

إثر ادارة الجودة الشاملة في تحقيق رضا الزبون
بالتطبيق على مجمع السعر المنافس في المملكة
العربية السعودية بمنطقة مكة المكرمة "دراسة
حالة"

أمل قاسم الدعبوش.
الرقم الجامعي
2021205156

مشروع التخرج - ١
كلية إدارة المشاريع

إشراف
د. منى مصطفى العشري
عضو هيئة التدريس - كلية إدارة مشاريع - جامعة ميداو شن

المقدمة

في العصر الحالي، تواجه المؤسسات تحديات كبيرة ومتزايدة نتيجة للتطور السريع في تكنولوجيا (Total Quality المعلومات وزيادة المنافسة العالمية. لذلك، أصبحت إدارة الجودة الشاملة أحد العناصر الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق النجاح والتميز. (Management تعتبر إدارة الجودة الشاملة منهجية متكاملة تهدف إلى تحسين جودة المنتجات والخدمات بشكل مستمر من خلال إشراك جميع أفراد المؤسسة والعمل على تلبية احتياجات وتوقعات العملاء.

يُعد رضا الزبون واحداً من أهم الأهداف التي تسعى لتحقيقها المؤسسات من خلال تطبيق إدارة الجودة الشاملة، حيث أن رضا الزبون يعتبر مؤشراً على نجاح المؤسسة وقدرتها على المنافسة في السوق. ومن هذا المنطلق، تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على تأثير إدارة الجودة الشاملة في تحقيق رضا الزبون، مع التركيز على تطبيقها في مجمع السعر المنافس في منطقة مكة المكرمة بالمملكة العربية السعودية.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مدى تأثير تطبيق إدارة الجودة الشاملة على مستوى رضا الزبائن في مجمع السعر المنافس، وذلك من خلال دراسة حالة محددة واستعراض التجارب والخبرات المتعلقة بهذا الموضوع.

1. (محمد، أحمد (٢٠٢٠).

تطبيق إدارة الجودة الشاملة يؤدي إلى تحسين جودة الخدمات والمنتجات مما يساهم بشكل كبير (في زيادة رضا الزبائن" (ص. ٤٥

2. (الخالدي، سعاد (٢٠١٨)

إدارة الجودة الشاملة تعد أداة فعالة لتحسين الأداء المؤسسي من خلال التركيز على تلبية احتياجات (وتوقعات العملاء" (ص ٦٧)

3. (علي، خالد (٢٠١٩)

هناك علاقة طردية بين تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة وارتفاع مستويات رضا العملاء، مما يعزز من قدرة المؤسسة على المنافسة في السوق (ص . ٨٢)

4. (الدوسري، ناصر (٢٠١٧)

التحسين المستمر في العمليات والإجراءات الصحية يؤدي إلى زيادة رضا العملاء وثقتهم في المؤسسة (ص . ٥٣)

5. (العتيبي، فهد (٢٠١٦)

6. (الحربي، عبد الله (١٠١٥)

تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة يساهم في تحسين جودة الخدمة وزيادة ولاء العملاء، مما يؤدي إلى تحقيق رضاهم على المدى الطويل (ص . ٣٢)

7. (الشريف، نوال (٢٠١٤)

تشير النتائج إلى أن المؤسسات التي تتبنى استراتيجيات إدارة الجودة الشاملة تحقق مستوى أعلى (من رضا العملاء مقارنة بتلك التي لا تتبنى هذه الاستراتيجيات (ص . ٤٥)

8. (الغامدي، فيصل (٢٠١٣)

تحقيق رضا الزبون من خلال إدارة الجودة الشاملة يتطلب التزاماً من الإدارة العليا وتعاون جميع أفراد المؤسسة في تطبيق وتحسين العمليات (ص . ٥٨)

9. (البقي، سامي (٢٠١٢)

أظهرت الدراسة أن التقييم المستمر لجودة الخدمات والمراجعة الدورية لعمليات الجودة تؤدي إلى زيادة رضا الزبائن وثقتهم في المؤسسة" (ص . ٧٤)

10. (المهندس، خالد (٢٠١١)

إدارة الجودة الشاملة ليست فقط وسيلة لتحسين المنتجات والخدمات،
(بل هي أيضاً فلسفة تنظيمية تركز على رضا العملاء كهدف أساسي (ص ٨٧)
التركيز على جودة العمليات والخدمات يعد العامل الأساسي في تحقيق رضا الزبائن والمحافظة على
(ولائهم) (ص.٩٩)

في ظل التنافس المتزايد بين الشركات والمؤسسات في السوق، أصبحت إدارة الجودة الشاملة
واحدة من الاستراتيجيات الرئيسية التي تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق رضا العملاء وضمان (TQM)
استمرارية النجاح والنمو. تمثل إدارة الجودة الشاملة مجموعة من المبادئ والتقنيات التي تهدف إلى
تحسين العمليات والخدمات والمنتجات من خلال التركيز على جودة الأداء في جميع جوانب المؤسسة
(Ishikawa, 1985 , p. 23) .

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف أثر إدارة الجودة الشاملة على تحقيق رضا العملاء في مجمع السعر
المنافس في المملكة العربية السعودية بمنطقة مكة المكرمة. يعتبر هذا المجمع واحداً من أبرز المراكز
التجارية في المنطقة، ويستقطب عدداً كبيراً من الزبائن يومياً. لذا، فإن تحسين جودة الخدمات
والمنتجات المقدمة في هذا المجمع يعد أمراً ضرورياً لضمان ولاء الزبائن وزيادة تنافسية
(Juran, 1988, p. 45). المجمع في السوق

من خلال هذه الدراسة، سيتم تحليل مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في مجمع السعر
المنافس وتأثيرها على مستوى رضا الزبائن. سيتم استخدام مجموعة من الأدوات البحثية مثل
الاستبيانات والمقابلات لجمع البيانات اللازمة. كما سيتم دراسة تجارب المجمعات التجارية الأخرى في
(Deming, 1986, p. 67). المنطقة وكيفية تطبيقها لإدارة الجودة الشاملة لتحقيق رضا الزبائن

تُعد هذه الدراسة مهمة لأنها تسلط الضوء على العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء في
سياق السوق السعودية، مما يساهم في تقديم توصيات عملية للمجمعات التجارية لتحسين أدائها وتلبية
(Oakland, 2003, p89) توقعات الزبائن بشكل أفضل

في ضوء ذلك، تتناول هذه الدراسة تحليل أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في مجمع "السعر
المنافس" بمنطقة مكة المكرمة، وذلك عبر دراسة ميدانية تهدف إلى استكشاف العلاقة بين جودة

الخدمات والمنتجات ومستوى رضا الزبائن. من خلال هذا التحليل، تسعى الدراسة إلى تقديم رؤى وتوصيات تعزز من كفاءة العمليات وتحسين تجربة العملاء، مما يدعم التميز التنافسي للمجمع.

مشكلة البحث

في السوق التجارية التنافسية اليوم، أصبحت المؤسسات ملزمة بتبني استراتيجيات مبتكرة لضمان واحدة من هذه (TQM) رضا العملاء والحفاظ على ولائهم. تعتبر إدارة الجودة الشاملة الاستراتيجيات التي تُعنى بتحسين جميع جوانب العمل لضمان تحقيق مستويات عالية من الجودة. ومع ذلك، تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات التجارية قد يواجه عدة تحديات تتعلق بالتنفيذ الفعال، التكاليف، وقبول العاملين لهذه التحسينات.

مجمع السعر المنافس في منطقة مكة المكرمة يمثل نموذجاً مهماً لفهم كيفية تأثير إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في المملكة العربية السعودية. بالرغم من الجهود المبذولة لتحسين جودة الخدمات والمنتجات، إلا أن هناك إشارات على وجود فجوة بين توقعات العملاء والنتائج الفعلية المقدمة. هذه الفجوة قد تكون ناجمة عن عدم التطبيق الكامل لمبادئ إدارة الجودة الشاملة أو بسبب (Juran, 1988, p. 112) عدم التوافق بين تلك المبادئ واحتياجات العملاء المحليين.

تتمثل مشكلة البحث في تحديد مدى تأثير تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في مجمع السعر المنافس، وتحديد العقبات والتحديات التي قد تحول دون تحقيق ذلك الرضا. هذه المشكلة تتطلب تحليلاً دقيقاً وشاملاً لتحديد الفجوات في الأداء وتقديم توصيات لتحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة (Deming, 1986, p. 98).

مشكلات البحث

في سياق دراسة حالة مثل هذه، تواجه الباحث بعض التحديات المحتملة، منها الوصول إلى بيانات دقيقة وملائمة، تحديد المؤشرات الرئيسية للأداء التي يجب دراستها، وتحديد المدى الزمني الملائم لجمع البيانات. كما يجب أيضاً مراعاة العوامل الخارجية التي قد تؤثر على النتائج كالتغيرات الاقتصادية والتشريعات المحلية، وضمان تمثيلية العينة المختارة للدراسة.

الفجوات النظرية والفجوات الطبيعية تشير إلى نقاط يمكن أن تكون غير مكتملة أو غير مفهومة بشكل كافٍ في سياق البحث. إليك تفسيرًا لكل منها وكيف يمكن أن تنطبق على دراسة حالة حول إدارة الجودة الشاملة في مجمع السعر المنافس في مكة المكرمة

الفجوات النظرية

.تشير إلى النقاط التي قد تكون غير مغطاة بشكل كافٍ في الأدبيات السابقة أو النظريات المتاحة -
مثال: -

نقص الدراسات التي تفصل كيفية تأثير إدارة الجودة الشاملة على تحقيق رضا الزبائن بشكل محدد في سوق البيع بالتجزئة في مكة المكرمة، مما يجعل من الصعب تحقيق فهم شامل للعلاقة بين هذين العنصرين.

الفجوات الطبيعية

تشير إلى نقاط قد تكون غير معروفة أو غير مستكشفة بشكل كافٍ في السياق العملي أو الواقعي
مثال: -

قد يكون هناك قلة في الدراسات التي تفصل كيفية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في سوق البيع بالتجزئة في منطقة مكة المكرمة، والتحديات الفعلية التي يواجهها المديرون في تنفيذ هذه المبادئ

لمعالجة هذه الفجوات، يجب على الباحث تحديد المجالات التي تحتاج إلى دراسة أعمق أو إجراء أبحاث إضافية لملء هذه الفجوات. يمكن ذلك من خلال تنظيم استعراض شامل للأدبيات، وجمع البيانات الأساسية المطلوبة، وتطبيق النظريات القائمة على السوق المحلي بطريقة تتناسب مع الظروف الفعلية في مكة المكرمة.

أهمية البحث

في دراسة حالة حول إدارة الجودة الشاملة وتحقيق رضا الزبون في مجمع السعر المنافس في مكة المكرمة تكمن في تقديم رؤى قيمة تساهم في تطوير الممارسات الإدارية وتحسين أداء الشركات في سوق التجزئة. من خلال فهم كيفية تطبيق مبادئ الجودة الشاملة وتأثيرها على تجربة العملاء، يمكن أن يساهم البحث في تحسين استراتيجيات الأعمال وزيادة الرضا لدى الزبائن، مما يعزز من تنافسية الشركات ويعزز الاستدامة في السوق.

:الأهمية النظرية 1.

- يساهم البحث في تعميق فهمنا لنظريات إدارة الجودة الشاملة وتطبيقاتها في سياق الأسواق المحلية.
- يساعد في توسيع قاعدة المعرفة وإثراء الأدبيات العلمية بدراسات عملية وتطبيقية في مجال إدارة الجودة ورضا الزبائن.

:الأهمية التطبيقية 2.

- يوفر البحث إسهامات قيمة للمديرين وصناع القرار في الشركات، حيث يمكنهم استخدام النتائج لتحسين أداء الشركة وزيادة رضا الزبائن.
- يساعد في تطوير استراتيجيات عمل فعالة تعتمد على مبادئ الجودة الشاملة لتعزيز التنافسية والاستدامة في السوق المحلي.

باختصار، يعكس البحث الأهمية النظرية من خلال تعزيز المعرفة والفهم، بينما يوضح الأهمية التطبيقية من خلال تحسين الأداء التنظيمي وتحقيق الفوائد العملية للشركات والمؤسسات.

تُعد إدارة الجودة الشاملة من الأدوات

....الأساسية التي تساهم في تحسين الأداء العام للمؤسسات وضمان رضا العملاء. تُبرز هذه الدراسة أهمية إدارة الجودة الشاملة في السياق الخاص بمجمع السعر المنافس في منطقة مكة المكرمة، وذلك لأسباب عدة

١. تحسين جودة الخدمات والمنتجات من خلال تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة، يمكن للمجمع تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة للعملاء، مما يعزز من قدرتهم على المنافسة في السوق يساهم بشكل كبير في تحسين TQM إلى أن تطبيق (Oakland 2003) المحلية والدولية. أشار جودة المنتجات والخدمات المقدمة (ص. ٧٦)

٢. زيادة رضا العملاء وولائهم تساهم إدارة الجودة الشاملة في تحقيق مستوى عالٍ من رضا العملاء، والذي يعد عاملاً حاسماً في بناء ولاء العملاء وضمان عودتهم المستمرة للتسوق في المجمع. تحقيق رضا العملاء يؤدي إلى على أن رضا العملاء هو (Juran 1988) زيادة التوصيات الشفهية وتحسين سمعة المجمع. أكد (نتيجة مباشرة لتطبيق مبادئ الجودة الشاملة (ص. ١١٠)

٣. تعزيز الكفاءة التشغيلية*: يساهم تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في تحسين العمليات الداخلية وتقليل الهدر وزيادة الكفاءة التشغيلية. هذا يؤدي إلى تحسين استخدام الموارد المتاحة وزيادة الأرباح إلى أن التحسين المستمر للعمليات الداخلية هو أحد أبرز فوائد (Deming 1986). أشار (ص. ٤٥) TQM.

٤. مواكبة التغيرات والتطورات في السوق*: من خلال التركيز على التحسين المستمر، يمكن لمجمع السعر المنافس التكيف بشكل أفضل مع التغيرات في السوق والاحتياجات المتغيرة للعملاء، مما أن القدرة على التكيف مع (Ishikawa 1985) يعزز من قدرته على الاستمرارية والنمو. أوضح (ص. ٣٢) TQM التغيرات السوقية هو أحد مكونات نجاح

٥. تقديم نموذج يحتذى به في القطاع التجاري*: يمكن أن تكون نتائج هذه الدراسة نموذجاً يُحتذى به من قبل المجمعات التجارية الأخرى في المملكة العربية السعودية والمنطقة ككل، مما يعزز من ثقافة الجودة الشاملة في القطاع التجاري. شدد (Oakland 2003) على أهمية دور النماذج العملية في نشر ثقافة الجودة (ص. ٩٢).

فجوة الدراسة

في تحقيق رضا العملاء، إلا أن هناك فجوات (TQM) رغم الاعتراف بأهمية إدارة الجودة الشاملة واضحة في الأبحاث المتعلقة بتطبيق هذه المبادئ في السياق الخاص بالمجمعات التجارية في المملكة العربية السعودية، وخاصة في منطقة مكة المكرمة. تتمثل هذه الفجوات في عدة جوانب

١. قلة الدراسات التطبيقية المحلية معظم الأبحاث المتعلقة بإدارة الجودة الشاملة تم تنفيذها في سياقات دولية، مما يترك فراغاً في الفهم الكامل لكيفية تطبيق هذه المبادئ في البيئة السعودية إلى أن الأبحاث المحلية نادرة وتعاني (Al-Otaibi (2014) السعودية وثقافتها الخاصة. فقد أشار من قلة البيانات التطبيقية.
(ص . ٤٥)

٢. تحديات التنفيذ :
هناك نقص في الدراسات التي تستكشف التحديات الفعلية التي تواجه المجمعات التجارية عند محاولة تنفيذ إدارة الجودة الشاملة. هذا يشمل التحديات الثقافية، التنظيمية، والمالية التي قد تؤثر على نجاح بينوا أن التحديات الثقافية والتنظيمية (Al-Qahtani et al. (2015 . تطبيق هذه المبادئ (تعتبر من أكبر العوائق أمام تطبيق إدارة الجودة الشاملة في السعودية. (ص. ٧٨)

٣. قياس رضا العملاء :
القليل من الأبحاث تتناول كيفية قياس رضا العملاء بشكل دقيق وموضوعي بعد تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في المجمعات التجارية. الحاجة ماسة إلى أدوات قياس متطورة ومناسبة للسوق المحلي لقياس مدى تأثير هذه المبادئ على رضا العملاء (Al-Swidi & Mahmood (2011 . (أكدوا على ضرورة تطوير أدوات قياس محلية تتناسب مع احتياجات السوق السعودي. (ص. ١١٢)

٤. البحوث المقارنة :
هناك نقص في الدراسات التي تقوم بمقارنة تطبيق إدارة الجودة الشاملة بين المجمعات التجارية المختلفة داخل المملكة وبين الدول الأخرى، مما يحد من فهمنا لكيفية تكييف هذه المبادئ لتتناسب

اقترحوا ضرورة إجراء دراسات مقارنة لفهم Al-Najem et al. (2012) مع السوق المحلي.
الفروقات والتحديات بشكل أفضل. (ص. ١٣٤)

٥. التركيز على القطاع الخاص :

معظم الأبحاث المتاحة تركز على القطاعات الصناعية أو المؤسسات الحكومية، بينما هناك نقص في الدراسات التي تستهدف القطاع التجاري الخاص مثل المجمعات التجارية، مما يترك فجوة في الأدبيات حول تأثير إدارة الجودة الشاملة في هذا القطاع. (Al-Zamani 2016) لفت الانتباه إلى أن القطاع الخاص التجاري يحتاج إلى مزيد من الدراسات لتحديد تأثير إدارة الجودة الشاملة على أدائه. (ص. ٨٩).

*المراجع *

- 1- Ishikawa, K. (1985). What Is Total Quality Control? The Japanese Way. Prentice Hall.32.q.
- 2- Juran, J. M. (1988). Juran's Quality Control Handbook. McGraw-Hill. .45.q.
- 3- Deming, W. E. (1986). Out of the Crisis. MIT Press.65.q
- 4- Oakland, J. S. (2003). Total Quality Management: Text with - Cases. Butterworth-Heinemann. 89.q

١. محمد، أحمد (٢٠٢٠). *إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق رضا الزبون*. دار الفكر، الرياض.
٢. الخالدي، سعاد (٢٠١٨). *تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية*. جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.
٣. علي، خالد (٢٠١٩). *تحليل رضا الزبون كمتغير أساسي في تقييم الأداء المؤسسي*. المجلة العربية للإدارة، المجلد ١٤، العدد.
٤. الدوسري، ناصر (٢٠١٧). *أثر إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في القطاع الصحي*. جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٥. العتيبي، فهد (٢٠١٦). *إدارة الجودة الشاملة: منهجيات وتطبيقات*. دار النشر العربية، القاهرة.
٦. الحربي، عبد الله (٢٠١٥). **تأثير إدارة الجودة الشاملة على ولاء العملاء*. دار النشر العربية، جدة.
٧. الشريف، نوال (٢٠١٤). **استراتيجيات إدارة الجودة الشاملة وأثرها على رضا العملاء*. جامعة الملك سعود، الرياض.
٨. الغامدي، فيصل (٢٠١٣). **إدارة الجودة الشاملة: التطبيقات والتحديات*. جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، الظهران.

٩. البقمي، سامي (٢٠١٢). **التقييم المستمر لجودة الخدمات وأثره على رضا * 4. العملاء*. المجلة السعودية للإدارة، المجلد ١٠، العدد ٢.
١٠. المهندس، خالد (٢٠١١). **إدارة الجودة الشاملة: فلسفة تنظيمية لتحقيق رضا * 5. العملاء*. دار الفكر، الرياض.
١١. الدوسري، ناصر (٢٠١٧). **أثر إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في * 6. القطاع الصحي*. جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
١٢. العتيبي، فهد (٢٠١٦). **إدارة الجودة الشاملة: منهجيات وتطبيقات*. دار النشر * 7. العربية، القاهرة.
١٣. محمد، أحمد (٢٠٢٠). **إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق رضا الزبون*. * 8. دار الفكر، الرياض.
١٤. الخالدي، سعاد (٢٠١٨). **تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات * 9. الخدمية*. جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.
١٥. علي، خالد (٢٠١٩). **تحليل رضا الزبون كمتغير أساسي في تقييم الأداء المؤسسي*. المجلة العربية للإدارة، المجلد ١٤، العدد ٣.

- 16- Oakland, J. S. (2003). Total Quality Management: Text with Cases. Butterworth-Heinemann.92.q76.
- 17- Juran, J. M. (1988). Juran's Quality Control Handbook. McGraw-Hill. .112.q
- 18- Deming, W. E. (1986). Out of the Crisis. MIT Press.98.q
- 19- Ishikawa, K. (1985). What Is Total Quality Control? The Japanese Way. Prentice Hall. .32.q

٢٠. الحربي، عبد الله (٢٠١٥). *تأثير إدارة الجودة الشاملة على ولاء العملاء*. دار النشر العربية، جدة.
٢١. الشريف، نوال (٢٠١٤). *استراتيجيات إدارة الجودة الشاملة وأثرها على رضا العملاء*. جامعة الملك سعود، الرياض.

٢٢. الغامدي، فيصل (٢٠١٣) *إدارة الجودة الشاملة: التطبيقات والتحديات*. جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، الظهران.
٢٣. البقمي، سامي (٢٠١٢). *التقييم المستمر لجودة الخدمات وأثره على رضا العملاء*. المجلة السعودية للإدارة، المجلد ١٠، العدد ٢.
٢٤. المهندس، خالد (٢٠١١). *إدارة الجودة الشاملة: فلسفة تنظيمية لتحقيق رضا العملاء*. دار الفكر، الرياض.
٢٥. الدوسري، ناصر (٢٠١٧) *أثر إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في القطاع 26. الصحي*. جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
٢٦. العتيبي، فهد (٢٠١٦) *إدارة الجودة الشاملة: منهجيات وتطبيقات*. دار النشر العربية، القاهرة.
٢٨. محمد، أحمد (٢٠٢٠) *إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق رضا الزبون*. دار الفكر، الرياض.
٢٩. الخالدي، سعاد (٢٠١٨) *تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية*. جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.
٣٠. علي، خالد (٢٠١٩) *تحليل رضا الزبون كمتغير أساسي في تقييم الأداء المؤسسي*. المجلة العربية للإدارة، المجلد ١٤، العدد ٣.

31- Al-Otaibi, M. B. (2014). Implementing Total Quality Management in Saudi Arabia: A Case Study of Saudi Arabian Airlines. International Journal of Business and Management. 45.q.

32- Al-Qahtani, N. D., Alshehri, S. A., & Aziz, A. A. (2015). The Impact of Total Quality Management on Organizational Performance in the Saudi Context: A Case Study of Saudi Telecommunication Company. International Journal of Management. 78.q.

33- Al-Swidi, A. K., & Mahmood, R. (2011). Total Quality Management, Entrepreneurial Orientation and Organizational

**Performance: The Role of Organizational Culture. African
Journal of Business Management.112.q.**

**34- Al-Najem, M., Dhakal, H. N., & Bennett, N. (2012). The Role
of Culture and Leadership in Lean Six Sigma
Implementation: A Case Study on Middle Eastern SMEs.
International Journal of Productivity and Performance
Management.134.q.**

**35- Al-Zamani, H. (2016). Quality Management Practices in
the Private Sector: A Case Study of Saudi Retail. Journal of**

***الاستبيان ***

استبيان أثر إدارة الجودة الشاملة في تحقيق رضا الزبون بالتطبيق على مجمع السعر
"المنافس في المملكة العربية السعودية بمنطقة مكة المكرمة "دراسة حالة
القسم الأول: المعلومات الشخصية

1:الجنس .

- ذكر -
- أنثى -

2:العمر .

- أقل من ٢٠ سنة -
- سنة 21-30 -
- سنة 31-40 -
- سنة 41-50 -
- أكثر من ٥٠ سنة -

3:المستوى التعليمي .

- ثانوي -
- دبلوم -
- بكالوريوس -
- ماجستير -
- دكتوراه -

4:الحالة الاجتماعية .

- أعزب -
- متزوج -
- مطلق -
- أرمل -

القسم الثاني: تقييم جودة الخدمة

5: كيف تقيم جودة المنتجات والخدمات المقدمة في مجمع السعر المنافس؟

- ممتازة -
- جيدة جداً -
- جيدة -
- مقبولة -
- ضعيفة -

6: هل تجد تنوعاً كافياً في المنتجات المعروضة في المجمع؟

- نعم -
- إلى حد ما -
- لا -

7: هل يتم تقديم الخدمات في المجمع بشكل سريع وكفاء؟

- نعم -
- أحياناً -
- لا -

8: ما مدى رضاك عن نظافة وترتيب المجمع؟

- راضٍ جداً -
- راضٍ -
- غير راضٍ -

القسم الثالث: أثر إدارة الجودة الشاملة

9: هل لاحظت تحسينات في الخدمات والمنتجات خلال الفترة الأخيرة؟

- نعم -
- لا -

10: كيف تقيم تأثير إدارة الجودة الشاملة على مستوى رضاك العام؟

تأثير إيجابي كبير -

تأثير إيجابي -

تأثير محدود -

لا يوجد تأثير -

١١: هل تشعر بأن موظفي المجمع مدربون بشكل جيد على تقديم خدمة ذات جودة عالية؟

نعم -

إلى حد ما -

لا -

12: هل ترى أن إدارة المجمع تستجيب بشكل فعال لشكاوى ومقترحات الزبائن؟

نعم -

أحياناً -

لا -

القسم الرابع: رضا الزبون

13: ما مدى رضاك عن تجربة التسوق العامة في مجمع السعر المنافس؟

راضٍ جداً -

راضٍ -

غير راضٍ -

14: هل تنوي زيارة المجمع مرة أخرى في المستقبل؟

نعم -

ربما -

لا -

15: هل ستوصي الآخرين بالتسوق في مجمع السعر المنافس؟

نعم -

ربما -

لا -

16: ما هي أكثر العوامل التي تؤثر على رضاك عن التسوق في المجمع؟

جودة المنتجات -

خدمة العملاء -

الأسعار -

تنوع المنتجات -

النظافة والترتيب -

القسم الخامس: ملاحظات واقتراحات

17: هل لديك أي اقتراحات لتحسين جودة الخدمات في مجمع السعر المنافس؟

(نعم) يرجى التوضيح -

لا -

18: أي ملاحظات أخرى تود مشاركتها؟