

دور جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا في
بيئة مصنع مياه الجزيرة في الطائف

The Role of Service Quality in Enhancing the Impact
of Customer Orientation on Satisfaction in the
Aljazira Water Factory Environment in AL- Taif

أسم الطالب

لجين ناصر

الرقم الجامعي

2021205953

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

٢٠٢٤- الفصل الدراسي الثاني

الإهداء

إلى عائلتي العزيزة

لوقوفكم بجانبني طوال مسيرتي التعليمية وتشجيعكم المستمر، ودعمكم وحبكم أهدي لكم هذا البحث بكل امتنان وتقدير

إلى أساتذتي الأفاضل في الجامعة

الذين زرعوا في نفسي حب المعرفة، أشكركم على توجيهاتكم القيّمة وصبركم علي طوال هذه الرحلة، إنجاز هذا العمل لم يكن ليتحقق لولا جهودكم المخلصة بعد الله

إلى أصدقائي الأعزاء

الذين شاركوني الأفراح والأتراح طوال هذه السنوات لولا الله ثم وقوفكم بجانبني وتشجيعكم المستمر ما كنت لأصل إلى هذه النتيجة، أهديكم هذا البحث باعتبار أنكم جزء لا يتجزأ من نجاحي

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي أنعم علينا بنعمه الكثيرة وأكرمنا بسخائه وجلال عظمته نشكر الله تعالى على هذه النعم والعطايا التي لا تعد ولا تحصى

أتوجه بالشكر الجزيل إلى كل من ساهم في إنجاز هذا البحث الذي أغنى معلوماتي وأرشدني في مساري الأكاديمي، هذا الجهد المثمر لا يمكن أن يتحقق دون هذا الدعم والتوجيه القيم

كما أتقدم بخالص الامتنان إلى عائلتي المحبوبة، الذين منحوني هذه الفرصة الثمينة وكانوا السبب الرئيسي بعد توفيق الله لما أنا عليه اليوم من تقدم وازدهار

في الختام، أود أن أعرب عن شكري الجزيل لزميلاتي في الدراسة وللكوادر التعليمية الموقرة، الذين ساهموا بشكل كبير في إثراء تجربتي التعليمية وتحقيق هذا الإنجاز

جدول المحتويات

4	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
5	1.1. المقدمة:.....
7	1.2. مشكلة الدراسة.....
7	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....
7	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
8	1.3. أهمية الدراسة.....
8	1.3.1. على المستوى النظري:.....
8	1.3.2. على المستوى التطبيقي:.....
9	1.4. أسئلة الدراسة.....
9	1.5. أهداف الدراسة.....
9	1.6. فرضيات الدراسة.....
10	1.7. نموذج الدراسة.....
10	1.8. منهجية الدراسة.....
11	1.9. الدراسة الميدانية.....
12	1.10. مخطط المشروع المقترح.....
13	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
14	2.1. المقدمة:.....
14	2.2. المتغير المستقل.....
14	2.3. المتغير التابع.....
14	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
14	2.5. الخاتمة.....
15	قائمة المراجع.....

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تختلف المنظمات في العديد من الجوانب مثل أهدافها واستراتيجياتها وأنظمتها وفلسفات العمل التي تتبناها لتحقيق غاياتها الرئيسية، إلا أن هناك عامل مشترك بينها وهو أن نجاحها ونموها والاستمرارية في السوق تعتمد على قاعدة عملائها وطبيعة العلاقة التي تربطها بهم، فالمصدر الحقيقي لتحقيق الأداء المتميز في الأسواق المستهدفة هو فهم احتياجات ورغبات العملاء والسعي إلى تلبيةها بكفاءة وتحقيق رضائهم. (العوضي وآخرين، ٢٠٢٢)

وباعتبار أن الزبون هو أحد طرفي الخدمة وبدونه لا يمكن إنتاج الخدمة، فإنه من الضروري أن تحاول المؤسسات والمنظمات قدر الإمكان التقرب من الزبون وسماع تطلعاته والاستجابة لاحتياجاته، فهذا الأمر يهدف إلى كسب ثقة الزبون ووفائه، مما يعزز المركز التنافسي للمؤسسة ويضمن نموها والاستمرار، وقد تؤكد المؤسسات والمنظمات أن الحفاظ على الزبائن الأصليين أفضل من البحث عن زبائن جدد، حيث أن تكلفة الحفاظ على عملاء أصليين خمس مرات أقل من جذب عملاء جدد، لذلك ركزت هذه المؤسسات جهودها على الاهتمام بجودة الخدمات المقدمة وتقليل الفجوة بين أداء الخدمة وتطلعات الزبائن. (زوزو، ٢٠١١)

