

تأثير جودة الخدمة على نجاح المشروع: بالتطبيق على شركة البيك للمأكولات السريعة – جدة – المملكة العربية السعودية (دراسة حالة)

اسم الطالب:
أحلام عبده محمد قاسم

مشروع التخرج-1
كلية الإدارة – جامعة ميد أوشن

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس – كلية الإدارة – جامعة ميد أوشن

الفصل الدراسي الأول -2024

الشكر والتقدير

الشكر والحمد لله سبحانه وتعالى الذي به تتم الصالحات
فالحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا ووفقنا في
انجاز هذا العمل.

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان

للاستاذة الدكتورة: " منى مصطفى العشري "

التي أشرفت على هذا العمل ونفقتنا بعلمها وخبرتها، ولم تبخل
علينا بوقتها ونصائحها وتوجيهاتها التي سهلت عملنا بشكل كبير
كما أخص بالشكر كل أفراد عائلتي وخاصة والدي على دعمهم
المعنوي

وكل الشكر والعرفان لزوجي العزيز وأولادي على دعمهم المعنوي
وتضحياتهم

الإهداء

في المقام الأول، أشكر الله تعالى على إعطائي الإرادة والصحة والشجاعة
للقيام بهذا العمل.

وبسرور هائل وقلب مفتوح وفرح هائل، أهدي هذا العمل المتواضع لـ:
والدي الغالي عبده، ووالدتي الجميلة فاطمة، وزوجي العزيز خالد، الذي
عمل على نجاحي، بالحب والدعم والتشجيع والنصيحة الثمينة، فلا يمكن
التعبير عما يستحقه من أجل كل السعادة والمتعة والراحة والتضحيات التي
لم يتوقف عن تقديمها لي طوال الحياة.

إلى أخواني وأخواتي الرائعين دائما، أغتتم هذه الفرصة لأقول "أنا أحبكم"
إلى أولادي طلال و رود وروند، أنتم أجمل عطايا ربي لي، كم أتمنى أن
أراكم في أعلى المناصب وأعظمها، أنتم أجمل شيء في حياتي.
وإلى كل من سلك طريقا إلى العلم يبتغي به وجه الله.

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح تأثير جودة الخدمة على نجاح المشروع في مطاعم اللوجبات السريعة، وبالتحديد تأثير سرعة الخدمة، مظهر الموظفين وسلوكهم، ولاء العملاء على نجاح المشروع، تم استخدام أسلوب العينة العشوائية البسيطة، ومن أجل تحقيق أهداف هذه الدراسة تم توزيع استبيان على عينة مكونة من 127 شخص، تم تحليل بيانات الدراسة باستخدام المنهج الكمي التحليلي مستخدم أساليب الإحصاء الكمي وأسلوب ليكرت الخماسي، نستنتج من النتائج أن العلاقة بين جودة الخدمة ونجاح المشروع علاقة طردية حيث كلما ارتفع مستوى الخدمة يزيد من نجاح المشروع.

جدول المحتويات

1	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة	8
1.1	مقدمة:	9
1.2	مشكلة البحث:	11
1.3	أهمية البحث:	12
1.3.1	أهمية نظرية:	12
1.3.2	أهمية تجريبية:	12
1.4	أسئلة البحث:	13
1.5	أهداف البحث:	13
1.6	فرضيات البحث:	13
1.7	نموذج البحث:	14
1.8	الدراسة الميدانية:	15
1.9	هيكل المشروع المقترح:	15
2	الفصل الثاني: الإطار النظري	16
2.1	المقدمة:	17
2.2	جودة الخدمة:	17
2.2.1	مفهوم الجودة:	17
2.2.2	تطورات جودة الخدمة:	18
2.2.4	كيف يمكن تحسين جودة الخدمة؟	20
2.2.5	الاهتمام بزيادة جودة الخدمات المقدمة للعملاء حتى يسهل عليهم إدراكها من خلال:	20
2.2.6	السلوكيات الإيجابية والسلبية للموظف وتأثيرها على جودة الخدمة:	21
2.2.7	تأثير سرعة الخدمة على جودة الخدمة:	23
2.3	نجاح المشروع:	24
2.3.1	المقدمة:	24
2.3.2	مفهوم نجاح المشروع:	24
2.3.3	تطورات نجاح المشروع:	25
2.3.4	نظريات نجاح المشروع:	26
2.4	العلاقة بين جودة الخدمة ونجاح المشروع:	27

27	2.4.1 العوامل المؤثرة على أنماط جودة الخدمة:
29	2.4.2 الفجوات:
30	2.5 الخاتمة:
32	3 الفصل الثالث: منهجية الدراسة
33	3.1 المقدمة:
33	3.2 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث:
33	3.3 تصميم البحث:
34	3.4 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات:
35	3.4.1 مجتمع الدراسة:
35	3.4.2 عينة الدراسة:
35	3.4.3 طريقة وتقنيات أخذ العينة:
35	3.5 طريقة جمع البيانات:
36	3.5.1 المتغير المستقل (جودة الخدمة):
36	3.5.2 المتغير التابع (نجاح المشروع):
37	3.6 أنواع البيانات:
37	3.6.1 البيانات الأولية:
37	3.6.2 البيانات الثانوية:
37	3.7 طرق وأساليب تحليل البيانات:
38	3.8 الخاتمة:
43	4 الفصل الرابع: التحليل الإحصائي لنتائج الدراسة
44	4.1 المقدمة:
44	4.2 خصائص عينة الدراسة:
48	4.3 قياس صدق وثبات أداة البحث:
49	4.3.1 صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة:
51	4.3.2 ثبات أداة الدراسة:
51	5. التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:
53	6. معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة:
62	8. قائمة المراجع:
65	9. الملاحق:

جدول الأشكال:

Figure number رقم الشكل	Figure title عنوان الشكل	Page number رقم الصفحة
الشكل 1	نموذج الدراسة المقترح، المصدر الباحث	14
الشكل 2	هيكل المشروع المقترح	15
الشكل 3	سلسلة الأرباح في المطاعم	22
الشكل 4	ملخص تصميم الدراسة. المصدر: الباحث	33

جدول الجداول:

رقم الجدول Schedule number	اسم الجدول Name of the Schedule	رقم الصفحة Page number
1	جدول عينة الدراسة	35
2	المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل (جودة الخدمة)	36
3	المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع (نجاح المشروع)	37
4	توصيف عينة الدراسة	44
5	نتائج SPSS لخاصة باختبار صدق الاتساق الداخلي والتقاربي لمقاييس متغيرات الدراسة	49
6	ثبات أداة الدراسة	51
7	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة	52

1 الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1 مقدمة:

إن البحث في طبيعة العلاقة بين الجودة الداخلية والخارجية يعد من الأمور والأبحاث الحديثة في البيئة السعودية، ذلك لأنها تبحث محورا أساسيا في صناعة الضيافة والعاملون، لأنهم يشكلون الميزة التنافسية في صناعة المطاعم، فعندما يكون العاملون على مستوى عال من الاحتراف والمهنية في مزاولة مهنة الضيافة في المطاعم فإنهم بذلك يشكلون قاعدة أساسية في رضا الزبائن، ذلك لأن الخدمات في صناعة الضيافة لا تقدم بمعزل عن العاملين، بل أن العامل هو الأداة الأساسية في جميع إجراءات تقديم الخدمة إلى الزبائن، لذا فإن هذه الدراسة تبحث في قدرة العاملين على ضمان جودة الخدمة الخارجية المقدمة للزبائن، وكيف رضا الزبون الخارجي مرتبط ارتباطا وثيقا بالزبون الداخلي وبالتالي تحقيق النجاح والأرباح كما في مطاعم البيك للوجبات السريعة. (حماد (2012،all et

يشهد العالم خلال السنوات الأخيرة تطورات كبيرة في مجال الخدمات مما جعلها ذات أهمية كبيرة في اقتصاد الدول الأمر الذي خلق منافسة شديدة بين مقدمي الخدمة، مما ساهم في زيادة الوعي بالمهتمين بأهمية جودة الخدمات محاولين تقييمها من خلال نماذج مقترحة من قبل بعض الباحثين في المجال، وهذا ما جعل إدارة الجودة تنمو لكونها تعتبر هاجسا للمؤسسة عليها تحقيقها، وقد اقتضى الأمر من الدول أن تهتم بموضوع الجودة وتضعه في سلم أولوياتها الاقتصادية من خلال تطوير مؤسساتها والارتقاء بأدائها العام وتحسين استخدام مواردها. لقد أصبحت النظم الاقتصادية في العالم تتميز جميعا بنسق مشترك قائم على أساس احترام المستهلك والعمل على إرضاءه، وقد اهتمت معظم المؤسسات الناجحة بالعمل على معرفة السلعة أو الخدمة التي يريدها الزبائن، وكذا مواصفاتها والدرجة الاعتمادية المرغوبة وطريقة التسليم، والسعر المناسب

.... إلخ، إن استمرارية المؤسسات الخدمية في أداء نشاطها بشكل جيد وضمان نموها وتطورها مرهون بمدى قدرتها على جلب عدد أكبر من التعاملات، وتلبية حاجات ورغبات العملاء، إن عملية قياس جودة الخدمة هي عملية دائمة ومستمرة من أجل تطوير جودة الخدمة لنجاح المشروع. (قاضي et al، 2022،

حدث تطور هائل في عالم التسويق مما أدى إلى البحث عن أفضل وأسرع الطرق لجذب العملاء. ويعد مفهوم خدمة العملاء واحداً من أهم عوامل نجاح أي منظم. حيث العديد من المنظمات تستمد جزءاً كبيراً من أرباحها من عملائها الأوفياء. وكذلك يؤدي ولاء العملاء في مطاعم البيك للوجبات السريعة إلى ارتفاع معدل الاحتفاظ بالعملاء والنجاح المستمر للأعمال. لذلك يجب عند تشغيل أي منظمة أن يتم التركيز ليس فقط على جذب العملاء للمرة الأولى ولكن أيضاً على تطوير علاقة طويلة الأمد معهم. (المغاوري et al، 2023،

القيسي وأحمد (2012) هدفت الدراسة إلى التعرف على تأثير إدارة علاقات الزبون بجودة الخدمات والتعرف على واقع تطبيق العلاقة مع الزبون، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود مستوى متدن من رضا الزبون وجودة الخدمات في بعض المطاعم للوجبات السريعة.

لكي يتحقق النجاح للمشاريع وتحقق المزيد من عملية التنمية لا بد وان يتوافر بها مقومات الكفاءة والجودة، وهو ما يتطلب أن تأتي هذه المشروعات ملبية لاحتياجات المجتمع المحلي من السلع والخدمات، وأن تكون قادرة في نفس الوقت على الاستفادة من الموارد المحلية سواء الموارد المادية أو البشرية (المجلس القومي للمرأة، 2002)

تعددت التعريفات التي تناولت مفهوم ولاء العميل حيث كانت الدراسات في بداية ظهوره تهتم بتعريفه من الجانب السلوكي الخاص بتكرار الشراء، ثم

بدأ الاهتمام بالجانب الاتجاهي وهو الاهتمام ببحث اتجاهات العملاء. ولكن تعريف ولاء العميل من أحد الجانبين فقط لا يعد تعريفاً مكتملاً حيث أن الولاء السلوكي والولاء الاتجاهي مكملاً لبعضهم البعض ويؤديان في النهاية إلى الولاء الحقيقي. (إبراهيم et al، 2022)

1.2 مشكلة البحث:

في مجال إدارة المشاريع، توجد فجوات نظرية وتجريبية تتطلب المزيد من التحقيق ومن خلال تحديد هذه الثغرات ومعالجتها، يمكن للباحثين المساهمة في مجموعة المعرفة في إدارة المشاريع وتحسين الممارسات الحالية. تشمل مشكلة البحث في هذه الدراسة مجالين رئيسيين: الفجوات النظرية والفجوات التجريبية.

