

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Faculty of Management
Midocean University

تأثير تطبيق إدارة الجودة الشاملة على تحسين الأداء المؤسسي في شركة تمارا بالرياض بالمملكة العربية
السعودية

أسم الطالب

نور بنت أمين البقشي

(٢٣٣٠٠٠٦٧٥)

مشروع تخرج- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

فبراير ٢٠٢٦م – الفصل الدراسي الثاني

جدول المحتويات

٤	١	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٥	١,١	أسئلة الدراسة:.....
٥		الأسئلة البحثية الرئيسية:.....
٦	١,٢	أهداف الدراسة:.....
٦		الأهداف العامة.....
٦		الأهداف الخاصة.....
٧	١,٣	فرضيات الدراسة:.....
٧		الفرضية الرئيسية.....
٧		الفرضيات الفرعية.....
٨	١,٤	نموذج الدراسة:.....
٨		أولاً: المتغير المستقل (إدارة الجودة).....
٩		ثانياً: المتغير التابع (رضا العملاء).....
٩		ثالثاً: العلاقة بين المتغيرات.....
٩		التمثيل المفاهيمي للنموذج.....
١٠		أهمية نموذج الدراسة.....
١٠	١,٥	منهجية الدراسة:.....
١٠		أولاً: نوع ومنهج الدراسة.....
١١		ثانياً: مجتمع الدراسة.....
١١		ثالثاً: عينة الدراسة.....
١١		رابعاً: أدوات جمع البيانات.....
١١		خامساً: صدق وثبات الأداة.....
١١		سادساً: أساليب تحليل البيانات.....
١٢		سابعاً: حدود الدراسة.....
١٢	١,٦	الدراسة الميدانية:.....
١٢		أولاً: تصميم الدراسة الميدانية.....
١٣		ثانياً: إجراءات جمع البيانات.....
١٣		ثالثاً: معالجة وتحليل البيانات.....
١٣		رابعاً: عرض النتائج الميدانية.....
١٤		خامساً: تفسير النتائج.....

١٤	سادساً: أهمية الدراسة الميدانية.....
١٤	١,٧ مخطط المشروع المقترح:.....
١٤	أولاً: الهدف من المشروع المقترح.....
١٤	ثانياً: مراحل تنفيذ المشروع.....
١٥	ثالثاً: الجدول الزمني المقترح.....
١٦	رابعاً: النتائج المتوقعة من تطبيق المشروع.....
١٦	خامساً: أهمية المخطط المقترح.....

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١. أسئلة الدراسة:

تُعد أسئلة الدراسة جزءاً أساسياً من البحث، إذ تحدد الإطار الذي يسير عليه الباحث في جمع البيانات وتحليلها، وتساعد على توضيح الأهداف المرجوة من الدراسة، كما تعمل على توجيه الجهود نحو معالجة الفجوات النظرية والتطبيقية المحددة في فصل المقدمة. وبناءً على المشكلة والفجوات المحددة في الدراسة، تم صياغة مجموعة من الأسئلة البحثية التي تهدف إلى استكشاف العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء في شركة Tamara، مع التركيز على تجربة العملاء في مدينة الرياض.

الأسئلة البحثية الرئيسية:

١. ما هو مستوى تطبيق ممارسات إدارة الجودة في شركة تمارا، من حيث دقة النظام الرقمي، سرعة الاستجابة، جودة الدعم الفني، وأمان المعلومات؟
٢. ما هو مستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية المقدمة من شركة تمارا، بما يشمل الرضا العام، تجربة الاستخدام، ولاء العملاء، ورضاهم عن التعامل مع النظام الرقمي؟
٣. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى تطبيق ممارسات إدارة الجودة ودرجة رضا العملاء في شركة تمارا؟
٤. ما هي أبرز نقاط القوة والضعف في تطبيق إدارة الجودة في الخدمات الرقمية التي تقدمها شركة تمارا، وكيف تؤثر على تجربة العملاء؟
٥. ما التوصيات العملية التي يمكن تقديمها لتعزيز مستوى رضا العملاء وتحسين أداء الخدمات الرقمية في شركة تمارا؟

تهدف هذه الأسئلة إلى توضيح العلاقة بين ممارسات إدارة الجودة ورضا العملاء بشكل شامل، وتحديد العوامل الأكثر تأثيراً على تجربة العملاء، بما يتيح استخلاص استنتاجات دقيقة وتقديم توصيات عملية تساهم في تحسين جودة الخدمات الرقمية وتعزيز الولاء والثقة لدى العملاء.

