

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي 2

عنوان المشروع

دور الاتصال الفعال في المشاريع في تحسين رضا العملاء

أسم الطالب

فاطمة محمود الريفي

المشروع النهائي- 2

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

د. رقية صلاح

د. سارة فريد

د علاء احمد

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ 27/2/2026- الفصل الدراسي التاسع

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين، الذي بنعمته تتم الصالحات، والذي وفقني وأعانني على إتمام هذا العمل، فله سبحانه وتعالى الحمد والشكر أولاً وآخرًا.
أتقدم بخالص الشكر والتقدير والامتنان إلى الأستاذ الدكتور/

.....

على إشرافه الكريم، وتوجيهاته السديدة، وملاحظاته العلمية القيمة، التي كان لها بالغ الأثر في توجيه مسار هذا البحث وإخراجه في صورته الحالية.
كما أتوجه بجزيل الشكر إلى السادة أعضاء هيئة التدريس الكرام، لما قدموه من علم نافع وجهد مخلص طوال فترة الدراسة،
والذي كان له دور أساسي في تكويني العلمي والمعرفي.
وأتقدم بخالص الامتنان والتقدير إلى كل من ساهم في تقديم يد العون والمساعدة، سواء كان ذلك بشكل مباشر أو غير مباشر، وساهم في إنجاح هذا العمل وإتمامه.
كما أخص بالشكر عائلتي الكريمة، التي كانت دائمًا مصدر الدعم النفسي والمعنوي، ولم تدّخر جهدًا في تهيئة الظروف المناسبة لإتمام هذا البحث.
وفي الختام، أسأل الله سبحانه وتعالى أن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم، وأن ينفع به، وأن يوفق الجميع لما فيه الخير والصالح.

الإهداء

إلى من غمروني بدعمهم اللامحدود، وكانوا لي العون والسند في مسيرتي العلمية،
إلى من زرعوا في نفسي حب العلم والاجتهاد، وكانوا الدافع الحقيقي وراء كل
إنجاز أحققه.

إلى والديّ الكريمين، حفظهما الله، اللذين كان لهما الفضل الأول بعد الله سبحانه
وتعالى فيما وصلت إليه،

بما قدماه من تضحيات عظيمة، ودعم مستمر، وتشجيع لا ينقطع،

إلى عائلتي الكريمة، التي كانت دائماً مصدر القوة والاستقرار،

والتي وقفت بجانبني في جميع المراحل، وشاركتني لحظات التعب والنجاح،

إلى أساتذتي الأفاضل، الذين لم يدّخروا جهداً في تعليمي وتوجيهي،

وكانوا مثلاً يُحتذى به في العلم والأخلاق،

إلى كل من ساهم في دعمي ولو بكلمة طيبة أو دعاء صادق،

وكان له أثر في إتمام هذا العمل،

أهدي هذا الجهد المتواضع، راجياً من الله عز وجل أن يكون عملاً نافعاً،

وأن يكتب له القبول والتوفي

مستخلص الدراسة

الهدف:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الاتصال الفعال داخل المشاريع في تحسين رضا العملاء، وذلك من خلال تحليل العلاقة بين ممارسات الاتصال المختلفة ومستوى رضا العملاء في بيئة العمل. كما تسعى الدراسة إلى تحديد أهم العوامل التي تسهم في تعزيز فعالية الاتصال داخل الفرق والمشاريع

المنهجية:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من الأفراد العاملين في بيئة المشاريع. وتم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضيات والإجابة على أسئلة الدراسة

النتائج:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، من أبرزها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين فعالية الاتصال داخل المشروع ومستوى رضا العملاء، حيث يساهم الاتصال الواضح والمنظم في تحسين جودة الأداء وزيادة الثقة بين الأطراف المعنية

التطبيقات والأهمية:

تكون أهمية الدراسة في تقديم إطار علمي وتطبيقي يمكن أن تستفيد منه المؤسسات في تحسين أساليب الاتصال داخل المشاريع، مما ينعكس إيجاباً على رضا العملاء ونجاح المشاريع. كما تقدم الدراسة مجموعة من التوصيات التي تساعد في تطوير مهارات الاتصال لدى العاملين وتعزيز بيئة العمل التعاونية

