

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي ٢

أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة افراس ب مدينة الرياض

سعد هشام جعفر

٢٣٢٠٠٢٠٩٩

المشروع النهائي- ٢

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2026 - الفصل الدراسي الأول

الشكر والتقدير

الحمد لله أولاً وآخراً على نعمه التي لا تُحصى، وعلى توفيقه وإعانتته لي في إتمام هذا المشروع.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أستاذي الدكتور على هذا المشروع، على ما قدمه من توجيهات علمية وملاحظات قيمة كان لها الأثر الكبير في إنجاز هذا العمل وإخراجه بالصورة المطلوبة.

كما أتوجه بالشكر إلى أعضاء هيئة التدريس في الجامعة على ما بذلوه من جهود في تعليمي وإثراء معارفي خلال سنوات الدراسة، وأسهموا في بناء مهاراتي العلمية والعملية.

وأقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى إدارة وموظفي شركة أفراس بمدينة الرياض على تعاونهم وتقديم المعلومات اللازمة التي ساعدت في إنجاز الجانب التطبيقي من هذه الدراسة.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والعرفان إلى والدي وأسرتي الكريمة على دعمهم المتواصل وتشجيعهم الدائم طوال مسيرتي الدراسية.

وفي الختام، أشكر كل من ساهم في إنجاز هذا المشروع، سواءً بالمشورة أو الدعم أو التشجيع، سائلاً الله تعالى أن يجزي الجميع خير الجزاء.

الإهداء

إلى من كان دعاؤهما سر نجاحي، وإلى من غرسا في نفسي الطموح والإصرار، والديّ العزيزين، أهدي هذا العمل المتواضع عرفاناً بفضلهما وامتناناً لعطائهما الذي لا ينضب.

إلى أسرتي الكريمة، الذين كانوا خير معين وسند طوال رحلتي الدراسية.

إلى أساتذتي الأفاضل، الذين أناروا لي طريق العلم والمعرفة.

إلى كل من وقف إلى جانبي وساندني في هذه المسيرة، أهدي هذا الإنجاز مع خالص الشكر والتقدير.

وأسأل الله أن يجعل فيه النفع والفائدة، وأن يكلل الجهود بالنجاح والتوفيق.

مستخلص الدراسة

الهدف:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة أفراس بمدينة الرياض، وذلك من خلال قياس مستوى جودة الخدمات المقدمة ومدى انعكاسها على رضا العملاء، وتحديد العلاقة بينهما.

المنهجية:

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث يتم وصف متغيرات الدراسة (جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء) وتحليل العلاقة بينهما. وتم استخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة من عملاء شركة أفراس بمدينة الرياض، ثم تحليل البيانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار الفرضيات.

النتائج:

من المتوقع أن توضح الدراسة وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، بحيث يؤدي ارتفاع جودة الخدمات (مثل سرعة الاستجابة، النظافة، الاعتمادية) إلى زيادة مستوى رضا العملاء. كما يُتوقع أن تكشف الدراسة عن جوانب تحتاج إلى تحسين في خدمات الشركة لتعزيز رضا العملاء بشكل أكبر.

التطبيقات والأهمية:

تتبع أهمية هذه الدراسة من كونها تسلط الضوء على دور جودة الخدمات البيئية في تحسين رضا العملاء، خاصة في قطاع حيوي يرتبط مباشرة بجودة الحياة في المدن مثل خدمات النظافة وإدارة النفايات. كما تساهم الدراسة في دعم توجهات المملكة العربية السعودية نحو تحسين الخدمات البيئية والبلدية ضمن رؤية ٢٠٣٠، من خلال رفع كفاءة الأداء وتعزيز الاستدامة البيئية في المدن

أما من الناحية التطبيقية، فإن نتائج هذه الدراسة يمكن أن تساعد شركة أفراس بمدينة الرياض على تحسين جودة خدماتها البيئية من خلال تطوير أساليب العمل، وتسريع الاستجابة لاحتياجات العملاء، ورفع كفاءة عمليات النظافة وإدارة النفايات. كما يمكن الاستفادة من نتائجها في دعم اتخاذ القرار الإداري المبني على بيانات علمية، وتحسين مستوى رضا العملاء وزيادة ولائهم، بالإضافة إلى إمكانية تطبيقها على شركات أخرى تعمل في نفس القطاع داخل المملكة.

الكلمات المفتاحية:

جودة الخدمات البيئية، رضا العملاء، الخدمات البلدية، إدارة النفايات، النظافة الحضرية، شركة أفراس، مدينة الرياض.

