاعم السريعة نموًا ملحوظًا مدفوعًا بزيادة عدد السكان، وارتفاع القوة الشرائية، وتغير أنماط الاستهلاك، إضافة إلى التحولات التي تشهدها البلاد في ظل رؤية 2030 التي تدعم تطوير

قطاع الأعمال وتعزيز التنافسية. وقد أدى هذا النمو إلى اشتداد المنافسة بين الشركات المحلية والعالمية، مما فرض على المؤسسات العاملة في هذا القطاع ضرورة تبني استراتيجيات إدارية متقدمة تركز على الجودة والتميز في الخدمة.

وتُعد مكدونالدز السعودية من أبرز الشركات العاملة في مجال المطاعم السريعة داخل المملكة، حيث استطاعت بناء حضور قوي وانتشار واسع من خلال الالتزام بمعايير تشغيلية دقيقة وأنظمة جودة عالمية. إلا أن المحافظة على هذا التميز في ظل المنافسة المتزايدة تتطلب وجود قيادة فعّالة قادرة على إدارة المشاريع التطويرية، وتحسين العمليات، وضمان تطبيق معايير الجودة بما ينعكس إيجاباً على تجربة العملاء.

ومن هنا تتضح الحاجة إلى دراسة العلاقة بين قيادة المشروع وإدارة الجودة، وكيف يمكن للقيادة الفعّالة أن تسهم في تحسين تجربة العملاء داخل بيئة عمل تشغيلية معقدة وسريعة الإيقاع مثل بيئة المطاعم السريعة.

على الرغم من اعتماد العديد من المؤسسات على أنظمة ومعايير لإدارة الجودة، إلا أن نجاح هذه الأنظمة يعتمد بدرجة كبيرة على فاعلية القيادة المسؤولة عن تنفيذها والإشراف عليها. فغياب القيادة الفعّالة قد يؤدي إلى ضعف الالتزام بالمعايير، وتدني مستوى التنسيق بين فرق العمل، وعدم الاستجابة السريعة لملاحظات العملاء، مما ينعكس سلباً على تجربة العميل وسمعة المؤسسة.

وتكمن مشكلة البحث في وجود حاجة لفهم مدى تأثير قيادة المشروع في تعزيز ممارسات إدارة الجودة داخل الشركة، ومدى انعكاس ذلك على تحسين تجربة العملاء. وعليه يمكن صياغة المشكلة في التساؤل الرئيس الآتي:

ما دور قيادة المشروع في إدارة الجودة وتحسين تجربة العملاء في شركة مكدونالدز السعودية؟

ويتفرع عن هذا التساؤل عدد من التساؤلات الفرعية المتعلقة بمدى تأثير أساليب القيادة، ومستوى المتابعة والتقييم، وآليات التحفيز، والتواصل الداخلي في تحقيق جودة مستدامة وتجربة عملاء متميزة.

يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على الدور الذي تؤديه قيادة المشروع في دعم وتطوير أنظمة إدارة الجودة، وبيان مدى تأثير ذلك على تجربة العملاء في شركة مكدونالدز السعودية. ويتفرع عن الهدف الرئيس عدد من الأهداف الفرعية، من أهمها:

1. توضيح الإطار المفاهيمي لقيادة المشروع وأهم خصائصها في بيئة الأعمال المعاصرة.
2. تحليل مفهوم إدارة الجودة وأهميتها في قطاع المطاعم السريعة.
3. استكشاف العلاقة بين ممارسات قيادة المشروع وتطبيق معايير الجودة.
4. قياس أثر إدارة الجودة على مستوى رضا العملاء وتحسين تجربتهم.
5. تقديم توصيات عملية تساهم في تعزيز فعالية القيادة وتحسين الأداء المؤسسي.

تتبع أهمية هذا البحث من كونه يعالج موضوعاً يجمع بين ثلاثة محاور إدارية رئيسة هي: القيادة، والجودة، وتجربة العملاء، وهي عناصر تشكل معاً أساس النجاح المؤسسي في بيئة الأعمال الحديثة. كما تكتسب الدراسة أهمية خاصة في ظل التطورات الاقتصادية التي تشهدها المملكة العربية السعودية، والتي تتطلب من المؤسسات رفع مستوى كفاءتها وتعزيز قدرتها التنافسية.