الكلمات المفتاحية:

الاتصال الفعال، إدارة المشاريع، رضا العملاء، الأداء المؤسسي، الاتصال التنظيمي

جدول المحتويات

2	الشكر والتقدير.....
3	الإهداء.....
4	مستخلص الدراسة.....
7	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
8	1.1. المقدمة:.....
9	1.2. مشكلة الدراسة.....
9	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....
9	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
9	1.3. أهمية الدراسة.....
10	1.3.1. على المستوى النظري:.....
10	1.3.2. على المستوى التطبيقي:.....
10	1.4. أسئلة الدراسة.....
11	1.5. أهداف الدراسة.....
11	1.6. فرضيات الدراسة.....
11	1.7. نموذج الدراسة.....
12	1.8. الدراسة الميدانية.....
12	1.9. مخطط المشروع.....
12	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
13	2.1. المقدمة:.....
13	2.2. المتغير المستقل.....
13	2.3. المتغير التابع.....
14	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
14	2.5. الخاتمة.....
15	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
16	3.1. المقدمة.....
16	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
17	3.3. تصميم البحث.....
17	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....
18	3.5. طريقة جمع البيانات.....
18	3.6. أنواع البيانات.....

18	3.7. إجراءات التحليل الإحصائي
19	3.8. الخاتمة
20	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
21	4.1. المقدمة
21	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
21	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
22	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
22	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
22	4.6. الخاتمة
23	5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
24	5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية
24	5.2. توصيات الدراسة
24	5.3. الخاتمة
25	قائمة المراجع
26	الملاحق

جدول الأشكال

12	نموذج الدراسة
----	---------------

جدول الجداول

17	جدول ادوات البحث
----	------------------

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

في ظل بيئة الأعمال المعاصرة التي تتسم بالتنافسية العالية والتغيرات المتسارعة، أصبحت المشاريع وسيلة رئيسية تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق أهدافها الاستراتيجية وتطوير خدماتها ومنتجاتها. ويتطلب نجاح هذه المشاريع توافر العديد من العوامل الإدارية والتنظيمية التي تسهم في تحقيق أهداف المشروع ضمن الوقت المحدد والميزانية المخصصة وبالجودة المطلوبة ومن بين هذه العوامل يبرز الاتصال الفعال باعتباره أحد العناصر الأساسية التي تؤثر بصورة مباشرة في أداء المشاريع ونتائجها.

ويُقصد بالاتصال الفعال عملية تبادل المعلومات والأفكار والتعليمات بين أطراف المشروع المختلفة بطريقة واضحة ودقيقة تضمن وصول الرسالة وفهمها بالشكل الصحيح ولا تقتصر أهمية الاتصال على نقل المعلومات فقط، بل تمتد لتشمل بناء العلاقات وتعزيز التعاون وتنسيق الجهود بين أعضاء فريق العمل وأصحاب المصلحة والعملاء كما يسهم الاتصال الفعال في الحد من سوء الفهم وتقليل الأخطاء وتحسين عملية اتخاذ القرار، مما ينعكس إيجابًا على نجاح المشروع.

ويعد رضا العملاء من أهم المؤشرات التي تعتمد عليها المؤسسات في تقييم نجاح مشاريعها وخدماتها. فالعميل أصبح أكثر وعيًا وتوقعاته أصبحت أكثر ارتفاعًا، مما يدفع المؤسسات إلى البحث عن الوسائل التي تمكنها من فهم احتياجاته والاستجابة لها بالشكل المناسب. ويُنظر إلى رضا العملاء على أنه نتيجة لمقارنة العميل بين ما يتوقع الحصول عليه وما يتم تقديمه فعليًا من خدمات أو منتجات.