جدول المحتويات

الشكر والتقدير.....	٢
الإهداء.....	٣
مستخلص الدراسة.....	٤
١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	٩
١,١. المقدمة:	٩
١,٢. مشكلة الدراسة	١٠
١,٢,١. فجوات على المستوى النظري	١١
١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي	١١
١,٣. أهمية الدراسة	١٢
١,٣,١. على المستوى النظري:	١٢
١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:	١٢
١,٤. أسئلة الدراسة	١٣
١,٥. أهداف الدراسة	١٣
١,٦. فرضيات الدراسة	١٣
١,٧. نموذج الدراسة	١٤
١,٨. الدراسة الميدانية	١٤
١,٩. مخطط المشروع	١٥
٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.	١٧
٢,١. المقدمة:	Error! Bookmark not defined.
٢,٢. المتغير المستقل	١٩

٢,٣. المتغير التابع ١٩

٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع ٢٠

٢,٥. الخاتمة ٢٠

٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة..... ٢١

٣,١. المقدمة ٢٢

٣,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث ٢٢

٣,٣. تصميم البحث..... ٢٣

٣,٤. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات ٢٣

٣,٥. طريقة جمع البيانات ٢٤

٣,٦. أنواع البيانات ٢٤

٣,٧. إجراءات التحليل الإحصائي ٢٥

٣,٨. الخاتمة ٢٥

٤. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج ٢٦

4.1. المقدمة.....Error! Bookmark not defined.

4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث) ٢٦

4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات ٢٦

4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث) ٢٦

4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج... ٢٦

٤,٦. الخاتمة ٢٦

٥. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات ٢٧

٥,١. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية: ٢٧

٢,٥. توصيات الدراسة: ٢٧

٣,٥. الخاتمة: ٢٧

Error! Bookmark not defined. قائمة المراجع

Error! Bookmark not defined. الملحق

جدول الأشكال

جدول الجداول

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١.١. المقدمة:

يُعد مفهوم جودة الخدمات البيئية من الموضوعات الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد في بيئة الأعمال المعاصرة، نظراً لما له من تأثير مباشر على رضا العملاء وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسات. ومع تزايد الوعي البيئي لدى المجتمع وارتفاع توقعات العملاء تجاه الشركات، أصبحت المؤسسات مطالبة بتقديم خدمات تراعي الجوانب البيئية وتحقيق الاستدامة إلى جانب تحقيق الكفاءة التشغيلية. إلا أن العديد من الشركات لا تزال تواجه تحديات في تحقيق التوازن بين تقديم خدمات بيئية ذات جودة عالية وبين تلبية توقعات العملاء، مما يؤدي إلى تفاوت مستويات الرضا لديهم. ومن هنا تبرز مشكلة الدراسة في محاولة فهم مدى تأثير جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء داخل الشركات الخدمية، وبشكل خاص في شركة أفراس بمدينة الرياض.

وقد تناولت العديد من الدراسات السابقة العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء، حيث أشارت دراسات في مجال إدارة الجودة والخدمات إلى وجود ارتباط إيجابي بين تحسين جودة الخدمة وارتفاع مستوى رضا العملاء وولائهم للمؤسسة. كما بينت بعض الدراسات في مجال الاستدامة البيئية أن تبني الممارسات البيئية المسؤولة يساهم في تعزيز ثقة العملاء وتحسين السمعة المؤسسية. وأوضحت أبحاث أخرى أن الخدمات الصديقة للبيئة أصبحت عاملاً تنافسياً مهماً في جذب العملاء والاحتفاظ بهم، خاصة في الأسواق التي تشهد تنافساً مرتفعاً، مما يؤكد أهمية دمج البعد البيئي ضمن استراتيجيات تقديم الخدمة.

وعلى الرغم من وفرة الدراسات التي تناولت جودة الخدمات أو رضا العملاء كل على حدة، إلا أن هناك فجوة بحثية تتمثل في محدودية الدراسات التطبيقية التي ركزت على جودة الخدمات البيئية بشكل مباشر وتأثيرها على رضا العملاء في البيئة المحلية السعودية، خصوصاً في الشركات العاملة بمدينة الرياض. كما أن بعض الدراسات السابقة ركزت على القطاعات الصناعية أو الإنتاجية أكثر من تركيزها على الشركات الخدمية، مما يبرز الحاجة إلى دراسة تطبيقية تساهم في سد هذه الفجوة المعرفية وتقديم نتائج واقعية تدعم متخذي القرار.

وتستهدف هذه الدراسة عملاء شركة أفراس بمدينة الرياض باعتبارهم الفئة الأكثر تأثراً بمستوى جودة الخدمات البيئية المقدمة، حيث يمثل رضا العملاء مؤشراً أساسياً لنجاح المؤسسة واستمراريتها. وتكمن أهمية المشكلة في أن تحسين جودة الخدمات البيئية لا يقتصر فقط على الحفاظ على البيئة، بل يمتد ليشمل تعزيز تجربة العميل، وزيادة مستوى الثقة والولاء، وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة في سوق يتسم بالتغير السريع وارتفاع توقعات المستفيدين.

