

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

عنوان المشروع

اثر جودة الخدمة في رضا عملاء شركات التأمين

أسم الطالب

نوف حاج عبدالقادر حماد

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية 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:

- تُعد جودة الخدمة من أهم العوامل التي تسهم في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات الخدمية، ولا سيما شركات التأمين التي تعتمد بشكل أساسي على تقديم خدمات تلبي احتياجات العملاء وتحقق توقعاتهم. ففي ظل المنافسة المتزايدة والتغيرات المستمرة في متطلبات العملاء، أصبحت جودة الخدمة عنصراً استراتيجياً يؤثر بشكل مباشر في مستوى رضا العملاء واستمرار تعاملهم مع الشركة.
 - ويُعتبر رضا العملاء مؤشراً رئيسياً لنجاح شركات التأمين، إذ يعكس مدى قدرة الشركة على تقديم خدمات تتميز بالكفاءة، والسرعة، والموثوقية، والاستجابة لاحتياجات العملاء. كما أن ارتفاع مستوى رضا العملاء يسهم في تعزيز ولائهم، وزيادة ثقتهم بالشركة، وتحسين سمعتها في السوق، مما ينعكس إيجاباً على أدائها واستدامة أعمالها.
- وانطلاقاً من ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى بحث أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في شركات التأمين، من خلال تحليل العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة ومستوى رضا العملاء، وبيان مدى إسهام تحسين جودة الخدمات في رفع مستوى الرضا وتعزيز العلاقة طويلة الأمد بين شركات التأمين وعملائها، بما يدعم قدرتها على تحقيق أهدافها في بيئة تنافسية متنامية.

1.2. مشكلة الدراسة

تواجه شركات التأمين في الوقت الحالي منافسة متزايدة، الأمر الذي يجعل تقديم خدمات عالية الجودة من أهم العوامل التي تسهم في جذب العملاء والمحافظة عليهم. وعلى الرغم من سعي العديد من شركات التأمين إلى تحسين خدماتها، إلا أن مستوى رضا العملاء لا يزال يختلف من شركة إلى أخرى، مما يشير إلى وجود فجوة بين توقعات العملاء والخدمات المقدمة لهم. وتتمثل مشكلة الدراسة في محاولة التعرف إلى مدى تأثير جودة الخدمة بأبعادها المختلفة، مثل الاعتمادية، وسرعة الاستجابة، والأمان، والتعاطف، والملموسية، على مستوى رضا العملاء في شركات التأمين. كما تسعى الدراسة إلى تحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً في رضا العملاء، بما يساعد شركات التأمين على تطوير خدماتها وتحسين جودة أدائها، بما ينعكس إيجاباً على رضا العملاء وولائهم.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري :

- ركزت العديد من الدراسات السابقة على قطاعات خدمية مختلفة، مثل البنوك والاتصالات 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 بينت دراسات أخرى أن بعض الأبعاد فقط هي الأكثر تأثيراً، 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 تأثيراً في رضا عملاء شركات التأمين.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي :

- لا 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.
- لا 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 أهميتها 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 تُجرى 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 نحو تحسين هذه الأبعاد.
- تسهم في تحسين القدرة التنافسية لشركات التأمين من خلال الارتقاء بجودة الخدمات المقدمة بما يتوافق مع احتياجات العملاء وتوقعاتهم.

المراجع

المراجع العربية

- دريس، ثابت عبد الرحمن. (2016). جودة الخدمات: مفاهيمها وقياسها وتحسينها. الإسكندرية: الدار الجامعية.
- لمبيضين، أحمد محمود. (2019). إدارة الخدمات والتسويق الخدمي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- بو النصر، مدحت محمد. (2017). إدارة الجودة الشاملة والتميز المؤسسي. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.

المراجع الاجنبية

- 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. اسئلة الدراسة

1.5. أهداف الدراسة

1.6. فرضيات الدراسة

1.7. نموذج الدراسة

1.8. منهجية الدراسة

1.9. الدراسة الميدانية

1.10. مخطط المشروع المقترح

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