

Final Project 1

Code: MGM 496-PMG496

Project Template

Prepared by: Dr. Mona Moustafa Elashry

To

Faculty of Management
Midocean University

جودة الخدمة على العملاء في إدارة المشاريع

بتطبيق في سلسلة مطاعم البيك الشهيرة - المملكة العربية السعودية - مكة

quality service on customer satisfaction in famous restaurant ALBAIK

أسم الطالب

إسماعيل تاج الدين بنجر

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2024 الفصل الدراسي الثاني

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

2. الفصل الثاني: الدراسات

8. 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.....

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
الشكل 1	نموذج البحث المقترح (تم تصميمه بواسطه الطالب 2024)	10
الشكل 2	ملخص منهجية البحث المصدر الطالب	13
الشكل 3	مخطط المشروع المقترح (الباحث 2024)	14

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

موظفين خدمة العملاء هم أول نقطة يتقابل بها المستهلكين مع العلامة التجارية. فهم ينشأوا الانطباع الأول الذي يؤثر على وجهة نظر العميل في الشركة. وكلاء الخدمة الغير متخصصين، او غير مدربين، او مدربين بشكل سيئ لن يتمكنوا من توصيل خدمة مميزة. من الناحية الأخرى، خدمة العملاء المنفذة بشكل جيد مع موظفين مدربين بشكل جيد يؤدي الى زيادة في رضا العملاء وتجربة عملاء أفضل. لذلك تدريب فريق دعم العملاء يعد بنفس أهمية تدريب فرق التسويق والمبيعات.(LIVEAGENT.com)

وبتعريف أدق: هي العملية التي يتم من خلالها تلبية احتياجات وتوقعات العملاء من خلال تقديم خدمة ذات جودة عالية ينتج عنها رضا العملاء.

وتتفاوت أهمية خدمة العملاء حسب نوع المنتج ونوع العميل، فمثلا العميل الخبير يتطلب خدمة أقل من المبتدئ سواء كان سلعة أو خدمة، ويكون خدمة العملاء أكثر أهمية في شركات تقديم الخدمات مثل الاتصالات أو الإنترنت أكثر من الشركات التي تقدم السلع (ويكيبيديا)

أدرك الباحثون المهتمون بالأنشطة الخدمية أهمية الجودة في تقديم الخدمات وتأثيرها على الاداء على الاداء التسويقي من منظور العميل لخلق ميزة تنافسية وتحسين الربحية بالنسبة للمؤسسات الخدمية فمن الضروري تحسين مستويات الجودة وتحقيق رضا العملاء

وأصدر رضا العملاء هو محور اهتمام المؤسسات فيتم خدمة العملاء بما يتوافق مع احتياجاتهم وتوقعاتهم وتقديم الخدمات التي ترضيهم وتجعلهم مخلصين للمنظمة وخاصة في حالة الثورة التكنولوجية وهنا تمكن تقنيات الاتصالات والمعلومات هذا العميل من تمييز الخدمات حسب رغباته واختياراته. (فاطنة, ٢٠٢٣)

وتعتبر جودة الخدمة من أهم التحديات الاستراتيجية التي تواجهها المؤسسات الخدمية لتحقيق ذلك، فالاهتمام بتقديم خدمات متميزة للزبائن وتحقيق أقصى إشباع لهم بما يتوافق مع احتياجاتهم وتوقعاتهم، هو الضمان الرئيسي للوصول إلى تطلعات الزبائن وكسب ردهم وولائهم لها. (عمري, ٢٠٢٢)

وتختلف المنظمات في العديد من النواحي أو السمات المميزة لها مثل أهدافها، واستراتيجياتها، أنظمتها، أو فلسفات العمل التي تتبناها لتحقيق غاياتها الرئيسية، إلا أن هناك شيئا واحدا مشتركا يجمع بينهم، وهو توقف تحقيق النجاح، النمو، والاستمرارية في الدو على قاعدة العملاء، ونوعية العلاقة التي تربطهم بهؤلاء العملاء، حيث يعتبر المصدر الحقيقي لتحقيق جودة أداء دائمة في السداد

المستهدفة هي فهم احتياجات ورغبات العملاء والتميز في خدمتهم والسعي إلى تحقيق رضاهم (العوضي، وآخرون ٢٠٢٢)

هذا التصنيف لا بد وان يسدد تمتد من قاعدة بيانات خاصة بالزبائن تقوم المؤسسة بجمعها وتحليلها لمعرفة احتياجات وتوقعات الزبائن وتلبيتها بالطريقة الملائمة للزبائن والمربحة للمؤسسة في آن واحد. (بوطييه، وآخرون ٢٠١٧)

1.2. مشكلة الدراسة

ومن المهم أن نتعرف على الـ touch point وهي نقطة التلامس وذلك لإيجاد حلول لمشاكل خدمة العملاء.