1.2.1 الفجوات النظرية:

تواجه معظم المطاعم اليوم تحديات كبيرة في الوصول إلى مستوى عالٍ من ولاء العملاء لها. وتستخدم وسائل شتى وتنفق الكثير من الأموال من أجل جذب عدد كبير من العملاء، وتستعين بكل الطرق الحديثة ونتائج الأبحاث لتطبيق استراتيجيات فعالة من أجل الوصول لهذا الغرض من خلال جودة الخدمة، ولا يمكن انكار تعدد مطاعم الوجبات السريعة في المملكة العربية السعودية كمطعم البيك حاصلة على حق امتياز. (إبراهيم et al، 2022)

1.2.2 الفجوات العملية:

نقص المراجع المتخصصة بشكل معمق في هذا الموضوع، صعوبة تعميم نتائج البحث على كل المطاعم، نظراً لضيق الوقت والتكاليف المالية، مما جعل الدراسة تقتصر على أهم المطاعم الدولية. عدم وجود معلومات حديثة تخص المطاعم لمحاولة الحصول على المعلومات اللازمة للدراسة. (مخالفة، 2015)

تتناول هذه الدراسة التساؤل البحثي الرئيسي التالي:

ما تأثير جودة الخدمة على نجاح المشروع؟

1.3 أهمية البحث:

تكمن الأهمية النظرية والتجريبية لهذا البحث في قدرته سد الفجوات القائمة والمساهمة في النهوض بممارسات إدارة المشاريع من خلال استكشاف الفجوات النظرية والتجريبية التي تم تحديدها، تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق ما يلي:

1.3.1 أهمية نظرية:

تتبع أهمية البحث من أهمية الموضوع ذاته، والذي يتناول مستوى الخدمات المقدمة، ومدى تماشيها وموافقتها لرغبات وحاجات الزبائن، لا سيما بعد زيادة وعيهم، وتغير أنواقهم ومتطلباتهم باستمرار، حيث أصبح ينظر الزبون للجودة كأحد المعايير الأساسية لتقييم واختيار حاجاته ورغباته، مما زاد العبء على المؤسسات، إضافة إلى أن هذا الموضوع أصبح أحد أهم انشغالات الفاعلين بالمؤسسات، والباحثين والدارسين، خاصة بعد أن عرف قطاع الخدمات تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة لينافس القطاع الصناعي في الجهود. إذ يمكن من خلال هذه الدراسة القاء المزيد من الضوء في هذا الموضوع على شركة البيك للوجبات السريعة والتعمق في جوانبه. (عبد الرحيم & سمية، 2019)

1.3.2 أهمية تجريبية:

اختلاف تقييم الأداء الفعلي من طرف العملاء للخدمة المقدمة من قبل مطعم البيك، مع وجود علاقة ارتباط بين جودة الخدمة المقدمة ورضا العملاء، كما توصلت إلى أن مستوى الخدمات لا يرقى إلى مستوى توقعات العملاء، وأنه

كلما ارتفعت جودة الخدمة كلما زاد رضا العملاء وبالتالي نجاح المشروع. (عبد
الرحيم & سمية، 2019)

1.4 أسئلة البحث:

السؤال الرئيسي: ما هو تأثير جودة الخدمة على نجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة؟
الأسئلة الفرعية:

- كيف تؤثر سرعة الخدمة على نجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة؟
- كيف يؤثر مظهر الموظفين وسلوكهم على نجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة؟
- كيف تؤدي جودة الخدمة على رضا العملاء في مطاعم البيك للوجبات السريعة؟

1.5 أهداف البحث:

الهدف الرئيسي:

فهم العلاقة بين جودة الخدمة ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.

الأهداف الفرعية:

- تقييم العلاقة بين سرعة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- تحديد العلاقة بين دقة الخدمة ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- فهم العلاقة بين مظهر الموظفين وسلوكهم ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- تقييم العلاقة بين نظافة المطعم ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- تحديد العوامل التي تؤثر على جودة الخدمة في مطاعم الوجبات السريعة.

1.6 فرضيات البحث:

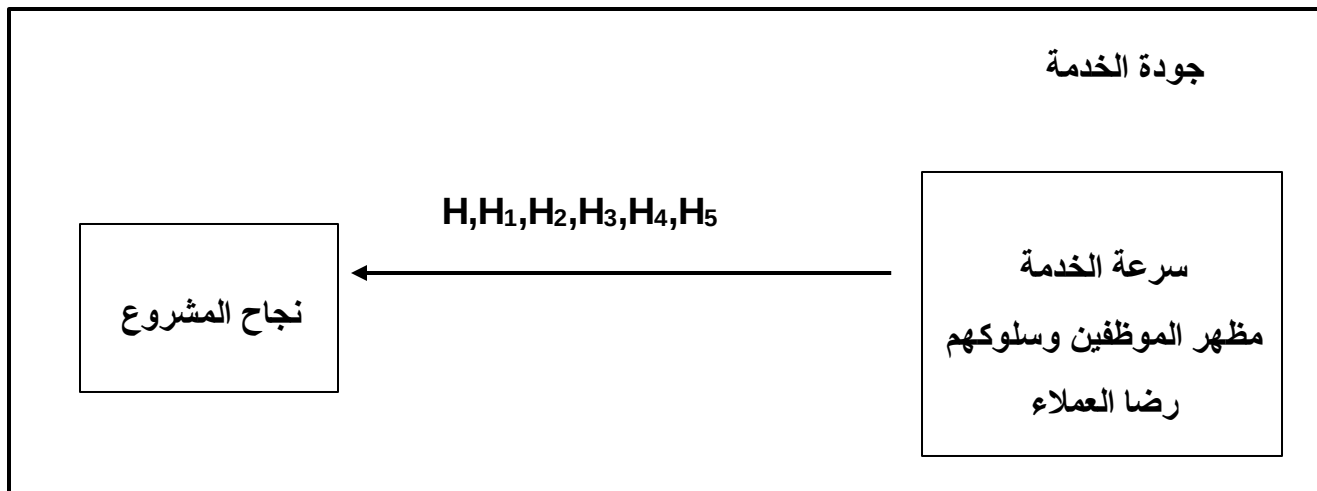
الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة معنوية ايجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.

الفرضيات الفرعية:

- توجد علاقة معنوية ايجابية ذات دلالة إحصائية بين سرعة الخدمة كأحد أبعاد جودة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- توجد علاقة معنوية ايجابية ذات دلالة إحصائية بين مظهر الموظفين وسلوكهم كأحد أبعاد جودة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة.
- توجد علاقة معنوية ايجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء كأحد أبعاد جودة الخدمة في مطاعم البيك للوجبات السريعة.

1.7 نموذج البحث:



الشكل 1: نموذج الدراسة المقترح، المصدر الباحث

1.8 الدراسة الميدانية:

الدراسة الميدانية وذلك لحصر وتحديد مواقع مطاعم البيك للوجبات السريعة في مدينة جدة وذلك بالاستعانة بأجهزة النظام العالمي لتحديد المواقع GPS، هذا بالإضافة إلى توزيع استمارات الاستبيان التي تعد من أساسيات هذه الدراسة.

© 2023 Copyright ALBAIK Food Systems Company. ® All rights reserved ALBAIK and Logo are registered trademarks of the ELBAIK Food Systems Company S.A.

1.9 هيكل المشروع المقترح:



2 الفصل الثاني: الإطار النظري

2.1 المقدمة:

استخدم مفهوم الجودة ضمن مفاهيم عديدة ومختلفة على الرغم من عدم وجود معنى واضح ومحدد لها، فمن وجهة نظر المستفيد ترتبط الجودة بالقيمة أو الفائدة التي يحصل عليها جراء استخدامه المنتج واستفادته منه، وفي مدى قدرة المنتج على تلبية حاجات المستفيد، وهذه مسألة قد يكون فيها اختلاف كبير بين مستفيد وآخر خاصة بعد التغيير الحاصل في سلوك الزبون والذي بدأ ينظر للجودة كمعيار أساسي لتقييم ما يشبع حاجاته ورغباته من سلع وخدمات بغض النظر عن مصدرها، وقد يظهر عدم الاختلاف على نحو واضح في الخدمات التي تتصف بخصائص متعددة. (حنان & سمية، 2019)

فلجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة لبعض المطاعم والمؤسسات التي تهدف إلى تحقيق النجاح والاستقرار، ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الإنتاج، وتصنيف المنتجات بانتظار العملاء لكن في مجال الخدمات فإن العملاء والموظفين يتعاملون معاً من أجل خلق الخدمة وتقديمها على أعلى مستوى، فعلى المطاعم والمؤسسات الاهتمام بالموظفين والعملاء معاً. (حنان & سمية، 2019)

لذا سنتطرق في هذا الفصل إلى ماهية جودة الخدمات بما فيها من أبعاد وأهمية، وخطوات تحقيقها، إضافة إلى قياسها من منظور الزبائن، وذلك بعد المرور بمبشرين نتعرف فيهما على ماهية كل من الجودة والخدمة من خلال مجموعة من العناصر الأخرى. (حنان & سمية، 2019)

2.2 جودة الخدمة:

2.2.1 مفهوم الجودة:

الجودة مفهوم يشير إلى عملية يمكن من خلالها رفع مستوى المطاعم والنظام في ضوء توقعات المستفيدين (الزبائن) من خلال عملية مقننة البناء لحل المشكلات بحيث يستطيع النظام تطوير جودة الخدمة أو الأداء. (محمد أبو المواهب، 2007)

يعرفها فليب كوتلر بأنها نشاط أو انجاز مرتبطة بعملية تبادلية يقدمها طرف ما لطرف آخر ويكون أساسا غير ملموس ولا ينتج عنها أية ملكية، وإن إنتاجها أو تقديمها مرتبط بمنتج مادي أو لا تكون وعلى ضوء هذا التعريف يمكن القول إن الخدمة هي عبارة عن أنشطة غير ملموسة، تحدث من خلال عملية تبادلية للمنافع بين طرفين، وقد تكون مقترنة بمنتج مادي أو العكس، مع عدم إمكانية نقل ملكيتها. (قاضي، et all 2022)

ويعرف فكاتليل الخدمة بأنها: أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها ما لطرف آخر، وتكون أساسا غير ملموسة، ولا تنتج عنها أية ملكية، وإن إنتاجها وتقديمها قد يكون مرتبطا بمنتج مادي ملموس أو لا يكون. (قاضي، et all 2022)

2.2.2 تطورات جودة الخدمة:

تشمل تطورات جودة الخدمة جوانب مختلفة مثل إدارة توقعات العملاء، واستخدام التطورات التكنولوجية مثل تقنيات الخدمة الذاتية وروبوتات الدردشة، وضمان الحفاظ على معايير الجودة أثناء التغييرات التنظيمية وعمليات الاستحواذ. تسعى المطاعم جاهدة لتقديم خدمات فائقة من خلال التركيز على رضا العملاء والولاء وخلق القيمة. تلعب الحوسبة السحابية دورًا مهمًا في توفير الموارد حسب الطلب وتلبية توقعات جودة الخدمة (QoS) من خلال اتفاقيات مستوى الخدمة (SLAs) يؤكد تطوّر تسويق الخدمات على رضا العملاء والاحتفاظ بهم من خلال جودة الخدمة، مما يسلط الضوء على أهمية خلق القيمة المرتكزة على العملاء والتعريفات التي تركز على أصحاب المصلحة. من خلال دمج هذه الأفكار، يمكن للمطاعم تحسين جودة الخدمة، ودفع ولاء العملاء، وتحقيق النمو المستدام والتميز. (Pratap et al, 2023)

تتضمن تطورات جودة الخدمة إدارة توقعات العملاء، واستخدام التطورات التكنولوجية مثل تقنيات الخدمة الذاتية وروبوتات الدردشة، وإنشاء حزم خدمات ومنتجات فائقة لتحسين جودة الخدمة في المؤسسات (Pratap et al, 2023)

2.2.3 تأثير مظهر الموظفين على جودة الخدمة:

يُعدّ مظهر الموظفين أحد العوامل المؤثرة على جودة الخدمة المقدمة للعملاء. فمظهر الموظف يُشكل انطباعاً أولياً لدى العميل يؤثر على توقعاته وتقييمه للخدمة.

2.2.3.1 تأثيرات إيجابية لمظهر الموظفين على جودة الخدمة:

- **المظهر الأنيق والنظيف:** يُعزز الثقة لدى العميل ويشعره بالاحترام والتقدير.
- **المظهر المهني:** يُضفي على الخدمة شعوراً بالاحترافية ويُعزز الثقة بكفاءة الموظف وقدرته على تقديم خدمة عالية الجودة.
- **المظهر الموحد:** يُضفي على فريق العمل مظهراً منظمًا ومهنيًا ويُعزز شعور العميل بالثقة في جودة الخدمة المقدمة.
- **الاهتمام بالنظافة الشخصية:** يُعطي انطباعاً إيجابياً عن الموظف ويؤثر على شعور العميل بالراحة والاطمئنان.
- **المظهر اللائق:** يُراعي العادات والتقاليد والثقافة المحلية ويُعزز شعور العميل بالاحترام والتقدير. (كتاب "إدارة جودة الخدمة" للكاتبة برناديت بوزي)

2.2.3.2 تأثيرات سلبية لمظهر الموظفين على جودة الخدمة:

- **المظهر غير الأنيق أو غير النظيف:** يُعطي انطباعاً سلبياً عن الموظف ويؤثر على شعور العميل بالراحة والاطمئنان.
- **المظهر غير المهني:** يُضفي على الخدمة شعوراً بالهواوية وعدم الاحترافية ويُقلل من ثقة العميل بقدرة الموظف على تقديم خدمة عالية الجودة.

