

Final Project 2

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

إدارة الوقت في المشاريع الخدمية و تأثيرها على رضا العملاء :
دراسة ميدانية

أسم الطالب

ميس ياسر عبد الله بن خميس

مشروع تخرج- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

جدول المحتويات

٣	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٤	١,١. المقدمة:
٤	١,٢. مشكلة الدراسة
٥	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري
٥	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي
٥	١,٣. أهمية الدراسة
٥	١,٣,١. على المستوى النظري:
٥	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:
٦	١,٤. أسئلة الدراسة
٦	١,٥. أهداف الدراسة
٦	١,٦. فرضيات الدراسة
٧	١,٧. نموذج الدراسة
٧	١,٨. منهجية الدراسة
٩	١,٩. الدراسة الميدانية
٩	١,١٠. مخطط المشروع المقترح
	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة
١	
	٢,١. المقدمة:
١١	٢,٢. المتغير المستقل
١١	٢,٣. المتغير التابع
١٢	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

١٢	٢,٥.الخاتمة
.....	قائمة المراجع.
.....	خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١.١. المقدمة:

إدارة الوقت هي واحدة من العوامل الأكثر أهمية التي تؤثر على نجاح المشاريع، خاصة في الصناعات الخدمية حيث يعتمد رضا العملاء على السرعة والكفاءة. لقد أظهرت الأدبيات الحديثة أن أهمية إدارة الوقت في مجال المشاريع، من اهتمام إدارة المشروع بها، فإدارة المشروع تهدف لتنفيذ المتطلبات ضمن نطاق زمني محدد، و بالتكلفة المقدرة، لذا فإن أي تأخير أو عقبات في الوقت ستسبب خللاً ينعكس سلباً على المشروع بالكامل، وكل زيادة في مدة المشروع تعني زيادة في التكاليف. ورغم وجود دراسات عربية تناولت أثر إدارة الوقت على الأداء الإداري بشكل عام (أحمد، 2014؛ دراسة جامعة سعودية، 2020)، إلا أن هناك نقصاً واضحاً في الدراسات التطبيقية التي تبحث العلاقة بين إدارة الوقت ورضا العملاء في المشاريع الخدمية تحديداً، خاصة في البيئة السعودية. كما أن بعض الدراسات ركزت على رضا العميل كمتغير تابع دون الربط المباشر بأداء الفريق الزمني أو آليات ضبط الوقت في إدارة المشروع (العدل، 2021)

وتتجلى أهمية هذا البحث في شقين أساسيين: فمن الناحية النظرية، يُسهم في بناء فهم أعمق للعلاقة بين إدارة الوقت ورضا العملاء في المشاريع الخدمية. أما من الناحية التطبيقية، فيوفر توصيات عملية للمؤسسات الخدمية لتحسين كفاءة الأداء الزمني وتعزيز جودة الخدمة بما ينعكس على رضا المستفيدين (PMI، 2021). تكمن أهمية هذا البحث في أنه يساعد المؤسسات الخدمية على معرفة كيف تؤثر إدارة الوقت في رضا العملاء، ويقدم توصيات عملية يمكن أن تُسهم في تحسين الأداء، ورفع جودة الخدمات. من أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة، سنطرح الفروض التالية: إدارة الوقت في المشاريع الخدمية تؤثر فعلاً على رضا العملاء. ما هي أفضل الطرق لتحقيق ذلك؟

1.2. مشكلة الدراسة

في مجال خدمة العملاء، غالباً ما تكون المهلة الزمنية هي المقياس الصامت الذي يمكن أن يتحدث كثيرًا عن الكفاءة التشغيلية للشركة والنهج الذي يركز على العملاء. إنها الفترة الفاصلة بين بدء الطلب وتنفيذه، ولها تأثير كبير على رضا العملاء. يمكن أن تؤدي فترة الترقب هذه، إذا

لم يتم إدارتها بشكل جيد، إلى تأثير مضاعف من عدم الرضا، مما لا يؤثر فقط على البيع الفوري ولكن أيضًا على ولاء العملاء وسمعة العلامة التجارية على المدى الطويل (FasterCapital,2025)

إن الالتزام بالمواعيد النهائية، واستكمال الخدمة في الوقت المحدد، والقدرة على إدارة تقويم العمل جميعها تؤثر على تجربة العميل وانطباعه عن الخدمة. ومع ذلك، لا تزال العديد من مشاريع الخدمة في المملكة العربية السعودية تعاني من مشكلات تتعلق بإدارة الوقت مثل: تأخيرات المشاريع، وعدم وجود تنسيق بين مقاولين متعددين أو أقسام داخل منظمة، مما يؤدي إلى سوء الجدولة وتغييرات متكررة في الأوقات المقدمة بعد التأكيد المسبق، مما قد يؤدي إلى تدهور رضا العملاء. هنا يكمن الفرق في البحث مع هذا السؤال: كيف تؤثر إدارة الوقت على رضا العملاء في مشاريع الخدمة في السعودية؟

١,٢,١. فجوات على المستوى النظري

ركزت الغالبية العظمى من الدراسات السابقة على إدارة الوقت في المشاريع الصناعية أو الأكاديمية أو في مشاريع البناء الكبيرة. في سياق مشاريع الخدمة، خاصة ضمن البيئة السعودية، هناك عدد قليل جداً من الأبحاث التي تناولت بشكل مباشر العلاقة بين رضا العملاء وإدارة الوقت في المشاريع الخدمية.

١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي

على الرغم من أن أهمية الوقت في تقديم الخدمات واضحة، إلا أن بعض منظمات الخدمة في المملكة العربية السعودية لا تزال تواجه مشاكل متعلقة بالوقت تؤثر سلباً على رضا العملاء

غالبًا ما يُعطى إدارة الوقت اهتمامًا قليلًا أو لا يُعطى مقارنةً بالتركيز على جودة المنتج أو الخدمة

تتناول هذه الدراسة التساؤل البحثي الرئيسي التالي: إلى أي مدى تؤثر كفاءة إدارة الوقت في المشاريع الخدمية على رضا العملاء في المملكة العربية السعودية؟

١,٣. أهمية الدراسة

١,٣,١. على المستوى النظري:

تعزيز المحتوى العلمي المتعلق بإدارة الوقت يرتبط بشكل مباشر برضا العملاء، وهو محور لم تتناول معظم الدراسات السابقة التركيز عليه لا سيما في السعودية والدول العربية. وضع تصور يمكن أن تبني عليه أبحاث مستقبلية لقياس تأثير إدارة الوقت وفهم النظرية التي يمكن تبنيها على جودة التجربة التي يتلقاها العميل في خدمات.