وتتعدد نقاط التلامس مع العملاء والتي تصل في بعض المجالات إلى عشرات النقاط! وعلى العكس نجد أنشطة أخرى تكون الـ touch point قليلة

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

- عدم توفر معلومات حديثة عن أثر جودة الخدمة على رضا العملاء.
- تداخل مفاهيم واستراتيجيات جودة الخدمة وعلاقتها بالرضا الوظيفي.
- ضعف إدراك المؤسسات أبعاد جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

- ضعف المعلومات المتوفرة في مجال الجودة والخدمات ورضا الزبائن.
- قلة الدراسات الميدانية عن أثر جودة الخدمة على رضا العملاء بشكل عام.

ومشكلة الدراسة هي: هل جوده خدمة العملاء لها إثر على رضا في سلسله مطاعم البيك؟

1.3. أهمية الدراسة

تكمن أهمية هذا البحث في التعبير عن أهمية مستوى جودة خدمة ورضا العملاء التي تقدمها هذا المطعم الشهير لزبائنهم ومدى توافق مع رغباتهم وحاجتهم وذلك لكسب رضاهم , وتنقسم الى مستويين نظري وتطبيقي .

1.3.1. على المستوى النظري:

- المساعدة على تحليل وفهم العوامل المؤثرة على جودة الخدمات وانعكاساتها على رضا العملاء.
- المساهمة في تطوير نظريات الجودة من خلال دراسة تأثير تحسين جودة الخدمات على مواقف وسلوكيات الموظفين والعملاء.
- المساهمة في تطوير نظريات الإدارة والتسويق، حيث يوفر إطار مفاهيمي لفهم العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

- تحسين مستوى الخدمات المقدمة بما يحقق الرغبات
- تطوير مستوى الخدمات بما يحقق رغبات العملاء.
- تعزيز المعرفة على التعرف على توجهات الزبائن من الخدمات المقدمة لكسب رضاهم.

1.4. أسئلة الدراسة

- السؤال الرئيسي للدراسة: كيف كانت استجابة الموظفين لاحتياجات خاصه بك؟

السؤال الفرعي ١: هل كان الموظفون ودودين ومستعدين للمساعدة؟

السؤال الفرعي ٢: هل تود العودة الى المطعم مرة اخرى؟

السؤال الفرعي ٣: كيف كانت مستوى النظافة في المطعم؟

هذه النقاط تمثل نقاط البحث الرئيسية التي سيتم التركيز عليها في هذه الدراسة.

- سيتم تحليل البيانات واستنتاج النتائج النهائية بعناية لتوضيح المزايا المحتملة وتوجيهات المستقبل.

لكن من المتوقع أن تكون النتائج إيجابية وتدعم التوجه نحو التحسين إدارة المشروعات والاستفادة القصوى من الموارد المتاحة.

1.5. أهداف الدراسة:

- فهم كيفية تحسين الخدمة والجودة على العملاء في سلسلة مطاعم الببىك الشهيرة.
- الهدف الفرعي ١: توفير تدريب شامل للموظفين على كيفية التعامل مع العملاء بشكل احترافي وتطوير مهارات التواصل والتعامل مع الشكاوى لضمان تجربة ايجابية.
- الهدف الفرعي ٢: تحسين تجربة الطلب وتبسيط العملية والتأكد على وضوح قائمه الطعام وأيضا تقديم خيارات طلب عبر الانترنت او تطبيقات الهاتف الذكي للتسهيل العملية.
- الهدف الفرعي ٣: التأكيد على اتباع معايير النظافة الصارمة في المطعم وإجراء تفتيشات دورية على النظافة في المطعم والمرافق العامة.