- **المظهر غير الموحد:** يُعطي انطباعًا عن عدم تنظيم العمل ويُقلل من ثقة العميل في جودة الخدمة المقدمة.
- **الإهمال في النظافة الشخصية:** يُعطي انطباعًا سلبيًا عن الموظف ويُؤثر على شعور العميل بالراحة والاطمئنان.
- **المظهر غير اللائق:** لا يراعي العادات والتقاليد والثقافة المحلية ويُؤثر سلبًا على شعور العميل بالاحترام والتقدير. (كتاب "إدارة جودة الخدمة" للكاتب برناديت بوزي)

2.2.4 كيف يمكن تحسين جودة الخدمة؟

- تعد إدارة توقعات العملاء وحزم المنتجات والخدمات أمراً بالغ الأهمية لتحسين جودة الخدمة.
 - يمكن أن يؤدي دمج التطورات التكنولوجية وتكنولوجيا المعلومات، مثل تقنيات الخدمة الذاتية وروبوتات المحادثة، إلى تحسين جودة الخدمة بشكل كبير.
 - يمكن أن يوفر إجراء التحليل التجريبي ودراسة أفضل الممارسات في إدارة جودة الخدمة خارج الولايات المتحدة رؤى عملية لصياغة استراتيجيات فعالة.
 - يمكن أن يوفر دعم الخدمة الفائق لشركات المنتجات المادية وتقديم خيارات الخدمة عبر الإنترنت ميزة تنافسية.
 - يمكن أن تؤدي زيادة المنتجات باستخدام عوامل تمييز الخدمة الرئيسية، مثل الطلب والتسليم والتركييب وتدريب العملاء والصيانة، إلى تحسين جودة الخدمة.
- (et al Mladen, 2023)

2.2.5 الاهتمام بزيادة جودة الخدمات المقدمة للعملاء حتى يسهل عليهم إدراكها من خلال:

- الاهتمام بجميع العناصر المادية المصاحبة للخدمة من الأجهزة والمعدات وأدوات المائدة المستخدمة في إعداد الطعام وتناوله.

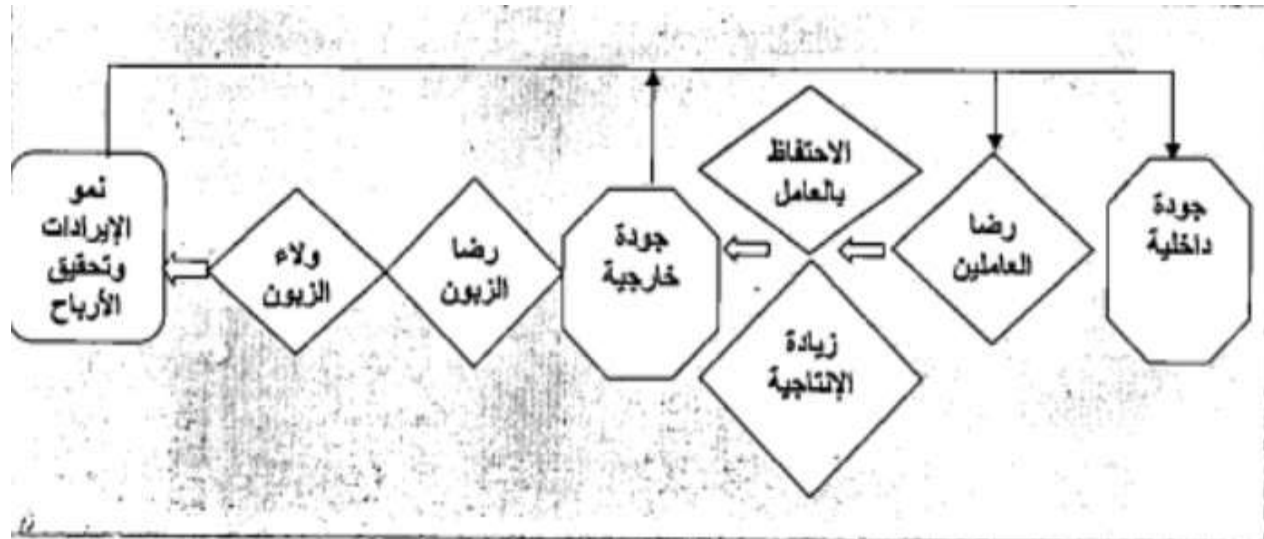
- تعيين مقدمو خدمات قادرين على سرعة الاستجابة لنداء العملاء وتقديم الخدمات لهم خلال وقت الانتظار المناسب المحدد مسبقاً.
 - تدريب مقدم الخدمة على زيادة القدرة والدقة في إنجاز الخدمات المطلوبة منه وفقاً للوعد المقدمة للعملاء.
 - زيادة قدرة مقدم الخدمة على بث الشعور بالأمان والطمأنينة إلى نفوس العملاء أثناء وجودهم داخل المطاعم، والتعامل مع العملاء بشكل مهذب ومحترم.
 - اهتمام مقدم الخدمة بالعملاء والعمل على راحتهم وتنفيذ كل طلباتهم.
- (ابراهيم et al, 2022)

2.2.6 السلوكيات الإيجابية والسلبية للموظف وتأثيرها على جودة الخدمة:

- إن السلوك الأخلاقي الحميد هو كل سلوك فردي أو جماعي يستحسنه الناس مهما اختلفت مفاهيمهم وعاداتهم .
- إن للوظيفة العامة واجبات ومسئوليات وتشمل تخصصات وأنظمة ولوائح، يجب على الموظف القائم عليها أن يستوعبها ويفهمها على أكمل وجه، ويتدرب على أفضل الطرق لتحقيق الغايات والأهداف التي أنشئت الوظيفة من أجلها.
- لأنه أثناء قيامه بواجباته ومهام تلك الوظيفة ال يمثل نفسه بل يمثل الدولة.
- يمكن تعريف السلوكيات الإيجابية بأنها مجموعة القواعد والقيم والمبادئ والمعايير التي يجب على الموظف الالتزام بها والتقيد بها، وتشمل السلوكيات الإيجابية ما يلي:
- القوة والأمانة والصدق والخالص في العمل وعدم إفشاء أسرار الوظيفة
- أداء وإتقان العمل والإحساس بالواجب والمحافظة على أوقات العمل الرسمية
- تطبيق القوانين واللوائح والأنظمة النافذة واحترامها والمحافظة على المال العام.
- التفرغ للعمل الوظيفي وعدم الجمع بين الوظيفة وأي عمل آخر واحترام وطاعة الرؤساء.

- مراعاة آداب اللياقة والمظهر العام والالتزام بالألفاظ اللائقة والذوق العام في عالقة الموظف مع الجمهور والمراجعون والرؤساء والمؤوسين والزملاء في العمل.
- الترفع عما يخل بشرف الوظيفة العامة والكرامة والولاء للوطن والاسترشاد بالمصلحة العامة .
- نشأت ظواهر تخص السلوك غير القويم للفرد والمتمثل بعدم نزاهة ألف راد سلوكياً في العقود الأخيرة وقد تأثر الاقتصاد العربي بهذه الظواهر التي، ومالي وظيفاً بدأت تنهش في هيكله الدولة وعجزها عن مواجهة مثل هذه الظواهر إضافة إلى تحديات العولمة وما تشكل منه بعد أكثر من حرب وحصار مرت على الدول العربية، وكذلك المتغيرات السياسية الدولية.

من هذه الظواهر: الرشوة، الوساطة، الاختلاس، التزوير، استغلال السلطة، افشاء اسرار العمل، وعدم الولاء للوطن. هذه الظواهر لها انعكاسات سلبية على اداء الموظف وبالتالي على الجودة. (عوض العنزي، 2016)



الشكل 3: سلسلة الأرباح في المطاعم

2.2.7 تأثير سرعة الخدمة على جودة الخدمة:

تُعدّ سرعة الخدمة من العوامل المؤثرة على جودة الخدمة المقدمة للعملاء .فسرعة الخدمة تُشير إلى الوقت الذي يستغرقه العميل في الحصول على الخدمة منذ لحظة وصوله إلى المنشأة حتى حصوله على الخدمة ومغادرة المنشأة.

2.2.7.1 تأثيرات إيجابية لسرعة الخدمة على جودة الخدمة:

- **تقليل وقت انتظار العملاء :** يُقلل من شعور العميل بالملل والضيق ويُعزز شعوره بالرضا عن الخدمة.
 - **تحسين كفاءة العمليات :** يُساهم في زيادة الإنتاجية وتقليل التكاليف وتحسين جودة الخدمة المقدمة.
 - **تعزيز رضا العملاء :** يُؤدي إلى زيادة ولاء العملاء وتشجيعهم على التكرار والتوصية بالخدمة للآخرين.
 - **إعطاء انطباع بالاحترافية :** يُشير إلى قدرة المنشأة على إدارة وقتها وتقديم الخدمة للعملاء بكفاءة وفعالية.
 - **تحسين صورة المنشأة :** يُعزز من سمعة المنشأة ويجعلها أكثر جاذبية للعملاء الجدد.
- (جاي ككاندا مبولي et al, 2007)

2.2.7.2 تأثيرات سلبية لسرعة الخدمة على جودة الخدمة:

- **التضحية بجودة الخدمة :** قد تُؤدي السرعة المفرطة إلى التضحية بجودة الخدمة وتقديم خدمة غير مكتملة أو غير دقيقة.
- **زيادة التوتر لدى الموظفين :** قد تُؤدي السرعة المفرطة إلى زيادة التوتر لدى الموظفين وتأثيره على أدائهم وتقديم خدمة غير مرضية للعملاء.
- **الشعور بالضغط لدى العملاء :** قد تُؤدي السرعة المفرطة إلى شعور العميل بالضغط وعدم الراحة أثناء تلقي الخدمة.

- **إهمال احتياجات العملاء:** قد تؤدي السرعة المفرطة إلى إهمال احتياجات العملاء والاستماع إلى أسئلتهم وتقديم المشورة لهم.
- عدم الاهتمام بالتفاصيل:** قد تؤدي السرعة المفرطة إلى عدم الاهتمام بالتفاصيل وإغفال بعض الأمور المهمة في تقديم الخدمة. (جاي ككاندا مبولي et al, 2007)

2.3 نجاح المشروع:

2.3.1 المقدمة:

تعرقل منظمات الأعمال منافسة قوية وفي شتى المجالات. والذي يكمن في نجاح هذه المنظمات هو تكيفها للمعلومات المتوفرة لها وتطويرها بما يطور مسار عملها الإنتاجي.

2.3.2 مفهوم نجاح المشروع:

عرف (Govil & Sharma, 2022, p.1) النجاح في مشروعات تطوير المشروعات بأنه تسليم المشروع ضمن الإطار الزمني المحدد وكذلك أن يفي المشروع بمتطلبات العميل. كما عرفه (Iriarte & Bayona, 2020, p.68) بأنه إنهاء المشروع وفق النطاق، والوقت والتكلفة، مع تحقيق الجودة، والوظيفة، وأداء المنتج، بالإضافة إلى إرضاء أصحاب المصلحة، وخاصة المستخدمين، وأخيرا أثر وفائدة المشروع على المنظمة. كما عرفه (Butler et al, 2020, p.3) بأنه مدى تحقيق المشروع لأهدافه المحددة، مثل المتطلبات، والجدول الزمني، والميزانية، والجودة، والإنتاجية. كما عرف (Komal et al, 2019, p.12) نجاح المشروع بأنه القدرة على إنهاء المشروع في حدود الميزانية، والمدة الزمنية المحددة، مع الالتزام بجودة المنتج للمشروع، وضمان رضا العملاء عنه. كما رأى (Agarwal & Rathod, 2006, p.361) بأنه القدرة على تلبية النطاق الذي يشمل مواصفات البرنامج من حيث الأداء الوظيفي، والجودة، وضمن الميزانية والجدول الزمني، من خلال اعتماد العملية والأدوات والتقنيات المناسبة. (محمد السيد، et al 2022)

وفي ضوء ما سبق فإنه يمكن للباحثين توضيح مفهوم نجاح المشروع بأنه القدرة على ضمان منتج ناجح للمشروع في الوقت والنطاق المحددين وضمان حدود الميزانية وبالجودة التي ترضي العميل مع تحقق الأهداف الاستراتيجية وأهداف الأعمال الاستثمارية للمنظمات. (محمد السيد et al, 2022)

2.3.3 تطورات نجاح المشروع:

2.3.3.1 العوامل المؤثرة على نجاح المشروع:

هناك العديد من العوامل التي يمكن أن تؤثر على نجاح المشروع، منها:

- **التخطيط الجيد:** من الضروري وضع خطة شاملة للمشروع تحدد الأهداف والمهام والجدول الزمني والميزانية والموارد اللازمة.
 - **التواصل الفعال:** يجب أن يكون هناك تواصل فعال بين جميع أصحاب المصلحة في المشروع، بما في ذلك أعضاء الفريق والعملاء والموردين.
 - **إدارة المخاطر:** من المهم تحديد المخاطر المحتملة للمشروع واتخاذ خطوات للتخفيف منها.
 - **قيادة قوية:** يجب أن يكون هناك قائد قوي للمشروع لديه القدرة على تحفيز الفريق وإلهامهم وتحقيق الأهداف.
 - **المرونة:** من المهم أن تكون مرئاً وقادراً على التكيف مع التغييرات التي قد تحدث خلال المشروع. (هارولد كيرزرنر, 2022)
- نصائح لتحسين فرص نجاح المشروع:**

من أهمها وضع أهدافاً واقعية وقابلة للتحقيق، قسّم المشروع إلى مهام أصغر وأكثر قابلية للإدارة، ضع خطة زمنية واقعية وميزانية، تواصل بشكل فعال مع جميع أصحاب المصلحة، حدد المخاطر المحتملة واتخذ خطوات للتخفيف منها، كن مرئاً وقادراً على التكيف مع التغييرات، راقب تقدم المشروع وقم بإجراء التعديلات حسب الحاجة. (هارولد كيرزرنر, 2022)

2.3.4 نظريات نجاح المشروع:

يسعى رواد الأعمال وأصحاب المشاريع جاهدين لفهم العوامل التي تساهم في نجاح مشاريعهم، وتُعدّ النظريات المختلفة بمثابة أدوات تحليلية تُساعد على تفسير الظواهر وفهم مسارات المشاريع وتحديد العوامل المؤثرة على نتائجها.