١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

من خلال توصيات عملية ناتجة عن الدراسة الميدانية، يمكن للمؤسسات الخدمية تطوير خطط زمنية أكثر دقة وفعالية تؤثر إيجابيًا على تجربة العميل وثقته بالخدمة. و نتائج هذا البحث يمكن أن تساعد المؤسسات على تقييم أداء مشاريعها من زاوية الالتزام بالوقت، وربط ذلك مباشرة بمستوى رضا العملاء، مما يدعم تحسين الأداء

١,٤. أسئلة الدراسة

السؤال البحثي الرئيس ♦

إلى أي مدى تؤثر إدارة الوقت في المشاريع الخدمية في المملكة العربية السعودية على رضا العملاء؟

أسئلة فرعية

ما العوامل الرئيسة التي تؤدي إلى ضياع الوقت أو التأخير في تنفيذ المشاريع الخدمية؟

ما أوجه العلاقة بين الالتزام الزمني في تنفيذ الخدمات وبين رضا العملاء؟ (اختبار الارتباط بين متغيرين - رضا العميل ومدى الالتزام الزمني)

هل تختلف درجة رضا العملاء باختلاف مستويات إدارة الوقت بين المؤسسات الخدمية؟

ما الاستراتيجيات التي تعتمد عليها بعض الجهات الخدمية الناجحة لضبط الوقت وتحقيق رضا عالٍ لدى العملاء؟

ما مدى التزام المشاريع الخدمية بآليات فعالة لإدارة الوقت؟ العملاء؟

١,٥. أهداف الدراسة

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية:

1 تحليل مدى تطبيق أساليب إدارة الوقت في المشاريع الخدمية في المملكة العربية السعودية.

2 رصد أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الخدمية في الالتزام بالجدول الزمنية.

3 قياس العلاقة بين إدارة الوقت ورضا العملاء في المشاريع الخدمية.

4 تحديد مدى تأثير فعالية إدارة الوقت على درجة رضا العميل في المؤسسات الخدمية.

5 اقتراح مجموعة من الاستراتيجيات الفعالة لتحسين إدارة الوقت في المشاريع الخدمية بما يساهم في رفع مستوى رضا

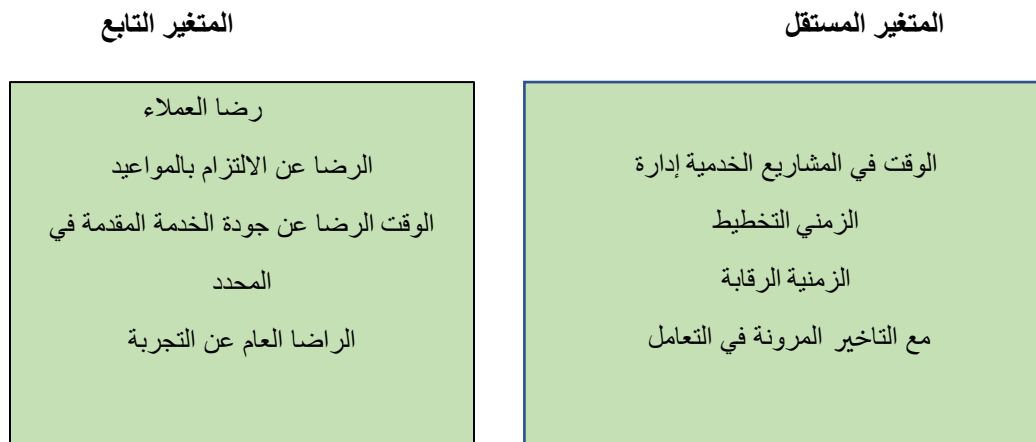
العملاء

١,٦. فرضيات الدراسة

سيتم اختبار الفرضيات التالية في هذا البحث:

- 1 هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة إدارة الوقت ورضا العملاء في المشاريع الخدمية في المملكة العربية السعودية.
- 2 تؤدي الممارسات الزمنية غير الفعالة (مثل التأخير المتكرر) إلى انخفاض رضا العملاء بشكل ملحوظ.
- 3 تختلف مستويات رضا العملاء باختلاف مستوى الالتزام الزمني للمشاريع داخل المؤسسات الخدمية.
- 4 المؤسسات التي تعتمد آليات واضحة لإدارة الوقت تحقق درجات أعلى من رضا العملاء مقارنة بالمؤسسات التي تفتقر إلى ذلك.

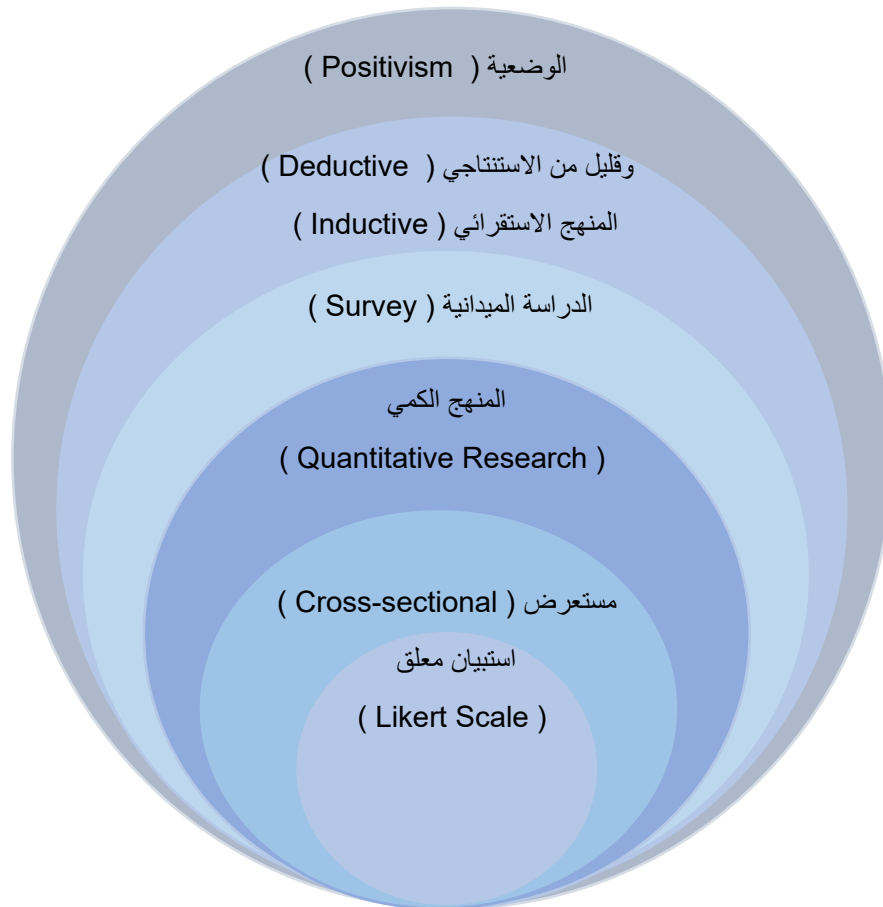
١,٧. نموذج الدراسة



الشكل 1: نموذج الدراسة (اعداد الطالبة)

١,٨ . منهجية الدراسة

- فلسفة البحث: الوضعية
- منهج البحث: استقرائي وقليل من الاستنتاجي
- استراتيجية البحث: الدراسة الميدانية
- اختيار البحث: كمي
- الأفق الزمنية: مستعرض
- تقنيات و الاجراءات: استبيان معلق



الشكل 2: ملخص منهجية البحث (اعداد الطالبة)

١,٩ . الدراسة الميدانية

تم اختيار شركة مسار للخدمات اللوجستية – فرع مكة المكرمة كموقع ميداني لتطبيق الدراسة، وذلك لما تمثله من نموذج فعلي لمؤسسة خدمية تُدير مشاريع تعتمد على دقة التنفيذ الزمني، وتُقدّم خدمات مباشرة لشرائح متنوعة من العملاء، مما يجعلها بيئة مناسبة لاختبار أثر إدارة الوقت على رضا العملاء في سياق المشاريع الخدمية.