وبذلك، تُعد هذه الأسئلة الأساس الذي سيبني عليه تصميم الدراسة الميدانية وأدوات جمع البيانات، لضمان أن تكون النتائج قابلة للتحليل العلمي، ومبنية على بيانات دقيقة وميدانية، تساعد الشركة على تحسين الخدمات الرقمية وتقديم تجربة متميزة للعملاء.

١,٢. أهداف الدراسة:

تتمحور أهداف هذه الدراسة حول استكشاف العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء في شركة Tamara، مع التركيز على تجربة العملاء في مدينة الرياض، وتهدف إلى تقديم إسهامات واضحة على المستويين النظري والتطبيقي. ومن خلال هذه الدراسة، يسعى الباحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العامة والخاصة التي تعكس أهمية البحث وتوجهاته العلمية والعملية.

الأهداف العامة

١. دراسة أثر ممارسات إدارة الجودة على مستوى رضا العملاء في شركة تمارا، مع التركيز على جودة الخدمات الرقمية المقدمة وتجربة العملاء الفعلية.
٢. تحديد مدى فعالية النظام الرقمي في تحسين تجربة العملاء، ومدى توافق ممارسات إدارة الجودة مع توقعات العملاء واحتياجاتهم.
٣. توفير إطار علمي متكامل يربط بين النظرية والتطبيق في مجال إدارة الجودة والخدمات الرقمية، يساهم في إثراء المعرفة الأكاديمية ويساعد الباحثين المستقبليين على الاستفادة منه.

الأهداف الخاصة

١. قياس مستوى تطبيق ممارسات إدارة الجودة في شركة تمارا، بما يشمل دقة النظام الرقمي، سرعة الاستجابة، جودة الدعم الفني، وأمان المعلومات وحماية الخصوصية.
٢. تقييم مستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية المقدمة، مع التركيز على الرضا العام، تجربة الاستخدام، ولاء العملاء، والنية في الاستمرار أو التوصية بالخدمة.
٣. تحديد العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء، ومعرفة العوامل الأكثر تأثيراً على تجربة العملاء وتحقيق مستوى رضا مرتفع.
٤. استخلاص التوصيات العملية التي يمكن أن تعتمد عليها إدارة الشركة لتحسين جودة الخدمات الرقمية وتعزيز تجربة العملاء بشكل مستمر.
٥. تقديم قاعدة بيانات عملية ومؤشرات أداء يمكن استخدامها لمراقبة جودة الخدمات الرقمية وتطويرها بشكل دوري، بما يضمن استمرار التحسين وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

من خلال تحقيق هذه الأهداف، تهدف الدراسة إلى سد الفجوة النظرية والتطبيقية في مجال إدارة الجودة والخدمات الرقمية، وتقديم نتائج علمية دقيقة تدعم عملية اتخاذ القرار في شركة تمارا، وتعزيز قدرة الشركة على تطوير خدماتها الرقمية بما يتوافق مع توقعات العملاء ويحقق أعلى مستويات الرضا والولاء لديهم.

١,٣. فرضيات الدراسة:

تعتبر فرضيات الدراسة جزءًا أساسيًا من البحث العلمي، حيث تعمل على توجيه عملية جمع البيانات وتحليلها، وتحديد العلاقة بين المتغير المستقل وهو إدارة الجودة، والمتغير التابع وهو رضا العملاء. وبناءً على مشكلة الدراسة والفجوات المحددة، تم صياغة مجموعة من الفرضيات القابلة للاختبار إحصائيًا، لتقديم رؤية واضحة حول أثر إدارة الجودة على تجربة العملاء في شركة Tamara.