2.3.4.1 أهم نظريات نجاح المشروع:

نظرية الأهداف :تُركز هذه النظرية على أهمية تحديد أهداف واضحة وقابلة للقياس وقابلة للتحقيق ومحددة زمنياً وذات صلة وموجهة نحو النتائج (SMART) للمشروع، مع التأكيد على ضرورة التزام الفريق بتحقيقها. (هارولد كيرزнер، 2023 , p. 15

نظرية الموارد :تُشير هذه النظرية إلى أن نجاح المشروع يعتمد على توفر الموارد اللازمة بما في ذلك الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية والمواد الخام. (Fred R. David,p.182,2023)

نظرية أصحاب المصلحة :تُركز هذه النظرية على أهمية فهم احتياجات وتوقعات جميع أصحاب المصلحة في المشروع، مثل العملاء والمستثمرين والموظفين والحكومة والمجتمع، والعمل على تلبيتها لضمان استمرارية المشروع ونجاحه. (R. Edward Freeman,p.23,2018)

نظرية القيادة :تؤكد هذه النظرية على دور القائد في تحفيز الفريق وإلهامه وتوجيهه لتحقيق الأهداف المرجوة. (John P. Kotter,p.55,2001)

نظرية البيئة :تُشير هذه النظرية إلى أن نجاح المشروع يعتمد على قدرته على التكيف مع التغييرات البيئية مثل التغييرات الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية والاجتماعية والثقافية. (Michael E. Porter,p.17,1998)

نظرية المخاطر :تُركز هذه النظرية على أهمية تحديد المخاطر المحتملة التي قد تواجه المشروع واتخاذ خطوات استباقية للتخفيف منها أو تجنبها. (PMI,p.331,2021)

2.4 العلاقة بين جودة الخدمة ونجاح المشروع:

أنماط جودة الخدمة ونجاح المشروع: في عالم الأعمال الديناميكي اليوم، باتت جودة الخدمة عنصراً أساسياً لضمان رضا العملاء وتحقيق النجاح المستدام للمشاريع. فمن خلال تقديم خدمة عالية الجودة، تُمكن المنشآت نفسها من جذب العملاء الجدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين وتعزيز ولائهم، مما يؤدي إلى زيادة الإيرادات وتحقيق الأرباح. (Parasuraman et al, 2008)

2.4.1 العوامل المؤثرة على أنماط جودة الخدمة:

تتأثر أنماط جودة الخدمة بمجموعة واسعة من العوامل، وتشمل هذه العوامل:

○ نوع الخدمة:

- تختلف متطلبات جودة الخدمة من نوع خدمة إلى أخرى. فبعض الخدمات تتطلب تركيزاً أكبر على "جودة الخدمة الوظيفية" (مثل كفاءة الخدمة وسرعتها وموثوقيتها) (مثل خدمات البنوك والمستشفيات، بينما تتطلب خدمات أخرى تركيزاً أكبر على "جودة الخدمة العاطفية" (مثل الود والتعاطف والاهتمام) (مثل خدمات الضيافة والسياحة. (Kotler,2016)

○ ثقافة المنشأة:

- تلعب ثقافة المنشأة دورًا هامًا في تحديد أنماط جودة الخدمة التي تقدمها . ففي المنشآت التي تُولي اهتمامًا كبيرًا برضا العملاء وتُركز على الجودة، تكون أنماط جودة الخدمة أكثر تركيزًا على احتياجات العملاء وتوقعاتهم.

(Caruana et al,2002)

○ استراتيجية جودة الخدمة:

- تُؤثر استراتيجية جودة الخدمة التي تتبناها المنشأة على أنماط الخدمة التي تقدمها . فمن خلال تحديد الأهداف والمعايير المتعلقة بجودة الخدمة، تُمكن المنشأة نفسها من توجيه جهودها نحو تقديم خدمة تلبي احتياجات العملاء وتُحقق

رضاءك. (Reichheld ,2001)

○ الموارد المتاحة:

- تُؤثر الموارد المتاحة للمنشأة على قدرتها على تقديم أنماط جودة خدمة عالية . فمن خلال توفر الموارد المالية والبشرية والتكنولوجية اللازمة، تُمكن المنشأة نفسها من تطوير وتحسين أنماط جودة الخدمة التي تقدمها. (Kotler,2016)

○ المنافسة:

- تلعب المنافسة دورًا هامًا في تحديد أنماط جودة الخدمة التي تقدمها المنشآت . ففي الأسواق ذات المنافسة العالية، تضطر المنشآت إلى تقديم أنماط جودة خدمة مُتميزة لجذب العملاء والاحتفاظ بهم. (Reichheld ,2001)

○ التطورات التكنولوجية:

- تُؤثر التطورات التكنولوجية على أنماط جودة الخدمة التي تقدمها المنشآت . فمن خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة، تُمكن المنشأة نفسها من تقديم خدمة أكثر كفاءة ودقة وسرعة، مما يُساهم في تحسين رضا العملاء . (Caruana et

al,2002)

○ توقعات العملاء:

- تتغير توقعات العملاء باستمرار، مما يتطلب من المنشآت مواكبة هذه التغيرات وتقديم أنماط جودة خدمة تلبي احتياجات وتوقعات العملاء المتطورة.

(Zeithaml, 2018)

○ القوانين واللوائح:

- تؤثر القوانين واللوائح المعمول بها على أنماط جودة الخدمة التي تقدمها المنشآت. فمن خلال الالتزام بهذه القوانين واللوائح، تمكن المنشأة نفسها من تقديم خدمة آمنة وموثوقة تلبي متطلبات الجهات الرسمية.

(Zeithaml, 2018)

2.4.2 الفجوات:

على الرغم من أهمية جودة الخدمة، إلا أنها قد تُسبب بعض الفجوات التي تُعيق نجاح المشروع. وتُعرف هذه الفجوات باسم "فجوات جودة الخدمة".

وتشمل فجوات جودة الخدمة الرئيسية ما يلي:

فجوة المعرفة: تنشأ هذه الفجوة عندما لا تفهم المنشأة احتياجات وتوقعات عملائها بشكل كامل، بسبب قلة قنوات التواصل الفعالة مع العملاء، عدم تحليل ملاحظات العملاء بشكل كافٍ، نقص المعرفة بسوق المنافسة. يؤدي ذلك إلى تقديم خدمة لا تلبي احتياجات العملاء، انخفاض رضا العملاء، فقدان العملاء. (عيد لبيب et al

et al, 2021)

فجوة المعايير: تنشأ هذه الفجوة عندما تحدد المنشأة معايير جودة خدمة غير مناسبة أو غير قابلة للقياس، بسبب عدم وجود معايير جودة خدمة محددة، عدم مشاركة الموظفين في تحديد معايير جودة الخدمة، عدم مراجعة معايير جودة الخدمة بشكل دوري. تؤدي هذه الفجوة إلى عدم اتساق جودة الخدمة، صعوبة قياس وتحسين جودة الخدمة، انخفاض رضا العملاء. (عيد لبيب et al, 2021)

فجوة الأداء: تنشأ هذه الفجوة عندما تفشل المنشأة في تحقيق معايير جودة الخدمة التي حددتها. بسبب نقص التدريب على جودة الخدمة للموظفين، عدم كفاية الموارد لتقديم خدمة عالية الجودة، قلة التحفيز للموظفين على تقديم خدمة ممتازة. فتؤدي هذه الفجوة إلى انخفاض رضا العملاء، فقدان العملاء، تلف سمعة المنشأة. (عيد لبيب et al، 2021)

فجوة الاتصال: تنشأ هذه الفجوة عندما تفشل المنشأة في التواصل بشكل فعال مع عملائها حول توقعات جودة الخدمة وأدائها. بسبب قلة قنوات التواصل مع العملاء، عدم الرد على ملاحظات العملاء في الوقت المناسب، عدم الشفافية في التعامل مع الشكاوى. تؤدي هذه الفجوة إلى سوء فهم توقعات العملاء، انخفاض رضا العملاء، فقدان الثقة في المنشأة. (عيد لبيب et al، 2021)

فجوة الاسترداد: تنشأ هذه الفجوة عندما تفشل المنشأة في تعويض العملاء عن تجارب الخدمة السيئة. بسبب عدم وجود سياسة واضحة لتعويض العملاء، صعوبة الحصول على تعويض من المنشأة، عدم كفاية التعويض المقدم للعملاء. تؤدي هذه الفجوة إلى استمرار انزعاج العملاء، نشر تجاربهم السيئة مع الآخرين، تلف سمعة المنشأة. (عيد لبيب et al، 2021)

2.5 الخاتمة:

يُعدّ مطعم البيك قصة نجاح ملهمة تجسد قدرة العزيمة والإبداع على تحقيق النجاح في أصعب الظروف. من خلال تحليل مسيرة البيك، يمكننا استخلاص الدروس المستفادة وتطوير استراتيجيات فعّالة لضمان استمرار النجاح والازدهار في عالم الأعمال التنافسي. تُقدم هذه المراجعة أدلة قوية على أن أنماط جودة الخدمة المختلفة تُؤثر على نجاح المشروع بطرق مختلفة. فمن خلال التركيز على المزيج المناسب من "جودة الخدمة الوظيفية" و "جودة الخدمة العاطفية"، تُمكن المنشآت نفسها من تحقيق رضا العملاء وتعزيز الولاء والاحتفاظ بهم وزيادة الإيرادات وتحقيق الأرباح وبالتالي نجاح المشروع. (Shostack, 1977)

تم استخدام قواعد بيانات أكاديمية مثل JSTOR و Google Scholar للبحث عن الدراسات التي تناقش جودة الخدمة وتأثيرها على نجاح المشروع. تم استخدام كلمات مفتاحية مثل "جودة الخدمة" و "أنماط جودة الخدمة" و "نجاح المشروع" و "رضا العملاء" و "الولاء" و "الإيرادات" و "الأرباح" في عملية البحث. (Shostack, 1977)

3 الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1 المقدمة:

بعد تطرقنا في الجزء النظري لأهم المفاهيم ومحاولة الإلمام بكافة الجوانب المتعلقة بموضوع جودة الخدمة وكذا فيما يخص رضا العملاء، سنحاول في هذا الفصل التطبيقي إيجاد العلاقة التي تربط كلا المتغيرين ببعضهما، وكيف تؤثر جودة الخدمة على نجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية، كما يلي:

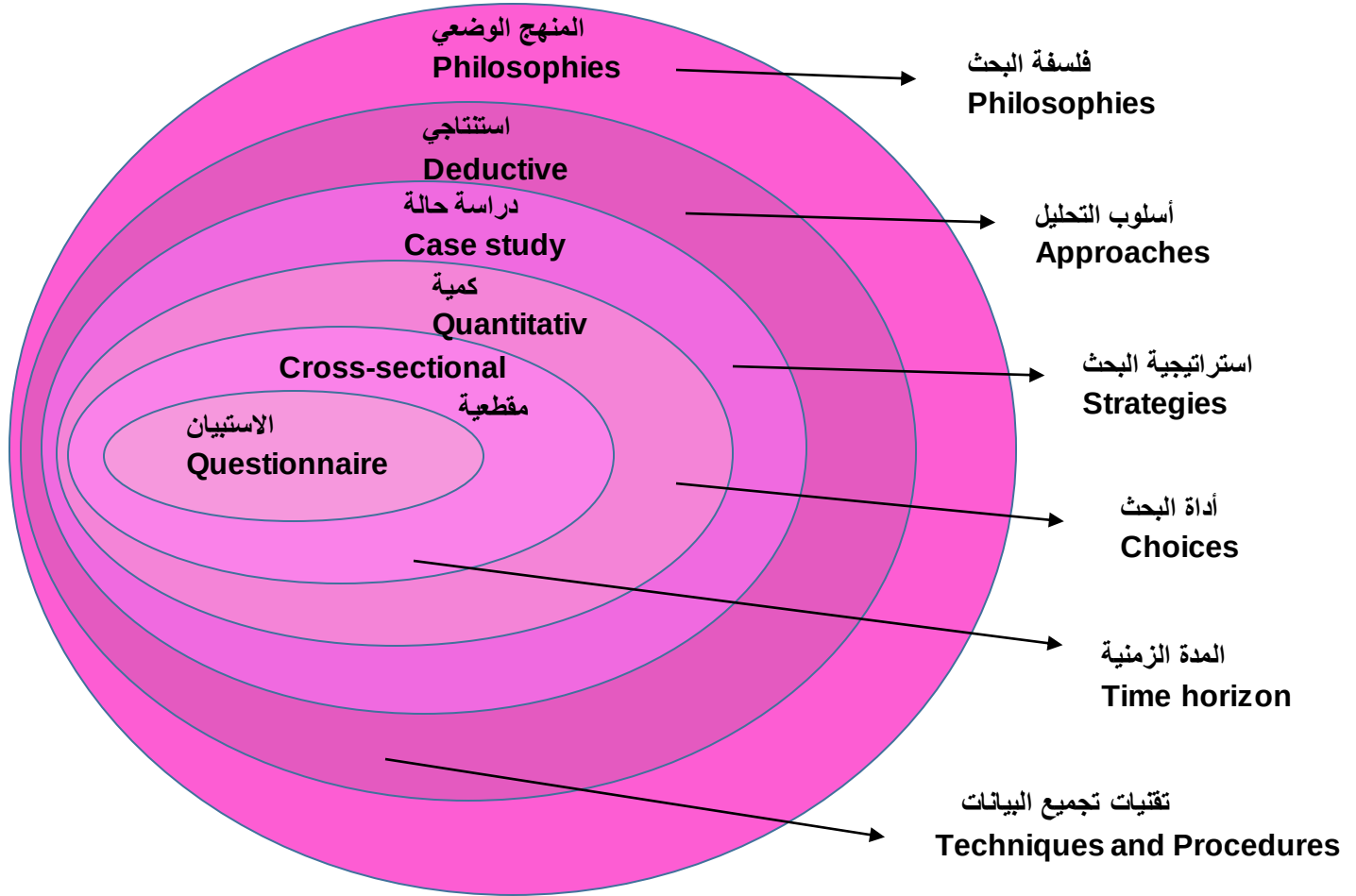
3.2 التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث:

المتغير المستقل: جودة الخدمة: هي الخدمة التي تقدمها الشركات والمؤسسات للعميل أو الزبون وما يتضمنها مثل: سرعة الخدمة ومظهر الموظف وسلوكه ورضا العملاء.

