



جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

بكالوريوس إدارة المشاريع

عنوان المشروع

"دراسة تأثير إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء
: دراسة حاله في مكة المكرمة في شركة بن لادن"

أسم الطالب

أفنان محمد يونس

الرقم الجامعي: (2021205383)

مشروع تخرج- 1

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي الثاني - 2024

جدول المحتويات

3.....	<u>1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة</u>
4.....	<u>1.1. المقدمة:</u>
6.....	<u>1.2. مشكلة الدراسة</u>
6.....	<u>1.2.1. فجوات على المستوى النظري</u>
6.....	<u>1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي</u>
7.....	<u>1.3. أهمية الدراسة</u>
7.....	<u>1.3.1. على المستوى النظري:</u>
7.....	<u>1.3.2. على المستوى التطبيقي:</u>
6.....	<u>1.4. أسئلة الدراسة</u>
6.....	<u>1.5. أهداف الدراسة</u>
6.....	<u>1.6. فرضيات الدراسة</u>
6.....	<u>1.7. نموذج الدراسة</u>
7.....	<u>1.8. منهجية الدراسة</u>
7.....	<u>1.9. الدراسة الميدانية</u>
7.....	<u>1.10. مخطط المشروع المقترح</u>
8.....	الدراسات السابقة
9.....	<u>2.1. المقدمة:</u>
9.....	<u>2.2. المتغير المستقل</u>
9.....	<u>2.3. المتغير التابع</u>
9.....	<u>2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع</u>
10.....	<u>2.5. الخاتمة</u>
14.....	<u>قائمة المراجع</u>

1. الفصل الأول: الإطار العام الدراسي

المقدمة:

رضا العملاء هو الحالة التي يشعر فيها العملاء بالرضا أو السعادة كنتيجة لتجربتهم مع منتجات أو خدمات معينة. يعتبر رضا العملاء متغيرًا تابعًا في دراسة تأثير إدارة الجودة الشاملة لأنه يعكس مدى تحقيق توقعات واحتياجات العملاء عناصر رضا العملاء التوقعات: التوقعات التي يحملها العملاء قبل تجربة الخدمة أو المنتج. لتجربة الفعلية: التجربة الحقيقية التي يمر بها العملاء عند استخدام الخدمة أو المنتج المقارنة بين التوقعات والتجربة: مدى تطابق التجربة الفعلية مع توقعات العملاء أهمية رضا العملاء تحقيق الولاء: العملاء الراضون يميلون إلى تكرار التعامل مع المؤسسة ويكونون أكثر ولاء لها. لتسويق الشفهي: العملاء الراضون ينقلون تجربتهم الإيجابية للآخرين، مما يجذب عملاء جدد تحسين الأداء: رضا العملاء يعطي مؤشرات مهمة للمؤسسات لمعرفة جوانب التحسين في خدماتها ومنتجاتها مقاييس رضا العملاء الاستبيانات: جمع البيانات من خلال استبيانات تقيس مدى رضا العملاء عن مختلف جوانب الخدمة أو المنتج المراجعات والتقييمات: تحليل التعليقات والتقييمات التي يقدمها العملاء على منصات مختلفة نسبة العائدات: معدل تكرار العملاء لشراء المنتجات أو استخدام الخدمات. مؤشرات الأداء الرئيسية (KPIs): مثل سرعة الاستجابة، جودة الخدمة، Kotle, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-4. Oliver, R. L. (2010). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. Routledge. Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2002). Understanding relationship marketing outcomes: An integration of relational benefits and relationship quality. Journal of Service Research, 4(3), 230-247.