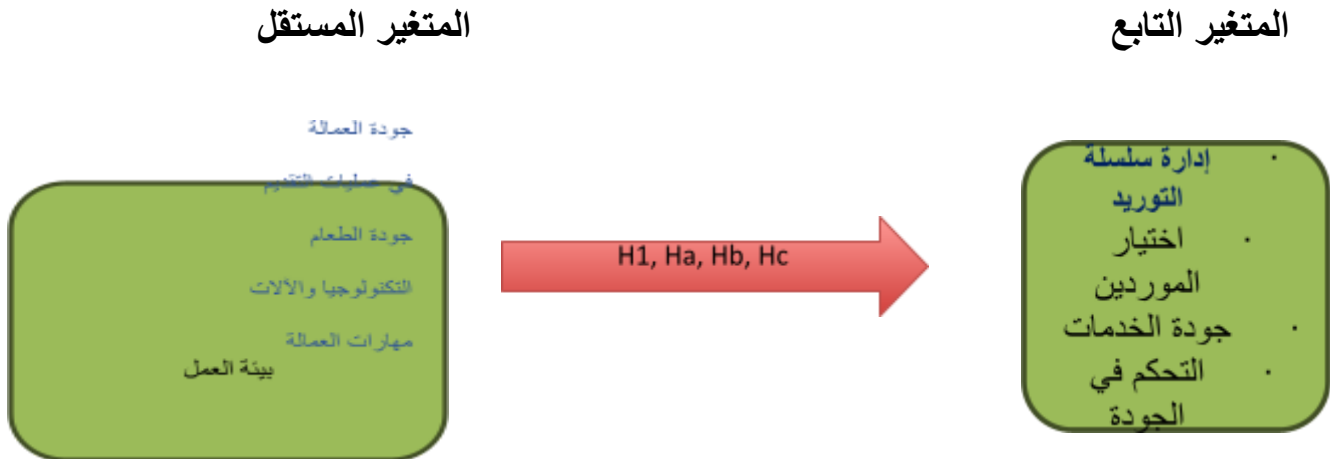
1.6. فرضيات الدراسة:

- الفرضية الرئيسية للدراسة: إحدى الفرضيات المحتملة لهذا البحث هي تطبيق التكنولوجيا مما سيؤدي الى زيادة الكفاءة وتحسين الجودة في سلسلة جودة الخدمة العملاء.
- الفرضية الفرعية ١ : التطبيقات والهاتف الذكي يتيح للعملاء البحث عن قائمة الطعام وتتبع الطلبات، وتخصيص تطبيق لتقديم تخفيضات وعروض خاصة للزبائن.
- الفرضية الفرعية ٢ : توفير دعم العملاء عبر الدردشة المباشرة على الموقع الإلكتروني او التطبيق للإجابة على استفسارات ومساعدة العملاء في تقديم الشكاوى.
- الفرضية الفرعية ٣ : استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي للتفاعل مع العملاء واشراكهم في العروض وتفيد حملات تسويقية.

1.7. نموذج الدراسة

- تحديد مستوى جودة خدمة العملاء في مطاعم البيك وتحليل العوامل المؤثرة في رضا العملاء
- وتهدف هذه الدراسة إلى تقديم توصيات تحسن من الخدمات المقدمة وتعزيز تجربة العملاء
- اختيار عينة تمثيلية من العملاء (بدءاً من 100 عميل، على سبيل المثال)
-
- تلخيص النتائج الرئيسية مثل معدل رضا العملاء، نقاط القوة، ونقاط الضعف

يوضح الشكل التالي العلاقة بين المتغيرات الدراسة والفرضيات الدراسة كما يلي:



1.8. منهجية الدراسة

منهجية دراسة سلسلة مطاعم "البيك" الشهيرة يمكن أن تتضمن خطوات محددة تستهدف تحليل بعض الجوانب المتعلقة بأداء المطعم، رضا العملاء، ونموذج العمل.

دراسة تحليلية لتلك السلسلة:

تصميم الدراسة /1 :

نوع الدراسة ← دراسة وصفية وتحليلية .

النهج البحثي ← يعتمد على المنهج الكمي مع عنصر نوعي.

هدف الدراسة/2 :

فهم عوامل نجاح سلسلة مطاعم البيك ←

تقييم رضا العملاء ونقاط القوة والضعف ←

دراسة استراتيجيات التسويق والتوسع ←

: عينة الدراسة /3

.حجم العينة ← اختيار 10 عميل من مختلف الفروع

طرق اختيار العينة ← استخدام العينة العشوائية لضمان تنوع المشاركين.