المتغير التابع: نجاح المشروع: يُعدّ تعريف نجاح المشروع مفهوماً نسبياً يختلف من مشروع لآخر، ولكن بشكل عام، يمكن تعريف نجاح المشروع على أنه تحقيق جميع أهداف المشروع والوفاء بجميع متطلباته وتوقعات أصحاب المصلحة بشكل كامل أو جزئي.

3.3 تصميم البحث:

- فلسفة البحث Philosophies
- المنهج الوضعي Positivism
- أسلوب التحليل Approaches
- استنتاجي Deductive
- استراتيجيات البحث Strategies
- دراسة حالة Case study
- أداة البحث Choices
- كمية Quantitative
- المدة الزمنية Time horizon
- مقطعية Cross-sectional
- تقنيات تجميع البيانات Techniques and Procedures
- الاستبيان Questionnaire



الشكل 4: ملخص تصميم الدراسة. المصدر: الباحث

3.4 مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات:

يقدم هذا الجزء معلومات عن مجتمع الدراسة وعينتها. بالإضافة إلى ذلك، يوضح هذا الجزء الأساليب والتقنيات التي تم وضعها لاختيار عينة الدراسة، وتحديد حجم العينة.

3.4.1 مجتمع الدراسة:

يتكون المجتمع الدراسي من زبائن مطعم البيك للوجبات السريعة فرع الربوة جدة.

3.4.2 عينة الدراسة:

العينة هي جزء معين من أفراد المجتمع الدراسي (زبائن مطعم البيك للوجبات السريعة فرع الربوة جدة) وهم الجزء المقصود من مجتمع الدراسة. عدد الأشخاص المشاركين في الاستبيان 125 شخص.

العمر	عدد الأشخاص	حجم العينة 74 %
من 20 سنة فأقل	28	21
من 21 سنة الى 30	17	11
من 31 سنة إلى 40	29	22
من 41 سنة فأكثر	53	40
المجموع	127	94

جدول (1): المصدر الباحث (2024)

3.4.3 طريقة وتقنيات أخذ العينة:

بسبب أن أداة البحث المستخدمة هي الاستبيان وتعتبر من الأدوات الكمية فإن أسلوب أخذ العينات هو الاحتمالية وطريقة أخذ العينات هي العينة العشوائية البسيطة.

3.5 طريقة جمع البيانات:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبيان وبرنامج SPSS كوسيلة لجمع البيانات الخاصة بالدراسة.

المقدمة:

يصف هذا القسم أدوات البحث التي تم استخدامها لجمع البيانات المطلوبة للإجابة على أسئلة البحث واختبار فرضيات البحث. وعليه فقد اعتمد الباحث على المنهج المسحي في جمع البيانات الكمية عن طريق الاستبيانات وتعرض الأقسام التالية الأدوات التي تم استخدامها لقياس متغيرات البحث.

3.5.1 المتغير المستقل (جودة الخدمة):

واعتمد الباحث على استبانة (أسعد حماد & ماهر عودة، 2016) وذلك لقياس المتغير المستقل (جودة الخدمة) وذلك من حيث ثلاثة أبعاد وهي: سرعة الخدمة، مظهر الموظف وسلوكه، رضا العملاء بإجمالي 15 فقرة لجميع المتغيرات. حيث أن البعد سرعة الخدمة يتكون من 5 عناصر، والبعد مظهر الموظف وسلوكه يتكون من 5 عناصر، والبعد رضا العملاء يتكون من 5 عناصر. نوع الاستبيان هو ليكرت الخماسي. حيث، 1=غير موافق بقوة، بينما 5= موافق بقوة.

جدول (2): المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل (جودة الخدمة)

المتغير	أبعاد المتغير	عدد البيانات	المصدر
Variable	Variable Dimensions	Number of Statement	Source
جودة الخدمة	سرعة الخدمة	5	(أسعد حماد & ماهر عودة، 2016) تأثير جودة الخدمة الداخلية في المطاعم السياحية على الأداء التسويقي
	مظهر الموظف وسلوكه	5	
	رضا العملاء	5	
	المجموع الكلي	15	

المصدر: الباحث

3.5.2 المتغير التابع (نجاح المشروع):

واعتمد الباحث على استبانة (إبراهيم باش، 2018) وذلك لقياس المتغير التابع (نجاح المشروع) بإجمالي 5 فقرات للمتغير. نوع الاستبيان هو ليكرت الخماسي. حيث، 1=غير موافق بقوة، بينما 5= موافق بقوة.

جدول (3): المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع (نجاح المشروع)

المتغير Variable	أبعاد المتغير Variable Dimensions	عدد البيانات Number of Statement	المصدر Source
نجاح المشروع	نجاح المشروع	5	(إبراهيم باش، 2018) إعداد مخطط أعمال لمشروع البطاطس الجاهزة في إطار الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب
	المجموع الكلي	5	

المصدر: الباحث

3.6 أنواع البيانات:

3.6.1 البيانات الأولية:

تم جمع البيانات الأساسية والنتائج من الاستبيان.

3.6.2 البيانات الثانوية:

تم جمع البيانات من الأبحاث السابقة وتشمل الكتب والرسائل العلمية والمقالات العلمية.

3.7 طرق وأساليب تحليل البيانات:

بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى، حيث تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتحديد الإصدار 27 لتحليل البيانات المجمعة. تم إجراء اختبار توصيف العينة، من خلال التحليل الوصفي، للحصول على نظرة ثاقبة لخصائص مجتمع العينة. يساعد الباحثين على فهم التركيبة السكانية والتفضيلات والمعلومات الأخرى ذات الصلة بالأفراد المشاركين في الدراسة.

تعتبر اختبارات الصلاحية والموثوقية حاسمة في ضمان دقة البيانات المجمعة واتساقها. اختبارات الصدق (التحليل العاملي الاستكشافي) لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه، بينما تقوم اختبارات الثبات (اختبار كرو نباخ ألفا) بتقييم ثبات النتائج مع مرور الوقت. وقام الطالب بإجراء إحصائيات وصفية لمتغيرات البحث، والتي تقدم ملخصاً للخصائص الرئيسية للبيانات التي تم جمعها. ويتضمن مقاييس مثل المتوسط والوسيط والوضع والانحراف المعياري والتباين، مما يساعد في فهم التوزيع والأنماط داخل مجموعة البيانات. ومن أجل اختبار فرضيات البحث تم استخدام اختبارات الانحدار الخطي البسيط والمتعدد لاختبار فرضيات البحث وفحص العلاقات بين المتغيرات، تساعد هذه الاختبارات الباحثين على تحديد مدى توقع متغير واحد لآخر، مما يوفر رؤية قيمة حول أسئلة البحث المطروحة. ومن خلال استخدام هذه التحليلات الإحصائية المتنوعة ضمن الإصدار 27 من برنامج SPSS، يمكن للباحثين تحليل بياناتهم بشكل فعال واستخلاص تفسيرات ذات معنى لتعزيز أهدافهم البحثية.

3.8 الخاتمة:

أظهرت نتائج البحث وجود أنماط مختلفة لجودة الخدمة وتأثيرها على نجاح مطعم البيك للوجبات السريعة. فقد وجدت بعض الدراسات أن التركيز على "جودة الخدمة الوظيفية" (مثل كفاءة الخدمة وسرعتها وموثوقيتها) تؤدي إلى زيادة رضا العملاء وتعزيز الولاء والاحتفاظ بهم، مما يؤدي بدوره إلى زيادة الإيرادات وتحقيق الأرباح. بينما وجدت دراسات أخرى أن التركيز على "جودة الخدمة العاطفية" مثل الود والتعاطف والاهتمام يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وتعزيز الولاء والاحتفاظ بهم بشكل أكبر وبالتالي نجاح المشروع. (Kotler, 2016)

السيدات والسادة الأفاضل،

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

وبعد...

يجري الباحث دراسة بعنوان " تأثير جودة الخدمة على نجاح المشروع: دراسة ميدانية في شركة البيك للوجبات السريعة" وهي جزء من متطلبات الحصول على شهادة البكالوريوس في إدارة المشاريع من جامعة ميدأوشن ولكون الموضوع يخص مطعمكم لذا فإن نجاح هذه الدراسة يركز على مدى مساهمتكم في قراءتها بدقة ومن ثم الإجابة على فقراتها وذلك باختيار المربع الذي يتفق مع رأيك.

وأشكركم سلفاً عن تقديركم لأهمية الدراسة وتعاونكم معي للوصول لنتائج هذه الدراسة. وأود اعلامكم بأن المعلومات الواردة في الاستبانة ستستخدم لأغراض البحث العلمي حصراً وسيتم التعامل معها بسرية تامة.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير،

الباحث:

إشراف:

أحلام عبده محمد قاسم

د. منى مصطفى العشري

2024/6/13

القسم الأول: الخصائص الديموغرافية

1- الجنس

☐ أنثى

☐ ذكر

2- العمر

☐ من 21 إلى 30

☐ 20 سنة فأقل

☐ من 41 فأكثر

☐ من 31 إلى 40

3- المؤهل العلمي

☐ ثانوي أو أقل

☐ جامعي

☐ دراسات عليا

4- المهنة

☐ أعمال حرة

☐ بدون مهنة

☐ متقاعد

☐ موظف

☐ أخرى

☐ طالب

أولاً: جودة الخدمة: هي الخدمة التي تقدمها الشركات والمؤسسات للعميل أو الزبون وما يتضمنها مثل:

سرعة الخدمة ومظهر الموظف وسلوكه ورضا العملاء.

لا أتفق بقوة	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق بقوة	محاور الاستبانة وتعريفاتها الإجرائية وفقراتها
1	2	3	4	5	
1-سرعة الخدمة: سرعة الخدمة هي مقياس لمدى سرعة وكفاءة تقديم خدمة ما للعملاء.					
					1-المدة التي يقضيها العميل في انتظار تلقي الخدمة في مطعم البيك، سواء كان ذلك في طابور أو على الهاتف أو عبر البريد الإلكتروني سريعة.
					2-يستخدم مطعم البيك التكنولوجيا لتحسين كفاءة سرعة الخدمة.
					3-السهولة والسرعة في حل مشكلتك أو طلبك.
					4-تم تحضير طلبك حسب رغبتك ومواصفاتك في الوقت المطلوب.
					5-كان موظفو المطعم سريعين وفعالين في تقديم الخدمة.
2-مظهر الموظف وسلوكه ورضا العملاء: يُعدّ مظهر الموظف الانطباع الأول الذي يكوّنه العملاء أو المراجعون عن الشركة أو المؤسسة، يجب أن يتعامل الموظف مع العملاء والزملاء باحترام وتقدير، بغض النظر عن خلفيتهم أو مناصبهم.					
					1-كان مظهر موظفي مطعم البيك نظيفاً وأنيقاً.
					2-كان موظفو مطعم البيك مهذّبين ومحترمين.
					3-كان موظفو مطعم البيك مُلمّين بقائمة الطعام وقادرين على الإجابة على أسئلتك.
					4-لم أواجه أي مشكلات أو صعوبات في التعامل مع موظفي مطعم البيك؟
					5-كانوا مُتفهمين ومُتعاطفين مع العملاء؟

ثانياً: نجاح المشروع:

يُعدّ تعريف نجاح المشروع مفهومًا نسبيًا يختلف من مشروع لآخر، ولكن بشكل عام، يمكن تعريف نجاح المشروع على أنه

- تحقيق جميع أهداف المشروع والوفاء بجميع متطلباته وتوقعات أصحاب المصلحة بشكل كامل أو جزئي

لا أتفق بقوة	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق بقوة	محاو الاستبانة وتعريفاتها الإجرانية وفقراتها
1	2	3	4	5	
1-نجاح المشروع: هو إنجاز المشروع في الوقت المحدد وضمن الميزانية المقررة وبأعلى جودة ممكنة.					
					1-خدمة وتعامل موظفي المطعم سبب في نجاح مطعم البيك للوجبات السريعة.
					2-الملاءمة بين الأسعار وجودة الطعام سبب في نجاح مطعم البيك للوجبات السريعة
					3-ديكور ونظافة وأجواء المطعم سبب في نجاح مطعم البيك للوجبات السريعة.
					4-سرعة ودقة خدمة الطلب سبب في نجاح مطعم البيك للوجبات السريعة.
					5-جودة الخدمة سبب في نجاح مطعم البيك للوجبات السريعة.

