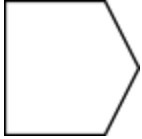


Final Project 2

PMG 497



نموذج المشروع النهائي 2

**Dr. Mona Moustafa
Elashry**
MIDOCEAN UNIVERSITY

عنوان المشروع
جودة الخدمة على العملاء في إدارة المشاريع بتطبيق على سلسلة مطاعم
البيك الشهيرة .

أسم الطالب
إسماعيل تاج الدين

المشروع النهائي- 2
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي – 2024

الشكر والتقدير

الإهداء

مستخلص الدراسة

الهدف:

المنهجية:

النتائج:

التطبيقات والأهمية:

الكلمات المفتاحية:

جدول المحتويات

2	الشكر والتقدير.....
3...	الإهداء.....
4	مستخلص الدراسة.....
7	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
8	1.1. المقدمة:
9	1.2. مشكلة الدراسة
9	1.2.1. فجوات على المستوى النظري
9	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي
9	1.3. أهمية الدراسة
9	1.3.1. على المستوى النظري:
9	1.3.2. على المستوى التطبيقي:
10	1.4. أسئلة الدراسة
10	1.5. أهداف الدراسة
10	1.6. فرضيات الدراسة
10	1.7. نموذج الدراسة
11	1.8. الدراسة الميدانية
11	1.9. مخطط المشروع
12	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.
13	2.1. المقدمة:
13	2.2. المتغير المستقل
13	2.3. المتغير التابع
14	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
14	2.5. الخاتمة
15	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....

16	3.1. المقدمة
16	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
17	3.3. تصميم البحث.....
17	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات
18	3.5. طريقة جمع البيانات
18	3.6. أنواع البيانات
18	3.7. إجراءات التحليل الإحصائي
19	3.8. الخاتمة
20	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
21	4.1. المقدمة.....
21	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
21	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
22	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
22	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج...
22	4.6. الخاتمة
23	5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
24	5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:
24	5.2. توصيات الدراسة:
24	5.3. الخاتمة:
25	قائمة المراجع.....
26	الملاحق.....

جدول الأشكال

جدول الجداول

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تشمل المقدمة الخمس مراحل لكتابة المقدمة

تكتب المقدمة في صورة فقرات فقط

1.2. مشكلة الدراسة

يتم كتابة مقدمة بسيطة في شكل فقرة
يتم تقسيم المشكلة الى فجوات نظرية وعملية

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

ينتهي هذا الجزء بالسؤال الرئيسي

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

1.4. أسئلة الدراسة

1.5. أهداف الدراسة

1.6. فرضيات الدراسة

1.7. نموذج الدراسة

1.8. الدراسة الميدانية

1.9. مخطط المشروع

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة

يوضح هذا الفصل منهجية البحث المستخدمة في تحقيق التطوير (الجودة في خدمة العملاء في المطعم البيك الشهيرة) وهو يعرض بالتفصيل كلا من التعريفات الإجرائية للبحث والطرق والتقنيات لجمع البيانات وأنواع البيانات وأيضا طرق اجراء تحليل البيانات .

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

يمكن ان تشمل عدة جوانب , مثل جودة الخدمة , وتجربة العملاء وهذه بعض التعاريف الإجرائية المحتملة الذي يستفاد منها في المطاعم
ومن أهمها جودة الخدمة وهي تقاس في مدى تحقيق المطعم للمتطلبات الزبائن وتوقعاهم في الجوانب مثل السرعة والكفاءة
اما من ناحية أساليب التسويق فهي استراتيجيات المتبعة لجذب الزبائن والحفاظ عليهم بما في ذلك العروض الترويجية والاعلانات
يمكن استخدام هذا التعريفات كإطار عمل لجمع البيانات وتحليلها لفهم أداء المطعم بشكل افضل وتحسينه .

3.3. تصميم الدراسة

تصميم الدراسة تتكون من 5 ركائز مهمة في عمليات التطور المنهجي ومنهجية الدراسة وسنتطرق لها بالترتيب :

1.1. منهجية الدراسة:

- 0 فلسفة الدراسة: الوضعية.
- 0 منهج الدراسة: الاستنتاجي.
- 0 استراتيجية الدراسة: دراسة الحالة.
- 0 نوع الدراسة: الكمي.
- 0 الأفق الزمني: المقطعية.