ومن ثم فقد اهتمت المؤسسات بتخصيص وحدة تنظيمية في هيكلها يكون محور عملها القيام بكل ما تتطلب جودة الخدمة، وهذه الوحدة التنظيمية تعنى بتحديد محددات جودة الخدمة وكيفية قياسها، كما تقوم بتحديد الفرق بين ما يدركه العملاء من متطلبات الجودة والمستوى المتوقع تحقيقه فعلياً، وتسعى هذه الوحدة إلى إيجاد السبل الكفيلة بتحقيق جودة الخدمة المرغوبة، بالإضافة إلى ذلك فإن المسؤولية المتعلقة بجودة الخدمة هي مسؤولية مشتركة بين مختلف الأقسام والإدارات داخل المنظمة، بما في ذلك العمليات الإنتاجية، والتسويق، والموارد البشرية، والإدارات الأخرى، ويتطلب تحقيق الجودة المطلوبة تنسيقاً وتعاوناً بين هذه الأطراف المختلفة. (الوصابي، ٢٠١٢)

كما تسعى المنظمات باستمرار إلى تطوير وتحسين طرق تقديم خدماتها، وهذا يشمل استخدام تقنيات متطورة لجذب العملاء والحفاظ على رضاهم، إلى جانب اعتماد وسائل فعالة لقياس ومراقبة مستوى جودة الخدمات المقدمة، حيث تهدف هذه المنظمات إلى تنويع وتحسين الخدمات بشكل مستمر، لتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل واستقطاب المزيد منهم، كما تسعى إلى تحسين طرق عرض وتقديم الخدمات باستخدام أحدث الوسائل التقنية، بما يعزز من تجربة العملاء ورضاهم عن الخدمات المقدمة. (سعدالله، ٢٠١٧)

ولأن رأي متلقي الخدمة ورضاه عنها أصبح مطلباً عاماً في جميع الدول، أصبح الاهتمام منصّباً على نوعية وجودة الخدمات بصورة عامة إدراكاً من مؤسسات القطاع العام بأهمية التحسين والتطوير المستمرين في مجال تقديم الخدمة، لذا فإن على المنظمات الخدمية أن تبحث عن الطرق والوسائل لتطوير وتحسين الخدمة المقدمة التي تتلاءم وتوقعات ورغبات المواطنين وتلبي حاجاتهم، فالخدمة الجيدة من وجهة نظر المواطنين هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم واحتياجاتهم، وهذا الأمر يتطلب من المنظمات الخدمية التركيز على فهم احتياجات المواطنين والعمل على تلبيتها بشكل مستمر، كما يجب على هذه المنظمات تطوير آليات للتواصل مع المواطنين والاستماع إلى آرائهم ومقترحاتهم لتحسين الخدمات المقدمة. (عداي، ٢٠١٧)

كما ان تقييم جودة الخدمات وتحسينها وتطويرها بشكل دائم مستمر، يعتمد أساساً على جمع المعلومات حول الخدمات المقدمة لزبائن المؤسسة، وذلك باتخاذ استراتيجيات فعالة في تسويق خدماتها مع تطبيق أساليب حديثة تهدف إلى تلبية حاجات وتوقعات الزبائن وإشباع رغباتهم، فمن خلال التركيز على احتياجات العملاء وتلبيتها بشكل مناسب، تستطيع المؤسسة تقديم خدمات ذات جودة عالية والحفاظ على ولاء عملائها، بالإضافة إلى ذلك، التحسين المستمر للخدمات وتطويرها يساعد المؤسسة على المنافسة في السوق وتعزيز موقعها التنافسي. (بلحسن، ٢٠١٢)

ولا شك في أنّ اتباع معايير الجودة كفيل بالقيام بهذه المهمة الصعبة، للوصول في النهاية إلى مؤسسات مستقرة تمتلك عملاء ذوي رضا وولاء مرتفع، ولتحقيق نمو في حصص المؤسسات السوقية عن طريق اكتساب عملاء جدد. (المصري، ٢٠١٩)

وبعد الاطلاع على الأبحاث والدراسات السابقة، لوحظ بأنه يوجد علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء التي تساهم في كسب ثقة العميل وولائه للمنظمة، لكن يوجد صعوبة في فهم الممارسات الفعالة التي تعزز جودة الخدمة وتطبيقها داخل المنظمة.

