

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

أثر جودة الخدمة في رضا عملاء شركات التأمين

أسم الطالب

نوف حاج عبدالقادر حماد

مشروع تخرج- 1

لكلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- لكلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي
الثاني 22\6\2026

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:

- تعد جودة الخدمة من أهم العوامل التي تسهم في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الخدمية، ال سيما شركات التأمين التي تعتمد بشكل أساسي على تقديم خدمات تلبي احتياجات العملاء لتحقيق توقعاتهم. ففي ظل المنافسة المتزايدة التغيرات المستمرة في متطلبات العملاء، أصبحت جودة الخدمة عنصرا استراتيجيا يؤثر بشكل مباشر في مستوى رضا العملاء استمرار تعاملهم مع الشركة.
 - يعتبر رضا العملاء مؤشرا رئيسيا لنجاح شركات التأمين، إذ يعكس مدى قدرة الشركة على تقديم خدمات تتميز بالكفاءة، السرعة، الموثوقية، الاستجابة لاحتياجات العملاء. كما أن ارتفاع مستوى رضا العملاء يسهم في تعزيز النهم، ازيادة ثقتهم بالشركة، تحسين سمعتها في السوق، مما ينعكس إيجابا على أدائها الاستدامة أعمالها.
- اطلقا من ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى بحث أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في شركات التأمين، من خلل تحليل العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة امستوى رضا العملاء، ابيان مدى إسهام تحسين جودة الخدمات في رفع مستوى الرضا تعزيز العلاقة طويلة المد بين شركات التأمين اعملئها، بما يدعم قدرتها على تحقيق أهدافها في بيئة تنافسية متنامية.

1.2. مشكلة الدراسة

تواجه شركات التأمين في الوقت الحالي منافسة متزايدة، المر الذي يجعل تقديم خدمات عالية الجودة من أهم العوامل التي تسهم في جذب العملاء المحافظة عليهم. على الرغم من سعي العديد من شركات التأمين إلى تحسين خدماتها، إل أن مستوى رضا العملاء ل يزال يختلف من شركة إلى أخرى، مما يشير إلى اجود فجوة بين توقعات العملاء الخدمات المقدمة لهم.

انتمثل مشكلة الدراسة في محالة التعرف إلى مدى تأثير جودة الخدمة بأبعادها المختلفة، مثل العتمادية، اسرعة الاستجابة، الامان، التعاطف، اللموسية، على مستوى رضا العملاء في شركات التأمين. كما تسعى الدراسة إلى تحديد البعاد الكثر تأثيرا في رضا العملاء، بما يساعد شركات التأمين على تطوير خدماتها تحسين جودة أدائها، بما ينعكس إيجابا على رضا العملاء النهم.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري :

- ركزت العديد من الدراسات السابقة على قطاعات خدمية مختلفة، مثل البنوك والتصالات والمستشفيات، بينما حظي قطاع التأمين باهتمام أقل، خاصة في بعض البيئات المحلية والعربية.
- اختلفت نتائج الدراسات السابقة بشأن مدى تأثير أبعاد جودة الخدمة في رضا العملاء، حيث أشارت بعض الدراسات إلى أن جميع الأبعاد تؤثر بدرجات متفاوتة، في حين بنت دراسات أخرى أن بعض الأبعاد فقط هي الأكثر تأثيرا، مما يستدعي إعادة اختبار هذه العلاقة.
- ركزت بعض الدراسات على قياس رضا العملاء بصورة عامة، دون التعمق في تحليل تأثير كل بعد من أبعاد جودة الخدمة على حدة، مما يترك فجوة معرفية تتعلق بتحديد الأبعاد الأكثر تأثيرا في رضا عملاء شركات التأمين.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي :

- ل تزال بعض شركات التأمين تواجه تحديات في تطبيق معايير جودة الخدمة بصورة متكاملة، مما ينعكس على مستوى رضا العملاء وجودة تجربتهم.
 - توجد فروقات بين شركات التأمين في مستوى جودة الخدمات المقدمة، الأمر الذي يؤدي إلى تباين مستويات رضا العملاء، ويستدعي دراسة العوامل المؤثرة في هذا التباين.
 - تفتقر بعض شركات التأمين إلى أدوات قياس دورية وفعالة لقياس رضا العملاء وتقييم جودة الخدمة، مما يحد من قدرتها على تحديد جوانب القوة والقصور وتحسين الأداء.
 - ل تستند العديد من شركات التأمين إلى نتائج الدراسات العلمية عند وضع خطط تطوير الخدمات وتحسين تجربة العملاء، مما يبرز الحاجة إلى دراسات تطبيقية تقدم نتائج يمكن الاستفادة منها في اتخاذ القرارات.
- ما أثر جودة الخدمة بأبعادها المختلفة على رضا العملاء في شركات التأمين؟

1.3. أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهمية تما من أهمية موضوعها، والذي يتمثل في التعرف إلى أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في شركات التأمين، وذلك في ظل المنافسة المتزايدة بين شركات التأمين وارتفاع توقعات العملاء بشأن مستوى الخدمات المقدمة.

1.3.1. على المستوى النظري:

- تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العلمية المتعلقة بمفهوم جودة الخدمة ورضا العملاء، وتوضيح طبيعة العلاقة بينهما في قطاع التأمين.
- تقدم إطاراً نظرياً يستند إلى الدراسات السابقة والنماذج العلمية ذات الصلة، بما يفيد الباحثين والدارسين في هذا المجال.
- تساعد في سد جانب من الفجوة المعرفية المتعلقة بدراسة أثر جودة الخدمة في شركات التأمين، خاصة في البيئة التي تجرى فيها الدراسة.

1.3.2. على المستوى التطبيقي :

- تساعد نتائج الدراسة شركات التأمين على التعرف إلى مستوى جودة الخدمات المقدمة ومدى تأثيرها في رضا العملاء.
- تسهم في تحديد أبعاد جودة الخدمة الأكثر تأثيراً في رضا العملاء، مما يساعد إدارات شركات التأمين على توجيه جهودها طحو تحسين هذه الأبعاد.
- تسهم في تحسين القدرة التنافسية لشركات التأمين من خلال الرتقاء بجودة الخدمات المقدمة بما يتوافق مع احتياجات العملاء وتوقعاتهم.

المراجع

المراجع العربية

- دريس، ثابت عبد الرحمن. (2016). جودة الخدمات: مفاهيمها اقياسها تحسينها. السكندرية: الدار الجامعية.
- لمبيضين، أحمد محمود. (2019). إدارة الخدمات التسويق الخدمي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- بو النصر، مدحت محمد. (2017). إدارة الجودة الشاملة التميز المؤسسي. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب النشر.

المراجع الأجنبية

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. Journal of Marketing, 49(4), 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.
- 2 Parasuraman, A., Berry, L. L., & Zeithaml, V. A. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. Journal of Retailing, .

1.4. أسئلة الدراسة

ما أثر الاعتمادية في جودة
الخدمة على رضا عملاء
شركات التأمين؟

ما أثر الاستجابة لاحتياجات
العملاء على مستوى رضاهم؟

ما أثر الضمان (الثقة والأمان)
الذي تقدمه شركات التأمين
على رضا العملاء؟

ما أثر التعاطف مع العملاء في
تحقيق رضاهم؟

ما أثر الجوانب الملموسة
(المرافق، الأجهزة، المظهر
العام، التقنيات) على رضا
العملاء

1.5. أهداف الدراسة
التعرف على مستوى جودة
الخدمة المقدمة في شركات
التأمين.
قياس مستوى رضا عملاء
شركات التأمين عن
الخدمات المقدمة.
دراسة أثر بعد الاعتمادية
في جودة الخدمة على
رضا العملاء.
دراسة أثر بعد الاستجابة
في جودة الخدمة على
رضا العملاء.
دراسة أثر بعد الضمان في
جودة الخدمة على رضا
العملاء.
دراسة أثر بعد التعاطف في
جودة الخدمة على رضا
العملاء.
دراسة أثر بعد الجوانب
الملموسة في جودة الخدمة
على رضا العملاء