الرابط الإلكتروني للاستبيان:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdJN06KiSrHlqDjggInDfhMyqdbIF1ZsNIPYs7uLWWOzl6Haw/viewform?usp=sf_link

4 الفصل الرابع: التحليل الإحصائي لنتائج الدراسة

4.1 المقدمة:

يتناول هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة الميدانية التي تم تحليلها إحصائياً باستخدام البرامج الإحصائية SPSS الإصدار 28، الفصل الحالي للتحليل الإحصائي يتضمن الإحصاء الوصفي للعينة محل الدراسة باستخدام SPSS الإصدار 28 اختبار صدق وثبات الاستبيانات المستخدمة في جمع البيانات المطلوبة من عينة الدراسة الحالية من أجل اختبار فرضيات البحث ومدى ملاءمة النموذج، تم إجراء تحليل الانحدار الخطي البسيط عبر SPSS 28

4.2 خصائص عينة الدراسة:

تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للجنس-الفئة العمرية – المؤهل العلمي – المهنة.

تم حساب التكرارات والنسبة المئوية لأفراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات الديموغرافية التي تشمل:

- الجنس ويشتمل على (ذكر، أنثى).
- الفئة العمرية وتشتمل (20 سنة فأقل، من 21 سنة إلى 30 سنة، من 31 سنة إلى 40 سنة، من 41 سنة فأكثر)
- المؤهل العلمي ويشتمل على (ثانوي فأقل، جامعي، دراسات عليا)
- المهنة وتشتمل على (بدون مهنة، موظف، طالب، أعمال حرة، متقاعد، أخرى)

الجدول، الرسوميات والفقرات التالية توضح تصنيف العينة محل الدراسة كما يلي:

جدول رقم(4): توصيف عينة الدراسة

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة من إجمالي العينة
الجنس	1. ذكر	21	16.5%
	2. أنثى	106	83.5%
إجمالي		127	100%

22%	28	1. من 20 سنة فأقل	الفئة العمرية
13.4%	17	2. من 21 سنة إلى 30 سنة	
22.8%	29	3. من 31 سنة إلى 40 سنة	
41.8%	53	4. من 41 سنة فأكثر	
100%	127	إجمالي	
58.3%	74	1. ثانوي أو أقل	المؤهل العلمي
37%	47	2. جامعي	
4.7%	6	3. دراسات عليا	
100%	127	إجمالي	
37%	47	1. بدون مهنة	المهنة
22%	28	2. موظف	
21.3%	27	3. طالب	
6.3%	8	4. أعمال حرة	
3.2%	4	5. متقاعد	
10.2%	13	6. أخرى	
100%	127	إجمالي	

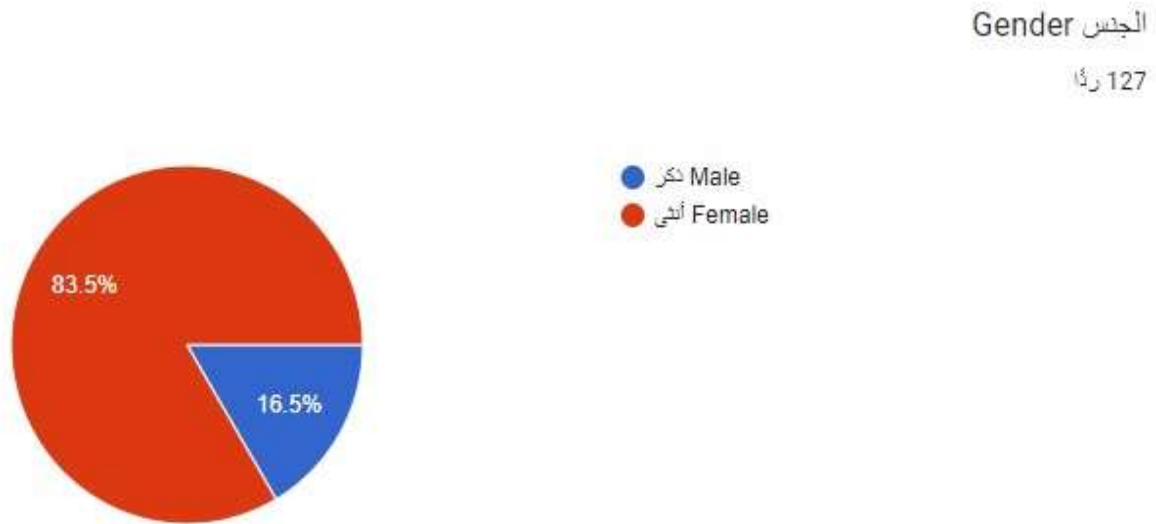
المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على النتائج الإحصائية للدراسة الميدانية – (ن=127 مفردة)

Frequency Table

		الجنس			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	ذكر	21	16.4	16.4	16.4
	أنثى	107	83.6	83.6	100.0
	Total	128	100.0	100.0	

من بيانات الجدول رقم (4) تم استخلاص النتائج الآتية:

بالنسبة للنوع: أظهرت النتائج الإحصائية أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور، حيث بلغت عدد الذكور 21 مفردة بنسبة 16.5% من إجمالي العينة، بينما بلغت عدد الإناث 106 مفردة بنسبة 83.5% من إجمالي العينة. كما موضح بالشكل التالي:

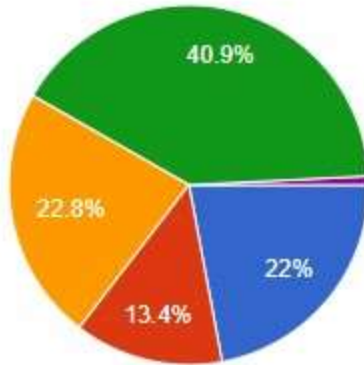


تصنيف العينة وفقا للجنس

أما فيما يتعلق بالعمر: فإن 28 مفردة من 20 سنة فأقل بنسبة 22%. بينما الفئة العمرية من 21 سنة إلى 30 سنة جاء بها 17 مفردة بنسبة 13.4%. الفئة العمرية من 31 سنة إلى 40 سنة جاء بها 29 مفردة بنسبة 22.8%. بينما الفئة العمرية من 41 سنة فأكثر جاء بها 53 مفردة بنسبة 41.8%. الشكل التالي يوضح ذلك.

العمر Age

رذا 127



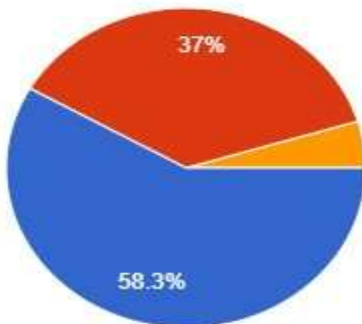
- From 20 years and less
- From 21 years to 30
- From 31 years to 40
- From 40 years and over
- 56

تصنيف عينة الدراسة وفقا للعمر

وفيما يتعلق بالمؤهل العلمي: فإن 74 مفردة من القسم الثانوي وأقل بنسبة 58.3%. بينما 47 مفردة من القسم الجامعي بنسبة 37%. بينما 6 مفردة من قسم الدراسات العليا بنسبة 4.7%. من إجمالي العينة. الشكل التالي يوضح ذلك.

المؤهل العلمي Qualification

رذا 127



- High school or less
- university
- postgraduate studies

تصنيف عينة الدراسة وفقا للمؤهل العلمي

فيما يتعلق بالمهنة: فإن عدد الأشخاص الذين بدون مهنة بلغ 47 مفردة بنسبة 37%. بينما عدد الموظفين بلغ 28 مفردة بنسبة 22%. وعدد الطلاب بلغ 27 مفردة بنسبة 21.3%. وعدد الذين يعملون في الأعمال الحرة بلغ 8 مفردة بنسبة 6.3%. وعدد المتقاعدين بلغ 4 مفردة بنسبة 3.2%. وعدد المهن الأخرى بلغ 13 مفردة بنسبة 10.2% من إجمالي العينة. الشكل التالي يوضح ذلك.



تصنيف عينة الدراسة وفقا للمهنة

4.3 قياس صدق وثبات أداة البحث:

من أجل التحقق من صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة، تم اختبار صدق الاتساق الداخلي لاستبانات المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة، بالإضافة إلى قياس الصدق التقاربي عن طريق قياس متوسط التباين المستخرج (AVE) Average Variance Extracted. بينما، تم قياس الثبات للمقاييس المستخدمة في الدراسة عن طريق قياس قيمة ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha، من خلال نموذج المعادلة البنائية (SEM) Structural equation modeling، باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS بالإصدار 28. الفقرات والجدول التالية توضح ذلك.

4.3.1 صدق المقاييس المستخدمة في الدراسة:

تم اختبار صدق الاتساق الداخلي للمقاييس المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة بالإضافة إلى قياس الصدق التقاربي عن طريق قياس متوسط التباين المستخرج (AVE) Average Variance Extracted .

• **صدق الاتساق الداخلي:** يقصد به مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبانة للمتغير الذي تنتمي إليه، لذا قامت الباحثة بقياس الاتساق الداخلي للاستبانات من خلال حساب معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير التي تنتمي إليه. وفقاً لدراسة Kaiser (1974) معامل الارتباط أقل من 0.5 يتم حذفه من الاستبانة.

• **الصدق التقاربي: Convergent Validity** يتم قياس متوسط التباين بين العبارات التي تقيس نفس المقياس، وذلك عن طريق احتساب متوسط التباين المستخرج AVE التي يجب ان تكون قيمتها أكبر من 0.5 وفقاً ل(Hair et al. 2006)

الجدول التالية توضح النتائج الاحصائية الخاصة ب (معاملات الارتباط، الانحراف المعياري، قيمة T المحسوبة، وقيمة P-value) بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير لقياس صدق الاتساق الداخلي للاستبانات. كذلك احتساب قيمة متوسط التباين المستخرج AVE لقياس الصدق التقاربي للاستبانات، وذلك من خلال نموذج المعادلة البنائية SPSS بالإصدار 28، كما يلي:

جدول(5): نتائج SPSS الخاصة باختبار صدق الاتساق الداخلي والتقاربي لمقاييس متغيرات الدراسة –

المصدر الباحث

Average Variance Extracted متوسط التباين المستخرج		KMO	P Values	T Statistics	Standard deviation الانحراف المعياري	Factor loadings معامل الارتباط	Statements العبارات	Variable المتغير	
.7659	.721	.849	0.00	38.18	1.052	.813	س1	سرعة الخدمة	جودة الخدمة
			0.00	37.67	.800	.735	س2		
			0.00	37.78	.901	.694	س3		
			0.00	37.66	.908	.694	س4		
			0.00	37.70	.823	.669	س5		

	.8066		0.00	37.24	.638	.823	س6	مظهر	
			0.00	37.42	.782	.810	س7	الموظف	
			0.00	37.38	.747	.828	س8	وسلوكه	
			0.00	37.50	.843	.757	س9	ورضا	
			0.00	37.56	.796	.815	س10	العملاء	
	.7702	.819	0.00	17.48	.941	.833	س11	نجاح المشروع	نجاح المشروع
			0.00	17.19	.868	.712	س12		
			0.00	17.42	.841	.718	س13		
			0.00	17.52	.871	.816	س14		
			0.00	17.36	.775	.772	س15		

**دال احصائيا عدد مستوى الدلالة (0.01) ن=127 مفردة

المصدر: من اعداد الباحث بناءً على نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الميدانية.

يتضح من الجدول بالأعلى:

مقياس تطبيق المتغير الأول: جميع معاملات الارتباط لكل العبارات ترتبط ارتباط قوي مع المتغير التابعة لها عند قيم أكبر من 0.7 بالإضافة إلى أن قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة احصائيا عند مستوى معنوية أقل من 0.001 وفقا لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس كذلك من النتائج بالأعلى المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرج AVE يتضح أن قيمته لمتغير جودة الخدمة هو 0.7593 < 0.5 فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة.