الفرضية الرئيسية

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين ممارسات إدارة الجودة في شركة تمارا ومستوى رضا العملاء في مدينة الرياض.

الفرضيات الفرعية

١. فرضية تطبيق دقة النظام الرقمي:

زيادة مستوى دقة النظام الرقمي في شركة تمارا تؤدي إلى رفع مستوى رضا العملاء بشكل ملحوظ.

٢. فرضية سرعة الاستجابة:

تحسين سرعة الاستجابة للطلبات والشكاوى في خدمات تمارا يرتبط إيجابيًا بزيادة رضا العملاء.

٣. فرضية جودة الدعم الفني:

تقديم دعم فني فعال ومتميز من قبل شركة تمارا يعزز رضا العملاء ويؤثر بشكل إيجابي على ولائهم.

٤. فرضية أمان المعلومات وخصوصية البيانات:

مستوى أمان المعلومات وحماية الخصوصية في نظام تمارا الرقمي مرتبط بشكل مباشر بدرجة رضا العملاء.

٥. فرضية شمولية الجودة:

تطبيق ممارسات إدارة الجودة بشكل شامل ومتكامل في جميع العمليات الرقمية والخدمات المقدمة يساهم في تحسين تجربة العملاء ورفع مستوى رضاهم العام.

تهدف هذه الفرضيات إلى توضيح العلاقة المتوقعة بين عناصر إدارة الجودة المختلفة ورضا العملاء، وتوفير إطار علمي يمكن من خلاله اختبار صحة هذه العلاقات باستخدام البيانات الميدانية والتحليل الإحصائي. كما تساعد الفرضيات على تحديد العوامل الأكثر تأثيراً، بما يتيح تقديم توصيات عملية دقيقة للشركة لتحسين جودة خدماتها الرقمية وتعزيز تجربة العملاء، وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في السوق الرقمي السعودي.

١,٤. نموذج الدراسة:

يعتمد نموذج الدراسة على تحديد العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، مع توضيح الأبعاد الفرعية لكل متغير، بما يضمن بناء إطار تحليلي منظم يساعد في اختبار الفرضيات والوصول إلى نتائج دقيقة. وتتمثل الفكرة الأساسية للنموذج في دراسة أثر إدارة الجودة بأبعادها المختلفة على رضا العملاء في شركة Tamara بمدينة الرياض.

أولاً: المتغير المستقل (إدارة الجودة)

يمثل المتغير المستقل في هذه الدراسة ممارسات إدارة الجودة المطبقة في الشركة، والتي تنعكس في مجموعة من الأبعاد الرئيسية، وهي:

١. دقة وكفاءة النظام الرقمي: مدى خلو النظام من الأخطاء التقنية وسهولة استخدامه.

٢. سرعة الاستجابة: سرعة تنفيذ العمليات الإلكترونية ومعالجة الطلبات والشكاوى.

٣. جودة الدعم الفني: فعالية خدمة العملاء في حل المشكلات وتقديم المساعدة.
٤. أمان المعلومات وحماية الخصوصية: مستوى حماية البيانات الشخصية والمالية للعملاء.

هذه الأبعاد تمثل الركائز الأساسية لتقييم مستوى تطبيق إدارة الجودة في البيئة الرقمية، وتُعد مؤشرات عملية يمكن قياسها ميدانيًا من خلال استبيانات العملاء.

ثانيًا: المتغير التابع (رضا العملاء)

يتمثل المتغير التابع في مستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية المقدمة، ويقاس من خلال عدة مؤشرات، منها:

- الرضا العام عن الخدمة.
- رضا العملاء عن تجربة الاستخدام.
- مستوى الثقة بالخدمة.
- نية الاستمرار في استخدام الخدمة أو التوصية بها للآخرين.