لذلك أصبحت جودة الخدمة أحد أهم المداخل التي تساهم في تحسين سمعة المنظمة وصورتها الذهنية لدى المتعاملين معها، وزيادة رضا العملاء والحفاظ عليهم على المدى الطويل، وتحقيق الأرباح والنمو المستدام للمنظمة، وعليه تدرس هذه الدراسة دور جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا في بيئة مصنع مياه الجزيرة بمدينة الطائف.

1.2. مشكلة الدراسة

إن معرفة مستوى جودة الخدمات المقدمة في المنظمات من وجهة نظر عملائها هو الضمان الرئيسي للارتقاء بهذه الخدمات وكسب رضا العملاء وولائهم، فالتعرف على جوانب القوة والضعف في الخدمات المقدمة يمكن المنظمات من العمل على تطويرها باستمرار، بالمقابل تواجه بعض المنظمات مشكلات ناتجة عن عدم إدراكهم لأهمية جودة الخدمة من وجهة نظر العملاء، فعدم فهم احتياجاتهم والتركيز على تحسين الخدمة من وجهة نظرهم يؤثر سلباً على مستوى الرضا والولاء لديهم، وتنقسم المشكلة إلى فجوة نظرية وفجوة تطبيقية:

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

- قلة وعي المنظمة بأثر جودة الخدمات على رضا وولاء العملاء .
- افتقار بعض المنظمات لآليات فعالة لتحسين جودة الخدمة المقدمة للزبائن.
- صعوبة تطبيق الحلول والممارسات الفعالة لتعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

- تعقد العلاقات بين هذه المتغيرات وتداخل المتغيرات الأخرى المؤثرة عليها.
- صعوبة قياس مفاهيم التوجه بالزبائن وجودة الخدمة بشكل موضوعي وموثوق.
- الحاجة إلى المزيد من الدراسات الميدانية لفحص هذه العلاقات في سياقات مختلفة وتطوير ممارسات عملية موثوقة.

وإشكالية الدراسة هي: ما دور جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا داخل المنظمة؟

1.3. أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة عن مستوى جودة الخدمات المقدمة للعملاء ومدى توافقها مع رغباتهم واحتياجاتهم، ذلك يتيح للمنظمة معرفة توجهات العملاء وتطلعاتهم من الخدمات المقدمة، من ثم تتمكن المنظمة من تطوير هذه الخدمات ورفع مستوياتها بما يحقق رغبات واحتياجات العملاء، وبالتالي كسب رضاهم وولائهم، وتنقسم الأهمية إلى أهمية نظرية وأهمية تطبيقية:

1.3.1. على المستوى النظري:

- تُساعد المنظمات على تحسين جودة خدماتها لتعزيز أثر التوجه بالزبائن على زيادة الرضا.
- تُمكن المنظمات من تطوير استراتيجيات وسياسات تركز على جودة الخدمة لتعزيز أثر التوجه بالزبائن.
- تُقدم توجيهات عملية لمديري المنظمات حول كيفية استغلال جودة الخدمة لتحسين العلاقة بين التوجه بالزبائن والرضا.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- تُعزز نظرية التوجه بالزبائن والرضا من خلال إبراز دور جودة الخدمة كحلقة وصل بينهما.
- تُساهم في تطوير نماذج وأطر نظرية جديدة لتفسير العلاقة بين التوجه بالزبائن والرضا داخل المنظمة.
- تُثري الأدبيات البحثية حول أثر التوجه بالزبائن على الرضا وأهمية دور جودة الخدمة في هذه العلاقة.

1.4. أسئلة الدراسة

- ما اثر جودة الخدمة في تلبية احتياجات العملاء ؟
- ما اثر جودة الخدمة على نمو المؤسسة في سوق العمل ؟
- كيف يتم فهم الممارسات الفعالة التي تعزز جودة الخدمة وتطبيقها داخل المنظمة ؟
- ما علاقة تطوير جودة الخدمة في جذب العملاء ؟

1.5. أهداف الدراسة

الهدف العام : معرفة أثر جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا.

الأهداف الفرعية:

- تحديد اثر جودة الخدمة في تلبية احتياجات العملاء.
- تحليل اثر جودة الخدمة على نمو المؤسسة في سوق العمل.
- تحليل كيفية فهم الممارسات الفعالة التي تعزز جودة الخدمة وتطبيقها داخل المنظمة.
- تحديد علاقة تطوير الجودة الخدمة في جذب العملاء.