أدوات جمع البيانات /4 :

استبيانات ← تصميم استبيان حول تجربة العملاء وجودة الطعام والخدمة.

.مقابلات ← إجراء مقابلات مع الموظفين والإدارة لفهم العمليات الداخلية

:إجراءات جمع البيانات /5

توزيع الاستبيانات ← توزيع الاستبيانات بشكل مباشر في الفروع

المقابلات ← تحديد مواعيد مع الموظفين ومديري الفروع لإجراء المقابلات.

زيارة الفروع — زيارة عدة فروع لملاحظة جودة الخدمات والتفاعل مع العملاء.

طرق تحليل البيانات /6:

تحليل كمي — استخدام برامج تحليل البيانات لتحليل نتائج (SPSS الاستبيانات. مثل)

تحليل نوعي — تحليل ردود المشاركين في المقابلات لاستخلاص المفاهيم الأساسية.

إجراءات ضمان الجودة /7:

تدريب الباحثين — تدريب الباحثين على كيفية جمع البيانات الإطار الزمني للدراسة /8 :

مدة الدراسة — على سبيل المثال، ستة أسابيع لجمع البيانات وتحليلها

جدول زمني — تحديد مواعيد لجمع البيانات، تحليل نتائج التقرير النهائي

1.1. منهجية الدراسة:

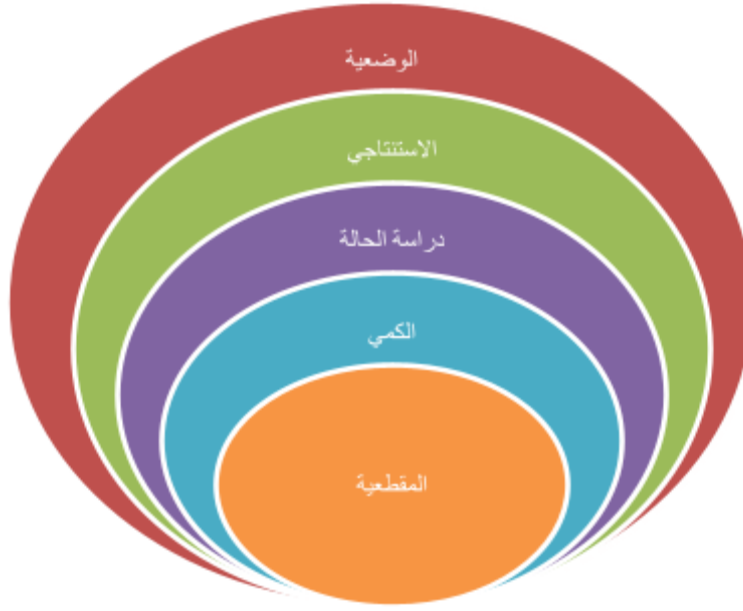
0 فلسفة الدراسة: الوضعية.

0 منهج الدراسة: الاستنتاجي.

0 استراتيجية الدراسة: دراسة الحالة.

0 نوع الدراسة: الكمي.

0 الأفق الزمني: المقطعية.



الشكل (1) ملخص منهجية البحث

المصدر (الطالب)

1.9. الدراسة الميدانية

إجراء دراسة ميدانية حول جودة خدمة العملاء في مطعم البيك يتطلب اتباع منهجية منظمة لجمع البيانات وتحليلها. فيما يلي خطوات توجيهية لتنفيذ هذه الدراسة: تحديد الاهداف: تعريف الأهداف المحددة للدراسة، **مثل** تقييم رضا العملاء، تحديد نقاط القوة والضعف في الخدمة، وفهم توقعات العملاء

- تطوير ادوات البحث: إعداد استبيان يحتوي على أسئلة مغلقة ومفتوحة تشمل مقاييس لقياس مستوى الرضا
- تحديد العينة: اختيار عينة تمثيلية من العملاء الذين يترددون على المطعم
- تنفيذ الدراسة: إجراء الملاحظات أثناء فترات التشغيل المختلفة لضمان التنوع في البيانات المجمعة

- تحليل البيانات: استخدام برامج تحليل البيانات (مثل Excel أو SPSS) لتحليل البيانات المجمعة
- تقديم النتائج: عرض النتائج بشكل واضح من خلال الرسوم البيانية والجداول
- المتابعة: وضع خطة لمتابعة تنفيذ التوصيات بشكل دوري وتقييم تأثيرها على جودة الخدمة
- التغذية الراجعة: جمع تغذية راجعة من العملاء بعد تنفيذ التغييرات لمراقبة مستوى التحسن في الخدمة.