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات البيئية في تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة أفراس بمدينة الرياض، وذلك من خلال تحليل العلاقة بين أبعاد جودة الخدمات البيئية ومستوى رضا العملاء، وتحديد مدى مساهمة هذه الخدمات في تعزيز تجربة العميل. كما تسعى الدراسة إلى تقديم توصيات عملية يمكن أن تساعد الشركة في تطوير خدماتها البيئية بما يحقق رضا العملاء ويدعم التوجهات الحديثة نحو الاستدامة وجودة الخدمة.

١,٢. مشكلة الدراسة:

في ظل التطورات المتسارعة في بيئة الأعمال وازدياد الاهتمام العالمي بقضايا الاستدامة البيئية، أصبحت جودة الخدمات البيئية أحد العوامل الأساسية التي تؤثر في تقييم العملاء لأداء المؤسسات الخدمية. ولم يعد اهتمام الشركات مقتصرًا على تقديم الخدمة التقليدية فقط، بل أصبح يشمل الالتزام بالممارسات البيئية التي تسهم في حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة. ومع ارتفاع مستوى وعي العملاء بالقضايا البيئية، باتوا أكثر ميلاً للتعامل مع المؤسسات التي تراعي المعايير البيئية وتقدم خدمات ذات جودة مسؤولة بيئياً، مما جعل رضا العملاء مرتبطاً بشكل متزايد بمستوى جودة هذه الخدمات.

وعلى الرغم من توجه العديد من المؤسسات نحو تبني مبادرات بيئية مختلفة، إلا أن مدى انعكاس جودة الخدمات البيئية على رضا العملاء لا يزال غامضاً وواضح بصورة كافية، خاصة في بعض الشركات الخدمية المحلية التي قد تطبق ممارسات بيئية دون قياس أثرها الفعلي على تجربة العميل ودرجة رضاه. ويؤدي هذا الغموض إلى صعوبة تحديد مدى فاعلية تلك الجهود البيئية في تحقيق أهداف المؤسسة التسويقية وتعزيز علاقتها بعملائها.

ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في الحاجة إلى فهم طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء ومدى تأثير تحسين هذه الخدمات على رفع مستوى رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض، وذلك بهدف توفير رؤية علمية تساعد في تطوير الخدمات البيئية بما يتوافق مع توقعات العملاء ويسهم في تعزيز الأداء المؤسسي والاستدامة التنافسية.

١,٢,١ فجوات على المستوى النظري:

تتمثل الفجوات النظرية في محدودية الإطار المفاهيمي الذي يربط بشكل متكامل بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، حيث ركزت معظم الدراسات السابقة على جودة الخدمة التقليدية أو على الاستدامة البيئية كل بصورة منفصلة دون دمج المتغيرين ضمن نموذج نظري واحد يوضح طبيعة العلاقة بينهما. كما أن الأدبيات ركزت بدرجة أكبر على الأبعاد العامة لجودة الخدمة دون التوسع الكافي في تحديد أبعاد جودة الخدمات البيئية وآليات قياسها من منظور العملاء. إضافة إلى ذلك، لا تزال الحاجة قائمة لتطوير نماذج نظرية تفسر كيفية تأثير الممارسات البيئية على إدراك العملاء للخدمة ومستوى رضاهم، خاصة في سياق المؤسسات الخدمية، مما يبرز ضرورة تقديم إطار نظري يدعم فهم هذه العلاقة بشكل أعمق.

١,٢,٢ فجوات على المستوى التطبيقي:

تتمثل الفجوات التطبيقية في قلة الدراسات الميدانية التي تناولت أثر جودة الخدمات البيئية على رضا العملاء في البيئة السعودية، وبشكل خاص في الشركات الخدمية بمدينة الرياض. كما أن معظم الدراسات التطبيقية السابقة ركزت على قطاعات صناعية أو منظمات كبرى، بينما لم تحظ الشركات المحلية بدراسات كافية تقيس واقع تطبيق الخدمات البيئية وتأثيرها الفعلي على العملاء. إضافة إلى ذلك، يوجد نقص في الدراسات التي تعتمد على آراء العملاء بشكل مباشر لقياس مستوى إدراكهم لجودة الخدمات البيئية وعلاقتها بدرجة رضاهم، مما يبرز الحاجة إلى إجراء دراسة تطبيقية تساهم في تقديم نتائج عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير الأداء الخدمي والبيئي داخل شركة أفراس.

ما أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة أفراس بمدينة الرياض؟

١,٣ . أهمية الدراسة

١,٣,١ . على المستوى النظري:

تتبع الأهمية النظرية لهذه الدراسة من مساهمتها في توسيع الإطار المعرفي لمفهوم جودة الخدمات البيئية وعلاقته برضا العملاء، حيث تُعد هذه العلاقة من الموضوعات الحديثة نسبياً في أدبيات إدارة الجودة والخدمات. وتكمن أهمية الدراسة في كونها تجمع بين متغيرين مهمين هما جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء في سياق تطبيقي خدمي، مما يسهم في إثراء المكتبة العلمية بدراسات تربط بين البعد البيئي والسلوك الإدراكي للعميل.