1.6. فرضيات الدراسة
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية
لبعد الاعتمادية في مستوى رضا
عملاء شركات التأمين.
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية
لبعد الاستجابة في مستوى رضا
عملاء شركات التأمين.
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية
لبعد الضمان في مستوى رضا
عملاء شركات التأمين.
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية
لبعد التعاطف في مستوى رضا
عملاء شركات التأمين.
يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية
لبعد الجوانب الملموسة في
مستوى رضا عملاء شركات
التأمين

نموذج الدراسة

استنادا الى الادبيات
والدراسات السابقة
يعتمد هذا البحث على
دراسة اثر جودة
الخدمة

1.8. منهجية الدراسة

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، لملاءمته لطبيعة الدراسة، حيث يتم جمع البيانات من خلال استبانة تُوزع على عينة من عملاء شركات التأمين في المملكة العربية السعودية، ثم تحليل البيانات إحصائياً للوصول إلى النتائج واختبار فرضيات البحث

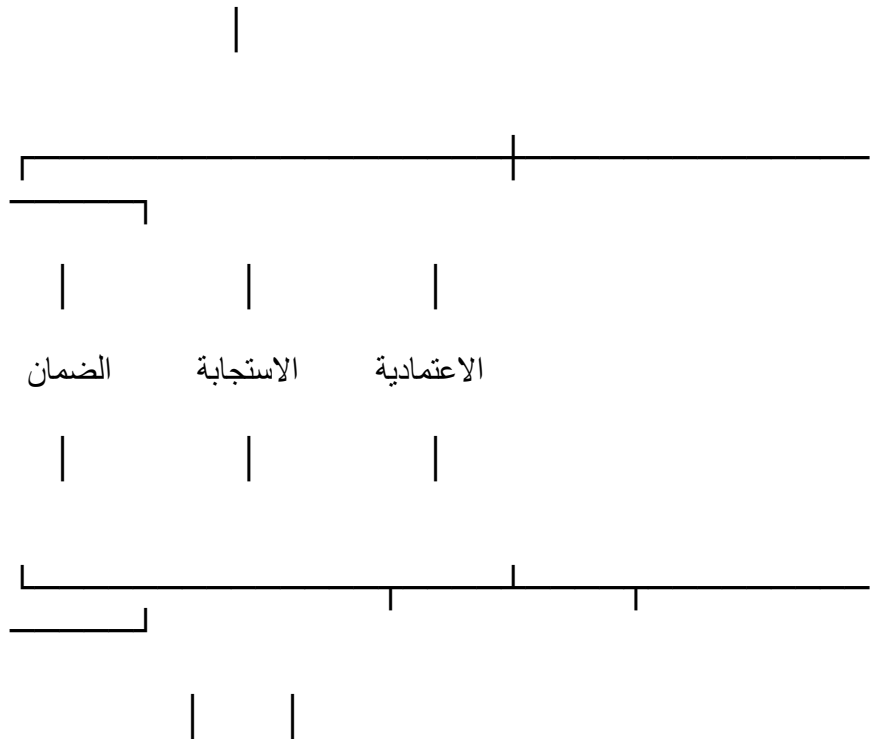
1.9. الدراسة الميدانية

ستُجرى الدراسة الميدانية على عينة من عملاء شركات التأمين في المملكة العربية السعودية، من خلال توزيع استبانة على العملاء لقياس مستوى جودة الخدمة المقدمة ومدى رضاهم عنها، وذلك بهدف جمع البيانات اللازمة لتحقيق أهداف البحث واختبار فرضياته

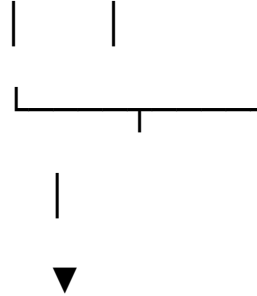
1.10. مخطط المشروع المقترح

المتغير المستقل

جودة الخدمة



التعاطف الجوانب الملموسة



المتغير التابع

رضا عملاء شركات التأمين

وصف المخطط:

المتغير المستقل: جودة الخدمة

أبعاد جودة الخدمة

الملموسة (Tangibles).

الاعتمادية (Reliability).

الاستجابة (Responsiveness).

الأمان/الضمان (Assurance).

التعاطف (Empathy).

المتغير التابع: رضا العملاء

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