1.10. مخطط المشروع المقترح

مخطط المشروع:



2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

المقدمة:

يعتبر الأبحاث العلمية أداة أساسية في تطوير المعرفة وتعزيز الفهم في مختلف المجالات. فهي تساعد في استكشاف الأفكار الجديدة وتحليلها، وتساهم في حل المشكلات وتعزيز الابتكار. تتراوح مجالات البحث من العلوم الطبيعية والتطبيقية إلى العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكل مجال له أهدافه وأساليبه الخاصة.

من خلال هذا البحث، نأمل أن نسلط الضوء على الجوانب المختلفة المتعلقة بالموضوع، ونقدم مساهمة قيمة في هذا المجال، مما يساعد العلماء والباحثين والممارسين على فهم أعمق للتحديات والفرص المتاحة. نواجه في هذه الرحلة الأكاديمية تحديات عديدة، لكنها تمثل فرصة لتوسيع آفاق المعرفة ودفع حدود الفهم إلى آفاق جديدة.

يُعتبر متغير البحث أحد العناصر الأساسية في أي دراسة علمية، حيث يلعب دوراً محورياً في عملية جمع البيانات وتحليلها للوصول إلى نتائج موثوقة.

المتغير المستقل: هو المتغير الذي يُتحكم فيه أو يتم تغييره من قبل الباحث لتحديد تأثيره على المتغيرات الأخرى. على سبيل المثال، في دراسة تأثير التعليم على الدخل، يُعتبر مستوى التعليم متغيراً مستقلاً.

المتغير التابع: هو المقياس أو النتيجة التي تتأثر بالتغيرات في المتغير المستقل. في المثال السابق، يُعتبر الدخل هو المتغير التابع.

المتغيرات الأخرى: قد تشمل المتغيرات المسيطرة (التي تُحافظ على ثباتها لضمان عدم التأثير على النتائج) ومتغيرات التداخل (التي قد تؤثر على العلاقة بين المتغيرين المستقل والتابع).

2.1. المتغير المستقل

المتغير المستقل في سلسلة المطاعم البيك هي أي عامل يتم تغييره من قبل الشركة أو يدخل كجزء من استراتيجية العمل والذي من المتوقع أن يؤثر على نتائج معينة مثل : قائمة الطعام , استراتيجية التسويق , أسعار الوجبات , الخدمة المقدمة , الموقع من المهم أن تتبع هذه المتغيرات بعناية لقياس تأثيرها بدقة على النتائج المستهدفة.

2.2. المتغير التابع

المتغير التابع في سلسلة المطاعم البيك هي النتيجة أو الأثر الذي يحدث نتيجة تغيير المتغير المستقل، بمعنى آخر، هو الشيء الذي يُقاس لتحديد مدى تأثير العوامل المختلفة التي تم التغيير فيها مثل:

مبيعات المطعم , رضا العملاء , عدد الزبائن , حصة السوق

باختصار، التغيير التابع هو ما يتم قياسه لتحديد تأثير التغييرات التي تم إدخالها على المتغيرات المستقلة.

2.3. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

1 / التسعير:

المتغير المستقل: التغيير في اسعار الوجبات

المتغير التابع: حجم المبيعات

العلاقة ما بين (المتغير المستقل) * و * (المتغير التابع):

إذا قامت مطاعم البيك بزيادة الأسعار، فقد تؤثر هذه الزيادة على عدد الزبائن الذين يزورون المطعم. وبالتالي، يمكن أن تتغير مبيعاتهم بشكل إيجابي أو سلبي نتيجة لهذا التغيير.

3/ اطلاق قائمة جديدة

لمتغير التابع : عدد الزبائن الذين يزورون المطعم.
لمتغير المستقل : تقديم أصناف جديدة أو قائمة طعام متنوعة.
العلاقة مابين (المتغير المستقل) * و * (المتغير التابع):*
إذا كانت الأصناف الجديدة جذابة، فقد تزداد أعداد الزبائن الذين يختارون زيارة المطعم لتجربتها.

4/ التسويق والاعلانات

لمتغير التابع : حصة السوق ووعي العملاء بالعلامة التجارية.
لمتغير المستقل : تنفيذ حملات تسويقية جديدة.
العلاقة مابين (المتغير المستقل) * و * (المتغير التابع):*
إذا زادت الحملات التسويقية وحقت استجابة إيجابية، فقد يؤدي ذلك إلى زيادة الحصة السوقية للمطعم.