ويؤدي الاتصال الفعال دورًا محوريًا في تحقيق رضا العملاء، حيث يساعد على فهم متطلباتهم بصورة دقيقة، وإشراكهم في مراحل المشروع المختلفة، وإطلاعهم بشكل مستمر على تقدم الأعمال، والاستجابة لملاحظاتهم واستفساراتهم في الوقت المناسب. كما يسهم في بناء الثقة بين المؤسسة والعملاء، ويعزز شعورهم بأهمية دورهم في المشروع، الأمر الذي ينعكس إيجابًا على مستوى رضاهم عن النتائج النهائية.

وعلى الرغم من إدراك المؤسسات لأهمية الاتصال في إدارة المشاريع، إلا أن العديد من المشاريع ما زالت تواجه مشكلات تتعلق بضعف التواصل وعدم وضوح المعلومات أو التأخر في نقلها، مما يؤثر سلبيًا على تجربة العملاء ومستوى رضاهم. ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور الاتصال الفعال في المشاريع في تحسين رضا العملاء، والتعرف على طبيعة العلاقة بينهما، وبيان مدى تأثير أبعاد الاتصال الفعال المختلفة في تحقيق مستويات أعلى من رضا العملاء.

1.2. مشكلة الدراسة

تسعى المؤسسات إلى تنفيذ مشاريعها بكفاءة عالية بما يحقق أهدافها ويلبي احتياجات عملائها، إلا أن نجاح المشروع لا يعتمد فقط على الجوانب الفنية أو المالية، بل يتأثر أيضاً بمدى فعالية الاتصال بين الأطراف المشاركة في المشروع. فعندما تكون المعلومات غير واضحة أو يتم نقلها بصورة غير دقيقة، قد يؤدي ذلك إلى سوء فهم متطلبات العملاء وتأخر تنفيذ الأعمال وظهور العديد من المشكلات التي تنعكس سلباً على مستوى رضا العملاء.

على الرغم من الاهتمام المتزايد بموضوع الاتصال الفعال وإدارة المشاريع، إلا أن هناك حاجة إلى مزيد من الدراسات التي توضح طبيعة العلاقة بين الاتصال الفعال ورضا العملاء، خاصة في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة وتعدد وسائل الاتصال المستخدمة في بيئة العمل المعاصرة.

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

تتمثل الفجوات النظرية في أن العديد من الدراسات السابقة تناولت الاتصال الفعال باعتباره عاملاً مؤثراً في نجاح المشاريع بشكل عام، بينما لم تركز بصورة كافية على دوره في تحسين رضا العملاء بشكل مباشر. كما أن نتائج الدراسات السابقة أظهرت اختلافاً في تحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً في رضا العملاء، مما يشير إلى الحاجة لمزيد من الدراسات التي توضح هذه العلاقة بصورة أكثر دقة وشمولية.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

على المستوى التطبيقي، لا تزال بعض المؤسسات تعاني من مشكلات تتعلق بضعف التواصل مع العملاء أثناء تنفيذ المشاريع، مثل عدم وضوح المعلومات أو التأخر في الاستجابة للاستفسارات والشكاوى أو محدودية التغذية الراجعة. وتؤدي هذه المشكلات إلى انخفاض مستوى رضا العملاء وعدم توافق مخرجات المشروع مع توقعاتهم، الأمر الذي يبرز أهمية دراسة هذا الموضوع ومحاولة تقديم حلول عملية تساعد المؤسسات على تحسين عمليات الاتصال لديها.

يمكن صياغة مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي الآتي:

ما دور الاتصال الفعال في المشاريع في تحسين رضا العملاء؟

1.3. أهمية الدراسة

تتبع أهمية هذه الدراسة من أهمية موضوعها الذي يجمع بين متغيرين أساسيين في بيئة الأعمال المعاصرة، وهما الاتصال الفعال في المشاريع ورضا العملاء. ففي ظل المنافسة المتزايدة بين المؤسسات، أصبح نجاح المشاريع لا يقاس فقط بإنجازها ضمن الوقت والتكلفة المحددين، بل يقاس أيضاً بمدى قدرتها على تحقيق توقعات العملاء والوصول إلى مستويات مرتفعة من

الرضا لديهم. ومن هنا تأتي أهمية دراسة العلاقة بين الاتصال الفعال ورضا العملاء لما لها من انعكاسات إيجابية على أداء المشاريع ونجاحها.