الشكل (1) ملخص منهجية البحث

المصدر (الطالب)

1.2. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

1.3. طريقة جمع البيانات

يصف هذا القسم جمع البيانات هو عملية في أي بحث أو مشروع، حيث تساهم البيانات الدقيقة في اتخاذ قرارات مستنيرة والبيانات المطلوبة للإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضيات الدراسة وعليه فقد اعتمد الباحث على المنهج المطلوب في جمع البيانات الكمية عن طريق الاستبيانات. إليكم بعض الطرق لجمع البيانات التي تم استخدامها لقياس المتغيرات الدارسة.

1.3.1. المتغير المستقل (جودة الخدمة على العملاء)

جودة الخدمة على العملاء هي عملية أولية تتضمن تنسيق وتكامل العديد من الأنشطة والعمليات لجعل سلسلة الإمداد أكثر كفاءة وفعالية، 1. قائمة الطعام، 2. استراتيجية التسويق، 3. أسعار الوجبات، 3. الخدمة المقدمة 4 فقرات للمتغير المستقل. بحيث أن البعد التخطيط الاستراتيجي يتكون من عنصرين، والبعد إدارة المخزون يتكون من عنصرين، والبعد العمليات اللوجستية يتكون من عنصرين، والبعد التقييم والأداء يتكون من عنصرين. ونوع لبكرت الخماسي. حيث أن 1 = غير موافق بشدة، بينما 5 = موافق بشدة.

جدول (6): المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل (جودة الخدمة على العملاء)

المتغير المستقل	الابعاد	عدد العبارات	المصادر
جودة الخدمة على العملاء	قائمة الطعام	3	
	استراتيجيه التسويق	3	
	أسعار الوجبات	3	
	الخدمة المقدمة	3	
	عدد الكلي	12	

المصدر: الباحث

1.3.2. المتغير التابع (مدى التأثير العوامل المختلفة)

وأعتمد الباحث على الاستبانة. وذلك لقياس المتغير التابع (مدى التأثير العوامل المختلفة)، وذلك من حيث أربع أبعاد وهي: 1- مبيعات المطعم، 2- رضا العملاء، 3- عدد الزبائن، 4- حصة السوق، بالإجمالي 8 فقرات للمتغير. حيث أن البعد التوافق مع الموصفات عنصرين، والبعد الأداء عنصرين، وبالبعد قابلية الصيانة عنصرين، والبعد رضا العملاء عنصرين، والبعد الموثوقية عنصرين، والبعد درجة الكمال عنصرين. نوع الاستبيان هو لبكرت الخماسي. حيث أن 1 = غير موافق بشدة، بينما 5 = موافق بشدة.

جدول (7): المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع (مدى التأثير العوامل المختلفة)

المتغير التابع	الأبعاد	عدد العبارات	المصادر
مدى التأثير العوامل المختلفة	رضا العملاء	3	
	عدد الزبائن	3	
	حصة السوق	3	
	مبيعات المطعم	3	
	عدد الكلي	12	

المصدر: الباحث

1.4. أنواع البيانات

يمكن تصنيف أنواع البيانات الى عدة فئات رئيسية يمكن استخدامها لتحليل الأداء وتحسين تجربة ومن أهمها الشائعة

- 1- بيانات المبيعات
- 2- بيانات الخدمة
- 3- بيانات المخزون
- 4- بيانات المالية

ويمكن استغلال هذه البيانات لتحسين العمليات واتخاذ قرارات مستنيرة وتوفير تجربة افضل للزبائن في هذه المطعم الشهير

1.5. إجراءات التحليل الإحصائي

في تحليل البيانات يشمل عدة إجراءات إحصائية تهدف الى تحسين الأداء وزيادة رضا العملاء وسيتم الاستهداف في هذا التحليل الأكثر شائعا منها

- 1- تحليل بيانات الوصفية
- 2- التحليل الاستدلالي وهي استخدام فرضيات وتفضيلات
- 3- تحليل الاتجاهات وهي تحديد الاتجاهات في المبيعات على مر الزمان
- 4- تحليل العملاء وهي تخصيص مجموعات العملاء بناء على سلوكيات الشراء

وبإتباع هذا الإجراءات يمكن لمطعم الببىك في تحسين ادائها وزيادة رضا العملاء بشكل مستمر .