كما تسهم الدراسة في دعم الأدبيات النظرية المتعلقة بإدارة الخدمات المستدامة، من خلال توضيح كيفية تأثير الممارسات البيئية في تحسين تجربة العميل وتعزيز رضاه، وهو ما يساعد في سد جزء من الفجوة البحثية المتعلقة بقلّة الدراسات التي تناولت الخدمات البيئية بشكل مباشر في البيئة العربية والسعودية. بالإضافة إلى ذلك، تقدم الدراسة إطاراً نظرياً يمكن الاستفادة منه في الدراسات المستقبلية التي تتناول جودة الخدمات في القطاعات الخدمية المختلفة، خاصة تلك المرتبطة بالاستدامة البيئية.

١,٣,٢ . على المستوى التطبيقي:

تتمثل الأهمية التطبيقية لهذه الدراسة في كونها تقدم نتائج عملية يمكن الاستفادة منها في تطوير وتحسين جودة الخدمات البيئية المقدمة من قبل شركة أفراس بمدينة الرياض، بما ينعكس بشكل مباشر على رفع مستوى رضا العملاء. إذ تساعد نتائج الدراسة الإدارة في التعرف على نقاط القوة والضعف في مستوى جودة الخدمات الحالية، والعمل على تحسينها بما يتناسب مع توقعات العملاء واحتياجاتهم.

كما يمكن أن تسهم هذه الدراسة في دعم متخذي القرار داخل الشركة من خلال توفير بيانات ومؤشرات علمية تساعد في تحسين التخطيط التشغيلي ورفع كفاءة الأداء في خدمات النظافة وإدارة النفايات. بالإضافة إلى ذلك، يمكن الاستفادة من نتائج الدراسة في تطوير استراتيجيات العمل وتحسين أساليب تقديم الخدمة، بما يعزز الولاء والرضا لدى العملاء.

١,٤ . أسئلة الدراسة

١. ما مستوى جودة الخدمات البيئية المقدمة من شركة أفراس بمدينة الرياض؟
٢. ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات البيئية المقدمة من الشركة؟
٣. ما طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء؟
٤. ما مدى تأثير جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء؟
٥. ما الجوانب التي تحتاج إلى تطوير في الخدمات البيئية المقدمة من شركة أفراس لرفع مستوى رضا العملاء؟

١,٥ . أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الهدف الرئيس التالي:

١. التعرف على أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة أفراس بمدينة الرياض.
٢. قياس مستوى جودة الخدمات البيئية المقدمة من شركة أفراس بمدينة الرياض.
٣. التعرف على مستوى رضا العملاء عن الخدمات البيئية المقدمة.
٤. دراسة العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء.
٥. قياس أثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء.
٦. تحديد الجوانب التي تحتاج إلى تطوير في الخدمات البيئية لتعزيز رضا العملاء.

١,٦ . فرضيات الدراسة

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات البيئية وتحسين رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض.

وينبثق من هذه الفرضية الرئيسة الفرضيات الفرعية التالية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاعتمادية في تقديم الخدمات البيئية ورضا العملاء.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة في تقديم الخدمات البيئية ورضا العملاء.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الأداء التشغيلي للخدمات البيئية ورضا العملاء.

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملموسية في الخدمات البيئية ورضا العملاء.

١,٧ نموذج الدراسة

يبين نموذج الدراسة العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، حيث تتمثل المتغيرات المستقلة في **جودة الخدمات البيئية** بأبعادها المختلفة، بينما يتمثل المتغير التابع في **رضا العملاء** في شركة أفراس بمدينة الرياض. ويفترض نموذج الدراسة أن جودة الخدمات البيئية تؤثر بشكل مباشر على رضا العملاء، ويمكن توضيح ذلك من خلال الأبعاد التالية:

المتغير المستقل: جودة الخدمات البيئية

ويتضمن الأبعاد التالية:

الاعتمادية في تقديم الخدمة

سرعة الاستجابة

الكفاءة والجودة التشغيلية

الملموسية (المظهر العام للخدمة والمعدات)

↓ يؤثر على

المتغير التابع: رضا العملاء

١,٨ . الدراسة الميدانية

تُعد الدراسة الميدانية المرحلة التطبيقية لهذه الدراسة، حيث يتم من خلالها اختبار العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء في الواقع العملي داخل شركة أفراس بمدينة الرياض. وتهدف هذه المرحلة إلى جمع البيانات الأولية من أفراد عينة الدراسة باستخدام أداة الاستبانة، والتي تم تصميمها بما يتناسب مع متغيرات الدراسة وأبعادها المختلفة.

