

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع
أثر جودة الخدمة على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على قطاع الخدمات

أسم الطالب
مصطفى حبيب ال نصيف

مشروع تخرج- 1
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. عبد الرحيم نادر
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي
الفصل الثاني 2026

جدول المحتويات

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	3
1.1. المقدمة:	4
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	6
1.3.1. على المستوى النظري:	6
1.3.2. على المستوى التطبيقي:	6
1.4. أسئلة الدراسة	7
1.5. أهداف الدراسة	7
1.6. فرضيات الدراسة	8
1.7. نموذج الدراسة	8
1.8. منهجية الدراسة	10
1.9. الدراسة الميدانية	10
1.10. مخطط المشروع المقترح	10
2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة	
1.	1
2	
2.1. المقدمة:	13
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	15

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تعد جودة الخدمة من المفاهيم الإدارية الحديثة التي حظيت باهتمام كبير من قبل الباحثين والمنظمات الخدمية نظراً لدورها في تحقيق رضا العملاء وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات وقد أدى التطور المتسارع في بيئة الأعمال إلى زيادة وعي العملاء وارتفاع توقعاتهم تجاه الخدمات المقدمة مما جعل جودة الخدمة عاملاً أساسياً في نجاح المؤسسات واستمرارها

وتشير جودة الخدمة إلى قدرة المؤسسة على تقديم خدمة تتوافق مع توقعات العملاء أو تتجاوزها من خلال توفير مستويات عالية من الاعتمادية والاستجابة والضمان والتعاطف والجوانب الملموسة وكلما ارتفع مستوى جودة الخدمة زادت احتمالية تحقيق رضا العملاء والمحافظة عليهم

ويعد رضا العملاء من أهم مؤشرات الأداء في المؤسسات الخدمية حيث يعكس مدى نجاح المؤسسة في تلبية احتياجات العملاء ورغباتهم كما يسهم رضا العملاء في زيادة الولاء وتعزيز السمعة الإيجابية للمؤسسة وتحقيق النمو والاستمرارية

وفي ظل المنافسة الشديدة بين المؤسسات الخدمية أصبح تحسين جودة الخدمة من الأولويات الاستراتيجية التي تسعى إليها الإدارات المختلفة بهدف رفع مستوى رضا العملاء وتحقيق التميز المؤسسي ومن هنا جاءت أهمية دراسة أثر جودة الخدمة على رضا العملاء والتعرف على طبيعة العلاقة بينهما

1.2. مشكلة الدراسة

تواجه العديد من المؤسسات الخدمية تحديات مستمرة في تقديم خدمات ذات جودة عالية تلبي توقعات العملاء المتزايدة وعلى الرغم من الجهود المبذولة لتحسين الخدمات إلا أن بعض المؤسسات لا تزال تعاني من انخفاض مستويات رضا العملاء نتيجة وجود قصور في بعض أبعاد جودة الخدمة

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

أشارت الدراسات السابقة إلى وجود تباين في نتائج البحوث المتعلقة بتحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً لجودة الخدمة على رضا العملاء كما أن بعض الدراسات ركزت على قطاعات خدمية محددة دون غيرها مما يستدعي إجراء المزيد من الدراسات لفهم طبيعة هذه العلاقة بشكل أعمق

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

تسعى المؤسسات الخدمية إلى تحسين جودة خدماتها إلا أن العديد منها يواجه صعوبة في تحديد الجوانب التي تؤثر بصورة مباشرة على رضا العملاء الأمر الذي ينعكس على قدرتها في المحافظة على العملاء وتحقيق الميزة التنافسية

ما أثر جودة الخدمة على رضا العملاء ؟

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

إثراء المعرفة العلمية المتعلقة بمفهوم جودة الخدمة ورضا العملاء

توضيح العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء

توفير إطار نظري يمكن الاستفادة منه في الدراسات المستقبلية

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

مساعدة المؤسسات الخدمية على تحسين جودة خدماتها

دعم متخذي القرار في تطوير استراتيجيات خدمة العملاء

المساهمة في رفع مستوى رضا العملاء وتعزيز ولائهم

تقديم توصيات عملية تساعد المؤسسات على تحقيق التميز في تقديم الخدمات

1.4. أسئلة الدراسة

ما مستوى جودة الخدمة في المؤسسات الخدمية

ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة

هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء

ما أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا العملاء

1.5. أهداف الدراسة

التعرف على مفهوم جودة الخدمة وأبعادها

قياس مستوى رضا العملاء

تحديد العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء

التعرف على أثر جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء

تقديم مجموعة من التوصيات لتحسين جودة الخدمة

1.6. فرضيات الدراسة الفرضية الرئيسية

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة على رضا العملاء

الفرضيات الفرعية

يوجد أثر للاعتمادية على رضا العملاء

يوجد أثر للاستجابة على رضا العملاء

يوجد أثر للضمان على رضا العملاء

يوجد أثر للتعاطف على رضا العملاء

يوجد أثر للجوانب الملموسة على رضا العملاء

1.7. نموذج الدراسة المتغير المستقل جودة الخدمة

الاعتمادية

الاستجابة

الضمان

التعاطف

الجوانب الملموسة

المتغير التابع رضا العملاء

1.8. منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والذي يعد من أكثر المناهج استخداماً في الدراسات الإدارية وذلك من خلال جمع البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة وتحليلها بهدف تفسير العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء واختبار الفرضيات المقترحة

1.9. الدراسة الميدانية

يتكون مجتمع الدراسة من عملاء المؤسسات الخدمية ويتم اختيار عينة مناسبة منهم لجمع البيانات بواسطة استبانة تتضمن أسئلة تقيس أبعاد جودة الخدمة ومستوى رضا العملاء ثم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة

1.10. مخطط المشروع المقترح

الفصل الأول الإطار العام للدراسة

المقدمة

مشكلة الدراسة

أهمية الدراسة

أسئلة الدراسة

أهداف الدراسة

فرضيات الدراسة

نموذج الدراسة

منهجية الدراسة

الفصل الثاني الدراسات السابقة

مفهوم جودة الخدمة

أبعاد جودة الخدمة

مفهوم رضا العملاء

العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء

الدراسات السابقة

الخاتمة

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

تعد جودة الخدمة من الموضوعات المهمة في مجال الإدارة والتسويق نظراً لدورها في تحقيق رضا العملاء والمحافظة عليهم كما أنها تمثل أحد العوامل الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات في تعزيز قدرتها التنافسية وتحقيق النجاح والاستمرارية وقد اهتمت العديد من الدراسات ببحث مفهوم جودة الخدمة والعوامل المؤثرة فيها والعلاقة بينها وبين رضا العملاء لذلك يتناول هذا الفصل المتغير المستقل والمتغير التابع والعلاقة بينهما إضافة إلى عرض الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة

2.2. المتغير المستقل

تشير جودة الخدمة إلى قدرة المؤسسة على تقديم خدمات تلبي احتياجات العملاء وتوقعاتهم أو تتجاوزها بما يحقق رضاهم ويعزز ثقتهم بالمؤسسة وتعد جودة الخدمة من أهم العوامل التي تؤثر في نجاح المؤسسات الخدمية لأنها تساعد على تحسين الأداء وزيادة القدرة على المنافسة

وتتمثل أبعاد جودة الخدمة في الاعتمادية والتي تعني قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة بدقة وكفاءة والاستجابة التي تشير إلى سرعة تقديم الخدمة والتعامل مع العملاء والضمان الذي يعكس كفاءة العاملين وقدرتهم على بث الثقة لدى العملاء والتعاطف الذي يتمثل في الاهتمام بالعملاء وفهم احتياجاتهم والجوانب الملموسة التي تشمل المرافق والتجهيزات والمظهر العام للعاملين

وتسهم هذه الأبعاد مجتمعة في تكوين الانطباع العام لدى العملاء حول مستوى الخدمة المقدمة ومدى جودتها

2.3. المتغير التابع

يعد رضا العملاء من أهم المفاهيم التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها لأنه يعكس مدى نجاح المؤسسة في تلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم ويشير رضا العملاء إلى الشعور الإيجابي الذي يتكون لدى العميل بعد حصوله على الخدمة ومقارنته بين ما كان يتوقعه وما حصل عليه فعلياً

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تشير الأدبيات الإدارية إلى وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء حيث يؤدي تحسين مستوى الخدمة إلى زيادة رضا العملاء ورفع مستوى الثقة بالمؤسسة وكلما تمكنت المؤسسة من تقديم خدمات ذات جودة عالية ازدادت قدرتها على تلبية توقعات العملاء وتحقيق رضاهم

كما أكدت العديد من الدراسات أن أبعاد جودة الخدمة المختلفة مثل الاعتمادية والاستجابة والضمان والتعاطف والجوانب الملموسة تؤثر بشكل مباشر في رضا العملاء وأن المؤسسات التي تهتم بتحسين هذه الأبعاد تحقق مستويات أعلى من الرضا والولاء مقارنة بالمؤسسات الأخرى

وبناء على ذلك تفترض الدراسة الحالية أن جودة الخدمة تعد من أهم العوامل المؤثرة في رضا العملاء وأن تحسين مستوى جودة الخدمة يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وتحقيق نتائج إيجابية للمؤسسة

2.5. الخاتمة

تناول هذا الفصل الإطار النظري لمتغيرات الدراسة من خلال استعراض مفهوم جودة الخدمة وأبعادها المختلفة ومفهوم رضا العملاء وأهميته بالنسبة للمؤسسات الخدمية كما تم توضيح العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء وعرض عدد من الدراسات السابقة التي أكدت وجود تأثير إيجابي لجودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء وتشكل هذه النتائج الأساس النظري الذي تعتمد عليه الدراسة الحالية في اختبار فرضياتها وتحقيق أهدافها

قائمة المراجع

أبو النصر مدحت محمد 2017 إدارة الجودة الشاملة والتميز المؤسسي القاهرة المجموعة العربية للتدريب والنشر

إدريس ثابت عبد الرحمن 2016 جودة الخدمة مفاهيم وتطبيقات الإسكندرية الدار الجامعية

السلمي علي 2018 إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التميز المؤسسي القاهرة دار غريب للنشر

الصيرفي محمد عبد الفتاح 2015 إدارة الجودة الشاملة الإسكندرية مؤسسة حورس الدولية

العلاق بشير عباس 2020 التسويق الخدمي عمان دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع

المغربي كامل محمد 2019 إدارة الجودة في المنظمات الخدمية عمان دار المسيرة للنشر والتوزيع

الطائي حميد عبد النبي والعلاق بشير عباس 2018 إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء عمان دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع

الخصيري محسن أحمد 2017 إدارة الجودة الشاملة مدخل لتحقيق التميز المؤسسي القاهرة إيتراك للنشر والتوزيع

الدرادكة مأمون والشلبي طارق 2018 الجودة في المنظمات المعاصرة عمان دار صفاء للنشر والتوزيع

الساعدي مؤيد عبد الحسين 2021 إدارة جودة الخدمات وأثرها في رضا العملاء عمان دار الأيام للنشر والتوزيع