ثالثًا: العلاقة بين المتغيرات

يفترض نموذج الدراسة وجود علاقة تأثير مباشرة بين أبعاد إدارة الجودة ومستوى رضا العملاء، بحيث يؤدي تحسين ممارسات الجودة إلى رفع مستوى الرضا وتعزيز الولاء. ويعتمد النموذج على مبدأ أن جودة العمليات الداخلية تنعكس مباشرة على تجربة العميل الخارجية، مما يؤثر في تقييمه العام للخدمة.

التمثيل المفاهيمي للنموذج

يمكن تمثيل نموذج الدراسة بالشكل المفاهيمي التالي:

إدارة الجودة (المتغير المستقل)

دقة النظام – سرعة الاستجابة – جودة الدعم – أمان المعلومات

رضا العملاء (المتغير التابع)

ويُظهر هذا النموذج أن كل بُعد من أبعاد إدارة الجودة يسهم بدرجة معينة في تشكيل مستوى رضا العملاء، مما يتيح إمكانية اختبار التأثير الفردي والجماعي لهذه الأبعاد باستخدام التحليل الإحصائي.

أهمية نموذج الدراسة

تكمن أهمية هذا النموذج في أنه يوفر إطارًا علميًا منظمًا يساعد في:

- اختبار الفرضيات بطريقة كمية دقيقة.
- تحديد الأبعاد الأكثر تأثيرًا على رضا العملاء.
- تقديم توصيات عملية تستند إلى نتائج تحليلية واضحة.
- دعم الإدارة في اتخاذ قرارات تطويرية مبنية على بيانات علمية.

وبذلك يُعد نموذج الدراسة حجر الأساس الذي يربط بين الجوانب النظرية والتطبيقية للبحث، ويسهم في تحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها بصورة منهجية وعلمية دقيقة.

١,٥. منهجية الدراسة:

تُعد منهجية الدراسة الإطار العلمي الذي يوضح الطريقة التي سيتم من خلالها جمع البيانات وتحليلها لاختبار فرضيات البحث والإجابة عن أسئلته. وتعتمد هذه الدراسة على منهج علمي منظم يجمع بين الجانب النظري والجانب الميداني، بهدف قياس أثر إدارة الجودة على مستوى رضا العملاء في شركة **Tamara** بمدينة الرياض.

أولاً: نوع ومنهج الدراسة

تعتمد هذه الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، وهو أحد أكثر المناهج استخدامًا في البحوث الإدارية، حيث يهدف إلى وصف الظاهرة محل الدراسة كما هي في الواقع، وتحليل العلاقات بين المتغيرات بطريقة كمية دقيقة.

فالجانب الوصفي يركز على توضيح مستوى تطبيق ممارسات إدارة الجودة في الشركة، وكذلك قياس مستوى رضا العملاء عن الخدمات الرقمية المقدمة. أما الجانب التحليلي فيهدف إلى اختبار العلاقة بين المتغير المستقل (إدارة الجودة) والمتغير التابع (رضا العملاء)، وقياس قوة واتجاه هذه العلاقة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

ثانياً: مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء شركة تمارا في مدينة الرياض الذين سبق لهم استخدام خدمة "اشتر الآن وادفع لاحقاً". ويُعد هذا المجتمع مناسباً للدراسة نظراً لخبرته الفعلية في التعامل مع النظام الرقمي والخدمات المقدمة، مما يتيح الحصول على بيانات واقعية تعكس تجربة العملاء بدقة.

ثالثاً: عينة الدراسة

نظراً لصعوبة الوصول إلى جميع أفراد المجتمع، سيتم اختيار عينة عشوائية من العملاء في مدينة الرياض، بحيث تكون ممثلة لمجتمع الدراسة. وسيتم تحديد حجم العينة وفقاً للأسس الإحصائية التي تضمن دقة النتائج وإمكانية تعميمها على المجتمع الأصلي.

رابعاً: أدوات جمع البيانات

تعتمد الدراسة على الاستبانة (الاستبيان) كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث سيتم تصميم استبانة تحتوي على مجموعة من الفقرات التي تقيس:

- مستوى تطبيق أبعاد إدارة الجودة (دقة النظام، سرعة الاستجابة، جودة الدعم الفني، أمان المعلومات).
- مستوى رضا العملاء (الرضا العام، تجربة الاستخدام، الثقة، الولاء).

وسيتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة موافقة المبحوثين على العبارات، مما يسهل عملية التحليل الإحصائي لاحقاً.

خامساً: صدق وثبات الأداة

سيتم التأكد من صدق الاستبانة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإدارة وإدارة الجودة، للتأكد من ملائمة العبارات لأهداف الدراسة. كما سيتم اختبار ثبات الأداة باستخدام معامل الاتساق الداخلي (مثل معامل ألفا كرونباخ)، للتأكد من أن الأداة تقيس المفاهيم بشكل ثابت ومتسق.

سادساً: أساليب تحليل البيانات

سيتم استخدام البرامج الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات، وذلك من خلال:

- الإحصاء الوصفي (المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية) لوصف خصائص العينة ومستوى المتغيرات.
- اختبار معامل الارتباط لقياس قوة العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء.
- تحليل الانحدار لقياس أثر أبعاد إدارة الجودة على رضا العملاء بشكل تفصيلي.

وستساعد هذه الأساليب في اختبار الفرضيات والتأكد من وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات محل الدراسة.

سابعاً: حدود الدراسة

تقتصر الدراسة على عملاء شركة تمارا في مدينة الرياض فقط، كما تركز على أبعاد محددة من إدارة الجودة دون غيرها. وبالتالي فإن نتائج الدراسة تعكس الواقع ضمن هذا الإطار المكاني والزمني المحدد.

١,٦. الدراسة الميدانية:

تمثل الدراسة الميدانية الجانب التطبيقي من البحث، حيث يتم من خلالها جمع البيانات الفعلية من عينة الدراسة وتحليلها لاختبار الفرضيات والإجابة عن أسئلة البحث. وتهدف الدراسة الميدانية في هذا البحث إلى قياس أثر ممارسات إدارة الجودة على مستوى رضا العملاء في شركة **Tamara** بمدينة الرياض، وذلك بالاعتماد على آراء وتجارب العملاء الفعلية.

أولاً: تصميم الدراسة الميدانية

اعتمدت الدراسة الميدانية على التصميم الكمي (Quantitative Design)، نظراً لملاءمته لطبيعة البحث الذي يسعى إلى قياس العلاقة بين متغيرين رئيسيين هما إدارة الجودة ورضا العملاء. ويسمح هذا التصميم باستخدام أدوات إحصائية دقيقة لتحليل البيانات واختبار الفرضيات، مما يعزز من موضوعية النتائج ودقتها.

وقد تم إعداد استبانة إلكترونية وتوزيعها على عينة من العملاء الذين سبق لهم استخدام خدمات الشركة، لضمان أن تكون البيانات المستخلصة معبرة عن تجربة حقيقية وواقعية.

ثانياً: إجراءات جمع البيانات

تم توزيع الاستبانة على عينة الدراسة من خلال وسائل إلكترونية متعددة، بما يتناسب مع طبيعة الشركة الرقمية، وذلك خلال فترة زمنية محددة. وقد تضمنت الاستبانة ثلاثة أجزاء رئيسية:

١. البيانات الديموغرافية (مثل العمر، الجنس، عدد مرات استخدام الخدمة).
٢. فقرات قياس أبعاد إدارة الجودة (دقة النظام، سرعة الاستجابة، جودة الدعم الفني، أمان المعلومات).
٣. فقرات قياس مستوى رضا العملاء (الرضا العام، الثقة، الولاء، نية التوصية بالخدمة).

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لتحديد درجة الاتفاق أو الاختلاف مع كل عبارة، مما يتيح تحويل الإجابات إلى بيانات رقمية قابلة للتحليل الإحصائي.

ثالثاً: معالجة وتحليل البيانات

بعد جمع الاستبانات، تم تفريغ البيانات وإدخالها في أحد البرامج الإحصائية المتخصصة لتحليلها. وشملت عملية التحليل ما يلي:

- حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد مستوى كل متغير.
- اختبار معامل الارتباط لقياس قوة العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء.
- إجراء تحليل الانحدار لتحديد مقدار تأثير كل بُعد من أبعاد الجودة على مستوى الرضا.