الخلاصة : العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع هي علاقة سببية؛ حيث أن التغييرات في المتغير المستقل تؤدي إلى تغييرات ملحوظة في المتغير التابع، مما يساعد سلسلة مطاعم البيك على اتخاذ قرارات استراتيجية تسهم في تحقيق النجاح والنمو.

2.4. الخاتمة

في ختام هذا البحث، نستنتج أن سلسلة البيك قد نجحت في تحقيق مكانة متميزة في سوق الوجبات السريعة بالمملكة العربية السعودية. لقد تناولنا في هذا البحث الجوانب المختلفة التي ساهمت في نجاح هذه السلسلة، بدءًا من جودة المنتجات التي تقدمها، مرورًا بنهجها التسويقي الفريد، ووصولًا إلى تجربة العملاء التي توفرها. تتميز سلسلة البيك بقائمة طعام متنوعة تلبي أذواق مختلف الفئات، مما جعلها وجهة مفضلة للعديد من العملاء. بالإضافة إلى ذلك، ساهم استخدام البيك لاستراتيجيات تسويقية متميزة، مثل الحملات الإعلانية الفعالة والاعتماد على التواصل الاجتماعي، في تعزيز شغف العملاء وزيادة ولائهم للعلامة التجارية. علاوة على ذلك، يتضح من خلال تحليل البحوث والدراسات السابقة أن سلسلة البيك قد أولت اهتمامًا خاصًا لممارسات المسؤولية الاجتماعية، مما يعكس التزامها تجاه المجتمع المحيط بها.

ومع ذلك، هناك تحديات مستمرة تواجه سلسلة البيك، مثل المنافسة المتزايدة في سوق الوجبات السريعة وضرورة الابتكار المستمر لضمان البقاء في المقدمة. لذلك، يعتبر البحث المستمر والتطوير هو ما تحتاجه السلسلة للحفاظ على مكانتها الرائدة.

في الختام، يمكن أن تُعتبر سلسلة البيك نموذجًا ناجحًا في صناعة الوجبات السريعة، مما يفتح المجال لمزيد من الدراسات حول استراتيجياتها وأثرها على السوق المحلي والدولي. نأمل أن تسهم نتائج هذا البحث في إلهام الباحثين وصناع القرار لاستكشاف المزيد من جوانب هذا الموضوع المثير

قائمة المراجع:

جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون -- LIVEGENT.com

التعريف الدقيق للخدمة العملاء - - WIKIPIDIA.com

- فاطنة ٢٠٢٣ - جودة الخدمات ودورها في تحسين مستويات رضا الزبون.
- عمري ٢٠٢٢ - أهم تحديات جودة الخدمة.
- العوضي وآخرون ٢٠٢٢ - تأثير الجودة أداء الخدمات على رضا العملاء.
- بوطيبة وآخرون - ٢٠١٧ - اثر العلاقة مع الزبائن على رضا العملاء .

1.3.1 ما أهمية رضا العملاء؟ نموذج استبيان رضا العملاء مجاناً (porsline.com)

1,5 6 خطوات بسيطة لكسب ثقة العملاء والاحتفاظ بهم - CNN Arabic

1.6 تطبيق الجودة لدى أودو (odoo.com)

1.8 (cma.org.sa) Americana-ar.pdf

1,9 ما هو بحث رضا العملاء؟ التعريف والأهمية والعملية (ideascale.com)

Almubarak, A., & Bijou, E. (2022). Importance of Touchpoints in 1,2 Customer Experience Management. International Journal of Business and Management, 10(3), 23-29. doi:10.5539/ijbm.v10n3p23

West, J. (2021). The Importance of Data Analysis in Decision 1,4 Making. Journal of Business Research, 127, 123-132. doi:10.1016/j.jbusres.2021.01.045

Kwortnik, R. J., & Thompson, G. M. (2009). Unifying service 2,2 marketing and operations with service experience management. Journal of Service Research, 11(4), 389-406. doi:10.1177/1094670508323512

مع أطيب الأمنيات بالنجاح والتوفيق

It` s Never Too Late to START. Just Begin!

Best of Luck 😊 *Dr. Mona Moustafa Elashry*