1.3.1. على المستوى النظري:

تتمثل الأهمية النظرية لهذه الدراسة في مساهمتها في إثراء المعرفة العلمية المتعلقة بموضوع الاتصال الفعال في المشاريع وعلاقته برضا العملاء، وذلك من خلال تقديم إطار نظري يوضح طبيعة العلاقة بين المتغيرين. كما تساعد الدراسة في سد جزء من النقص الموجود في الأدبيات العربية المتعلقة بهذا الموضوع، خاصة أن معظم الدراسات السابقة ركزت على نجاح المشاريع بصورة عامة دون التركيز بشكل كافٍ على رضا العملاء. كذلك توفر الدراسة أساساً علمياً يمكن أن يستفيد منه الباحثون في إجراء دراسات مستقبلية مرتبطة بالموضوع.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تتمثل الأهمية التطبيقية للدراسة في إمكانية الاستفادة من نتائجها من قبل المؤسسات ومديري المشاريع في تطوير أساليب الاتصال والتواصل مع العملاء خلال مختلف مراحل المشروع. كما تساعد نتائج الدراسة في التعرف على الجوانب التي تحتاج إلى تحسين في عملية الاتصال بما يساهم في رفع مستوى رضا العملاء وتعزيز ثقتهم بالمؤسسة. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تساهم التوصيات التي تقدمها الدراسة في تحسين جودة الخدمات والمشاريع المقدمة وتقليل المشكلات الناتجة عن ضعف التواصل أو عدم وضوح المعلومات، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على نجاح المشاريع واستمرارية المؤسسة.

1.4. أسئلة الدراسة

في ضوء مشكلة الدراسة، تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عن السؤال الرئيسي الآتي:

ما دور الاتصال الفعال في المشاريع في تحسين رضا العملاء؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية، وهي:

1. إلى أي مدى يتم تطبيق الاتصال الفعال في المشاريع؟
2. ما مستوى رضا العملاء عن المشاريع المقدمة؟
3. كيف يساهم وضوح المعلومات المتبادلة بين فريق المشروع والعملاء في تحسين رضا العملاء؟
4. ما دور سرعة التواصل والاستجابة لاحتياجات العملاء في تعزيز مستوى رضاهم؟
5. كيف تؤثر التغذية الراجعة المستمرة بين العملاء وفريق المشروع على رضا العملاء؟
6. ما مدى مساهمة استخدام وسائل وقنوات الاتصال المناسبة في تحسين رضا العملاء؟
7. ما أبرز الجوانب المتعلقة بالاتصال التي يمكن تطويرها لزيادة رضا العملاء عن المشاريع؟

1.5. أهداف الدراسة

- تهدف هذه الدراسة بصورة رئيسية إلى التعرف على دور الاتصال الفعال في المشاريع في تحسين رضا العملاء. وينتج عن هذا الهدف الرئيسي مجموعة من الأهداف الفرعية تتمثل فيما يلي:
- 1 . التعرف على مستوى تطبيق الاتصال الفعال في المشاريع.
 - 2 . قياس مستوى رضا العملاء عن المشاريع المقدمة.
 - 3 . دراسة أثر وضوح المعلومات على رضا العملاء.
 - 4 . دراسة أثر سرعة التواصل والاستجابة على رضا العملاء.
 - 5 . دراسة أثر التغذية الراجعة المستمرة على رضا العملاء.
 - 6 . دراسة أثر قنوات الاتصال المستخدمة على رضا العملاء.
 - 7 . تقديم مجموعة من التوصيات التي تسهم في تحسين الاتصال داخل المشاريع وتعزيز رضا العملاء.

1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للاتصال الفعال في المشاريع على تحسين رضا العملاء.