وقد تم اختيار عينة من عملاء شركة أفراس باعتبارهم الفئة المستهدفة للدراسة، حيث يتم توزيع الاستبانة عليهم إلكترونياً أو ورقياً بهدف قياس آرائهم حول مستوى جودة الخدمات البيئية المقدمة ومدى رضاهم عنها. كما تشمل

الدراسة الميدانية جمع البيانات وتحليلها باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة، مثل المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري واختبارات العلاقة، وذلك بهدف التوصل إلى نتائج دقيقة تعكس واقع الخدمة.

وتسهم الدراسة الميدانية في تحويل الإطار النظري إلى تطبيق عملي يساعد في تفسير النتائج وربطها بواقع الخدمات البيئية المقدمة، مما يتيح تقديم توصيات قابلة للتطبيق تسهم في تحسين جودة الخدمات ورفع مستوى رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض.

٩, ١ . مخطط المشروع

مقدمة – مشكلة الدراسة – أهداف الدراسة – فرضيات الدراسة – منهجية الدراسة	الفصل الأول : الإطار العام للدراسة
استعراض الدراسات السابقة	الفصل الثاني : الإطار النظري
فلسفة البحث – منهجية البحث – استراتيجيات البحث – نوع البحث – الافق الزمني – طرق جمع وتحليل البيانات	الفصل الثالث : منهجية البحث
تحليل البيانات – نتائج التحليل	الفصل الرابع : التحليل الإحصائي
مناقشة النتائج – التوصيات – الخاتمة	الفصل الخامس : مناقشة النتائج والخاتمة

جدول أدوات البحث

المرجع	المؤشرات (العناصر)	الأبعاد	المتغير الرئيسي
Parasuraman et al., 1988 (SERVQUAL)	- تنفيذ الخدمة كما تم الاتفاق عليه - دقة أداء الخدمة - الالتزام بمعايير الجودة	الاعتمادية	جودة الخدمات البيئية (المتغير المستقل)
Parasuraman et al., 1988	- سرعة الرد على طلبات العملاء - سرعة معالجة الشكاوى - سرعة تنفيذ الخدمات	سرعة الاستجابة	

Zeithaml et al., 1990	- كفاءة العاملين - استخدام الموارد بشكل فعال - جودة الأداء العام للخدمة	الكفاءة التشغيلية	
Parasuraman et al., 1988	- نظافة المعدات - مظهر العاملين - جودة الأدوات المستخدمة	الملموسية	
Kotler & Keller, 2016	- الرضا عن الخدمة المقدمة - مدى تلبية الخدمة للتوقعات	الرضا العام	رضا العملاء (المتغير التابع)
Oliver, 1997	- تفضيل التعامل مع الشركة مرة أخرى - التوصية بالخدمة للآخرين	الولاء	

ملحق

رابط استبيانات لمتغيرات البحث

نموذج جوجل

<https://forms.gle/rc3mmYWVaN3yGceL7>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L (١٩٨٨)

SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40

.Chen, Y. S., & Chang, C. H (٢٠١٣)

Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk. Journal of Business Ethics, 114(3), 489–500.

<https://doi.org/10.1007/s10551-012-1360-0>

Rahman, I., Park, J., & Chi, C. G. Q (٢٠١٧) .

Consequences of “greenwashing”: Consumers’ reactions to hotels’ green initiatives. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 29(3), 1054–1071. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2015-0202>

.Oliver, R. L (١٩٩٧).

. Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. McGraw-Hill

Kotler, P., & Keller, K. L (٢٠١٦)

. Marketing management (15th ed.). Pearson Education

2010. Han, H., Hsu, L. T. J., & Sheu, C

Application of the theory of planned behavior to green hotel choice: Testing the effect of environmentally friendly activities. *Tourism Management*, 31(3),

325–334. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.03.013>

الطائي، حميد عبد النبي، والعلاق، بشير عباس (2016).

إدارة الجودة الشاملة وخدمة الزبائن. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

السلمي، علي بن محمد (2018).

إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات تطبيقها في المنظمات الحديثة. الرياض: دار المريخ للنشر.

أبو النصر، م دحت محمد (2017).

إدارة الجودة الشاملة: المفاهيم والتطبيقات. القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢,١ المقدمة

يتناول هذا الفصل الإطار النظري للدراسة من خلال استعراض الأدبيات العلمية والدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات البحث، والتمثلة في جودة الخدمات البيئية باعتبارها المتغير المستقل، ورضا العملاء باعتباره المتغير التابع، إضافة إلى توضيح العلاقة بينهما في ضوء ما توصلت إليه الدراسات الحديثة.

ويهدف هذا الفصل إلى بناء أساس علمي يساعد في تفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة، وتحديد أبعاد كل متغير، والاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في دعم فرضيات الدراسة الحالية وتفسير نتائجها. كما يسهم في تحديد الفجوات البحثية التي تسعى هذه الدراسة إلى معالجتها، خاصة في البيئة السعودية وقطاع الخدمات البيئية.