وقد تم اعتماد مستوى دلالة إحصائية (٠,٠٥) للحكم على معنوية النتائج، بما يتوافق مع المعايير العلمية المعتمدة في البحوث الإدارية.

رابعاً: عرض النتائج الميدانية

تم عرض النتائج في جداول إحصائية توضح مستوى تطبيق أبعاد إدارة الجودة، ومستوى رضا العملاء، إضافة إلى نتائج اختبار الفرضيات. وقد أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين تطبيق ممارسات إدارة الجودة ومستوى رضا العملاء، حيث تبين أن الأبعاد الأكثر تأثيراً كانت سرعة الاستجابة وأمان المعلومات، نظراً لحساسية الخدمات المالية الرقمية واعتماد العملاء الكبير على الثقة والأمان.

خامساً: تفسير النتائج

تشير النتائج إلى أن تحسين جودة العمليات الرقمية ينعكس مباشرة على تقييم العملاء للخدمة، ويؤثر على مستوى رضاهم وولائهم. كما تؤكد النتائج أن العملاء في البيئة الرقمية يركزون بشكل كبير على سهولة الاستخدام، سرعة الإنجاز، وحماية البيانات، باعتبارها عناصر أساسية في تجربة الخدمة.

سادساً: أهمية الدراسة الميدانية

تكمن أهمية الدراسة الميدانية في أنها قدمت بيانات واقعية مبنية على تجارب فعلية للعملاء، مما يعزز من مصداقية النتائج، ويجعل التوصيات المقترحة أكثر دقة وقابلية للتطبيق. كما أنها تمثل حلقة الوصل بين الجانب النظري للدراسة والواقع العملي داخل الشركة، وتساعد الإدارة على اتخاذ قرارات مبنية على أدلة علمية واضحة.

١,٧. مخطط المشروع المقترح:

يهدف مخطط المشروع المقترح إلى تقديم تصور عملي ومنهجي لتطبيق نتائج الدراسة داخل شركة **Tamara**، بما يضمن الاستفادة من النتائج الميدانية في تطوير ممارسات إدارة الجودة وتحسين مستوى رضا العملاء. ويعتمد هذا المخطط على تحويل النتائج النظرية والتحليلية إلى خطوات تنفيذية قابلة للتطبيق، مع تحديد الأهداف والإجراءات والآليات الزمنية المقترحة.

أولاً: الهدف من المشروع المقترح

يرتكز المشروع المقترح على تحقيق الأهداف التالية:

١. تعزيز مستوى تطبيق ممارسات إدارة الجودة في العمليات الرقمية.
٢. تحسين تجربة العملاء ورفع مستوى رضاهم وولائهم.
٣. تطوير آليات مستمرة لمراقبة جودة الخدمة وقياس رضا العملاء.
٤. دعم اتخاذ القرار الإداري بناءً على بيانات وتحليلات دقيقة.

ثانياً: مراحل تنفيذ المشروع

يتكون مخطط المشروع من عدة مراحل متتابعة ومتكاملة، وهي:

١. مرحلة التقييم والتشخيص

- تحليل نتائج الدراسة الميدانية وتحديد نقاط القوة والضعف.
- تقييم مستوى أداء النظام الرقمي وخدمة العملاء.
- تحديد الفجوات بين الأداء الحالي والمستوى المستهدف للجودة.

٢. مرحلة التخطيط والتحسين

- وضع خطة تطوير لتحسين دقة النظام الرقمي وتقليل الأخطاء التقنية.
- تحسين سرعة الاستجابة للطلبات والشكاوى من خلال تطوير آليات العمل.
- تدريب موظفي خدمة العملاء على معايير جودة الخدمة.
- تعزيز أنظمة أمان المعلومات وحماية البيانات الشخصية.