ومن الناحية التطبيقية، قد تساهم نتائج الدراسة في مساعدة الإدارة العليا ومتخذي القرار داخل الشركة على تطوير أساليب القيادة وتحسين آليات إدارة الجودة، بما يعزز من مستوى رضا العملاء ويحقق استدامة التميز المؤسسي.

وسيعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال جمع البيانات باستخدام أدوات مناسبة مثل الاستبيانات أو المقابلات، وتحليلها إحصائياً لاستخلاص النتائج المتعلقة بطبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة، وصولاً إلى توصيات تدعم تحسين الأداء الإداري وجودة الخدمة.

1.2. مشكلة الدراسة

على الرغم من تبني العديد من المؤسسات لأنظمة ومعايير متقدمة في إدارة الجودة، إلا أن نجاح هذه الأنظمة لا يرتبط فقط بوجودها شكلياً، بل يعتمد بدرجة كبيرة على كفاءة القيادة المسؤولة عن تنفيذها وتوجيه فرق العمل نحو الالتزام بها. وفي بيئة تشغيلية سريعة الإيقاع كقطاع المطاعم السريعة، تصبح قيادة المشروع عنصراً حاسماً في ضمان تكامل العمليات، وتحقيق الانسجام بين الأهداف الاستراتيجية ومتطلبات الجودة، والاستجابة الفعالة لتوقعات العملاء. إلا أن مدى إسهام قيادة المشروع في تعزيز إدارة الجودة وتحسين تجربة العملاء ما يزال بحاجة إلى دراسة وتحليل معمق، خاصة في سياق الشركات الكبرى ذات الانتشار الواسع مثل ماكدونالدز السعودية. ومن هنا تتمثل مشكلة البحث في محاولة الكشف عن طبيعة العلاقة بين قيادة المشروع وإدارة الجودة، وبيان أثر ذلك في تحسين تجربة العملاء داخل الشركة.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

يلاحظ أن الأدبيات الإدارية تناولت مفاهيم قيادة المشروع، وإدارة الجودة، وتجربة العملاء كل على حدة، دون التركيز الكافي على بناء إطار تكاملي يربط بين هذه المتغيرات في نموذج تحليلي موحد. كما أن معظم الدراسات ركزت على البيئات الصناعية أو على قطاعات خدمية تقليدية، في حين لا تزال الدراسات المتخصصة في قطاع المطاعم السريعة محدودة، لاسيما في البيئة العربية والسعودية على وجه الخصوص. كذلك تفتقر الأدبيات إلى توضيح الآليات التفسيرية التي تشرح كيف تسهم ممارسات قيادة المشروع، من تخطيط وتوجيه ومتابعة وتحفيز، في دعم تطبيق معايير الجودة وانعكاسها المباشر وغير المباشر على تجربة العملاء، مما يبرز حاجة علمية لسد هذه الفجوة من خلال دراسة تطبيقية تربط بين الأبعاد الثلاثة في سياق واحد.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

على الرغم من اعتماد الشركات العاملة في قطاع المطاعم السريعة على أنظمة جودة ومعايير تشغيلية دقيقة، إلا أن التحدي الحقيقي يكمن في ضمان التطبيق الفعلي والمتسق لهذه المعايير عبر مختلف الفروع والمستويات الإدارية. فقد تظهر تفاوتات في مستوى الالتزام، أو ضعف في التنسيق بين فرق العمل، أو قصور في الاستجابة السريعة لملاحظات العملاء، مما قد يؤثر في جودة الخدمة وتجربة العميل الكلية. كما أن قياس الأثر المباشر لقيادة المشروع على تحسين الجودة وتجربة العملاء لا يزال غير واضح بصورة كافية داخل بعض المؤسسات، الأمر الذي يستدعي دراسة الواقع الفعلي داخل الشركة محل الدراسة، وتحليل مدى فاعلية ممارسات القيادة في تحقيق جودة مستدامة وتجربة عملاء متميزة تدعم استمرارية التنافس والتميز في السوق السعودي.