ويُبرّر اختيار هذا الموقع بعدة عوامل منهجية:

أولاً، تتوافق طبيعة نشاط الشركة مع صلة موضوع البحث، حيث تعتمد مشاريعها على الالتزام بالمواعيد والتنسيق بين فرق العمل في بيئة زمنية حرجية (Alzahrani, 2020).

ثانياً، تُمكن سهولة الوصول إلى الشركة عبر التواصل المباشر والتنسيق مع إدارتها من جمع بيانات موثوقة (Saunders et al., 2019).

ثالثاً، تم مراعاة الاعتبارات الأخلاقية من خلال ضمان السرية وعدم الكشف عن هوية المشاركين، والحصول على موافقة مبدئية من الجهات المعنية داخل الشركة (Bryman & Bell, 2015).

وأخيراً، تُعد شركة "مسار" مثالاً جيداً لـ التمثيل (Representativeness)، إذ تشترك في خصائصها مع العديد من المؤسسات الخدمية في المملكة، ما يتيح إمكانية تعميم نتائج الدراسة بدرجة من الثقة (Sekaran & Bougie, 2016). بناءً عليه، تم اعتماد أداة الاستبيان المغلق كوسيلة لجمع البيانات من عينة من العملاء والموظفين داخل الشركة، مع الالتزام التام بإرشادات البحث الأخلاقي المتبعة في الدراسات الميدانية التطبيقية.

١,١٠ . مخطط المشروع المقترح

الفصل الاول : الإطار العام للدراسة

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

تعتبر مراجعة الأدبيات خطوة أساسية في أي بحث علمي، حيث تساعد الباحث على استيعاب الخلفية النظرية للموضوع، وتستعرض ما توصلت إليه الدراسات السابقة، وتحدد الثغرات المعرفية التي يسعى البحث الحالي إلى سدها (Creswell, 2018). وفي سياق إدارة الوقت في المشاريع الخدمية وتأثيرها على رضا العملاء، يتضح مدى أهمية هذا الفصل في توضيح الأسس النظرية لإدارة الوقت، وتحليل طبيعة المشاريع الخدمية في السياق السعودي، ثم ربط ذلك بمفهوم رضا العملاء كأحد أبرز مؤشرات نجاح المشروع.

كما تناولت دراسة (AJAD n.d) التحديات الزمنية التي تواجه إدارة المشاريع الكبيرة في السعودية، وخلصت إلى أن ضعف التخطيط الزمني يُعتبر من أبرز أسباب التعثر. هذه النتائج تُظهر بوضوح الحاجة إلى اعتماد أنظمة أكثر مرونة لإدارة الوقت في السياق الخدمي.

• في حين أن دراسة (IJRSP 2022) ركزت على جودة الخدمة في القطاع الثالث وتأثيرها على رضا المستفيدين، مؤكدة أن الالتزام بالمواعيد يُعتبر بعداً أساسياً في تحقيق رضا العملاء. ومع ذلك، لم تنطرق الدراسة إلى إدارة الوقت كمتغير مستقل.

٢،٢. المتغير المستقل

إدارة الوقت في المشاريع الخدمية

أظهرت الدراسات أن القدرة على تنظيم وتخطيط استخدام الوقت تلعب دوراً حاسماً في تحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية (Ajad.sa, n.d). كما أشارت بعض الأدبيات إلى أن المشاريع الخدمية، خاصة في بيئات ذات ضغط عالٍ مثل مكة المكرمة، تواجه تحديات مضاعفة في إدارة الوقت بسبب تغير الطلب وتعدد أصحاب المصلحة.

• أهمية إدارة الوقت: التحكم في الجدول الزمني يساعد على تقليل احتمالية التأخير ويعزز ثقة العملاء بالخدمات (Bakkah, n.d).

• الفجوة: معظم الدراسات ركزت على المشاريع الإنشائية أو الحكومية، بينما لا تزال المشاريع الخدمية بحاجة لمزيد من البحث في جانب الزمن.

٢،٣. المتغير التابع

رضا العملاء

رضا العملاء يُعتبر من أهم مؤشرات جودة الخدمة ونجاح المشروع. وقد أظهرت العديد من الدراسات وجود

علاقة قوية بين جودة المخرجات الزمنية ومستوى رضا العملاء (IJRSP, 2022). الالتزام بالمواعيد

المحددة يعزز ثقة العميل، بينما التأخير يمكن أن يؤدي إلى تراجع مستوى الرضا.

• أهمية رضا العملاء: هو مؤشر مباشر على استدامة الخدمة وزيادة تنافسية المؤسسة.

• الفجوة: لا تزال العلاقة بين إدارة الوقت ورضا العملاء في المشاريع الخدمية بحاجة إلى مزيد من الدراسة.

٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تتوقع الدراسة وجود علاقة إيجابية واضحة بين فعالية إدارة الوقت في المشاريع الخدمية (المتغير المستقل) ورضا العملاء (المتغير التابع). فكلما زاد مستوى التخطيط الزمني، وتحكمنا في التنفيذ، وتفاعلنا الجيد مع التأخيرات، والتزام الفريق بالمواعيد، زادت ثقة العملاء في الاعتمادية والاستجابة وجودة التجربة، مما يؤدي إلى ارتفاع مستوى رضاهم.

2.5. الخاتمة

هذا الفصل يوضح أن الدراسات السابقة قدمت أساساً نظرياً مهماً، لكنه لا يكفي لتفسير العلاقة بين إدارة الوقت ورضا العملاء في المشاريع الخدمية بالسعودية. ومن هنا تبرز أهمية البحث الحالي الذي يجمع بين هذين الجانبين، ويقدم دراسة ميدانية تطبيقية في بيئة محلية تتميز بخصوصيتها

١.3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

المقدمة:

في هذا الفصل سنستعرض كيف تم إجراء الدراسة لمعرفة أثر إدارة الوقت في المشاريع الخدمية على رضا العملاء سنوضح فيه طريقة اختيار العينة، أدوات جمع البيانات، وكيفية تحليل النتائج للوصول إلى نتائج موثوقة.