1.6. فرضيات الدراسة

H1 : توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا.

Ha: توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين أثر جودة الخدمة على تلبية احتياجات العملاء في مصنع مياه الجزيرة بالطائف .

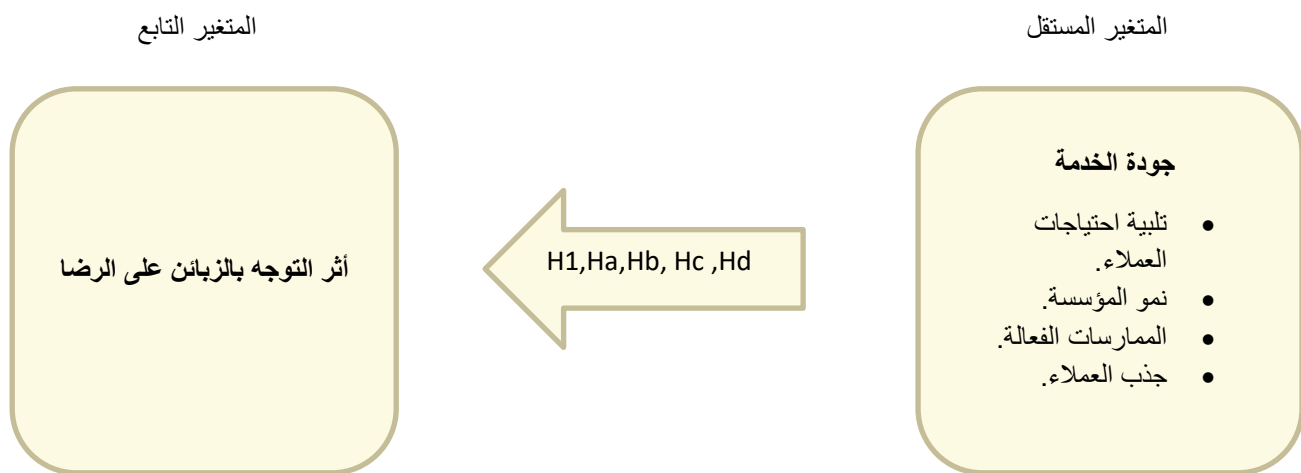
Hb: توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين أثر جودة الخدمة على نمو المؤسسة في سوق العمل في مصنع مياه الجزيرة بالطائف .

Hc: توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين فهم الممارسات الفعالة على جودة الخدمة وتطبيقها داخل المنظمة في مصنع مياه الجزيرة بالطائف .

Hd: توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين علاقة تطوير جودة الخدمة على جذب العملاء في مصنع مياه الجزيرة بالطائف.

1.7. نموذج الدراسة

يوضح الشكل التالي العلاقة بين متغير الدراسة وفرضيات الدراسة كما يلي :



الشكل ١

النموذج المقترح من المشروع

المصدر: الطالب (٢٠٢٤)