1.3. أهمية الدراسة

تنبع أهمية هذه الدراسة من تناولها لموضوع يجمع بين ثلاثة محاور إدارية أساسية تتمثل في قيادة المشروع، وإدارة الجودة، وتجربة العملاء، وهي عناصر تشكل مجتمعة الركيزة الأساسية لتحقيق التميز المؤسسي في بيئة الأعمال المعاصرة. وفي ظل اشتداد المنافسة في قطاع المطاعم السريعة داخل المملكة العربية السعودية، تبرز الحاجة إلى فهم أعمق للعوامل القيادية التي تسهم في تعزيز جودة العمليات وتحسين مستوى الخدمة المقدمة للعملاء. كما تأتي أهمية الدراسة من تركيزها على بيئة تشغيلية واقعية تتمثل في شركة ماكدونالدز السعودية، بما يتيح ربط الجوانب

النظرية بالتطبيق العملي، والخروج بنتائج يمكن أن تدعم متخذي القرار في تطوير أساليب القيادة وتحسين الأداء المؤسسي، بما يتوافق مع متطلبات التنافسية والاستدامة.

1.3.1. على المستوى النظري:

على المستوى النظري، تسهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات الإدارية من خلال تقديم معالجة علمية تربط بين قيادة المشروع وإدارة الجودة وتحسين تجربة العملاء ضمن إطار تحليلي متكامل، بدلاً من تناول كل متغير بصورة منفصلة. كما تساعد في سد الفجوة المعرفية المتعلقة بتطبيق مفاهيم القيادة الحديثة في بيئات خدمية سريعة الإيقاع مثل قطاع المطاعم السريعة. إضافة إلى ذلك، توفر الدراسة أساساً علمياً يمكن للباحثين الاعتماد عليه في إجراء دراسات مستقبلية تتناول العلاقة بين المتغيرات الثلاثة في قطاعات أخرى أو في سياقات جغرافية مختلفة، مما يعزز من تراكم المعرفة في هذا المجال.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تتمثل أهمية الدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجها في دعم الإدارة العليا ومتخذي القرار في تطوير ممارسات قيادة المشروع بما يعزز من كفاءة تطبيق معايير الجودة ويرتقي بمستوى تجربة العملاء. كما قد تسهم في تحديد نقاط القوة ومجالات التحسين داخل بيئة العمل، واقتراح آليات عملية لتعزيز التنسيق بين الفرق المختلفة، وتحسين سرعة الاستجابة لملاحظات العملاء، ورفع مستوى الرضا والولاء. وبذلك تقدم الدراسة بعداً عملياً يمكن أن يساعد الشركة محل الدراسة وغيرها من المؤسسات المشابهة على تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في سوق يتسم بالحيوية والتغير المستمر.

1.4. أسئلة الدراسة

السؤال الرئيسي:

ما دور قيادة المشروع في إدارة الجودة وتحسين تجربة العملاء في شركة مكدونالدز السعودية؟

الأسئلة الفرعية:

1. كيف تؤثر أساليب القيادة المتبعة في إدارة المشاريع على تطبيق معايير الجودة داخل الشركة؟
2. ما مدى فاعلية آليات المتابعة والتقييم والتحفيز في تعزيز الجودة وتجربة العملاء؟
3. كيف يساهم التواصل الداخلي والتنسيق بين فرق العمل في تحسين تجربة العملاء ورفع مستوى رضاهم؟

1.5. أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي:

تسليط الضوء على دور قيادة المشروع في دعم وتطوير أنظمة إدارة الجودة، وبيان مدى تأثير ذلك على تحسين تجربة العملاء في شركة مكدونالدز السعودية.

الأهداف الفرعية:

1. توضيح الإطار المفاهيمي لقيادة المشروع وأهم خصائصها في بيئة الأعمال المعاصرة.
2. تحليل مفهوم إدارة الجودة وأهميتها في قطاع المطاعم السريعة.
3. قياس أثر ممارسات قيادة المشروع على تجربة العملاء ورضاهم