التعريفات الاجرائية لمتغيرات البحث :

المتغير المستقل: إدارة الوقت

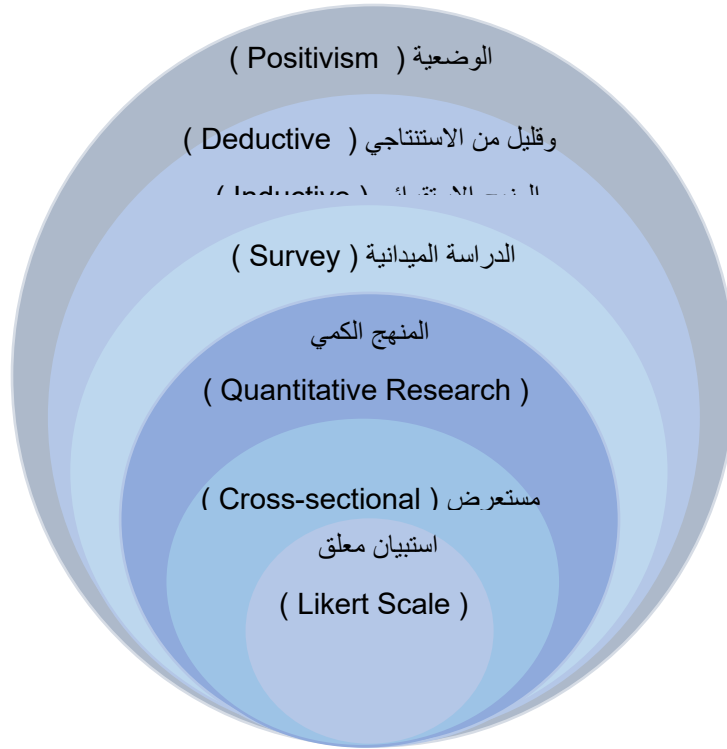
- هو قدرة الموظف على تنظيم المهام اليومية وتوزيع الوقت بين الأنشطة المختلفة في المشاريع الخدمية بشكل فعال.
- يقيس الاستبيان هذا المتغير من خلال أسئلة حول: التخطيط اليومي، تحديد الأولويات، الالتزام بالمواعيد، والقدرة على إدارة الوقت بين المهام.
 - يستخدم مقياس ليكرت من 1 إلى 5، حيث 1 = ضعيف جدًا و 5 = ممتاز جدًا.

المتغير التابع: رضا العملاء

- يعبر عن مدى شعور العملاء بالرضا عن جودة الخدمات المقدمة، بما يشمل سرعة الإنجاز، دقة الأداء، والتعامل الاحترافي.
- يقيس الاستبيان هذا المتغير من خلال أسئلة حول رضا العملاء عن جودة الخدمة، الالتزام بالمواعيد، حسن التعامل، ومدى تحقيق توقعاتهم.
- يستخدم مقياس ليكرت من 1 إلى 5، حيث 1 = غير راضٍ إطلاقاً و 5 = راضٍ جداً.

تصميم البحث (بصلة بحثي)

- فلسفة البحث: الوضعية
- منهج البحث: استقرائي وقليل من الاستنتاجي
- استراتيجية البحث: الدراسة الميدانية
- اختيار البحث: كمي
- الأفق الزمنية: مستعرض
- تقنيات و الاجراءات: استبيان مغلق



مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات:

مجتمع البحث:

يشمل العاملين في المشاريع والأقسام الخدمية بالمؤسسات، والذين لديهم خبرة مباشرة في إدارة الوقت وتنفيذ المهام، حيث يمثلون المصدر الأساسي لجمع المعلومات حول أثر إدارة الوقت على رضا العملاء.

طريقة أخذ العينة:

مع (Convenience Sampling) تم استخدام العينة حسب توافر المشاركين مراعاة تنوع الخبرة والموقع الوظيفي لضمان تمثيل المجتمع بشكل مناسب.

حجم العينة والأفق الزمني:

تم تحديد حجم العينة بما يتيح الحصول على بيانات كافية للتحليل الإحصائي، وُجُمعت البيانات خلال فترة مستعرضة قصيرة لالتقاط الوضع الحالي بدقة.

:أدوات وتقنيات جمع البيانات

- استخدم البحث استبيان مغلق إلكتروني لتسهيل الوصول للمشاركين وسرعة جمع البيانات .
- تم قياس المتغيرات باستخدام مقياس ليكرت من 1 إلى 5 .
- كما تم التأكيد على سرية البيانات وحماية المشاركين في جميع مراحل البحث .

: طرق جمع البيانات :

- تم جمع البيانات في هذا البحث باستخدام استبيان مغلق إلكتروني، تم تصميمه خصيصاً لقياس المتغيرات الرئيسية: إدارة الوقت ورضا العملاء.
- يحتوي الاستبيان على أسئلة مرتبة بحسب المتغيرات، وتم تقييمها باستخدام مقياس ليكرت من 1 إلى 5 .
 - أرسل الاستبيان إلى المشاركين عبر روابط إلكترونية، ما سهل الوصول إلى عدد كبير من العاملين .
 - في المشاريع والأقسام الخدمية .
 - قبل التوزيع النهائي، تم اختبار الاستبيان على عينة أولية صغيرة للتأكد من وضوح الأسئلة ودقتها .
 - تم التأكيد على سرية البيانات وحماية خصوصية المشاركين طوال فترة جمع البيانات .

:انواع البيانات :

- يعتمد البحث على البيانات الكمية (Quantitative Data)، والتي تم جمعها مباشرة من المشاركين عبر الاستبيان المغلق الإلكتروني.
- تُركز البيانات الكمية على قياس المتغيرات بدقة، مثل إدارة الوقت ورضا العملاء، باستخدام مقياس ليكرت من 1 إلى 5 .
- تتيح هذه البيانات إمكانية التحليل الإحصائي واختبار الفرضيات للوصول إلى نتائج دقيقة . وموثوقة .

إجراءات التحليل الإحصائي:

تم تحليل البيانات المجمعة من الاستبيان باستخدام الأساليب الإحصائية الوصفية والتحليلية

- تشمل الإحصاءات الوصفية: المتوسطات، الانحراف المعياري، والنسب المئوية لعرض خصائص العينة.
- تشمل الإحصاءات التحليلية: معاملات الارتباط وتحليل العلاقة بين إدارة الوقت ورضا العملاء لاختبار الفرضيات المقترحة.
- لتنظيم البيانات وتحليلها بدقة Excel أو SPSS تم استخدام برامج.
- تهدف هذه الإجراءات إلى الوصول إلى نتائج دقيقة وموثوقة تدعم أهداف البحث.

الخاتمة :

خلاصة هذا الفصل توضح منهجية البحث وأدواته وإجراءاته التي تم اتباعها لدراسة أثر إدارة الوقت في المشاريع الخدمية على رضا العملاء.