1.6. الخاتمة

في الختام يسعدنا ان نقدم رؤية شاملة حول تطوير السلسلة مطاعم البيك والتي تعد واحدة من اكثر العلامات التجارية الشهيرة في مجال تقديم الوجبات السريعة في المنطقة , نتمنى ان تحقق سلسلة مطاعم البيك نجاحا مستمرا وان تكون وجهه مفضلة لعشاق الوجبات السريعة

2. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

2.1. المقدمة

يتناول هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة الميدانية التي تم تحليلها إحصائياً باستخدام كالم من: حزمة البرامج الإحصائية SPSS الإصدار 28، وبرنامك PLUS-Smart 3.0. الفصل الحالي للتحليل الإحصائي

2.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

تم توزيع مفردات عينة الدراسة وفقاً للجنس- الفئة العمرية- عدد سنوات الخبرة- طبيعة العمل والمستوى التعليمي.

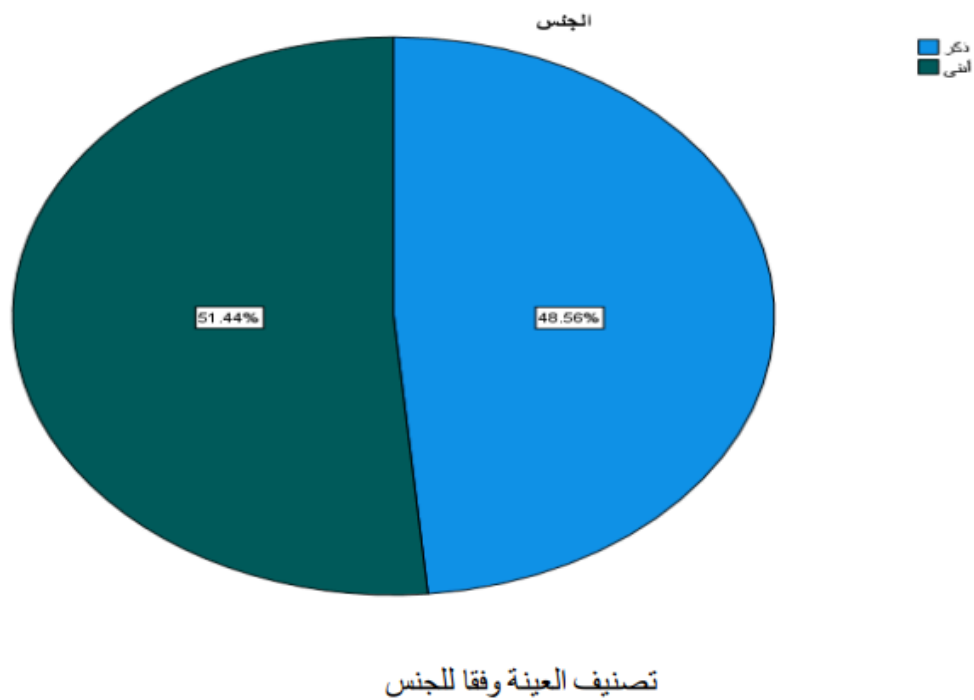
- حساب التكرارات والنسب المئوية أفراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات الديموغرافية
- يشتمل على (ذكر، أنثى)
- عدد سنوات الخبرة وتشمل (أقل من 5 سنوات/ من 5 إلى 10 سنوات/ من 11 إلى 20 سنة/ من 21 سنة فأكثر).
- الفئة العمرية وتشمل (أقل من 30 سنة، من 30 إلى 40 سنة، من 41 إلى 50 سنة، أكثر من 50 سنة)
- المستوى التعليمي ويشمل (ثانوي/ جامعي/ دراسات عليا))