1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

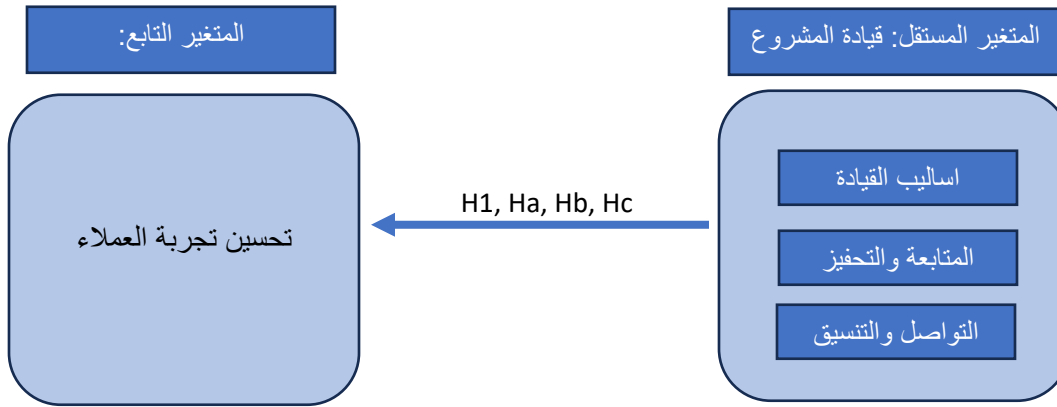
هناك علاقة إيجابية بين قيادة المشروع وإدارة الجودة وتحسين تجربة العملاء في شركة ماكدونالدز السعودية.

الفرضيات الفرعية:

1. هناك علاقة إيجابية بين أساليب قيادة المشروع وتطبيق معايير الجودة داخل الشركة.
2. تساهم فعالية آليات المتابعة والتقييم والتحفيز في تعزيز مستوى رضا العملاء وتحسين تجربتهم.
3. يلعب التواصل الداخلي والتنسيق بين فرق العمل دورًا مهمًا في رفع جودة الخدمة وتحسين تجربة العملاء.

1.7. نموذج الدراسة

شكل 1: نموذج البحث



1.8. الدراسة الميدانية

تعتمد هذه الدراسة على جمع بيانات ميدانية بهدف فهم العلاقة بين قيادة المشروع وإدارة الجودة وتأثير ذلك على تجربة العملاء في شركة مكدونالدز السعودية.

وقد تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية، حيث تم توزيعها على عدد من العاملين في الشركة، وذلك للتعرف على آرائهم حول أساليب القيادة ومستوى تطبيق الجودة وانعكاس ذلك على تجربة العملاء.

بعد ذلك، تم تحليل البيانات باستخدام بعض الأساليب الإحصائية، بهدف الوصول إلى نتائج تساعد في تفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة واختبار فرضياتها.

1.9. مخطط المشروع

لفصل الأول: الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: المناقشة والخاتمة

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

تُعد مراجعة الأدبيات من الخطوات الأساسية في إعداد البحوث العلمية، حيث تمكّن الباحث من الاطلاع على الجهود السابقة في مجال الدراسة، وفهم الاتجاهات البحثية المختلفة، وتحديد المفاهيم والنظريات المرتبطة بموضوع البحث. كما تساهم في بناء أساس علمي متين يدعم مشكلة الدراسة، ويساعد في صياغة فرضياتها بشكل أكثر دقة ووضوح.

ويتناول هذا الفصل عرضاً لأهم الدراسات السابقة المرتبطة بمتغيرات الدراسة، حيث يتم التركيز على قيادة المشروع كمتغير مستقل، وإدارة الجودة وتجربة العملاء كمتغيرات مرتبطة بالنتائج. كما يتضمن الفصل تحليلاً للعلاقة بين هذه المتغيرات، مع تسليط الضوء على أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات، إضافة إلى إبراز الفجوات البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها.

وتكمن أهمية مراجعة الأدبيات في كونها لا تقتصر على عرض الدراسات السابقة فقط، بل تمتد إلى تحليلها ونقدها، واستخلاص أبرز نتائجها، وربطها بموضوع الدراسة الحالية. كما تساعد في توضيح موقع البحث ضمن السياق العلمي، وتحديد القيمة المضافة التي يمكن أن يقدمها، سواء على المستوى النظري أو التطبيقي.

2.2. المتغير المستقل: قيادة المشروع

تعريف قيادة المشروع

تُعرف قيادة المشروع بأنها القدرة على توجيه وإدارة فرق العمل داخل المشروع بما يضمن تحقيق الأهداف المحددة ضمن الإطار الزمني والموارد المتاحة. وتشمل هذه القيادة مجموعة من المهارات مثل التخطيط، واتخاذ القرار، والتواصل الفعال، والتحفيز، إضافة إلى القدرة على التعامل مع التحديات والمتغيرات التي قد تواجه المشروع أثناء التنفيذ.