4. الفصل الرابع: التحليل الاحصائي ومناقشة النتائج

١. المقدمة

١. التمهيدي

يتناول هذا الفصل عرضاً للنتائج التي تم التوصل إليها من تحليل بيانات الدراسة الميدانية. تم تحليل الإصدار ٢٨، ويتضمن الفصل ما يلي: SPSS البيانات إحصائياً باستخدام حزمة البرامج الإحصائية الإحصاء الوصفي لوصف خصائص عينة الدراسة، قياس صدق وثبات أداة الدراسة، التحليل الوصفي لفقرات ومتغيرات الدراسة، معاملات الارتباط بين المتغيرات، وأخيراً نتائج اختبار صحة فروض الدراسة باستخدام تحليل الانحدار

٢. توصيف عينة الدراسة (الاحصائيات الوصفية لعينة البحث)

تم تحديد خصائص مفردات عينة الدراسة بناءً على المعلومات الديموغرافية، وتم حساب التكرارات والنسب المئوية لكل فئة.

المتغير	الفئة	التكرار (Frequency)	النسبة المئوية (Percent)
الجنس	ذكر	١٠٠	٥٠,٥%
	أنثى	٩٨	٤٩,٥%
المجموع		١٩٨	١٠٠,٠%
سنوات الخبرة	أقل من سنة	٤٤	٢٢,٢%
	١-٣ سنوات	٤١	٢٠,٧%
	٤-٦ سنوات	٣٥	١٧,٧%
	أكثر من ذلك	٧٨	٣٩,٤%
المجموع		١٩٨	١٠٠,٠%
عدد العملاء أسبوعياً	أقل من ١٠ عملاء	١٢٩	٦٥,٢%
	١٠-٢٥ عميل	٣٧	١٨,٧%
	٢٦-٥٠ عميل	١٤	٧,١%

المتغير	الفئة	التكرار (Frequency)	النسبة المئوية (Percent)
	أكثر من ٥٠ عميل	١٨	٩,١%
المجموع		١٩٨	١٠٠,٠%

تحليل خصائص العينة: يتبين من الجدول أن عينة الدراسة موزعة بشكل متقارب بين الذكور والإناث (٥٠,٥% ذكور)، مما يعطي تمثيلاً متوازناً. أما بالنسبة لسنوات الخبرة، فإن النسبة الأكبر (٣٩,٤%) هي لمن يملكون خبرة "أكثر من ذلك" (في الغالب أكثر من ٦ سنوات)، تليها فئة "أقل من سنة" (٢٢,٢%)، مما يشير إلى تنوع في الخبرات. وفيما يخص عدد العملاء، فإن الغالبية العظمى (٦٥,٢%) من أفراد العينة يتعاملون مع "أقل من ١٠ عملاء أسبوعياً".

٣. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات :

أ. الثبات (Consistency)
تم قياس ثبات الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، ويُعد المعامل مقبولاً إذا كانت قيمته أكبر من 0.70

جدول (٢-٤): نتائج معامل ألفا كرونباخ لمتغيرات الدراسة :

المتغير	عدد الفقرات	قيمة ألفا كرونباخ (α)	مستوى الثبات
إدارة الوقت	٦	\$٠,٩٤١	مرتفع جداً
رضا العملاء	٥	\$٠,٩٦٣	مرتفع جداً
المقياس الكلي	١١	٠,٩٥٦	مرتفع جداً

التحليل: تشير النتائج إلى أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لكل من متغير إدارة الوقت (\$٠,٩٤١) و رضا العملاء (\$٠,٩٦٣)، وكذلك المقياس الكلي (\$٠,٩٥٦)، تجاوزت جميعها القيمة المقبولة (\$٠,٧٠). وهذا يدل على أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة مرتفعة جداً من الثبات الداخلي، وتصلح لغرض التحليل الإحصائي.

ب. صدق الاتساق الداخلي (Internal Consistency Validity)

تم اختبار صدق الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات ارتباط كل فقرة بالدرجة الكلية للمقياس التابعة له.

جدول (3-4): معاملات ارتباط كل فقرة بالدرجة الكلية للمقياس التابع له

المتغير	معامل الارتباط (Correlation)	مستوى الدلالة (p)
الفقرات (إدارة الوقت)		
تحديد أولويات المهام	$\$^{**}\$80,852$	$\$0,000$
تخطيط مسبق لاحتياجات العملاء	$\$^{**}\$80,857$	$\$0,000$
متابعة تقدم المهام	$\$^{**}\$80,893$	$\$0,000$
اتخاذ خطوات سريعة لتدارك التأخير	$\$^{**}\$80,902$	$\$0,000$
الالتزام بتسليم الخدمة في الوقت المحدد	$\$^{**}\$80,909$	$\$0,000$
السعي للتسليم قبل الموعد	$\$^{**}\$80,865$	$\$0,000$
الفقرات (رضا العملاء)		
الالتزام بالمواعيد يزيد الرضا	$\$^{**}\$80,925$	$\$0,000$
سرعة الاستجابة تؤثر على الرضا	$\$^{**}\$80,932$	$\$0,000$
جودة الخدمة مرتبطة بإدارة الوقت	$\$^{**}\$80,932$	$\$0,000$
العملاء يبدون رضاهم عند الالتزام والتخطيط	$\$^{**}\$80,935$	$\$0,000$
تحسين إدارة الوقت يؤدي لزيادة التوصية	$\$^{**}\$80,939$	$\$0,000$

التحليل: جميع معاملات الارتباط بين الفقرات والدرجة الكلية للمقياس التابعة له كانت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة $(p \leq 0.01)$ ، وتتراوح بين $\$0.852$ و $\$0.939$. هذا يؤكد أن جميع فقرات المقياس تقيس المفهوم الذي وضعت لقياسه وتساهم بفاعلية في قياس المتغير الكلي، مما يؤكد صدق الاتساق الداخلي للمقياس.

٤. التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة .

لتحديد مستوى الإدراك والممارسة (SD) والانحرافات المعيارية (Mean) تم استخدام المتوسطات الحسابية لمتغيري الدراسة

جدول (٤-٤): المتوسطات والانحرافات المعيارية للمتغيرات الكلية :

المتغير	المتوسط الحسابي (Mean)	الانحراف المعياري (SD)	مستوى الإدراك/الممارسة
إدارة الوقت في المشاريع الخدمية	\$4.2404\$	\$0.6719\$	مرتفع
رضا العملاء	\$4.4232\$	\$0.7828\$	مرتفع جداً

(تم استخدام مقياس التقدير التالي: ٤,٢١ - ٥,٠٠: مرتفع جداً؛ ٣,٤١ - ٤,٢٠: مرتفع؛ ٢,٦١ - ٣,٤٠: متوسط؛ ...)

تحليل المتوسطات العامة :

١. إدارة الوقت: جاء مستوى ممارسة إدارة الوقت بمتوسط حسابي ٤,٢٤٠٤، ويشير هذا المتوسط إلى مستوى مرتفع في تبني ممارسات إدارة الوقت من قبل أفراد العينة.