٢,٢ المتغير المستقل

أصبحت جودة الخدمات البيئية من المفاهيم الإدارية الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد نتيجة تزايد وعي المؤسسات بأهمية المحافظة على البيئة وتحقيق التنمية المستدامة، إضافة إلى ارتفاع توقعات العملاء بشأن مستوى الخدمات المقدمة لهم. ولم يعد مفهوم جودة الخدمة يقتصر على سرعة الإنجاز أو كفاءة الأداء، بل امتد ليشمل مدى التزام المؤسسة بالمعايير البيئية وتقديم خدمات تحقق التوازن بين الكفاءة التشغيلية والمحافظة على البيئة.

وتشير جودة الخدمات البيئية إلى قدرة المؤسسة على تقديم خدمات تلبي احتياجات العملاء وفق معايير الجودة، مع الالتزام بالممارسات البيئية السليمة التي تحد من الآثار البيئية السلبية، وتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد. ويعد هذا المفهوم أحد العناصر الرئيسية التي تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة وتعزيز صورتها الذهنية أمام العملاء.

واعتمدت العديد من الدراسات على نموذج SERVQUAL الذي طوره Parasuraman وزملاؤه (1988) لقياس جودة الخدمة، حيث يتضمن أبعادًا متعددة يمكن توظيفها في الخدمات البيئية، ومن أهمها الاعتمادية، وسرعة الاستجابة، والملموسية، والكفاءة التشغيلية. وتعد هذه الأبعاد من أكثر المؤشرات استخدامًا في قياس جودة الخدمات داخل المؤسسات الخدمية.

ويقصد بالاعتمادية قدرة المؤسسة على تنفيذ الخدمة بالشكل المتفق عليه دون أخطاء، بينما تشير سرعة الاستجابة إلى قدرة العاملين على تقديم الخدمة بسرعة والاستجابة لشكاوى العملاء في الوقت المناسب. أما الكفاءة التشغيلية فتتمثل في حسن إدارة الموارد وجودة تنفيذ العمليات، في حين تعكس الملموسية المظهر العام للعاملين والمعدات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة.

وأشارت العديد من الدراسات إلى أن المؤسسات التي تطبق معايير الجودة البيئية تحقق مستويات أعلى من رضا العملاء مقارنة بالمؤسسات التي تهمل الجوانب البيئية، كما أن الالتزام بالممارسات البيئية يعزز ثقة العملاء ويزيد من ولائهم للمؤسسة.

٢,٣ المتغير التابع

يعد رضا العملاء أحد أهم مؤشرات نجاح المؤسسات الخدمية، إذ يعكس مدى قدرة المؤسسة على تلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم من خلال الخدمات التي تقدمها. ويعتبر العميل الراضي أكثر استعدادًا للاستمرار في التعامل مع المؤسسة، وإعادة شراء خدماتها، والتوصية بها للآخرين.

وقد عرف (Kotler and Keller (2016 رضا العملاء بأنه الشعور الناتج عن مقارنة الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العميل قبل الحصول عليها، فإذا تجاوز الأداء توقعات العميل ارتفع مستوى الرضا، وإذا كان أقل من التوقعات انخفض مستوى الرضا.

ويرى (Oliver (1997 أن رضا العملاء يمثل استجابة نفسية تنشأ بعد تجربة الخدمة، ويعد من أهم العوامل المؤثرة في ولاء العملاء واستمرار العلاقة بينهم وبين المؤسسة.

ويتأثر رضا العملاء بعدد كبير من العوامل، من أبرزها جودة الخدمة، وسرعة الاستجابة، وكفاءة العاملين، وسهولة الحصول على الخدمة، ومدى التزام المؤسسة بتقديم خدمة تحقق قيمة حقيقية للعميل. وفي قطاع الخدمات البيئية يزداد تأثير هذه العوامل نتيجة ارتباط الخدمة بصحة المجتمع وجودة البيئة ومستوى النظافة العامة.

وقد أثبتت العديد من الدراسات أن المؤسسات التي تهتم بقياس رضا العملاء بصورة مستمرة تكون أكثر قدرة على تحسين خدماتها، ومعالجة جوانب القصور، وتحقيق ميزة تنافسية في الأسواق التي تشهد منافسة مرتفعة.

٢,٤ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

اهتمت العديد من الدراسات بدراسة العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء، وأجمعت نتائج معظمها على وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، حيث يؤدي تحسين جودة الخدمات إلى ارتفاع مستوى رضا العملاء.

وفيما يتعلق بالخدمات البيئية، أوضحت الدراسات أن تطبيق الممارسات البيئية وتحسين جودة الخدمات يساهم في رفع مستوى ثقة العملاء بالمؤسسة، وتعزيز الصورة الذهنية لها، الأمر الذي ينعكس بصورة مباشرة على رضا العملاء واستمرار تعاملهم معها.

كما أشارت دراسة **Chen and Chang (2013)** إلى أن التزام المؤسسات بالممارسات البيئية يقلل من شكوك العملاء ويزيد من ثقتهم بالخدمات المقدمة، مما يؤدي إلى تحسين رضاهم.