2.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

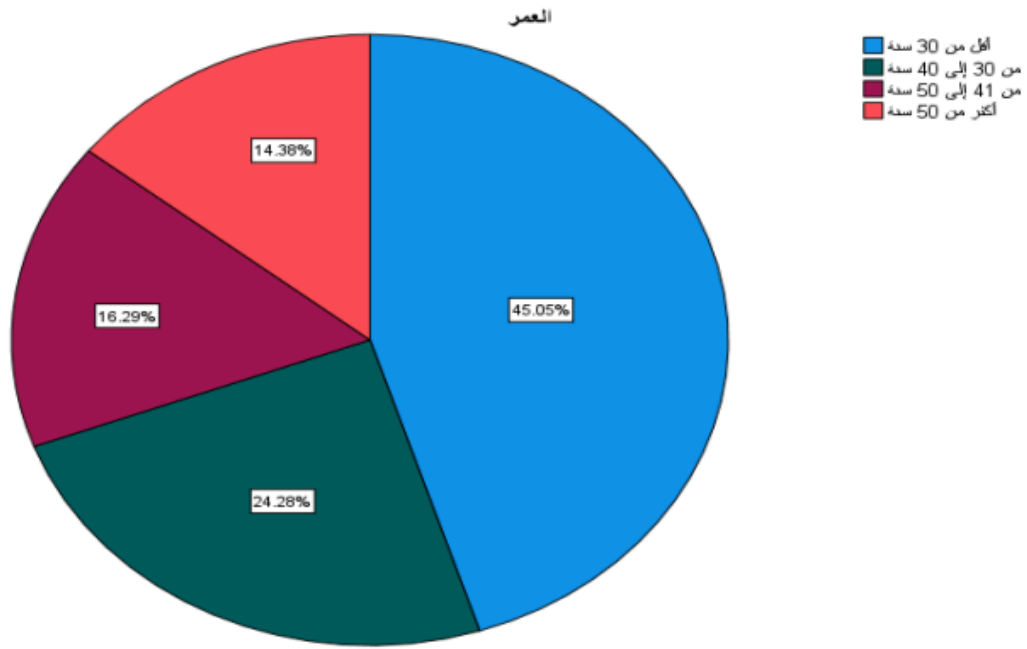
توصيف عينة الدراسة

المتغير	فئات المتغير	العدد	النسبة من إجمالي العينة
النوع	١. ذكر	152	%48.6
	٢. انثى	161	%51.4
	إجمالي	313	%100
الفئة العمرية	١. أقل من ٣٠ سنة	141	%45
	٢. من ٣٠ سنة الى ٤٠ سنة	76	%24.3
	٣. من ٤١ إلى ٥٠ سنة	51	%16.3
	٤. أكثر من ٥٠ سنة	45	%14.4
	إجمالي	313	%100
سنوات الخبرة	١. أقل من ٥ سنوات	135	%43.1
	٢. من ٥ الى ١٠ سنوات	54	%17.3
	٣. من ١١ الى ٢٠ سنة	49	%15.7
	٤. من ٢١ سنة فأكثر	75	%24
	إجمالي	313	%100
طبيعة العمل	١. قيادات	81	%25.9
	٢. موظفين	207	%66.1
	٣. تقنيين	25	%8
	إجمالي	313	%100