٢. رضا العملاء: جاء مستوى إدراك رضا العملاء بمتوسط ٤,٤٢٣٢، وهو ما يشير إلى مستوى مرتفع جداً، مما يعكس الأهمية الكبيرة التي يوليها أفراد العينة لنتائج إدارة الوقت على رضا العملاء.

٥. معاملات الارتباط الخطى بين متغيرات الدراسة :

تم تطبيق معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لدراسة طبيعة وقوة العلاقة بين المتغيرات.

جدول (٤-٥): مصفوفة معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

المتغيرات	إدارة الوقت	رضا العملاء
إدارة الوقت	١	
رضا العملاء	$^{0.803}_{**}$	١
مستوى الدلالة (p) / $N=198$	٠,٠٠٠	

تحليل الارتباط: أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط طردي (موجبة) وقوية جداً وذات دلالة إحصائية بين إدارة الوقت في المشاريع الخدمية و رضا العملاء. حيث بلغ معامل الارتباط (r) قيمة 0.803 بمستوى دلالة ($p = 0.000$). هذا يعني أن الزيادة في كفاءة إدارة الوقت تقابلها زيادة جوهرية في مستوى رضا العملاء.

٦. نتائج اختبار صحة فروض الدراسة :

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لإدارة الوقت في " :لغرض اختبار الفرض الرئيسي الذي ينص على (Simple Linear Regression) ، تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط "المشاريع الخدمية على رضا العملاء

جدول (٦-٤): ملخص نموذج الانحدار

النموذج	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R ²)
1	\$a^{0.803}\$	\$0.645\$

ملحوظة: المتغير التابع: (Dependent Variable): رضا العملاء.

المتغير المستقل: (Predictors): إدارة الوقت.

تحليل النموذج: بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) 0.645. وهذا يعني أن متغير إدارة الوقت في المشاريع الخدمية يفسر ما نسبته ٦٤,٥٪ من التباين الكلي الحاصل في متغير رضا العملاء. وهي نسبة تفسير عالية جداً تؤكد أن إدارة الوقت عامل رئيسي ومؤثر في رضا العملاء.

جدول (7-4): تحليل التباين (ANOVA)

النموذج	مصدر التباين	مجموع المربعات (Sum of Squares)	درجات الحرية (df)	متوسط المربعات (Mean Square)	قيمة (F)	مستوى الدلالة (p)
١	الانحدار (Regression)	\$112,001\$	١	\$112,001\$	\$358,032\$	\$b^{0.000}\$
	الخطأ (Residual)	\$61,428\$	١٩٦	\$0,313\$		
	الإجمالي (Total)	\$173,979\$	١٩٧			

تحليل ANOVA: جاءت قيمة F المحسوبة ٣٥٨,٥٣٢ بمستوى دلالة إحصائية ($p = 0.000$). بما أن قيمة (p) أقل من ٠,٠٥، فإن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية، مما يؤكد أن التأثير بين المتغيرين هو تأثير حقيقي وليس مجرد مصادفة.

جدول (4-8): معاملات الانحدار (Coefficients) واختبار الفرض :

المتغير	معامل الانحدار غير المعياري (B)	الخطأ المعياري Std. (Error)	معامل الانحدار المعياري (β)	قيمة (t)	مستوى الدلالة (p)
الثابت (Constant)	\$0.672\$	\$0.198\$	-	\$3.393\$	\$0.001\$
إدارة الوقت	\$0.884\$	\$0.047\$	\$0.803\$	\$18.935\$	\$0.000\$

تحليل معاملات الانحدار واختبار الفرض :

١. معامل الانحدار (B): بلغت قيمته ٠,٨٨٤. وهذا يعني أنه عند زيادة مستوى إدارة الوقت بوحدة واحدة، فإن متوسط مستوى رضا العملاء يزيد بمقدار ٠,٨٨٤ وحدة.
 ٢. معامل الانحدار المعياري (β): بلغت قيمته ٠,٨٠٣، وهي تشير إلى قوة التأثير.
 ٣. قيمة (t) ومستوى الدلالة (p): جاءت قيمة (t) المحسوبة ١٨,٩٣٥ بمستوى دلالة ($p = 0.000$). وبما أن ($p < 0.05$)، فإن العلاقة دالة إحصائية.
- القرار الإحصائي:** يتم قبول الفرض الرئيسي الذي ينص على: "يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لإدارة الوقت في المشاريع الخدمية على رضا العملاء."

7. الخلاصة :

أكدت نتائج الدراسة أن المقياس المستخدم يتمتع بثبات وصدق مرتفعين جداً. كما أظهرت نتائج الإحصاء الوصفي أن مستوى ممارسة إدارة الوقت كان مرتفعاً، وأن إدراك أهمية رضا العملاء كان مرتفعاً جداً. والأهم من ذلك، أثبت التحليل الإحصائي وجود ارتباط طردي قوي جداً وتأثير إيجابي مباشر ذو دلالة إحصائية لإدارة الوقت في المشاريع الخدمية على رضا العملاء، حيث يفسر هذا المتغير أكثر من 64% من التباين في رضا العملاء.

إدارة الوقت في المشاريع: طرقه، تقنياتها وأثرها في تطوير المشاريع - مبادرة مسارات

https://teamdeck.io/ar-D8%A5%D8%AF%D8%A7%D8%B1%D8%A9%/AF-D9%81%D9%8A%-D8%A7%D9%84%D9%88%D9%82%D8%AA%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B4%D8%A7%D8%B1%D9%8A%D8%B9%

أحمد، ن. م. ح. (2014). أثر إدارة الوقت في تطوير الأداء الإداري لمديري الإدارة الوسطى في المنشآت الخدمية. رسالة ماجستير، جامعة الساحل الجنوبي

وزارة العدل. (٢٠٢١). تقرير جودة الخدمات ورضا المستفيدين. الإدارة العامة للتخطيط والجودة، المملكة العربية السعودية

- Alzahrani, A. (2020). Time Management in Saudi Service Projects: Challenges and Opportunities. Riyadh: Gulf Research Center.
- Bryman, A. & Bell, E. (2015). Business Research Methods. 4th ed. Oxford: Oxford University Press.
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2019). Research Methods for Business Students. 8th ed. Harlow: Pearson Education Limited.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach. 7th ed. Chichester: Wiley.

• AJAD.sa. (n.d.). تحديات إدارة المشاريع الكبيرة في السعودية. Available at: <https://ajad.sa/>-إدارة-تحديات [Accessed 21 Aug. 2025].

• Bakkah.com. (n.d.). تطبيق مكاتب إدارة المشاريع (PMO) في المؤسسات الحكومية السعودية. Available at: <https://bakkah.com/ar/knowledge-center/application-of-pmo-in-government-entities-in-saudi-arabia> [Accessed 21 Aug. 2025].

• International Journal of Research and Studies Publishing (IJRSP). (2022). قياس جودة الخدمة في القطاع الثالث وأثرها على رضا المستفيدين (دراسة تطبيقية على منظمات القطاع الثالث في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية). Available at: <https://www.ijrsp.com/volume/issue-35/9/> [Accessed 21 Aug. 2025].