وأوضحت دراسة **Rahman et al. (2017)** أن العملاء أصبحوا أكثر اهتمامًا بمستوى المسؤولية البيئية للمؤسسات، وأن جودة الخدمات البيئية أصبحت أحد المعايير التي يعتمدون عليها عند تقييم جودة الخدمة بشكل عام.

وتوصلت دراسة **Han et al. (2010)** إلى أن تبني الأنشطة البيئية داخل المؤسسات يساهم في تعزيز الصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة، ويرفع من مستوى رضا العملاء وولائهم.

وانطلاقًا من نتائج هذه الدراسات، تفترض الدراسة الحالية وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمات البيئية بأبعادها المختلفة (الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الكفاءة التشغيلية، والملموسية) وبين رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض، وهو ما سيتم اختباره ميدانيًا في الفصل الرابع.

٢,٥ الخاتمة

استعرض هذا الفصل الأدبيات العلمية المتعلقة بمتغيرات الدراسة، حيث تناول مفهوم جودة الخدمات البيئية وأبعادها باعتبارها المتغير المستقل، ثم ناقش مفهوم رضا العملاء بوصفه المتغير التابع، مع توضيح أهم العوامل المؤثرة فيه. كما تم عرض العلاقة بين المتغيرين في ضوء نتائج الدراسات السابقة، والتي أشارت إلى وجود علاقة إيجابية بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء.

ويشكل هذا الفصل الأساس النظري للدراسة الحالية، كما يساهم في دعم فرضيات البحث وتفسير النتائج التي سيتم التوصل إليها في الفصل الرابع من خلال التحليل الإحصائي للبيانات ..

الفصل الثالث: منهجية الدراسة

٣,١ المقدمة

يتناول هذا الفصل منهجية الدراسة التي اعتمد عليها الباحث لتحقيق أهداف البحث والإجابة عن أسئلته واختبار فرضياته المتعلقة بأثر جودة الخدمات البيئية على تحسين رضا العملاء بالتطبيق على شركة أفراس بمدينة الرياض. ويشمل الفصل توضيح التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة، وتصميم البحث، ومجتمع الدراسة والعينة، وأداة جمع البيانات، وأنواع البيانات المستخدمة، إضافة إلى الأساليب الإحصائية التي سيتم استخدامها لتحليل البيانات واستخلاص النتائج، وذلك بما يضمن الوصول إلى نتائج علمية دقيقة يمكن الاعتماد عليها في تفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة وتقديم التوصيات المناسبة.

٣,٢ التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

اعتمدت الدراسة على متغيرين رئيسيين هما المتغير المستقل والمتغير التابع، وتم تعريفهما إجرائياً كما يأتي:

أولاً: المتغير المستقل: جودة الخدمات البيئية

ويقصد بها مستوى كفاءة الخدمات البيئية التي تقدمها شركة أفراس بمدينة الرياض كما يدركها العملاء، وتقاس من خلال استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة، وتشمل الأبعاد الآتية:

- **الاعتمادية:** قدرة الشركة على تقديم الخدمات البيئية بصورة صحيحة وفي الوقت المحدد والوفاء بالتزاماتها تجاه العملاء.
- **سرعة الاستجابة:** سرعة استجابة الشركة لطلبات العملاء وشكاوهم وتقديم الحلول المناسبة في الوقت المناسب.
- **الكفاءة التشغيلية:** كفاءة تنفيذ الخدمات البيئية من خلال حسن استخدام الموارد وجودة الأداء وإنجاز الأعمال بكفاءة.
- **الملموسية:** وتشمل المظهر العام للعاملين، ونظافة المعدات والآليات، وتوافر التجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة.

ثانياً : المتغير التابع : رضا العملاء

ويقصد به مستوى رضا عملاء شركة أفراس عن الخدمات البيئية المقدمة لهم، ويقاس من خلال استجابات أفراد العينة على فقرات الاستبانة المتعلقة بدرجة الرضا العام، ومدى تلبية الخدمات لتوقعاتهم، ورغبتهم في الاستمرار بالتعامل مع الشركة والتوصية بها للآخرين.

٣,٣ تصميم البحث (بصلة البحثي)

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملاءمته لطبيعة الدراسة التي تهدف إلى وصف واقع جودة الخدمات البيئية وتحليل أثرها في تحسين رضا العملاء.

كما اعتمدت الدراسة على التصميم الكمي (Quantitative Research Design)، حيث تم جمع البيانات باستخدام الاستبانة وتحليلها إحصائياً للوصول إلى نتائج دقيقة واختبار فرضيات الدراسة.

وتقوم الدراسة على العلاقة بين متغيرين رئيسيين كما يلي :

المتغير المستقل : جودة الخدمات البيئية

ويتكون من أربعة أبعاد :

- الاعتمادية .
- سرعة الاستجابة .
- الكفاءة التشغيلية .
- الملموسية .