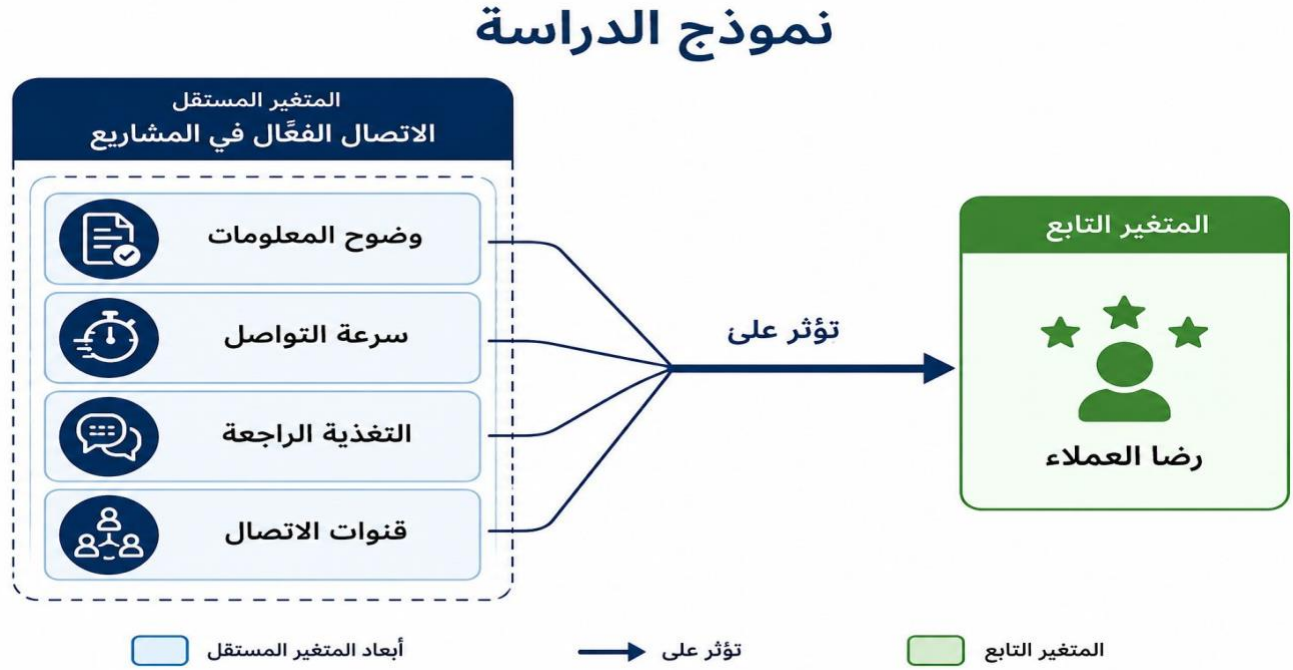
الفرضيات الفرعية

- 1 . يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لوضوح المعلومات المتبادلة بين فريق المشروع والعملاء على رضا العملاء.
- 2 . يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لسرعة التواصل والاستجابة لاحتياجات العملاء على رضا العملاء.
- 3 . يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتغذية الراجعة المستمرة بين العملاء وفريق المشروع على رضا العملاء.
- 4 . يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لاستخدام وسائل وقنوات الاتصال المناسبة على رضا العملاء.

1.7. نموذج الدراسة

تعتمد الدراسة على متغير مستقل يتمثل في الاتصال الفعال في المشاريع، والذي يتكون من أربعة أبعاد رئيسية هي: وضوح المعلومات، وسرعة التواصل والاستجابة، والتغذية الراجعة، وقنوات الاتصال المستخدمة. أما المتغير التابع فيتمثل في رضا العملاء.

ويمكن تمثيل نموذج الدراسة بالشكل الآتي:



1.8. الدراسة الميدانية

سيتم إجراء الدراسة الميدانية على عينة من العملاء المرتبطين بالمشاريع محل الدراسة، وذلك بهدف التعرف بشكل أكثر دقة على آرائهم وتقييماتهم حول مستوى الاتصال الفعال داخل هذه المشاريع، ومدى تأثير هذا الاتصال على مستوى رضاهم عن الخدمات المقدمة. كما تسعى الدراسة إلى تحليل طبيعة العلاقة بين أبعاد الاتصال الفعال المختلفة ودرجة رضا العملاء، بما يساهم في تقديم فهم أعمق لهذا التأثير.