الملاحق :

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	301	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	301	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	11

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	301	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	301	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.943	.944	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
أقوم بتحديد أولويات المهام لضمان تقديم الخدمة في الوقت المحدد	4,20	1,186	301
أقوم بتخطيط مسبق للثقة احتياجات العملاء الطارئة أو الموسمية	4,08	1,193	301
أتابع تقدم المهام للتأكد من الالتزام بالحدود الزمنية	4,20	1,108	301
عند حدوث أي تأخير، أأخذ خطوات سريعة لتداركه أو تقديم حلول بديلة	4,25	1,107	301
ألتزم دائماً بتسليم الخدمة في الوقت المحدد	4,24	1,109	301
أسعى لتسليم الخدمة قبل الموعد المحدد كلما أمكن	3,85	1,215	301
ألاحظ أن الالتزام بالمواعيد يزيد من رضا العملاء	4,51	1,073	301
سرعة الاستجابة لأي مشكلة تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء	4,27	1,164	301
جودة الخدمة التي أتمها مرتبطة بكيفية إدارة الوقت أثناء التنفيذ	4,12	1,143	301
ألاحظ أن العملاء يبدون رضاهم العام عندما يتم الالتزام بالمواعيد والتخطيط الجيد للوقت	4,34	1,107	301
أعتقد أن تحسين إدارة الوقت يؤدي إلى زيادة توصية العملاء بالخدمة للآخرين	4,40	1,074	301

Inter-Item Correlation Matrix											
أعتقد أن تحسين إدارة الوقت يؤدي إلى زيادة توصية العملاء بالخدمة للآخرين	أعتقد أن العملاء يبدون رضاهم العام عندما يتم الإفراط بالمواعيد والخطيئة الجيد الوقت	الاحظ أن العملاء يبدون رضاهم العام عندما يتم الإفراط بالمواعيد والخطيئة الجيد الوقت	جودة الخدمة التي أقدمها مرتبطة بكيفية إدارة الوقت أثناء التنفيذ	سرعة الاستجابة لأي مشكلة تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء	الاحظ أن الإفراط بالمواعيد يزيد من رضا العملاء	أسمي تسليم الخدمة كل المواعيد كلما أمكن	أقوم دائمًا بتسليم الخدمة في الوقت المحدد	أند خططات سريعة لتداركه أو تقديم حلول بديلة	أتابع تقدم المهام للآخذ من الإفراط بالجدول الزماني	أقوم بتخطيط مسبق لشفية احتياجات العملاء الفارقة أو الموسمية	أقوم بتحديد أولويات المهام لضمان تقديم الخدمة في الوقت المحدد
.610	.639	.531	.548	.633	.401	.506	.676	.637	.618	1.000	
.626	.596	.509	.547	.602	.447	.556	.621	.639	1.000	.618	
.628	.600	.592	.566	.663	.446	.593	.658	1.000	.639	.637	
.694	.693	.596	.621	.745	.427	.628	1.000	.658	.621	.676	
.580	.583	.588	.588	.654	.537	1.000	.628	.593	.556	.506	
.555	.502	.539	.462	.502	1.000	.537	.427	.446	.447	.401	
.798	.759	.684	.716	1.000	.502	.654	.745	.663	.602	.633	
.685	.636	.607	1.000	.716	.462	.588	.621	.566	.547	.548	
.694	.716	1.000	.607	.684	.539	.588	.596	.592	.509	.531	
.778	1.000	.716	.636	.759	.502	.583	.693	.600	.596	.639	
1.000	.778	.694	.685	.798	Double-click to activate	.580	.694	.628	.626	.610	

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
أعتقد أن تحسين إدارة الوقت يؤدي إلى زيادة توصية العملاء بالخدمة للآخرين	42.24	82.376	.719	.573	.939
أقوم بتخطيط مسبق لشفية احتياجات العملاء الفارقة أو الموسمية	42.36	82.358	.715	.549	.939
أتابع تقدم المهام للآخذ من الإفراط بالجدول الزماني	42.24	82.896	.751	.595	.937
أند خططات سريعة لتداركه أو تقديم حلول بديلة	42.19	82.083	.795	.673	.936
أقوم دائمًا بتسليم الخدمة في الوقت المحدد	42.20	83.407	.722	.558	.939
أسمي تسليم الخدمة كل المواعيد كلما أمكن	42.59	84.622	.589	.405	.944
الاحظ أن الإفراط بالمواعيد يزيد من رضا العملاء	41.93	81.638	.850	.763	.934
سرعة الاستجابة لأي مشكلة تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء	42.17	82.223	.743	.579	.938
جودة الخدمة التي أقدمها مرتبطة بكيفية إدارة الوقت أثناء التنفيذ	42.32	82.325	.754	.615	.937
الاحظ أن العملاء يبدون رضاهم العام عندما يتم الإفراط بالمواعيد والخطيئة الجيد الوقت	42.10	81.730	.815	.714	.935
أعتقد أن تحسين إدارة الوقت يؤدي إلى زيادة توصية العملاء بالخدمة للآخرين	42.04	81.865	.836	.747	.934

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
46.44	99.260	9.963	11

Statistics

		أقوم بتحديد أولويات المهام لضمان تقديم الخدمة في الوقت المحدد	أقوم بتنظيم مسبق لفتحة احتياجات العملاء، الطارئة أو الموسمية	أناج تقدم المهام بالأك من الأرقام بالحدوث الزمنية	عند حدوث أي تأخير، أخط خطوات سريعة لتداركه أو تقديم حلول بديلة	أقوم دائما بتسليم الخدمة في الوقت المحدد	أسمى تسليم الخدمة قبل الموعد المحدد كلما أمكن	ألاحظ أن الأرقام بالموعد تزيد من رضا العملاء	سرعة الاستجابة لأي مشكلة تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء	جودة الخدمة التي نقدمها من نقطة تكلفتها إدارة الوقت أثناء التنفيذ	ألاحظ أن العملاء يبنون رضاهم العام عندما يتم الأرقام بالموعد والتخطيط الجيد للوقت	أعتقد أن تحسين إدارة الوقت يؤدي إلى زيادة توصية العملاء بالخدمة لأخرين
N	Valid	301	301	301	301	301	301	301	301	301	301	301
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.20	4.08	4.20	4.25	4.24	3.85	4.51	4.27	4.12	4.34	4.40
Median		5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00
Mode		5	5	5	5	5	4 ^a	5	5	5	5	5
Std. Deviation		1.186	1.193	1.108	1.107	1.109	1.215	1.073	1.164	1.143	1.107	1.074
Variance		1.407	1.424	1.227	1.226	1.229	1.477	1.151	1.356	1.306	1.225	1.154
Range		4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Sum		1264	1227	1264	1278	1276	1158	1357	1284	1240	1306	1324