مقياس تطبيق المتغير الثاني: جميع معاملات الارتباط لكل العبارات التي تقيس المتغير وابعاده قيمتها أكبر من 0.7 بالإضافة إلى أن قيم كل معاملات الارتباط للعبارات دالة احصائيا عند مستوى معنوية أقل من 0.0001 وفقا لذلك فقد تحقق صدق الاتساق الداخلي للمقياس كذلك من النتائج بالأعلى المتعلقة بقيمة متوسط التباين المستخرج AVE للمتغير التابع نجاح المشروع ككل يساوي 0.7659. كذلك في متوسط التباين المستخرج لأبعاد جودة الخدمة هي: 0.8066-0.721. على الترتيب. وفقا لذلك، فقد تحقق الصدق التقاربي للاستبانة.

4.3.2 ثبات أداة الدراسة:

يشير ثبات الاستبيان إلى الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية محددة. لقياس ثبات الاستبانات المستخدمة لقياس متغيرات الدراسة، تم احتساب قيم ألفا كرونباخ بواسطة SPSS الإصدار 28. وفقاً لـ (Hair et al (2010)، يجب أن تكون القيمة أكبر من 0.7 حتى يتحقق الثبات للمقياس. جدول(6): ثبات أداة الدراسة-المصدر الباحث

Variable المتغير		Number of Statements عدد العبارات	Cronbach's Alpha	
جودة الخدمة	سرعة الخدمة	5	.8834	.891
	مظهر الموظفين وسلوكهم ورضا العملاء	5	.8766	
نجاح المشروع	نجاح المشروع	5	.829	

(جودة الخدمة): أظهرت النتائج الإحصائية أن قيم ألفا كرونباخ هي (.8834-.8766-.891) مما يدل على أن جميع القيم أكبر من 0.7 ، ووفقاً لـ (هير وآخرون، 2010) فقد تحقق ثبات المقياس. (نجاح المشروع): أظهرت النتائج الإحصائية أن قيم ألفا كرونباخ هي (.829) مما يدل على أن جميع القيم أكبر من 0.7 ، ووفقاً لـ (هير وآخرون، 2010) فقد تحقق ثبات المقياس. وفقاً للنتائج الإحصائية بالأعلى، التي اثبتت صدق وثبات المقاييس المستخدمة في الدراسة الحالية، مما يعني إمكانية الاعتماد على نتائجها وصلاحيه هذه الاستبانات للتطبيق والوثوق بها، واستخدامها في إجراء التحليلات الخاصة باختبار فروض الدراسة.

5. التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة:

قد تم قياس استجابات أفراد العينة لفقرات المقياس، طبقاً لمقياس ليكرت الخماسي، وفقاً لما يلي:

لا أتفق بقوة	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق بقوة
1	2	3	4	5

وقد تم حساب مستوى الأهمية وفقا للمعادلة التالية:

تم حساب الوزن النسبي المقابل لكل فئة عن طريق ضرب المتوسط الحسابي في $[100 \div 5]$ (المقياس الخماسي) = 20%]

يوضح الجدول التالي دلالة المتوسطات الحسابية، كما يلي:

دلالة المتوسطات الحسابية

قيمة المتوسط الحسابي	النتيجة (الاتجاه العام)	الوزن النسبي %	مستوى (درجة) الممارسة (الأهمية)
من 1 إلى أقل من 1.80	لا اتفق بقوة	من 20 إلى أقل من 36 %	منخفض جدا
من 1.80 إلى أقل من 2.60	لا أتفق	من 36 إلى أقل من 52 %	منخفض
من 2.60 إلى أقل من 3.40	محايد	من 52 إلى أقل من 68 %	متوسط
من 3.40 إلى أقل من 4.20	أتفق	من 68 إلى أقل من 84 %	مرتفع
من 4.20 إلى أقل من 5	اتفق بقوة	من 84 إلى 100 %	مرتفع جدا

يوضح الجدول التالي التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة متمثلة في الأوساط الحسابية بالاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي، والانحرافات المعيارية للمتغيرات طبقا للجدول 1 لمتعلق بدلالة المتوسط الحسابي. حيث يتم النظر إلى دلالة المتوسط الحسابي الموضح في الجدول بالأعلى لمعرفة مستوى تطبيق التحول الرقمي وكذلك مستوى ممارسات إدارة الموارد البشرية وأبعادها، وذلك وفقا لوجهة نظر عينة الدراسة، وذلك كما يلي:

جدول (7): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحرافات المعيارية	الاتجاه العام	مستوى الأهمية / الممارسة
نجاح المشروع	4.35	.663	موافق	مرتفع

مرتفع	مرتفع	موافق	موافق	.593	.686	4.18	3.99	سرعة الخدمة	جودة الخدمة
	مرتفع		موافق		.646		4.37	مظهر الموظفين ورضا العملاء	

يتضح من الجدول بالأعلى الخاص بالمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة ما يلي:
تظهر نتائج توصيف المتغير المستقل (جودة الخدمة): إلى أن الاتجاه العام لمفردات عينة الدراسة هي الموافقة، مما يدل على تحقيق مستوى مرتفع من تطبيق جودة الخدمة في مطعم البيك للوجبات السريعة، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمتغير ككل (4.18) بنسبة موافقة بلغت (78.46) عند انحراف معياري (.593). كذلك أوضحت النتائج الإحصائية الوصفية لأبعاد جودة الخدمة- أن الأبعاد لجودة الخدمة (سرعة الخدمة، مظهر الموظفين وسلوكهم ورضا العملاء) جاء الاتجاه العام لها من قبل مفردات عينة الدراسة هو الموافقة عند مستوى تطبيق مرتفع لدى مطعم البيك للوجبات السريعة، حيث نجد أن المتوسط الحسابي لبعد (سرعة الخدمة) هو (3.99) بنسبة موافقة (80.9%) عند انحراف معياري (.686)، المتوسط الحسابي لبعد (مظهر الموظفين وسلوكهم ورضا العملاء) هو (4.37) بنسبة موافقة حوالي (77.48) عند انحراف معياري (.646).

وفقا للنتائج الوصفية لمتغيرات الدراسة، أشارت النتائج الإحصائية الوصفية فيما يتعلق بالمتغير المستقل (جودة الخدمة) وأبعاده إلى أن الاتجاه العام لدى عينة الدراسة هو الموافقة وأن تطبيقه في مطعم البيك ع مرتفع، ذات مستوى مرتفع في مطعم البيك للوجبات السريعة، بينما كانت النتائج الإحصائية الوصفية للمتغير التابع (نجاح المشروع) ذات مستوى مرتفع في مطعم البيك للوجبات السريعة، وذلك من وجهة نظر عينة الدراسة.

6. معاملات الارتباط الخطي بين متغيرات الدراسة:

يعرض الجدول التالي معاملات الارتباط الخطي (لبيرسون) بين متغيرات الدراسة، والتي تم قياسها باستخدام SPSS-V.28 وذلك على النحو التالي:

معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة: المصدر الباحث

سرعة الخدمة	مظهر الموظفين وسلوكلهم ورضا العملاء	جودة الخدمة	نجاح المشروع	
سرعة الخدمة	1	.587**	.898**	.684**
Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001
N	128	128	128	128
مظهر الموظفين وسلوكلهم ورضا العملاء	.587**	1	.884**	.717**
Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001
N	128	128	128	128
جودة الخدمة	.898**	.884**	1	.786**
Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001
N	128	128	128	128
نجاح المشروع	.684**	.717**	.786**	1
Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	
N	128	128	128	128
.Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)				

❖ الارتباط الخطى بين تطبيق جودة الخدمة وأبعاده (كمتغير مستقل) ونجاح المشروع (كمتغير تابع):

- تبين وجود ارتباط معنوي قوي موجب (.768) بين تطبيق جودة الخدمة كمتغير مستقل ونجاح المشروع كمتغير تابع عند مستوى دلالة أقل من (0.01).

- تبين وجود ارتباط معنوي قوي موجب بين تطبيق جودة الخدمة كمتغير مستقل وكل أبعاده وبين نجاح المشروع كمتغير تابع عند معامل ارتباط: $(-0.684, 0.717)$ على الترتيب كمتغيرات تابعة عند مستوى دلالة أقل من (0.01) .
- يلاحظ مما سبق أن قيم معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة مرتفعة، ومما يدل على قوة هذا الارتباط.

❖ الارتباط الخطي بين أبعاد جودة الخدمة وبين نجاح المشروع:

يتضح من نتائج الجدول السابق وجود ارتباط موجب معنوي بين أبعاد جودة الخدمة (سرعة الخدمة ومظهر الموظفين وسلوكهم ورضا العملاء) وبين نجاح المشروع عند مستوى دلالة (0.01) .

7. نتائج اختبار فروض الدراسة:

يتعلق هذا الجزء باختبار صحة الفرض الرئيسي للدراسة وما يتبعه من فروض فرعية، ويتم عرض النتائج الإحصائية التي تم التوصل إليها باستخدام كلاً من الحزمة الإحصائية SPSS V.28.

الفرضية الرئيسية للدراسة:

توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ونجاح المشروع في مطاعم البيك للوجبات السريعة.

ويتفرع من هذا الفرض الرئيسي فروضا فرعية كما يلي:

- توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين سرعة الخدمة كأحد أبعاد جودة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة.

- توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مظهر الموظفين وسلوكهم كأحد أبعاد جودة الخدمة ونجاح مطعم البيك للوجبات السريعة.
- توجد علاقة إيجابية بين جودة الخدمة ورضا العملاء كأحد أبعاد جودة الخدمة في مطعم البيك للوجبات السريعة.

نتائج اختبار الفرض الرئيسي للدراسة:

ينص هذا الفرض على أنه "توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق جودة الخدمة ونجاح المشروع في مطعم البيك للوجبات السريعة"

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis بين تطبيق جودة الخدمة مطعم البيك للوجبات السريعة كمتغير مستقل ونجاح المشروع (اجمالا) كمتغير تابع.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 ^a	.617	.614	.368

a. Predictors: (Constant), المشروع_نجاح

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.594	1	27.594	203.341	<.001 ^b
	Residual	17.099	126	.136		
	Total	44.693	127			

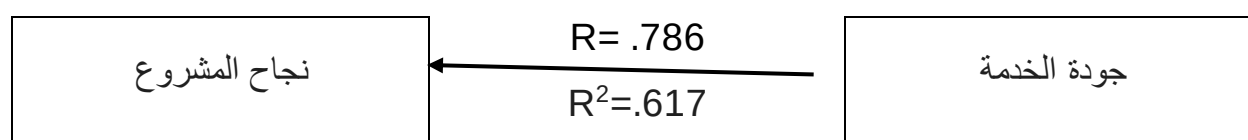
a. Dependent Variable: الخدمة_جودة

b. Predictors: (Constant), المشروع_نجاح

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1.123	.217	5.178	<.001	.694	1.552
	المشروع_نجاح	.703	.049	.786	<.001	.605	.800

a. Dependent Variable: الخدمة_جودة



يتضح من الجداول بالأعلى ما يلي:

- يشير مستوى المعنوية لاختبار (F) وهو (sig.F) أقل من (0.01) مما يشير إلى معنوية نموذج الانحدار الخطي البسيط عند مستوى دلالة (0.01)
- وتشير قيمة معامل الارتباط ($R = .786$) إلى وجود ارتباط موجب قوي بين تطبيق جودة الخدمة ونجاح المشروع (اجمالاً).
- يشير (معامل التحديد المعدل R^2) إلى أن (61%) من التباين الحاصل في نجاح المشروع (اجمالاً) يمكن تفسيره من خلال التباين في مستوى تطبيق جودة الخدمة.
- تشير قيمة (ت) (T.Value) إلى معنوية معامل الانحدار بيتا (B)، حيث أن مستوى الدلالة المحسوب لاختبار (ت) أقل من (0.01).

وبناءً على النتائج السابقة يتم قبول صحة الفرض الرئيسي الذي ينص على وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق جودة الخدمة كمتغير مستقل ونجاح المشروع (اجمالاً) كمتغير تابع.