التطور التاريخي لقيادة المشروع

شهد مفهوم قيادة المشروع تطوراً ملحوظاً مع تطور الفكر الإداري، حيث كان التركيز في البداية منصباً على الجوانب الفنية والإجرائية لإدارة المشاريع، ثم تطور لاحقاً ليشمل الجوانب السلوكية والإنسانية. ومع ظهور مفاهيم الإدارة الحديثة، أصبح يُنظر إلى القائد ليس فقط كمنفذ للخطط، بل كعنصر محوري في تحقيق التكامل بين الموارد البشرية والتنظيمية، وتعزيز الابتكار داخل بيئة العمل.

الأبعاد الرئيسية لقيادة المشروع

تتضمن قيادة المشروع عدة أبعاد رئيسية، من أبرزها أسلوب القيادة المتبع، وفعالية التواصل، ومستوى التحفيز، إضافة إلى القدرة على المتابعة والتقييم المستمر. كما يشمل ذلك التنسيق بين فرق العمل، واتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب، وضمان الالتزام بمعايير الأداء والجودة.

النظريات المرتبطة بقيادة المشروع

ترتبط قيادة المشروع بعدد من النظريات الإدارية، مثل نظرية القيادة التحويلية التي تركز على إلهام وتحفيز العاملين، ونظرية القيادة التبادلية التي تعتمد على مبدأ الحوافز مقابل الأداء، إضافة إلى نظرية القيادة الموقفية التي ترى أن أسلوب القيادة يجب أن يتكيف مع طبيعة الموقف وظروف العمل. وتسهم هذه النظريات في تفسير كيفية تأثير القيادة على أداء الفرق وتحقيق أهداف المشروع.

2.3. المتغير التابع: إدارة الجودة وتجربة العملاء

تعريف إدارة الجودة وتجربة العملاء

تشير إدارة الجودة إلى مجموعة من الأنشطة والإجراءات التي تهدف إلى ضمان تقديم منتجات أو خدمات تلبي توقعات العملاء أو تتجاوزها. أما تجربة العملاء، فتعبر عن الانطباع العام الذي يتكون لدى العميل نتيجة تفاعله مع المؤسسة في مختلف مراحل تقديم الخدمة، بدءاً من الاتصال الأول وحتى ما بعد الحصول على الخدمة.

التطور التاريخي للمفهوم

تطور مفهوم إدارة الجودة عبر مراحل متعددة، بدءاً من التركيز على فحص المنتجات، وصولاً إلى مفهوم الجودة الشاملة الذي يركز على تحسين جميع العمليات داخل المؤسسة. ومع تطور بيئة الأعمال، برز مفهوم تجربة العملاء كأحد المؤشرات الأساسية لنجاح المؤسسات، حيث أصبح الاهتمام لا يقتصر على جودة المنتج فقط، بل يمتد إلى جودة التفاعل والخدمة المقدمة.

الأبعاد الرئيسية

تشمل إدارة الجودة عدة أبعاد مثل جودة العمليات، والالتزام بالمعايير، والتحسين المستمر، في حين تتضمن تجربة العملاء أبعادًا مثل سرعة الخدمة، وسهولة التعامل، ومستوى الرضا، والانطباع العام. ويعتمد نجاح المؤسسات على قدرتها في تحقيق التكامل بين هذه الأبعاد بما يحقق رضا العملاء ويعزز ولائهم.

النظريات المرتبطة

ترتبط إدارة الجودة بعدد من النظريات مثل إدارة الجودة الشاملة، ونظرية التحسين المستمر، في حين ترتبط تجربة العملاء بنظريات سلوك المستهلك ونماذج رضا العملاء. وتساعد هذه النظريات في فهم كيفية تأثير جودة الخدمة على إدراك العملاء ومستوى رضاهم، وكيف يمكن للمؤسسات تحسين أدائها بناءً على ذلك.

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تشير العديد من الدراسات إلى وجود علاقة إيجابية بين قيادة المشروع وإدارة الجودة، حيث تؤثر ممارسات القيادة بشكل مباشر في مدى الالتزام بتطبيق معايير الجودة داخل المؤسسة. فالقائد الفعال يسهم في تعزيز ثقافة الجودة، وتحفيز العاملين، وتحسين مستوى التنسيق بين فرق العمل، مما يؤدي إلى تحسين جودة العمليات والخدمات المقدمة.