وستعتمد الدراسة على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث سيتم تصميم مجموعة متكاملة من الفقرات التي تقيس أبعاد الاتصال الفعال، والتي تشمل وضوح المعلومات، وسرعة التواصل، والتغذية الراجعة، وقنوات الاتصال، بالإضافة إلى قياس مستوى رضا العملاء من خلال مجموعة من المؤشرات المناسبة. وسيتم إعداد هذه الاستبانة بطريقة علمية تضمن دقة وموضوعية البيانات التي يتم جمعها.

كما سيتم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل البيانات، مثل أساليب التحليل الوصفي والاستدلالي، وذلك بهدف اختبار فرضيات الدراسة والتأكد من صحة العلاقات بين المتغيرات. وفي ضوء النتائج التي سيتم التوصل إليها، سيتم استخلاص مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات التي يمكن أن تسهم في تحسين مستوى الاتصال الفعال في المشاريع، بما ينعكس إيجاباً على تعزيز رضا العملاء.

١.٩. مخطط المشروع

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

المقدمة: تمهيد عام عن موضوع الدراسة وأهميته

المشكلة الدراسية: تحديد المشكلة التي يبحث بيجالها

أهمية الدراسة: ليه البحث مهم علميًا وعمليًا

أهداف الدراسة: ايه اللي الدراسة عايزة توصله

اسئلة الدراسة: الاسئلة اللي البحث بيحاول يجاوب عليها

فرضيات الدراسة: توقعات الباحث قبل التحليل

نموذج الدراسة: العلاقة بين المتغيرات

الدراسة الميدانية: تطبيق عملي وجمع بيانات

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢.١ الدراسات السابقة

تُعد الدراسات السابقة من أهم المداخل الأساسية في البحث العلمي، حيث تسهم في بناء الإطار النظري للدراسة وتوضيح الخلفية العلمية لموضوع البحث بالإضافة إلى تحديد الفجوات البحثية التي تسعى الدراسة الحالية إلى معالجتها. وقد تناولت العديد من الدراسات موضوع الاتصال الفعال في المشاريع وعلاقته برضا العملاء من زوايا مختلفة.

أشارت دراسة (2021) إلى أن الاتصال الفعال داخل فرق العمل يسهم بشكل مباشر في تحسين أداء المشاريع من خلال وضوح التعليمات وتدفق المعلومات بين الأطراف المختلفة، مما يقلل من الأخطاء ويعزز كفاءة التنفيذ، في حين يؤدي ضعف الاتصال إلى تأخير إنجاز الأعمال وانخفاض جودة المخرجات.

كما أوضحت دراسة (2020) أن سرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء واستفساراتهم تعد من العوامل الأساسية المؤثرة في مستوى رضا العملاء، حيث إن العملاء يفضلون المؤسسات التي تتميز بسرعة التواصل ووضوح المعلومات.

وفي دراسة (2022) تبين أن التغذية الراجعة المستمرة من العملاء تسهم في تحسين جودة الخدمات، حيث تساعد المؤسسات على فهم توقعات العملاء بشكل أدق والعمل على تطوير الخدمات بما يتناسب مع احتياجاتهم الفعلية.

وعلى المستوى الدولي، أكدت دراسة (Smith, 2020) أن الاتصال الفعال في إدارة المشاريع يساهم في تقليل المخاطر وتحسين التنسيق بين أصحاب المصلحة، مما يؤدي إلى نجاح المشاريع. كما أوضحت دراسة (Johnson & Lee, 2021) أن الشفافية في التواصل مع العملاء تؤدي إلى رفع مستوى رضاهم وزيادة ثقتهم في المؤسسة. وأشارت دراسة (Brown, 2019) إلى أن استخدام وسائل الاتصال الحديثة يعزز من فعالية التغذية الراجعة ويحسن تجربة العملاء.