نتائج اختبار الفرض الفرعي الأول للدراسة:

ينص هذا الفرض على أنه " توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين سرعة الخدمة كأحد أبعاد جودة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة" يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين سرعة الخدمة في مطاعم البيك للوجبات السريعة كمتغير مستقل، ونجاح المشروع كمتغير تابع.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684 ^a	.468	.464	.502

a. Predictors: (Constant), المشروع_نجاح

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.986	1	27.986	111.015	<.001 ^b
	Residual	31.763	126	.252		
	Total	59.749	127			

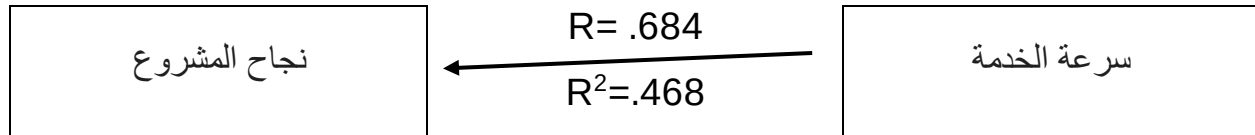
a. Dependent Variable: الخدمة_سرعة

b. Predictors: (Constant), المشروع_نجاح

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	.913	.295		3.089	.002	.328	1.497
	المشروع_نجاح	.708	.067	.684	10.536	<.001	.575	.841

a. Dependent Variable: الخدمة_سرعة



يتضح من الجداول بالأعلى ما يلي:

- يشير مستوى المعنوية لاختبار (F) وهو (sig.F) أقل من (0.01) مما يشير إلى معنوية نموذج الانحدار الخطي البسيط عند مستوى دلالة (0.01)
- وتشير قيمة معامل الارتباط ($R = .684$) إلى وجود ارتباط موجب قوي بين تطبيق سرعة الخدمة ونجاح المشروع (اجمالاً).
- يشير (معامل التحديد المعدل R^2) إلى أن (46%) من التباين الحاصل في نجاح المشروع (اجمالاً) يمكن تفسيره من خلال التباين في مستوى تطبيق سرعة الخدمة.
- تشير قيمة (ت) (T.Value) إلى معنوية معامل الانحدار بيتا (B)، حيث أن مستوى الدلالة المحسوب لاختبار (ت) أقل من (0.01).

وبناءً على النتائج السابقة يتم قبول صحة الفرض الفرعي الأول الذي ينص على وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق سرعة الخدمة كمتغير مستقل ونجاح المشروع (اجمالاً) كمتغير تابع.

نتائج اختبار الفرض الفرعي الثاني والثالث للدراسة:

ينص هذا الفرض على أنه "توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين مظهر الموظفين وسلوكهم ورضا العملاء كأحد أبعاد جودة الخدمة ونجاح مطاعم البيك للوجبات السريعة. يختبر هذا الفرض العلاقات المباشرة بين مظهر الموظفين وسلوكهم

ورضا العملاء في مطاعم البيك للوجبات السريعة كمتغير مستقل، ونجاح المشروع كمتغير تابع.

ولاختبار هذا الفرض تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط Simple Linear Regression Analysis.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717 ^a	.514	.510	.452

a. Predictors: (Constant), المشروع_نجاح

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.206	1	27.206	133.194	<.001 ^b
	Residual	25.736	126	.204		
	Total	52.942	127			

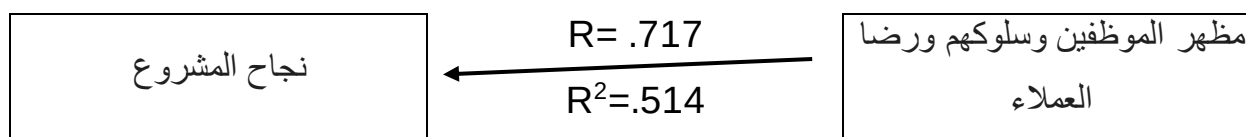
a. Dependent Variable: العملاء_ورضا وسلوكهم_الموظفين_مظهر

b. Predictors: (Constant), المشروع_نجاح

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta	t		Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	1.332	.266		5.010	<.001	.806	1.859
	المشروع_نجاح	.698	.060	.717	11.541	<.001	.578	.818

a. Dependent Variable: العملاء_ورضا وسلوكهم_الموظفين_مظهر



يتضح من الجداول بالأعلى ما يلي:

- يشير مستوى المعنوية لاختبار (F) وهو (sig.F) أقل من (0.01) مما يشير إلى معنوية نموذج الانحدار الخطي البسيط عند مستوى دلالة (0.01)
- وتشير قيمة معامل الارتباط ($R=0.717$) إلى وجود ارتباط موجب قوي بين تطبيق مظهر الموظفين وسلوكهم ورضا العملاء ونجاح المشروع (اجمالاً).
- يشير (معامل التحديد المعدل R^2) إلى أن (51%) من التباين الحاصل في نجاح المشروع (اجمالاً) يمكن تفسيره من خلال التباين في مستوى تطبيق مظهر الموظفين وسلوكهم ورضا العملاء.
- تشير قيمة (ت) (T.Value) إلى معنوية معامل الانحدار بيتا (B)، حيث أن مستوى الدلالة المحسوب لاختبار (ت) أقل من (0.01).

وبناءً على النتائج السابقة يتم قبول صحة الفرض الفرعي الثاني والثالث الذي ينص على وجود علاقة ارتباط إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مظهر الموظفين وسلوكهم ورضا العملاء كمتغير مستقل ونجاح المشروع (اجمالاً) كمتغير تابع.

الخلاصة:

من أجل التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الحالية، فقد تم استخدام برنامج SPSS V.28. فقد قامت الباحثة بالتحليل الوصفي لعينة الدراسة، كذلك قامت بالتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة. وفقاً لنتائج التحليل الإحصائي لهذه الدراسة، فقد تحقق الصدق والثبات للمقاييس المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة. كذلك فقد تم إثبات الفرض الرئيسي للدراسة والفروض الفرعية.

8. قائمة المراجع:

- إبراهيم النجار، ح، ثابت أحمد، س، & رمضان عبد الحميد، ه. ا. (2022). دور جودة الخدمة المدركة كمتغير وسيط بين التسويق الحسي وولاء العميل: بالتطبيق على قطاع مطاعم الوجبات السريعة في جمهورية مصر العربية. *المجلة المصرية للدراسات التجارية*-101, 46(4), 160. https://journals.ekb.eg/article_266235.html
- حماد، محمد، ع. ا، علاء الدين، أحمد & سليمان أحمد. (2012). العلاقة بين جودة الخدمة الداخلية والخارجية في المطاعم ذات الخدمات الكاملة: دراسة مقارنة على عينة من المطاعم المحلية والأجنبية في عمان. *Journal of Association of Arab Universities Tourism and Hospitality*, 9(1), 1-14 for https://jaauth.journals.ekb.eg/article_61408.html?lang=ar
- سامي محمد عبد العاطي، ح. (2015). وعي الشباب بموارده البشرية وعلاقته بجودة إنتاج المشروعات الصغيرة. *مجلة بحوث التربية النوعية*. 1-25, 2015(40), https://journals.ekb.eg/article_139958.html
- عبد الرحيم حنان، & بن أمهاني سمية. (2019). تأثير جودة الخدمة على ولاء الزبائن <http://dspace.univ-guelma.dz:8080/xmlui/handle/123456789/3789>
- عيد لبيب، ح & حسن. (2021). تقييم الفجوة السادسة من نموذج الفجوات السبع لجودة الخدمة. *مجلة البحوث المالية والتجارية*. 420-498, 22(4), https://journals.ekb.eg/article_187244.html
- العنزي، عوض خلف. (2016). أخلاقيات وقيم الخدمة العامة: من منظور إداري. مكتبة الفالح للنشر والتوزيع الكويت. https://iso.journals.ekb.eg/article_233513_ba6f693c26cd09ce2005dad07f00ea46.pdf
- قاسبي، عابد، كوبيتي، محمد، عبادة، & أمينة. (2022). نموذج مقترح لقياس جودة الخدمة. <http://localhost:8080/xmlui/handle/123456789/5890>

كتاب "Project Management: A Managerial Approach" للكاتب Peter F. Kendrick وHarold Kerzner <https://www.amazon.com/Project-Management-Approach-Scheduling-Controlling/dp/1118022270>

<https://www.neelwafurat.com/itempage.aspx?id=lbb221473-197362&search=books>

<https://www.neelwafurat.com/itempage.aspx?id=lbb188019-156987&search=books>

https://journals.ekb.eg/article_106867_0.html

https://journals.ekb.eg/article_68822.html

<http://dspace.univ-guelma.dz:8080/xmlui/handle/123456789/9238>

<https://doi.org/10.21608/ijssaa.2023.217156.2054>

Publishing and Distributing- دار البيروني للنشر والتوزيع.

63

Caruana, A., & Crane, B. (2002). Service quality: The key to customer satisfaction and loyalty. *International Journal of Service Industry Management*, 13(2), 167-184.

Fred R. David, "Strategic Management: Concepts and Applications", 16th Edition, Pearson, 2023, p. 182.

John P. Kotter, "What Great Leaders Do", *Harvard Business Review*, December 2001, p. 55.

Kotler, P. (2016). *Marketing management*. Pearson.

Michael E. Porter, "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors", 4th Edition, Free Press, 1998, p. 17.

Mladen, Pancić, Ivan, Kristek, Saša, Ilić. (2018). Importance of Service Quality in a Company's regional development - challenges and opportunities. 4(5):146-150.<https://typeset.io/papers/importance-of-service-quality-in-a-company-s-regional-4ub86jgbpq>

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2008). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perception of service quality. *Journal of retailing*, 64(1), 12-31.

PMI, "A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK Guide)", 7th Edition, Project Management Institute, 2021, p. 331.

Pratap, Chandra, Mandal. (2023). Management of Service Quality with Involvement of Technological Developments in Organizations. *International Journal of Technology Diffusion*, doi: 10.4018/ijtd.319975

R. Edward Freeman, "Stakeholder Management: Impact, Basics, Practice", 3rd Edition, Cambridge University Press, 2018, p. 23.

Reichheld, F. F. (2001). The loyalty effect: The hidden force behind growth, profits, and lasting customer relationships. Harvard Business School Press.

Shostack, G. L. (1977). Breaking free from product-based marketing. Journal of marketing, 41(3), 73-80.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., Berry, L. L., & Rust, R. T. (2018). Delivering superior customer value: Balancing and integrating products and services. Journal of marketing, 82(1), 34-52.

9. الملاحق:

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
1س	.810				
2س	.723				
5س	.674				
4س	.648				
3س	.610		.364		
14س	.562		.486		
15س	.455	.432	.377		
9س		.796			
10س	.320	.717	.366		
8س		.658	.435		
7س		.633	.502		
6س		.614	.543		
11س	.311		.711		

13 من			.708		
12 من			.679		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.861
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1192.753
	Df	171
	Sig.	<.001

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.500	39.475	39.475	7.500	39.475	39.475	3.542	18.644	18.644
2	1.561	8.213	47.689	1.561	8.213	47.689	3.296	17.347	35.991
3	1.350	7.105	54.793	1.350	7.105	54.793	3.117	16.403	52.394
4	1.128	5.939	60.732	1.128	5.939	60.732	1.462	7.693	60.087
5	1.044	5.494	66.226	1.044	5.494	66.226	1.166	6.139	66.226
6	.988	5.201	71.427						
7	.776	4.085	75.512						
8	.693	3.647	79.159						
9	.597	3.140	82.300						
10	.553	2.910	85.210						
11	.492	2.592	87.802						
12	.428	2.255	90.057						
13	.389	2.045	92.102						
14	.361	1.898	93.999						
15	.316	1.664	95.664						

16	.285	1.500	97.163						
17	.215	1.130	98.294						
18	.190	1.002	99.295						
19	.134	.705	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix^a

	Component				
	1	2	3	4	5
1س	.810				
2س	.723				
5س	.674				
4س	.648				
3س	.610		.364		
14س	.562		.486		
15س	.455	.432	.377		
9س		.796			
10س	.320	.717	.366		
8س		.658	.435		
7س		.633	.502		
6س		.614	.543		
11س	.311		.711		
13س			.708		
12س			.679		

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

الإحصاء الوصفي للعينة

Statistics

		الجنس	العمر	المؤهل	المهنة
N	Valid	128	128	128	128

Missing	0	0	0	0
Mean	1.84	2.85	1.47	2.47
Median	2.00	3.00	1.00	2.00
Mode	2	4	1	1
Std. Deviation	.372	1.191	.588	1.592
Variance	.138	1.419	.345	2.534
Range	1	3	2	5
Minimum	1	1	1	1
Maximum	2	4	3	6
Sum	235	365	188	316

		الجنس			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	21	16.4	16.4	16.4
	أنثى	107	83.6	83.6	100.0
	Total	128	100.0	100.0	

		العمر			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	فأقل سنة 20 من	28	21.9	21.9	21.9
	30 إلى سنة 21 من	17	13.3	13.3	35.2
	40 إلى سنة 31 من	29	22.7	22.7	57.8
	فأكثر سنة 40 من	54	42.2	42.2	100.0
	Total	128	100.0	100.0	

		المؤهل			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل أو ثانوي	74	57.8	57.8	57.8

university - جامعي	48	37.5	37.5	95.3
postgraduate studies - عليا دراسات	6	4.7	4.7	100.0
Total	128	100.0	100.0	

		المهنة			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	مهنة بدون	47	36.7	36.7	36.7
	موظف	29	22.7	22.7	59.4
	طالب	27	21.1	21.1	80.5
	حرة أعمال	8	6.3	6.3	86.7
	متقاعد	4	3.1	3.1	89.8
	أخرى	13	10.2	10.2	100.0
	Total	128	100.0	100.0	

The impact of quality of service on project success: by applying to Al-Baik Fast Food Company-Jeddah- Saudi Arabia (case study)

The student's name:

Ahlam Abdu M Qassem

Graduation Project-2

Faculty of Management – Midocean University

Supervisor

Dr.Mona Moustafa Elashry

Faculty member-Faculty of management-Midocean University

1st Semester - 2024