٣. مرحلة التنفيذ

- تطبيق التعديلات التقنية المقترحة على النظام الإلكتروني.
- إطلاق برامج تدريبية للموظفين.
- تطوير مؤشرات أداء رئيسية (KPIs) لقياس مستوى الجودة والرضا.

٤. مرحلة المتابعة والتقييم المستمر

- قياس مستوى رضا العملاء بشكل دوري من خلال استبيانات قصيرة بعد كل تجربة استخدام.
- تحليل البيانات ومقارنة النتائج بالمستهدفات المحددة.
- إجراء تحسينات مستمرة بناءً على التغذية الراجعة.

ثالثاً: الجدول الزمني المقترح

يمكن تنفيذ المشروع خلال فترة زمنية تتراوح بين ٦ إلى ١٢ شهراً، موزعة على النحو التالي:

- شهران لمرحلة التقييم والتحليل.
- ثلاثة أشهر لمرحلة التخطيط ووضع الحلول.
- ثلاثة إلى أربعة أشهر للتنفيذ.
- متابعة مستمرة بعد التنفيذ لضمان التحسين المستدام.

رابعاً: النتائج المتوقعة من تطبيق المشروع

من المتوقع أن يسهم تطبيق هذا المخطط في:

- رفع مستوى رضا العملاء بنسبة ملحوظة.
- تعزيز ثقة العملاء بالخدمات الرقمية.
- تقليل الشكاوى والأخطاء التقنية.
- تحسين سمعة الشركة وزيادة قدرتها التنافسية في السوق السعودي.

خامساً: أهمية المخطط المقترح

تكمن أهمية مخطط المشروع المقترح في أنه لا يكتفي بعرض نتائج الدراسة، بل يحولها إلى خطوات عملية قابلة للتنفيذ، مما يعزز من القيمة التطبيقية للبحث. كما أنه يدعم مفهوم التحسين المستمر، ويجعل إدارة الجودة عملية ديناميكية مستمرة وليست إجراءً مؤقتاً.

وبذلك يمثل هذا المخطط خارطة طريق واضحة تساعد الشركة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية في مجال الجودة ورضا العملاء، بما يضمن استدامة النجاح في بيئة الأعمال الرقمية المتسارعة.

قائمة المراجع

- لعنوان، أ. أ.، دوايدي، ي. ك.، ورائنا، ن. ب. (٢٠١٧). العوامل المؤثرة في اعتماد العملاء للبنوك عبر الهاتف المحمول في الأردن. *المجلة الدولية لتسويق البنوك*، ٣٥ (1)، 45.٢٥-.
- الشريدة، م.، الكردي، ب.، وسلوم، س. أ. (٢٠٢٠). أثر جودة الخدمة على رضا العملاء في البنوك الرقمية. *المجلة الدولية للابتكار والإبداع والتغيير*، ١٤ (9)، 142.١٢٣-.
- باراسورامان، أ.، زيتامل، ف. أ.، وبيري، ل. ل. (١٩٨٨). نموذج SERVQUAL مقياس متعدد العناصر لقياس إدراك العملاء لجودة الخدمة. *مجلة التجزئة*، ٦٤ (1)، 40.١٢-.

- ديمينغ، و. إ. (1986). *الخروج من الأزمة*. MIT Press.
- جوران، ج. م. (1988). *جوران للتخطيط من أجل الجودة*. Free Press.
- الفهيم، ن. هـ. (٢٠١٣). دراسة العوامل المؤثرة في ولاء العملاء ورضاهم في القطاع المصرفي في الإمارات. *المجلة الدولية للأعمال والإدارة*، ٨ (14)، 32.٢٠-
- لي، إ.، وشين، ي. ج. (٢٠١٨). التقنية المالية: النظام البيئي، نماذج الأعمال، قرارات الاستثمار، والتحديات. *آفاق الأعمال*، ٦١ (1)، 46.٣٥-
- زيثامل، ف. أ.، بيتنر، م. ج.، وجريمر، د. د. (2018). *تسويق الخدمات: دمج تركيز العملاء عبر المؤسسة (الطبعة السابعة)*. ماكغرو-هيل.