2.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

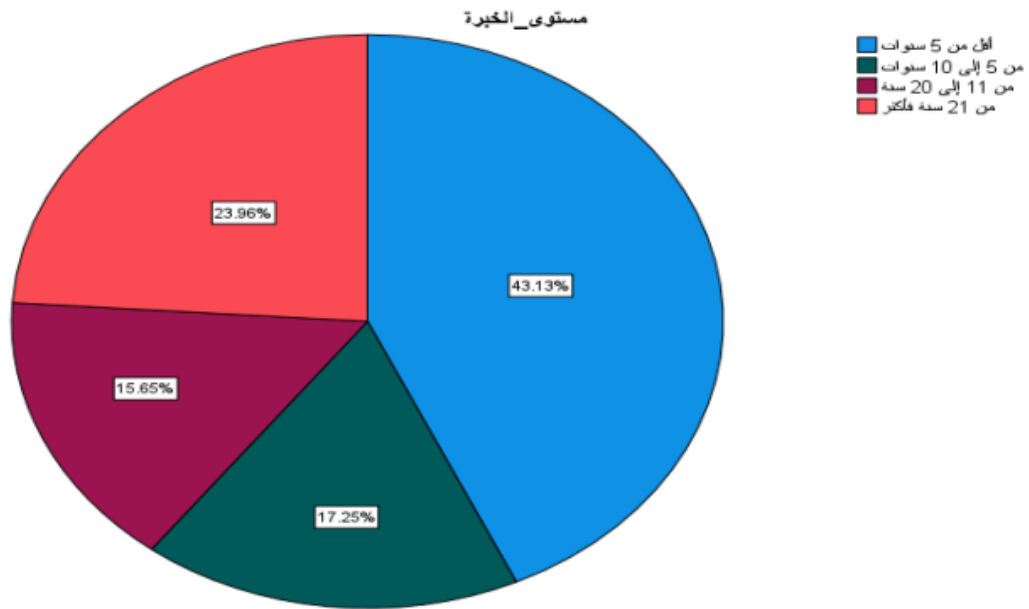


أظهرت النتائج الإحصائية أن، على الرغم من تقارب عدد الذكور والإناث بالعينة إل أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور



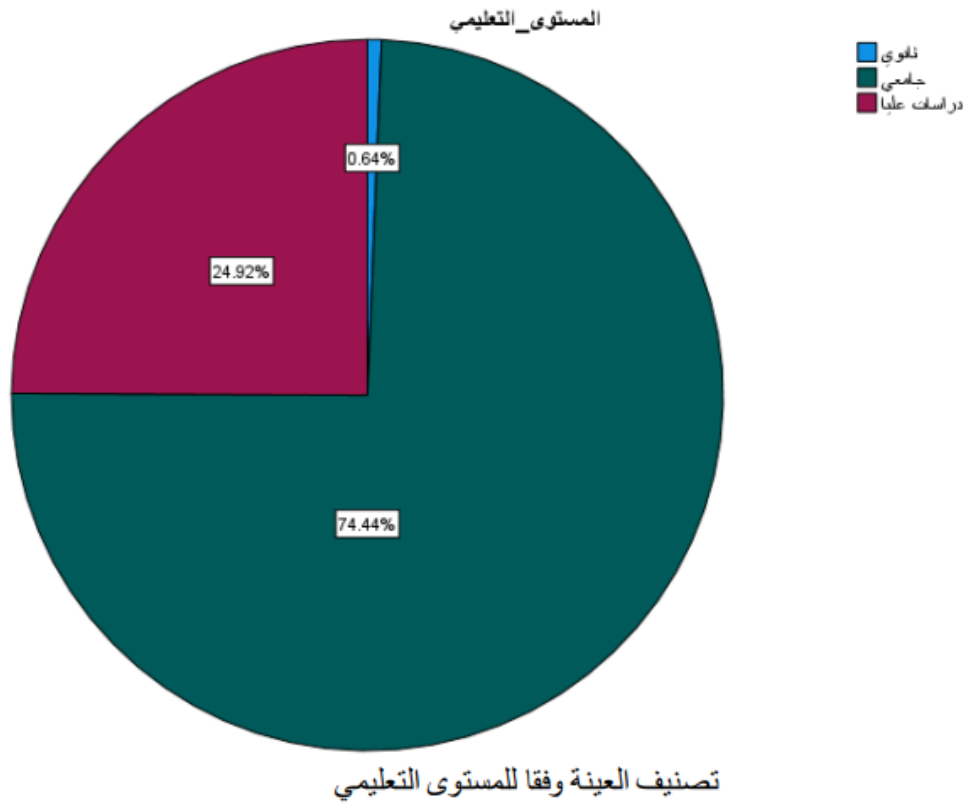
تصنيف عينة الدراسة وفقاً للعمر

أما بما يتعلق بالعمر فإن 141 مفردة أقل من 30 سنة بنسبة 45% . بينما الفئة العمرية من 30 إلى 40 سنة جاء بها 76 مفردة بنسبة 24.3% .



تصنيف عينة الدراسة وفقا لمستوى الخبرة

اما بما يتعلق بالخبرة : فإن 135 مفردة أقل من 5 سنوات خبرة بنسبة 43.1% . بينما مستوى الخبرة من 5 إلى 10 سنوات جاء به 54 مفردة بنسبة 17.3% .



اما بالنسبة للمستوى التعليمي : بلغ عدد من يحملون مؤهل ثانوي 2 مفردة بنسبة 0.6%
 من إجمالي أفراد العينة. بينما بلغ عدد من يحملون مؤهل جامعي 233 مفردة بنسبة 74.4%
 من إجمالي أفراد العينة

دلالة المتوسطات الحسابية

قيمة المتوسط الحسابي	النتيجة (الاتجاه العام)	الوزن النسبي %	مستوى (درجة) الممارسة / الأهمية
من ١ إلى أقل من ١.٨٠	غير موافق تماما	من ٢٠ إلى أقل من ٣٦ %	منخفض جدا
من ١.٨٠ إلى أقل من ٢.٦٠	غير موافق	من ٣٦ إلى أقل من ٥٢ %	منخفض
من ٢.٦٠ إلى أقل من ٣.٤٠	محايد	من ٥٢ إلى أقل من ٦٨ %	متوسط
من ٣.٤٠ إلى أقل من ٤.٢٠	موافق	من ٦٨ إلى أقل من ٨٤ %	مرتفع
من ٤.٢٠ إلى أقل من ٥	موافق تماما	من ٨٤ إلى ١٠٠ %	مرتفع جدا

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

2.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

- توجد عالقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين قائمة الطعام واستراتيجية التسويق

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.806 ^a	.650	.649	.403

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94.157	1	94.157	578.474	<.001 ^b
	Residual	50.621	311	.163		

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين اسعار الوجبات و عدد الزبائن

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 ^a	.584	.582	.457

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.086	1	91.086	436.026	<.001 ^b
	Residual	64.968	311	.209		
	Total	156.053	312			

توجد علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين الخدمة المقدمة و حصة السوق

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 ^a	.548	.547	.527

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104.757	1	104.757	377.429	<.001 ^b
	Residual	86.319	311	.278		
	Total	191.076	312			

2.6. الخاتمة

من أجل التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الحالية, فقد تم استخدام كال من برنامجي & 28V SPSS PLS-SEM, فقد قامت الباحثة بالتحليل الوصفي لعينة الدراسة, كذلك قامت بالتحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة. وفقا لنتائج التحليل الإحصائي لهذه الدراسة, فقد تحقق الصدق والثبات للمقاييس المستخدمة في قياس متغيرات الدراسة. كذلك, فقد تم اثبات الفرض الرئيسي للدراسة والفروض الثالث الفرعية.

الإحصاء الوصفي للعينة

		الجنس			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	152	48.6	48.6	48.6
	أنثى	161	51.4	51.4	100.0
	Total	313	100.0	100.0	

العمر

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من ٣٠ سنة	141	45.0	45.0	45.0
	من ٣٠ إلى ٤٠ سنة	76	24.3	24.3	69.3
	من ٤١ إلى ٥٠ سنة	51	16.3	16.3	85.6
	أكثر من ٥٠ سنة	45	14.4	14.4	100.0
	Total	313	100.0	100.0	

مستوى الخبرة

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	أقل من ٥ سنوات	135	43.1	43.1	43.1
	من ٥ إلى ١٠ سنوات	54	17.3	17.3	60.4
	من ١١ إلى ٢٠ سنة	49	15.7	15.7	76.0
	من ٢١ سنة فأكثر	75	24.0	24.0	100.0
	Total	313	100.0	100.0	

المستوى التعليمي

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي	2	.6	.6	.6
	جامعي	233	74.4	74.4	75.1
	دراسات عليا	78	24.9	24.9	100.0
	Total	313	100.0	100.0	

3. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

3.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

3.2. توصيات الدراسة:

3.3. الخاتمة:

قائمة المراجع

الملاحق

الاستبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته , اما بعد

الى سادة الموظفين بالشركة البيك للأنظمة الغذائية

ارجو التكرم بالإجابة عن هذا الاستبيان الذي صمم لجمع البيانات الخاصة ببحث تحت عنوان " جودة

الخدمة على العملاء في سلسلة مطاعم البيك "

ونؤكد لكم ان اجابتكم ستعامل بالسرية التامة ولن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي فقط – شاكرا ومقدرا

جهدكم وتعاونكم الذي سيكون له اثر كبير في نجاح هذا الدراسة

: رابط الاستبيان

الجزء الأول : البيانات الشخصية

● الجنس:

☐ ذكر

☐ انثى

● العمر :

☐ اقل من 30 سنة

☐ من 30 الى 40

☐ من 40 الى 50

☐ اكثر من 50

● المستوى التعليمي :

☐ ثانوي

☐ بكالوريوس

☐ دراسات عليا

● سنوات الخبرة :

☐ اقل من 5

☐ من 5 الى 10

☐ من 11 الى 15

الجزء الثاني : محاور الدراسة : جودة خدمة العملاء

رقم العبارة	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
قائمة الطعام						
1	كيف تقيم جودة الطعام الذي استمتعتم به من القائمة؟ هل كان الطعام طازجاً وشهيئاً؟					
2	ما رأيكم في أسعار الأطباق مقارنة بالجودة؟ هل تشعرون أن الأسعار معقولة؟					
3	هل كان هناك أي خيارات صحية في القائمة؟ هل تمكنتم من العثور على أطباق تناسب نظامكم الغذائي؟					
استراتيجية التسويق						

					هل شعرت أن الإعلانات أو الحملات الدعائية لمطاعم البيك كانت جذابة وملفتة للنظر؟	4
					هل تشعر أن العلامة التجارية لمطاعم البيك تتواصل بوضوح مع قيمها وميزاتها؟	5
					هل ستوصي مطاعم البيك لأصدقائك وعائلتك؟	6
اسعار الوجبات						
					هل تشعر أن أسعار البيك تعكس جودة الطعام والخدمة المقدمة؟	7
					هل تفضل خيارات الحجم الأكبر (مثل الوجبات العائلية) من حيث السعر والقيمة؟	8
					كيف تقيم ملموسية الأسعار (سهولة الفهم والشفافية) عند الشراء؟	9

خدمة المقدمة						
					هل كان طاقم العمل ودودًا ومتعاونًا أثناء طلبك؟	10

					هل تمت معالجة أي مشاكل أو شكاوى لديك بفعالية؟	11
					هل ستحبذ زيارة مطاعم البيك مرة أخرى بناءً على تجربتك الحالية؟	12

المحور الاول: جودة الخدمة على العملاء المحور الثاني : مدى تاثير العوامل المختلفة

رقم العبارة	العبارة	غير موافق بشدة	موافق بشدة	محايد	موافق	موافق بشدة
رضا العملاء						
1	ما مدى رضاك عن جودة الطعام الذي قدم لك؟					
2	هل كانت أسعار القائمة معقولة بالنسبة للجودة المقدمة؟					
3	كيف تقيم نظافة المطعم ومنطقة تناول الطعام؟					
عدد الزبائن						
4	هل لاحظت أي تغييرات في عدد الزبائن خلال الأشهر الأخيرة؟					
5	هل هناك أمور معينة نحتاج إلى تحسينها لزيادة عدد الزبائن في المطعم؟					
6	هل يمتلك المطعم برامج ولاء أو عروض خاصة لجذب الزبائن؟					
حصة السوق						

					كيف تقيم حصة السوق الحالية لمطاعم البيك مقارنة بمنافسيها؟	7
					هل غرض المطعم واستراتيجية التسعير تلعبان دوراً في حصة السوق؟	8
					هل هناك أي تحديات تواجه البيك في زيادة حصتها السوقية؟	9
مبيعات المطعم						
					هل يفضل الزبائن الطلب الخارجي على تناول الطعام في المطعم؟	10
					هل يؤثر المكان الجغرافي على مبيعات فرع معين من البيك؟	11
					هل تستخدم مطاعم البيك وسائل التواصل الاجتماعي للترويج؟	12