كما أن تحسين إدارة الجودة ينعكس بشكل مباشر على تجربة العملاء، حيث يؤدي إلى رفع مستوى رضاهم وتعزيز ولائهم. ومن هذا المنطلق، يمكن اعتبار إدارة الجودة حلقة وصل بين قيادة المشروع وتجربة العملاء، حيث تمثل آلية تحويل ممارسات القيادة إلى نتائج ملموسة يشعر بها العميل.

على الرغم من الاتفاق العام حول وجود علاقة إيجابية بين المتغيرات، إلا أن بعض الدراسات أشارت إلى وجود تباين في النتائج، خاصة فيما يتعلق بمدى تأثير أنماط القيادة المختلفة على جودة الأداء. كما أن هناك نقصًا في الدراسات التي تناولت هذه العلاقة بشكل تكاملي في بيئة تطبيقية محددة مثل قطاع المطاعم السريعة.

إضافة إلى ذلك، تبرز فجوة بحثية تتعلق بعدم وضوح الآليات التي من خلالها تؤثر قيادة المشروع على تجربة العملاء بشكل غير مباشر عبر إدارة الجودة، مما يستدعي إجراء دراسات تطبيقية تسهم في تفسير هذه العلاقة بشكل أعمق، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيقه.

2.5. الخاتمة

تضح من خلال مراجعة الأدبيات أن قيادة المشروع تلعب دورًا محوريًا في تعزيز إدارة الجودة، والتي بدورها تؤثر بشكل مباشر في تحسين تجربة العملاء. كما أظهرت الدراسات وجود ترابط وثيق بين هذه المتغيرات، مما يعكس أهميتها في تحقيق التميز المؤسسي في بيئات العمل المعاصرة.

وتشير النتائج إلى أن المؤسسات التي تعتمد على أساليب قيادية فعالة وتطبق معايير جودة واضحة تكون أكثر قدرة على تحقيق رضا العملاء وتعزيز ولائهم. ومع ذلك، لا تزال هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات التطبيقية التي تركز على تحليل هذه العلاقة في سياقات محددة.

ومن الناحية المستقبلية، يمكن أن تفتح هذه الدراسة المجال أمام أبحاث أخرى تتناول متغيرات إضافية مثل الثقافة التنظيمية أو الابتكار، ودورها في تعزيز العلاقة بين القيادة والجودة وتجربة العملاء. كما تسهم هذه الدراسة في تقديم إضافة علمية وعملية من خلال تطبيقها على بيئة واقعية، مما يعزز من فهم هذه العلاقة ويدعم متخذي القرار في تحسين الأداء المؤسسي.

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

3.3. تصميم البحث (بصلة البحثي)

3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

3.5. طريقة جمع البيانات

3.6. أنواع البيانات

3.7. إجراءات التحليل الإحصائي

3.8. الخاتمة

4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

4.1. المقدمة

4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

4.6. الخاتمة

5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

5.2. توصيات الدراسة:

5.3. الخاتمة:

Ma, X. (2025). Transformational leadership and total quality management: Exploring the relationship between leadership styles and TQM practices. *Journal of Business Research*

Parhan M., & Bakhtiar, A. (2024). The relationship between total quality management and customer satisfaction through the mediation of employee performance. *Jurnal Teknik Industri*, 25(2), 161–172. <https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol25.No2.161-172>

Irfan, M. (2025). Impact of total quality management practices on organizational performance and customer experience. *Environment Systems and Decisions*
<https://doi.org/10.1007/s43621-025-01734-4>

Zhang, X. (2025). From leadership humility to customer satisfaction: Evidence from the service industry. *Frontiers in Psychology*, 16, Article 1564142.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1564142>

Exploring the influence of leadership styles on project manager competencies and project management success. (2025). *International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS)*

Alotaibi, F., & Alharbi, M. (2023). The impact of leadership styles on project success: Evidence from service organizations. *Journal of Project Management*, 9(2), 215–230

مكتبة الإدارة العربية الرقمية (2023). أهمية إدارة العمليات والجودة في تحسين تجربة العملاء وتعزيز التنافسية.

الشربتلي، محمد (2025). أثر إدارة الجودة الشاملة في تحقيق استدامة منظمات الأعمال. المجلة العلمية للدراسات التجارية.