1.8. منهجية الدراسة

فلسفة البحث: المنهج الوضعي

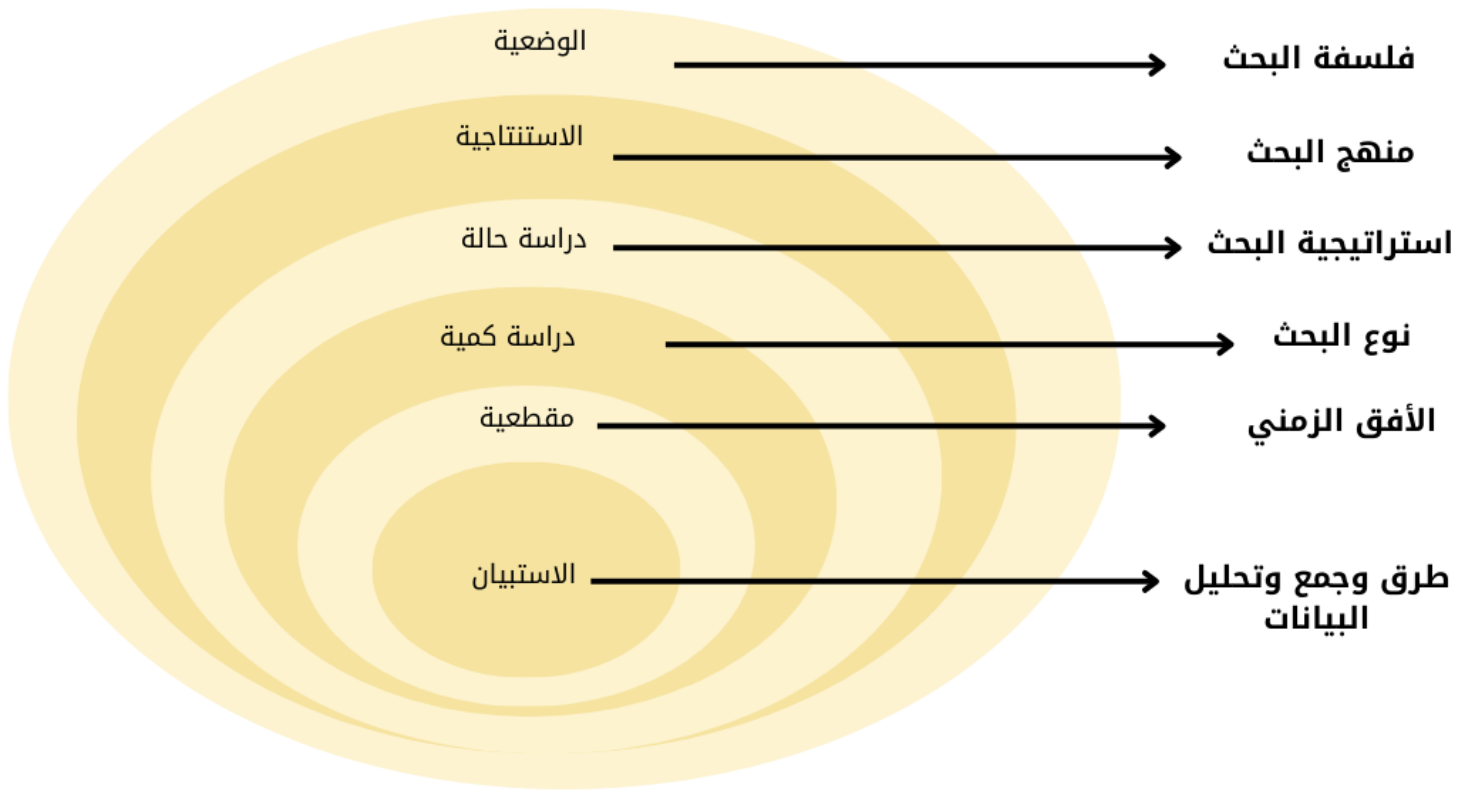
منهج البحث: استنتاجي

استراتيجية البحث: دراسة حالة

نوع البحث: كمية

الأفق الزمني: مقطعية

طرق جمع وتحليل البيانات: استبيان



ملخص منهجية البحث

المصدر : الطالب (٢٠٢٤)

1.9. الدراسة الميدانية

في العصر الحالي، تُعتبر جودة الخدمة أحد أهم أسباب نجاح المؤسسات والشركات، ففهم أهمية جودة الخدمة عن كثب من خلال دراسة ميدانية أمر بالغ الأهمية لأي مؤسسة تطمح إلى تحقيق النجاح والبقاء في السوق، لأن جودة الخدمة تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء وملاءمة المنتجات والخدمات لاحتياجاتهم، وبالتالي فهي من أهم العوامل المحددة لنجاح المؤسسة وتعزيز مكانتها التنافسية، لذا سيتم إجراء دراسة ميدانية متعمقة حول جودة الخدمة المقدمة وعلاقتها في تعزيز أثر التوجه بالزبائن على الرضا في بيئة مصنع مياه الجزيرة بالطائف.

1.10. مخطط المشروع المقترح

- الفصل الأول : المقدمة
- الفصل الثاني : الإطار النظري
- الفصل الثالث : منهجية البحث
- الفصل الرابع: التحليل الإحصائي
- الفصل الخامس : مناقشة النتائج و الخاتمة

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

- العوضي وآخرين، ٢٠٢٢، تأثير جودة أداء الخدمات على رضا العملاء.
- المصري، ٢٠١٩، أثر جودة الخدمات على ولاء العملاء.
- الوصابي، ٢٠١٢، دور أنظمة الجودة في تحسين أداء المرافق الصحية في اليمن.
- بلحسن، ٢٠١٢، تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا الزبون.
- زوزو، ٢٠١١، دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون.
- سعدالله، ٢٠١٧، جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا الزبائن.
- عداي، ٢٠١٧، تطبيق نموذج Kano لتحديد رضا الزبائن عن جودة الخدمات.