واتفقت معظم الدراسات على وجود علاقة إيجابية بين الاتصال الفعال ورضا العملاء، إلا أنها اختلفت في تحديد الأبعاد الأكثر تأثيراً، مما يشير إلى وجود فجوة بحثية تتمثل في الحاجة إلى دراسة تجمع بين هذه الأبعاد بشكل متكامل، وهو ما تسعى إليه الدراسة الحالية.

٢.٢ المراجع

1. البريدي، عبد الله بن عبد الرحمن. (2018). الاتصال الإداري الفعّال في المنظمات المعاصرة. الرياض: مكتبة العبيكان.
2. العساف، عبد الله بن خلف. (2016). إدارة المشاريع: الأسس والمفاهيم والتطبيقات. الرياض: دار الزهراء للنشر والتوزيع.
3. القحطاني، سالم سعيد. (2020). مبادئ إدارة الجودة ورضا العملاء. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.
4. الزهراني، محمد بن سعيد. (2019). إدارة العلاقات مع العملاء في بيئة الأعمال الحديثة. جدة: دار الفكر العربي.
5. الشهري، عبد الرحمن بن علي. (2021). الاتصال التنظيمي وأثره في تحسين الأداء المؤسسي. الرياض: دار جامعة الملك سعود للنشر.
6. الغامدي، فهد بن عبد الله. (2022). سلوك المستهلك ورضا العملاء في القطاع الخدمي. الرياض: مكتبة الرشد.

المراجع الاجنبيه

1. Smith, J. (2020). Project communication and success in modern organizations. Business Press.
2. Johnson, R., & Lee, K. (2021). Customer satisfaction and communication in project management. Routledge.
3. Brown, T. (2019). Feedback systems in project management. Springer Nature.
4. Anderson, P. (2022). Digital communication and customer experience. Oxford University Press.

٢.٣ ملحق استبيانات لمتغيرات البحث

أولاً: البيانات العامة

النوع: (ذكر / أنثى)

العمر:

المؤهل العلمي:

عدد مرات التعامل مع المشروع:

ثانياً: عبارات الاستبيان

(١) وضوح المعلومات

1. المعلومات المقدمة عن المشروع واضحة ومفهومة.
2. يتم شرح تفاصيل المشروع للعملاء بشكل دقيق.
3. لا يوجد غموض في التواصل مع فريق المشروع.

(2) سرعة التواصل والاستجابة

1. يتم الرد على استفسارات العملاء بسرعة مناسبة.
2. يتم التعامل مع الشكاوى في وقت مناسب.
3. يوجد تفاعل سريع مع احتياجات العملاء.

(3) التغذية الراجعة

1. يتم أخذ آراء العملاء بعين الاعتبار.
2. توجد آلية واضحة لتقديم الملاحظات.
3. يتم تطوير الخدمات بناءً على ملاحظات العملاء.

(4) قنوات الاتصال

1. تتوفر وسائل اتصال متعددة وسهلة الاستخدام.
2. قنوات الاتصال المستخدمة فعالة ومناسبة.
3. سهولة التواصل مع فريق المشروع.

(5) رضا العملاء

1. أنا راضٍ عن الخدمة المقدمة.
2. الخدمة تلبي توقعاتي.
3. أود التعامل مع نفس الجهة مرة أخرى.

مقياس الإجابة

(موافق بشدة – موافق – محايد – غير موافق – غير موافق بشدة)

٢.٤ جدول أدوات البحث

أداة القياس	عدد العبارات	الأبعاد	المتغير
استبيان	3	وضوح المعلومات	الاتصال الفعال في المشاريع
استبيان	3	سرعة التواصل والاستجابة	الاتصال الفعال في المشاريع
استبيان	3	التغذية الراجعة	الاتصال الفعال في المشاريع
استبيان	3	قنوات الاتصال	الاتصال الفعال في المشاريع
استبيان	3	رضا العملاء	رضا العملاء