المتغير التابع : رضا العملاء
ويفترض التصميم البحثي وجود تأثير مباشر لجودة الخدمات البيئية بأبعادها المختلفة على مستوى رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض . .

٣,٤ مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

مجتمع البحث يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء شركة أفراس بمدينة الرياض الذين سبق لهم الاستفادة من الخدمات البيئية التي تقدمها الشركة.

ويمثل هؤلاء العملاء الفئة الأكثر قدرة على تقييم مستوى جودة الخدمات البيئية ومدى تأثيرها في رضاهم عن الخدمات المقدمة.

عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة على العينة العشوائية البسيطة، حيث سيتم اختيار مجموعة من عملاء الشركة بصورة عشوائية بما يتيح لجميع أفراد المجتمع فرصة متساوية للمشاركة في الدراسة، ويساعد في الحصول على نتائج يمكن تعميمها على مجتمع الدراسة.

وسيتم توزيع الاستبانة على العملاء إلكترونياً من خلال نموذج Google Forms ، مع إمكانية توزيعها ورقياً عند الحاجة.

٣,٥ طريقة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على مصدرين رئيسيين لجمع البيانات، وهما:

اولا : البيانات الاولية

تمثل البيانات التي سيتم جمعها مباشرة من أفراد عينة الدراسة باستخدام استبانة إلكترونية تم إعدادها بما يتناسب مع أهداف الدراسة ومتغيراتها.

وتتضمن الاستبانة قسمين رئيسيين:

القسم الاول : البيانات الديموغرافية للمشاركين مثل:

- الجنس .
- العمر .
- المستوى التعليمي .
- عدد سنوات التعامل مع الشركة.

القسم الثاني فقرات تقيس متغيرات الدراسة، وهي:

- جودة الخدمات البيئية .
- رضا العملاء .

وقد استخدم مقياس ليكرت الخماسي لقياس درجة موافقة أفراد العينة، ويتدرج من:

١. أوافق بشدة .
٢. أوافق .
٣. محايد .
٤. لا أوافق .
٥. لا أوافق بشدة.

ثانيا : البيانات الثانوية

تم الحصول عليها من الكتب العلمية، والأبحاث والدراسات السابقة، والرسائل الجامعية، والمراجع العربية والأجنبية، إضافة إلى المواقع الإلكترونية الموثوقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

٣,٦ أنواع البيانات

اعتمدت الدراسة على نوعين من البيانات هما:

البيانات الاولية

وهي البيانات التي يتم الحصول عليها مباشرة من أفراد عينة الدراسة بواسطة الاستبانة، وتمثل المصدر الأساسي

لاختبار فرضيات الدراسة.

البيانات الثانوية

وتشمل المعلومات التي تم جمعها من الكتب والدوريات العلمية والمقالات المحكمة والرسائل الجامعية والدراسات السابقة المتعلقة بجودة الخدمات البيئية ورضا العملاء، وذلك بهدف بناء الإطار النظري للدراسة ودعم تفسير النتائج.

٣,٧ إجراءات التحليل الإحصائي

بعد جمع بيانات الاستبانة، سيتم تحليلها وذلك للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها. وسيتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

- استخراج التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة .
- حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتحديد مستوى استجابات أفراد العينة على فقرات ومتغيرات الدراسة، والإجابة عن أسئلة البحث .
- إجراء اختبار الصدق والثبات للاستبانة باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) للتأكد من اتساق أداة الدراسة وملاءمتها للتطبيق .
- استخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation) لقياس قوة واتجاه العلاقة بين جودة الخدمات البيئية ورضا العملاء .
- استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression) لاختبار أثر جودة الخدمات البيئية في تحسين رضا العملاء، والتحقق من صحة فرضيات الدراسة عند مستوى دلالة إحصائية $(\alpha \leq 0.05)$.

وستعرض نتائج التحليل الإحصائي في الفصل الرابع من خلال الجداول والتفسيرات المناسبة، مع مناقشتها وربطها بالدراسات السابقة وأهداف الدراسة.

٣,٨ الخاتمة

تناول هذا الفصل منهجية الدراسة التي اعتمد عليها الباحث لتحقيق أهداف البحث، حيث تم توضيح التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة، وتصميم البحث، ومجتمع الدراسة والعينة، وأداة جمع البيانات، وأنواع البيانات المستخدمة، بالإضافة إلى الإجراءات والأساليب الإحصائية التي سيتم استخدامها في تحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة. وتمثل هذه المنهجية الأساس العلمي الذي ستعتمد عليه الدراسة في الفصل الرابع لتحليل البيانات ومناقشة النتائج، وصولاً إلى تقديم التوصيات والاستنتاجات التي تسهم في تحسين جودة الخدمات البيئية وتعزيز رضا العملاء في شركة أفراس بمدينة الرياض .

الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

المقدمة

توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

الخاتمة

الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

توصيات الدراسة:

الخاتمة: