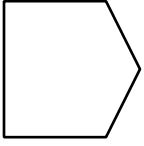
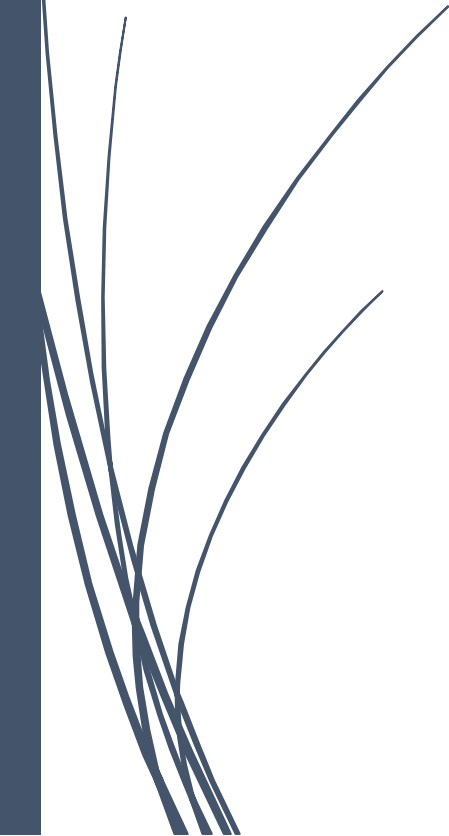


Final Project 2

PMG 497



نموذج
المشروع
النهائي 2
Dr. Mona Moustafa



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

أسم الطالب
إسماعيل تاج الدين

المشروع النهائي- ٢
كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

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

التاريخ- الفصل الدراسي – ٢٠٢٤

الشكر والتقدير

أود أن أعبر عن خالص شكري وتقديري لكل من ساهم في إتمام هذا المشروع حول سلسلة مطاعم البيك وخدمة العملاء.

أولاً، أتوجه بالشكر إلى فريق إدارة مطاعم البيك، على تقديمهم نموذجاً رائعاً في تقديم الخدمة المتميزة، وإلى جميع الموظفين الذين يسعون دوماً لتحقيق أعلى مستويات الرضا للزبائن. إن التزامهم بالجودة والتميز في الخدمة يعدّ دافعاً كبيراً لنجاح السلسلة.

كما أود أن أشكر أساتذتي الذين قدموا لي الدعم والنصائح القيمة أثناء إعداد هذا المشروع. إن توجيهاتهم ساعدتني في فهم أعمق لأسس خدمة العملاء وأهمية تجربتهم في النجاح التجاري.

أخيراً، أتوجه بالشكر إلى جميع الزبائن الذين كان لهم دور كبير في تشكيل هوية مطاعم البيك من خلال آرائهم وملاحظاتهم.

أمل أن يكون هذا العمل قد قدم إضافة جديدة للمعلومات المتاحة حول سلسلة مطاعم البيك وخدماته

الإهداء

أهدي هذا المشروع إلى والدي ووالدتي، اللذين كانا دائماً مصدر الدعم والإلهام في حياتي. شكراً لكما على حُبكما غير المشروط وتشجيعكما المستمر.

إلى أصدقائي الأعزاء، الذين كانوا يقفون بجانبني في كل لحظة ويتحملون ضغوطات العمل معي. بفضل صداقتكم، أصبحت هذه الرحلة أكثر متعة

أهدي هذا العمل إلى معلمتي الفاضلة، الذين زرعت فيّ حب المعرفة والإبداع. شكراً لكم على دعمكم وتوجيهكم لي في مسيرتي التعليمية.

إلى كل من ساهم في تحقيق هذا المشروع، من زملاء الدراسة إلى المدربين، أضع هذا العمل تقديراً لجهودكم ودعمكم.

جدول المحتويات

٢	الشكر والتقدير.....
٣...	الإهداء.....
٤	مستخلص الدراسة.....
٧	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٨	١,١. المقدمة:
٩	١,٢. مشكلة الدراسة
٩	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري
٩	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي
٩	١,٣. أهمية الدراسة
٩	١,٣,١. على المستوى النظري:
٩	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:
١٠	١,٤. أسئلة الدراسة
١٠	١,٥. أهداف الدراسة
١٠	١,٦. فرضيات الدراسة
١٠	١,٧. نموذج الدراسة
١١	١,٨. الدراسة الميدانية
١١	١,٩. مخطط المشروع
١٢	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.
١٣	٢,١. المقدمة:
١٣	٢,٢. المتغير المستقل
١٣	٢,٣. المتغير التابع
١٤	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
١٤	٢,٥. الخاتمة
١٥	٣. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
١٦	٣,١. المقدمة
١٦	٣,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
١٧	٣,٣. تصميم البحث.....

١٧	٣,٤.مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات
١٨	٣,٥.طريقة جمع البيانات
١٨	٣,٦.أنواع البيانات
١٨	٣,٧.إجراءات التحليل الإحصائي
١٩	٣,٨.الخاتمة
٢٠	٤.الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
	٤,١.المقدمة.....٢١
٢١	٤,٢.توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
٢١	٤,٣.اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
٢٢	٤,٤.الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
٢٢	٤,٥.اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج...
٢٢	٤,٦.الخاتمة
٢٣	٥.الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
٢٤	٥,١.حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:
٢٤	٥,٢.توصيات الدراسة:
٢٤	٥,٣.الخاتمة:
٢٥	قائمة المراجع.....
٢٦	الملاحق.....

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١. المقدمة:

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

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

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

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

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

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

وتختلف المنظمات في العديد من النواحي أو السمات المميزة لها مثل أهدافها، واستراتيجياتها، أنظمتها، أو فلسفات العمل التي تتبناها لتحقيق غاياتها الرئيسية، إلا أن هناك شيئا واحدا مشتركا يجمع بينهم، وهو توقف

تحقيق النجاح، النمو، والاستمرارية في الدو على قاعدة العملاء، ونوعية العلاقة التي تربطهم بهؤلاء العملاء، حيث يعتبر المصدر الحقيقي لتحقيق جودة أداء دائمة في السداد المستهدفة هي فهم احتياجات ورغبات العملاء والتميز في خدمتهم والسعي إلى تحقيق رضاهم (العوضي ,وأخرون٢٠٢٢)

هذا التصنيف لابد وان يسدد تمتد من قاعدة بيانات خاصة بالزبائن تقوم المؤسسة بجمعها وتحليلها لمعرفة احتياجات وتوقعات الزبائن وتلبيتها بالطريقة الملائمة للزبائن والمربحة للمؤسسة في آن واحد (بوطييه,وأخرون٢٠١٧)

١,٢ . مشكلة الدراسة

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

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

١,٢,١. فجوات على المستوى النظري

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

فجوات على المستوى التطبيقي

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

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

٤,١. أهمية الدراسة

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

٤,١,١. على المستوى النظري:

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

•

٤,١,٢. على المستوى التطبيقي:

- تحسين مستوى الخدمات المقدمة بما يحقق الرغبات
- تطوير مستوى الخدمات بما يحقق رغبات العملاء.

- تعزيز المعرفة على التعرف على توجيهات الزبائن من الخدمات المقدمة لكسب رضاهم.

٤,٢ . أسئلة الدراسة

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

السؤال الفرعي ١ : هل كان الموظفون ودودين ومستعدين للمساعدة؟

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

السؤال الفرعي ٣ : كيف كانت مستوى النظافة في المطعم ؟

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

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

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

٤,٣. أهداف الدراسة

فهم كيفية تحسين الخدمة والجودة على العملاء في سلسلة مطاعم البيك الشهيرة .

-الهدف الفرعي ١ : توفير تدريب شامل للموظفين على كيفية التعامل مع العملاء بشكل احترافي وتطوير مهارات التواصل والتعامل مع الشكاوى لضمان تجربة ايجابية .

- الهدف الفرعي ٢ : تحسين تجربة الطلب وتبسيط العملية والتأكد على وضوح قائمه الطعام وأيضا تقديم خيارات طلب عبر الانترنت او تطبيقات الهاتف الذكي للتسهيل العملية .

الهدف الفرعي ٣ : التأكيد على اتباع معايير النظافة الصارمة في المطعم وإجراء تفتيشات دورية على النظافة في المطعم والمرافق العامة .

الفرضية الرئيسية للدراسة : إحدى الفرضيات المحتملة لهذا البحث هي تطبيق التكنولوجيا مما سيؤدي الى زيادة الكفاءة وتحسين الجودة في سلسلة جودة الخدمة العملاء .

- الفرضية الفرعية ١ : التطبيقات والهاتف الذكي يتيح للعملاء البحث عن قائمة الطعام وتتبع الطلبات , وتخصيص تطبيق لتقديم تخفيضات وعروض خاصه للزبائن .
- الفرضية الفرعية ٢ : توفير دعم العملاء عبر الدردشة المباشرة على الموقع الالكتروني او التطبيق للاجابة على استفسارات ومساعدة العملاء في تقديم الشكاوي .
- الفرضية الفرعية ٣ : استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتسويق الرقمي للتفاعل مع العملاء واشراكهم في العروض وتنفيذ حملات تسويقية .

٤,٥ . نموذج الدراسة

تحديد مستوى جودة خدمة العملاء في مطاعم البيك وتحليل العوامل المؤثرة في رضا العملاء

و تهدف هذه الدراسة إلى تقديم توصيات تحسن من الخدمات المقدمة وتعزيز تجربة العملاء

اختيار عينة تمثيلية من العملاء (بدءاً من ١٠٠ عميل، على سبيل المثال)

تلخيص النتائج الرئيسية مثل معدل رضا العملاء، نقاط القوة، ونقاط الضعف

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

المتغير المستقل

المتغير التابع



تم تصميمه بواسطه الطالب

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

: دراسة تحليلية لتلك السلسلة

: تصميم الدراسة / ١

.نوع الدراسة ← دراسة وصفية وتحليلية

النهج البحثي ← يعتمد على المنهج الكمي مع عنصر

نوعي.

: هدف الدراسة / ٢

.فهم عوامل نجاح سلسلة مطاعم البيك ←

.تقييم رضا العملاء ونقاط القوة والضعف ←

.دراسة استراتيجيات التسويق والتوسع ←

: عينة الدراسة / ٣

.حجم العينة ← اختيار ١٠ عميل من مختلف الفروع

طرق اختيار العينة ← استخدام العينة العشوائية لضمان تنوع

المشاركين.

: أدوات جمع البيانات / ٤

استبيانات ← تصميم استبيان حول تجربة العملاء وجودة الطعام

والخدمة.

مقابلات ← إجراء مقابلات مع الموظفين والإدارة لفهم العمليات

الداخلية.

: إجراءات جمع البيانات / ٥

.توزيع الاستبيانات ← توزيع الاستبيانات بشكل مباشر في الفروع

المقابلات ← تحديد مواعيد مع الموظفين ومديري الفروع
لإجراء المقابلات.

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

: طرق تحليل البيانات / ٦

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

تحليل نوعي ← تحليل ردود المشاركين في المقابلات لإستخلاص
المفاهيم الأساسية.

: إجراءات ضمان الجودة / ٧

تدريب الباحثين ← تدريب الباحثين على كيفية جمع البيانات

: الإطار الزمني للدراسة / ٨

مدة الدراسة ← على سبيل المثال ، ستة أسابيع لجمع البيانات وتحليلها
جدول زمني ← تحديد مواعيد لجمع البيانات ، تحليل نتائج التقرير
النهائي.

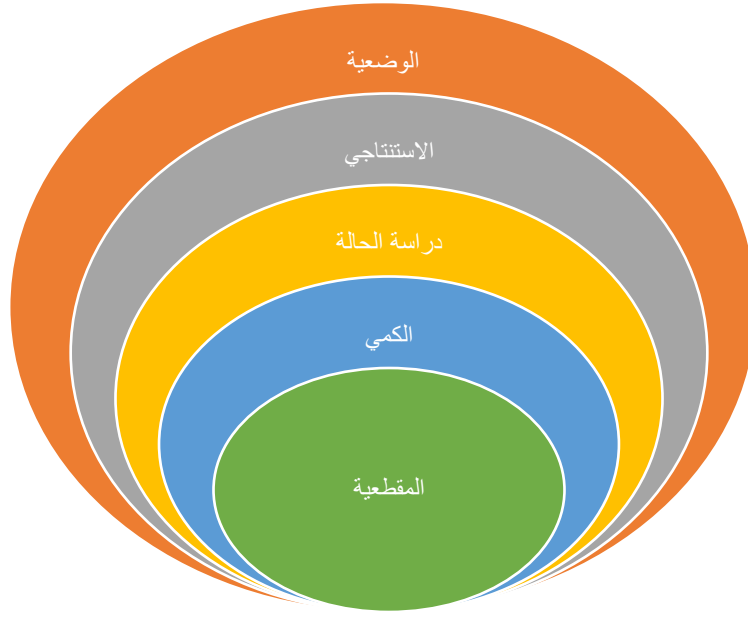
○ فلسفة الدراسة: الوضعية.

○ منهج الدراسة: الاستنتاجي.

○ استراتيجية الدراسة: دراسة الحالة.

○ نوع الدراسة: الكمي.

○ الأفق الزمني: المقطعية.



الشكل (١) ملخص منهجية البحث

المصدر (الطالب)

إجراء دراسة ميدانية حول جودة خدمة العملاء في مطعم البيك يتطلب اتباع منهجية منظمة لجمع البيانات وتحليلها. فيما يلي خطوات توجيهية لتنفيذ هذه الدراسة :

- تحديد الاهداف : تعريف الأهداف المحددة للدراسة، مثل تقييم رضا العملاء، تحديد نقاط القوة والضعف في الخدمة، وفهم توقعات العملاء.
- تطوير ادوات البحث : إعداد استبيان يحتوي على أسئلة مغلقة ومفتوحة تشمل مقاييس لقياس مستوى الرضا
- تحديد العينة :اختيار عينة تمثيلية من العملاء الذين يترددون على المطعم
- تنفيذ الدراسة : إجراء الملاحظات أثناء فترات التشغيل المختلفة لضمان التنوع في البيانات المجمعة
- تحليل البيانات : استخدام برامج تحليل البيانات (مثل Excel أو SPSS) لتحليل البيانات المجمعة
- تقديم النتائج : عرض النتائج بشكل واضح من خلال الرسوم البيانية والجداول
- المتابعة : وضع خطة لمتابعة تنفيذ التوصيات بشكل دوري وتقييم تأثيرها على جودة الخدمة
- التغذية الراجعة : جمع تغذية راجعة من العملاء بعد تنفيذ التغييرات لمراقبة مستوى التحسن في الخدمة.

مخطط المشروع:

الفصل الأول: الإطار العام للبحث

الفصل الثاني: الإطار النظري

الفصل الثالث: منهجية البحث

الفصل الرابع: التحليل الاحصائي

الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة

٥. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٦.

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

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

٩.

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

١١.

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

١٣.

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

١٥.

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

١٦,١. المتغير المستقل

المتغير المستقل في سلسلة المطاعم البيك هي أي عامل يتم تغييره من قبل الشركة أو يدخل كجزء من استراتيجية العمل والذي من المتوقع أن يؤثر على نتائج معينة مثل :

قائمة الطعام , استراتيجيات التسويق , أسعار الوجبات , الخدمة المقدمة , الموقع

من المهم أن تتبع هذه المتغيرات بعناية لقياس تأثيرها بدقة على النتائج المستهدفة.

١٦,٢. المتغير التابع

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

١٨.

١٩.

٢٠. مبيعات المطعم , رضا العملاء , عدد الزبائن , حصة السوق

٢١. باختصار، التغيير التابع هو ما يتم قياسه لتحديد تأثير التغييرات التي تم

إدخالها على المتغيرات المستقلة.

٢١,١. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

١ / التسعير :

المتغير المستقل : التغيير في اسعار الوجبات

المتغير التابع : حجم المبيعات

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

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

٢ / تحسين الخدمة

المتغير التابع : مستويات رضا العملاء

المتغير المستقل : تحسين الخدمة او تدريب الموظفين

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

إذا تم تحسين الخدمة، فإن هذا قد يؤدي إلى زيادة رضا الزبائن، مما قد يقلل من الشكاوى ويزيد من تكرار الزيارة.

٣ / اطلاق قائمة جديدة

لمتغير التابع : عدد الزبائن الذين يزورون المطعم.

لمتغير المستقل : تقديم أصناف جديدة أو قائمة طعام متنوعة.

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

إذا كانت الأصناف الجديدة جذابة، فقد تزداد أعداد الزبائن الذين يختارون زيارة المطعم لتجربتها.

٤ / التسويق والاعلانات

لمتغير التابع : حصة السوق ووعي العملاء بالعلامة التجارية.

لمتغير المستقل : تنفيذ حملات تسويقية جديدة.

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

إذا زادت الحملات التسويقية وحقت استجابة إيجابية، فقد يؤدي ذلك إلى زيادة الحصة السوقية للمطعم.

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

٢١,٢ . الخاتمة

في ختام هذا البحث، نستنتج أن سلسلة البيك قد نجحت في تحقيق مكانة متميزة في سوق الوجبات السريعة بالمملكة العربية السعودية. لقد تناولنا في هذا البحث الجوانب المختلفة التي ساهمت في نجاح هذه السلسلة، بدءًا من جودة المنتجات التي تقدمها، مرورًا بنهجها التسويقي الفريد، ووصولًا إلى تجربة العملاء التي توفرها.

تتميز سلسلة البيك بقائمة طعام متنوعة تلي أذواق مختلف الفئات، مما جعلها وجهة مفضلة للعديد من العملاء. بالإضافة إلى ذلك، ساهم استخدام البيك لاستراتيجيات تسويقية متميزة، مثل الحملات الإعلانية الفعالة والاعتماد على التواصل الاجتماعي، في تعزيز شغف العملاء وزيادة ولائهم للعلامة التجارية.

علاوة على ذلك، يتضح من خلال تحليل البحوث والدراسات السابقة أن سلسلة البيك قد أولت اهتمامًا خاصًا لممارسات المسؤولية الاجتماعية، مما يعكس التزامها تجاه المجتمع المحيط بها.

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

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

قائمة المراجع :

- **LIVEGENT.com** - جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون
- **WIKIPIDIA.com** - التعريف الدقيق للخدمة العملاء
- فاطنة ٢٠٢٣ - جودة الخدمات ودورها في تحسين مستويات رضا الزبون.
- عمري ٢٠٢٢ - أهم تحديات جودة الخدمة .
- العوضي وآخرون ٢٠٢٢ - تأثير الجودة اداء الخدمات على رضا العملاء .
- بوطينة وآخرون - ٢٠١٧ - اثر العلاقة مع الزباين على رضا العملاء .

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

١,٥ 6 خطوات بسيطة لكسب ثقة العملاء والاحتفاظ بهم CNN Arabic -

١,٦ تطبيق الجودة لدى أودو (odoo.com)

١,٨ Americana-ar.pdf (cma.org.sa)

١,٩ ما هو بحث رضا العملاء؟ التعريف والأهمية والعملية (ideascale.com)

٢٢. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

٢٢,١. 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 وأيضاً طرق إجراء تحليل البيانات .

٢٢,٢. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

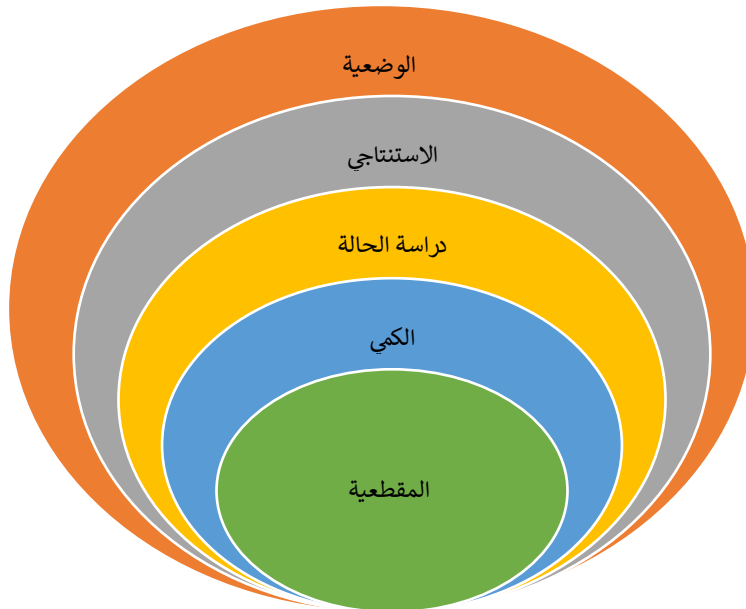
يمكن ان تشمل عدة جوانب , مثل جودة الخدمة , وتجربة العملاء وهذه بعض التعاريف الإجرائية المحتملة الذي يستفاد منها في المطاعم
ومن أهمها جودة الخدمة وهي تقاس في مدى تحقيق المطعم للمتطلبات الزبائن وتوقعاتهم في الجوانب مثل السرعة والكفاءة
اما من ناحية أساليب التسويق فهي استراتيجيات المتبعة لجذب الزبائن والحفاظ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

٢٢,٣. تصميم الدراسة

تصميم الدراسة تتكون من ٥ ركائز مهمة في عمليات التطور المنهجي ومنهجية الدراسة وسنتطرق لها بالترتيب :

١,١. منهجية الدراسة:

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



الشكل (١) ملخص منهجية البحث

المصدر (الطالب)

١,٢. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

١,٣. 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 الدراسية.

١,٣,١. 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،

١. قائمة الطعام، ٢. استراتيجية التسويق، ٣. أسعار الوجبات، ٣. الخدمة المقدمة ٤ فقرات للمتغير المستقل. بحيث أن البعد التخطيطي 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 ١ = غير موافق بشدة، بينما ٥ = موافق بشدة.

جدول (٦): المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل (جودة الخدمة على العملاء)

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

	عدد الكلي	12	
--	-----------	----	--

المصدر: الباحث

١,٣,٢. المتغير التابع (مدى التأثير العوامل المختلفة)

وأعتمد الباحث على الاستبانة. وذلك لقياس المتغير التابع (مدى التأثير العوامل المختلفة)، وذلك من حيث أربع أبعاد وهي: ١- مبيعات المطعم، ٢- رضا العملاء، ٣- عدد الزبائن، ٤- حصة السوق. بالإجمالي ٨ فقرات للمتغير. حيث أن البعد التوافق مع المواصفات عنصرين، والبعد الأداء عنصرين، والبعد قابلية الصيانة عنصرين، والبعد رضا العملاء عنصرين، والبعد الموثوقية عنصرين، والبعد درجة الكمال عنصرين. نوع الاستبيان هو لبكرت الخماسي. حيث أن ١ = غير موافق بشدة، بينما ٥ = موافق بشدة.

جدول (٧): المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع (مدى التأثير العوامل المختلفة)

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

المصدر: الباحث

١,٤. أنواع البيانات

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

- ١- بيانات المبيعات
- ٢- بيانات الخدمة
- ٣- بيانات المخزون
- ٤- بيانات المالية

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

١,٥. 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

- ١- تحليل بيانات الوصفية
- ٢- التحليل الاستدلالي وهي استخدام فرضيات وتفضيلات
- ٣- تحليل الاتجاهات وهي تحديد الاتجاهات في المبيعات على مر الزمان
- ٤- تحليل العملاء وهي تخصيص مجموعات العملاء بناء على سلوكيات الشراء

ويأتباع هذا الإجراءات يمكن لمطعم البيك في تحسين اداءها وزيادة رضا العملاء بشكل مستمر.

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

٢. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

٢,١. المقدمة

يتناول هذا الفصل عرضاً لنتائج الدراسة الميدانية التي تم تحليلها إحصائياً باستخدام كمال من: حزمة البرامج الإحصائية SPSS الإصدار ٢٨, وبرنامج ٣,٠ PLUS-Smart. الفصل الحالي للتحليل الإحصائي

٢,٢. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

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

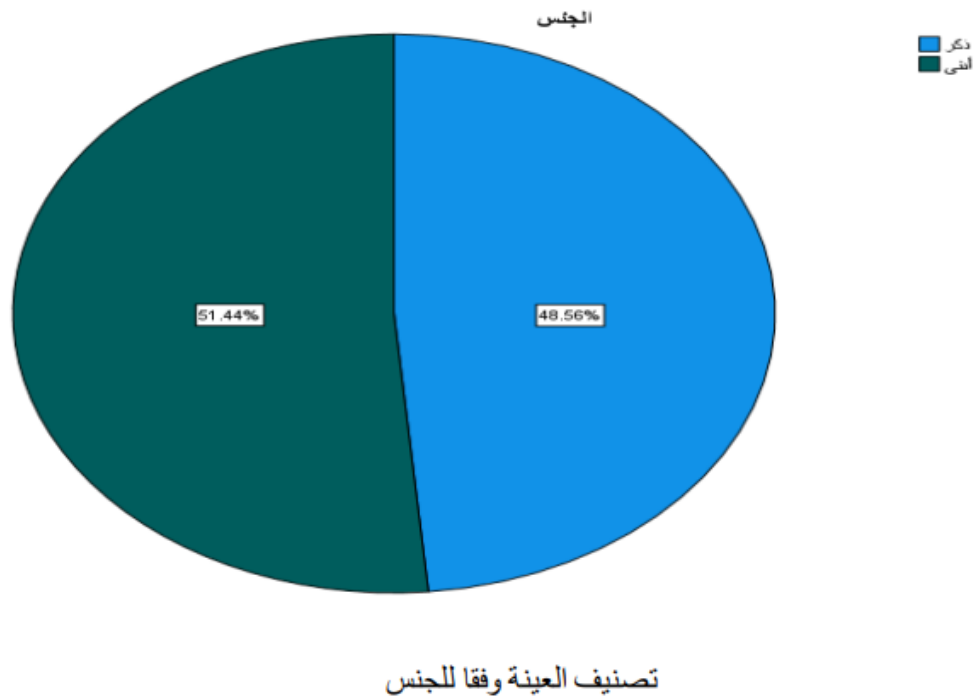
- حساب التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وتتمثل في المعلومات الديموغرافية
- يشتمل على (ذكر، أنثى)
- عدد سنوات الخبرة وتشمل (أقل من ٥ سنوات/ من ٥ إلى ١٠ سنوات/ من ١١ إلى ٢٠ سنة/ من ٢١ سنة فأكثر).
- الفئة العمرية وتشمل (أقل من ٣٠ سنة، من ٣٠ إلى ٤٠ سنة، من ٤١ إلى ٥٠ سنة، أكثر من ٥٠ سنة)
- المستوى التعليمي ويشمل (ثانوي/ جامعي/ دراسات عليا))

٢,٣. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

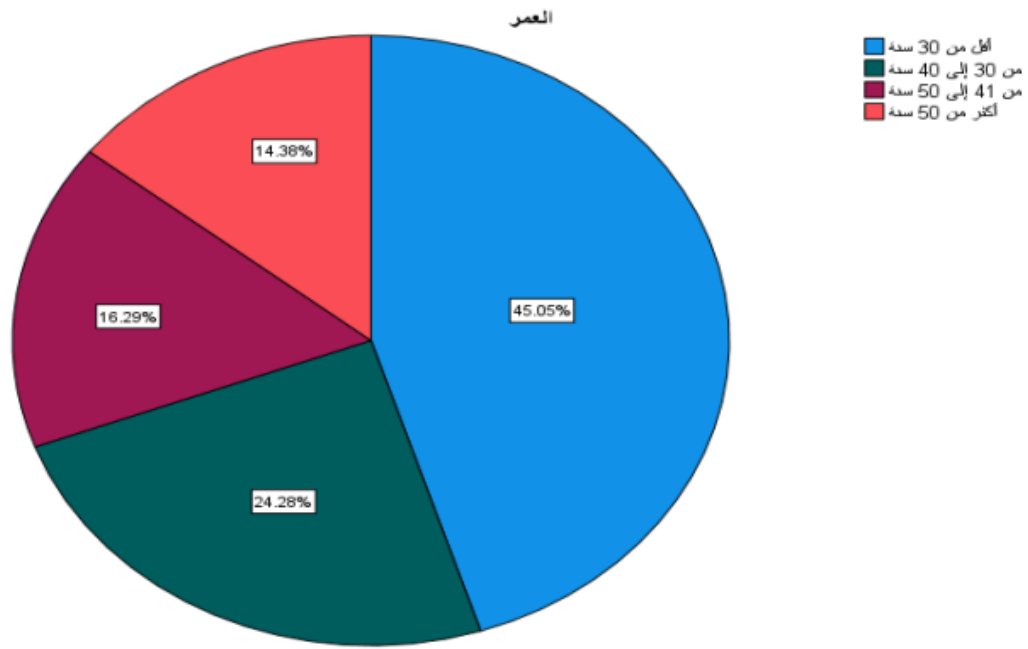
توصيف عينة الدراسة

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

٢,٤. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)

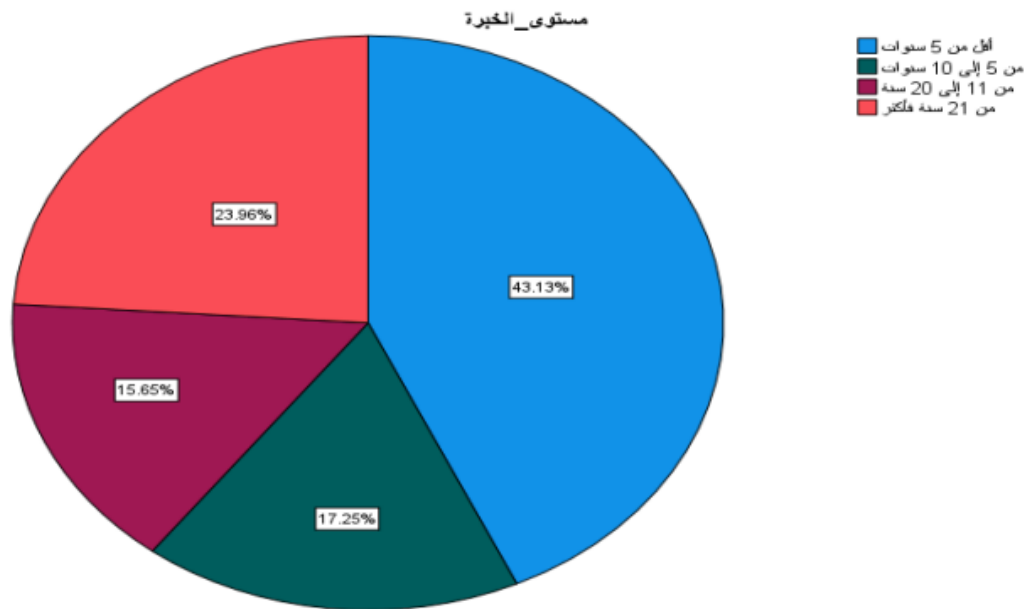


أظهرت النتائج الإحصائية أن، على الرغم من تقارب عدد الذكور والإناث بالعينة إل أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور



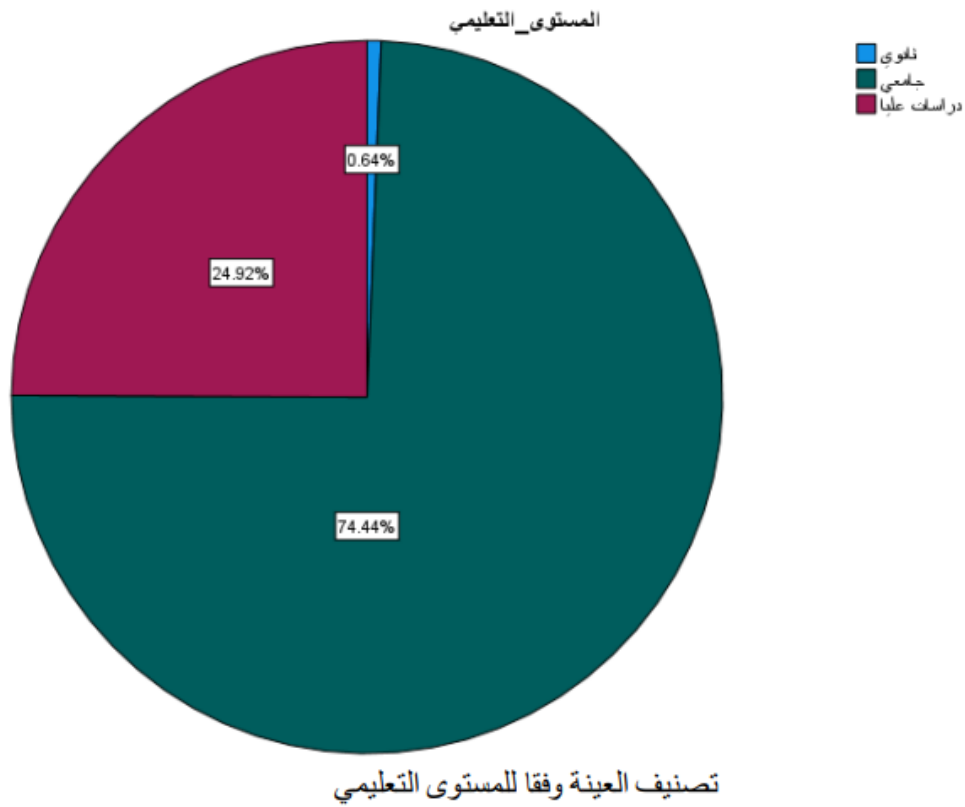
تصنيف عينة الدراسة وفقا للعمر

اما بما يتعلق بالعمر فإن ١٤١ مفردة أقل من ٣٠ سنة بنسبة ٤٥% . بينما الفئة العمرية من ٣٠ إلى ٤٠ سنة جاء بها ٧٦ مفردة بنسبة ٢٤,٣% .



تصنيف عينة الدراسة وفقا لمستوى الخبرة

اما بما يتعلق بالخبرة : فإن ١٣٥ مفردة أقل من ٥ سنوات خبرة بنسبة ٤٣,١% . بينما مستوى الخبرة من ٥ إلى ١٠ سنوات جاء به ٥٤ مفردة بنسبة ١٧,٣% .



اما بالنسبة للمستوى التعليمي : بلغ عدد من يحملون مؤهل ثانوي ٢ مفردة بنسبة ٠,٦% من إجمالي أفراد العينة. بينما بلغ عدد من يحملون مؤهل جامعي ٢٣٣ مفردة بنسبة ٧٤,٤% 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) $(= 20\%)$

٢,٥. 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			

٢,٦. الخاتمة

من أجل التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة الحالية, فقد تم استخدام كال من برنامجي SPSS V ٢٨, & 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		Valid Percent	Cumulative Percent
		Frequency	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					Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	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					Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	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	

٣. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

٣,١. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

تتضمن حدود الدراسة مجموعة من الحدود التي قد تؤثر على النتائج والتغيرات المتوصل إليها.. هذه الحدود توضح الاطار الذي تمت فيه الدراسة وأيضا تساعد على فهم النتائج بشكل افضل. مما يساهم في توحيد الأبحاث المستقبلية في هذا المجال.

٣,٢ الحدود المكانية

تقتصر الدراسة على النطاق الجغرافي لسلسلة مطاعم الببّك الشهيرة في المملكة العربية السعودية / منطقة مكة المكرمة

٣,٣ الحدود الزمنية

ستجري الدراسة خلال العام الدراسي ٢٠٢٤

٣,٤ الدراسات المستقبلية

من خلال النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ، والتي أظهرت العلاقة الوثيقة بين المتغير الأول جودة خدمة على العملاء وابعاده هي (قائمة الطعام ، استراتيجية التسويق ، أسعار الوجبات ، الخدمة المقدمة) : فإن الباحث يوصي الآخرين الذين يريدون مواصلة الدراسات حول نفس المواضيع بتوحيد هذه النتائج في بيانات العمل المختلفة .

كما ينصح بالتركيز على المتغير الثاني وهي مدى تأثير العوامل المختلفة وابعاده هي (رضا العملاء ، عدد الزبائن ، حصة السوق ، مبيعات المطعم) ويمكن ان يساعد هذا التوجه في تعميق الفهم حول كيفية تأثير هذا الابعاد ، مما يساهم في تطوير استراتيجيات فعالة لتحسين بيئه العمل وتعزيز الرضا الوظيفي .

٣,٢. توصيات الدراسة:

في ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحث بما يلي :

- ضرورة تعزيز الوعي حول مفهوم بيئة العمل الإيجابية وينبغي عليهم عمل ندوات توعوية للتعريف الموظفين بأهمية بيئة العمل وتأثيرها على الرضا الوظيفي
- ضرورة تشجيع المديرين على استخدام أساليب القيادة التحفيزية : يوصي بتدريب المديرين على تطبيق أساليب القيادة التحفيزية التي تعزز من مشاركة الموظفين وتفاعلهم يمكن ان تشمل هذا الأساليب تقدير إنجازات وتوفير الراجعة البناءة
- ضرورة توفير بيئة عمل ملاءمة يتعين على الإدارة توفير المرافق والتجهيزات اللازمة التي تعزز من راحة الموظفين مثل ساحات الاستراحة المناسبة ، توفير التكنولوجيا الحديثة .
- ويقترح الباحث ان يتم اجراء تقييم دوري للرضا الوظيفي

٣,٣. الخاتمة:

يهدف هذا البحث الى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تسهم في فهم تأثير بيئة العمل على رضا الوظيفي وتشمل هذا الأهداف ما يلي :

١. تحليل العلاقة بين بيئة العمل والرضا الوظيفي : دراسة كيفية تأثير الابعاد بيئة العمل المختلفة .
٢. تقديم توصيات عملية تقديم مجموعة من التوصيات على نتائج الدراسة لتحسين بيئة العمل وزيادة مستوى الرضا الوظيفي .
٣. اكتشاف الفجوات المعرفية تسليط الضوء على الفجوات الموجودة في الأبحاث السابقة حول العلاقة بين بيئة العمل والرضا الوظيفي .
٤. تقديم مدى فعالية السياسات والاستراتيجيات الحالية المتبعة للمطعم لتحسين بيئة العمل
٥. في ختام الفصل : تم استعراض التحليل الاحصائي والنتائج التي تم التوصل اليها مما يبرز أهمية بيئة العمل في تعزيز الرضا الوظيفي .

توصي الدراسة ببعض التوصيات التي تهدف الى تحسين بيئة العمل وزيادة مستوى الرضا الوظيفي لدى الموظفين في سلسلة مطاعم البيك الشهيرة.

قائمة المراجع

١. [العلاقة بين بيئة العمل والرضا الوظيفي : بيئة العمل وأثرها على الأداء الوظيفي | مدونة صَبَّار](#)
٢. [الفجوات المعرفية بين العلاقة بيئة العمل والرضا الوظيفي :](#)
<https://www.ispring.ae/blog/%D8%AA%D8%B7%D9%88%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B8%D9%81%D9%8A%D9%86>
٣. [تعزيز الوعي في بيئة العمل : إدارة بيئة العمل السامة: بناء ثقافة إيجابية وتعزيز الإنتاجية - بن عبدالله كاتب سيرة ذاتية وأخصائي لينكدان](#)
٤. [ضرورة توفير بيئة عمل ملائمة : نفوذ التطوير للعقارات وإدارة الأملاك - إدارة المرافق: للحفاظ على بيئة العمل وتعزيز الإنتاجية](#)
٥. [تسليط الضوء على الفجوات الموجودة في الرضا الوظيفي : rea.tech0@gmail.com3.pdf](#)

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 ٣٠ سنة

○ من ٣٠ الى ٤٠

○ من ٤٠ الى ٥٠

○ اكثر من ٥٠

● المستوى التعليمي :

○ ثانوي

○ بكالوريوس

○ دراسات عليا

● سنوات الخبرة :

○ اقل من ٥

○ من ٥ الى ١٠

○ من ١١ الى ١٥

○ اكثر من ٢٠

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 استمتعت به من القائمة هل كان الطعام طازجًا وشهيًا					
2	ما رأيكم في أسعار الأطباق مقارنة بالجودة هل تشعرون أن الأسعار معقولة					
3	هل كان هناك أي خيارات صحية في القائمة هل تمكنت من العثور على أطباق تناسب نظامكم الغذائي					
استراتيجية التسويق						
4	هل شعرت أن الإعلانات أو الحملات الدعائية لمطاعم البيك كانت جذابة وملفتة للنظر؟					
5	هل تشعر أن العلامة التجارية لمطاعم البيك تتواصل بوضوح مع قيمتها وميزاتها؟					
6	هل ستوصي مطاعم البيك لأصدقائك وعائلتك؟					

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 تأثير 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						
					هل لاحظت أي تغييرات في عدد الزبائن خلال الأشهر الأخيرة؟	4
					هل هناك أمور معينة نحتاج إلى تحسينها لزيادة عدد الزبائن في المطعم؟	5
					هل يمتلك المطعم برامج ولاء أو عروض خاصة لجذب الزبائن؟	6
حصة السوق						
					كيف تقيم حصة السوق الحالية لمطاعم البيك مقارنة بمنافسيها؟	7
					هل غرض المطعم واستراتيجية التسعير تلعبان دورًا 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