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

أقوم بتحديد أولويات المهام لضمان تقديم الخدمة في الوقت المحدد

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أعارض بشدة	22	7.3	7.3	7.3
أعارض	11	3.7	3.7	11.0
محايد	22	7.3	7.3	18.3
أوافق	76	25.2	25.2	43.5
أوافق بشدة	170	56.5	56.5	100.0
Total	301	100.0	100.0	

أفوم بخطبط مسبق لتلبية احتياجات العملاء الطارئة أو الموسمية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعارض بشده	17	5,6	5,6	5,6
	أعارض	26	8,6	8,6	14,3
	محايد	23	7,6	7,6	21,9
	أوافق	86	28,6	28,6	50,5
	أوافق بشده	149	49,5	49,5	100,0
	Total	301	100,0	100,0	

أنواع تقدم المهام للتأكد من الالتزام بالحدود الزمنية

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعارض بشده	16	5,3	5,3	5,3
	أعارض	15	5,0	5,0	10,3
	محايد	19	6,3	6,3	16,6
	أوافق	94	31,2	31,2	47,8
	أوافق بشده	157	52,2	52,2	100,0
	Total	301	100,0	100,0	

عند حدوث أي تأخير، أنخذ خطوات سريعة لتداركه أو تقديم حلول بديلة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعارض بشده	16	5,3	5,3	5,3
	أعارض	15	5,0	5,0	10,3
	محايد	15	5,0	5,0	15,3
	أوافق	88	29,2	29,2	44,5
	أوافق بشده	167	55,5	55,5	100,0
	Total	301	100,0	100,0	

ألتزم دائماً بتسليم الخدمة في الوقت المحدد

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعارض بشده	15	5.0	5.0	5.0
	أعارض	15	5.0	5.0	10.0
	محايد	22	7.3	7.3	17.3
	أوافق	80	26.6	26.6	43.9
	أوافق بشده	169	56.1	56.1	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

أسعى لتسليم الخدمة قبل الموعد المحدد كلما أمكن

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعارض بشده	25	8.3	8.3	8.3
	أعارض	19	6.3	6.3	14.6
	محايد	41	13.6	13.6	28.2
	أوافق	108	35.9	35.9	64.1
	أوافق بشده	108	35.9	35.9	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

ألاحظ أن الالتزام بالمواعيد يزيد من رضا العملاء

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعارض بشده	19	6.3	6.3	6.3
	أعارض	4	1.3	1.3	7.6
	محايد	9	3.0	3.0	10.6
	أوافق	42	14.0	14.0	24.6
	أوافق بشده	227	75.4	75.4	100.0
	Total	301	100.0	100.0	

سرعة الاستجابة لأي مشكلة تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعارض بشدة	20	6,6	6,6	6,6
	أعارض	12	4,0	4,0	10,6
	محايد	18	6,0	6,0	16,6
	أوافق	69	22,9	22,9	39,5
	أوافق بشدة	182	60,5	60,5	100,0
	Total	301	100,0	100,0	

جودة الخدمة التي أقدمها مرتبطة بكيفية إدارة الوقت أثناء التنفيذ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعارض بشدة	17	5,6	5,6	5,6
	أعارض	15	5,0	5,0	10,6
	محايد	33	11,0	11,0	21,6
	أوافق	86	28,6	28,6	50,2
	أوافق بشدة	150	49,8	49,8	100,0
	Total	301	100,0	100,0	

ألاحظ أن العملاء يبدون رضاهم العام عندما يتم الالتزام بالمواعيد والنخطيط الجيد للوقت

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعارض بشدة	19	6,3	6,3	6,3
	أعارض	6	2,0	2,0	8,3
	محايد	18	6,0	6,0	14,3
	أوافق	69	22,9	22,9	37,2
	أوافق بشدة	189	62,8	62,8	100,0
	Total	301	100,0	100,0	

أعتقد أن تحسين إدارة الوقت يؤدي إلى زيادة توصية العملاء بالخدمة للآخرين

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أعارض بشدة	17	5,6	5,6	5,6
	أعارض	6	2,0	2,0	7,6
	محايد	17	5,6	5,6	13,3
	أوافق	61	20,3	20,3	33,6
	أوافق بشدة	200	66,4	66,4	100,0
	Total	301	100,0	100,0	

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	أسعى لتسليم الخدمة قبل الموعد المحدد كلما أمكن , أقوم بتحديد أولويات المهام لضمان تقديم الخدمة في الوقت المحدد , ألزم دائمًا بتسليم الخدمة في الوقت المحدد , أقوم بتخطيط مسبق لتلبية احتياجات العملاء , الطارئة أو الموسمية , أراجع تقدم المهام للتأكد من الالتزام بالجدول الزمني , عند حدوث أي تأخير , أأخذ خطوات سريعة لتداركه أو تقديم حلول بديلة ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: متوسط رضا العملاء

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.736	.730	.50481

a. Predictors: (Constant), أقوم بتحديد أولويات المهام لضمان تقديم الخدمة في الوقت المحدد , ألزم دائمًا بتسليم الخدمة في الوقت المحدد , أقوم بتخطيط مسبق لتلبية احتياجات العملاء , الطارئة أو الموسمية , أراجع تقدم المهام للتأكد من الالتزام بالجدول الزمني , عند حدوث أي تأخير , أأخذ خطوات سريعة لتداركه أو تقديم حلول بديلة

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	208.681	6	34.780	136.480	<.001 ^b
	Residual	74.922	294	,255		
	Total	283.603	300			

a. Dependent Variable: متوسط رضا العملاء

b. Predictors: (Constant), أسعى لتسليم الخدمة قبل الموعد المحدد كلما أمكن , أؤم بتحديد أولويات المهام لضمان تقديم الخدمة في الوقت المحدد , أؤم دافئاً بتسليم الخدمة في الوقت المحدد , أؤم بتخطيط مسبق لقلية احتياجات العملاء الطارئة أو الموسمية , أتابع تقدم المهام للتأكد من الالتزام بالجدول الزمني , عند حدوث أي تأخير , أتخذ خطوات سريعة لتداركه أو تقديم حلول بديلة

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,558	,136		4,112	<.001
	أؤم بتحديد أولويات المهام لضمان تقديم الخدمة في الوقت المحدد	,117	,037	,143	3,187	,002
	أؤم بتخطيط مسبق لقلية احتياجات العملاء الطارئة أو الموسمية	,078	,036	,096	2,192	,029
	أتابع تقدم المهام للتأكد من الالتزام بالجدول الزمني	,128	,040	,146	3,181	,002
	عند حدوث أي تأخير , أتخذ خطوات سريعة لتداركه أو تقديم حلول بديلة	,288	,042	,328	6,844	<.001
	أؤم دافئاً بتسليم الخدمة في الوقت المحدد	,143	,038	,163	3,771	<.001
	أسعى لتسليم الخدمة قبل الموعد المحدد كلما أمكن	,154	,029	,193	5,261	<.001

a. Dependent Variable: متوسط رضا العملاء