دراسة حول قياس جودة الخدمة ورضا العملاء باستخدام أداة Parasuraman, Zeithaml, & Berry (1988) أجري هذه الدراسة وضعت إطارًا لفهم العلاقة بين توقعات العملاء وتجاربهم الفعلية مع الخدمة المقدمة. SERVQUAL. أظهرت النتائج أن هناك علاقة إيجابية بين تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة وزيادة رضا العملاء، حيث أن تحسين جودة الخدمة يؤدي إلى تحسين رضا العملاء بشكل ملحوظ المرجع: Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40. دراسة رضا العملاء في صناعة الضيافة دراسة. Oh (1999) أجريت بواسطة تم تحليل رضا العملاء في صناعة الضيافة، وركزت الدراسة على دور الجودة الشاملة، (1999) Oh أجريت بواسطة في تحسين تجربة العملاء. أظهرت النتائج أن المؤسسات التي تبنت إدارة الجودة الشاملة شهدت زيادة في رضا العملاء، Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. International Journal of Hospitality Management, 18(1), 67-82. تأثير إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في القطاع المصرفي أجريت دراسة. Kumar, Smart, Maddern, & Maull (2008) حول تأثير إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في القطاع المصرفي. أظهرت الدراسة أن تطبيق إدارة الجودة الشاملة يساهم في تحسين العمليات الداخلية، مما ينعكس بشكل إيجابي على تجربة العملاء ورضاهم المرجع: Kumar, V., Smart, P. A., Maddern, H., & Maull, R. S. (2008). Alternative perspectives on service quality and customer satisfaction: The role of BPM. International Journal of Service Industry Management, 19(2), 176-187. دراسة حول إدارة Sila & Ebrahimpour (2002) تم تحليل تأثير إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في قطاع التجزئة. أظهرت النتائج أن المؤسسات التي طبقت مبادئ إدارة الجودة الشاملة شهدت تحسناً في جودة المنتجات والخدمات، مما أدى إلى زيادة رضا العملاء وولائهم. مرجع: Sila, I., & Ebrahimpour, M. (2002). An investigation of the total quality management surveybased research published between 1989 and 2000. International Journal of Quality & Reliability Management, 19(7), 902-970. خلاصة الدراسات تشير هذه الدراسات إلى أن هناك علاقة إيجابية واضحة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة وزيادة رضا العملاء في مختلف القطاعات. إن تبني مبادئ الجودة الشاملة يساعد المؤسسات على تحسين جودة منتجاتها وخدماتها، مما يؤدي إلى تجربة عملاء أفضل وزيادة في رضاهم وولائهم. هذا يبرز أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة، خاصة في بيئات تنافسية مثل مكة المكرمة التي تستقبل عددًا كبيرًا من الزوار والحجاج سنويًا

على رضا العملاء في مختلف القطاعات والمناطق، (TQM) رغم الأبحاث العديدة التي تناولت تأثير إدارة الجودة الشاملة (لا تزال هناك فجوات بحثية ملحوظة عندما يتعلق الأمر بتطبيق هذه المفاهيم في سياق مكة المكرمة. من بين الفجوات التي يمكن ملاحظته قلة الدراسات المخصصة للسياق المحلي في مكة المكرمة معظم الأبحاث التي تناولت إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء تمت في سياقات مختلفة، مثل الدول الغربية أو في قطاعات محددة مثل المصارف أو الضيافة. هناك حاجة لدراسات تركز بشكل خاص على مكة المكرمة نظراً لأهميتها الدينية والثقافية والتجارية.

نقص الدراسات متعددة القطاعات الدراسات الحالية غالباً ما تركز على قطاع واحد. هناك حاجة لدراسات تشمل مختلف القطاعات في مكة المكرمة، مثل الخدمات الفندقية، الرعاية الصحية، النقل، والمتاجر، لفهم تأثير إدارة الجودة الشاملة بشكل شامل على رضا العملاء في هذه المدينة المتنوعة.. ندرة البيانات النوعية معظم الدراسات تركز على البيانات الكمية والاستبيانات لقياس رضا العملاء. البيانات النوعية، مثل المقابلات والملاحظات، يمكن أن توفر رؤى أعمق حول تجارب العملاء ومشاعرهم وتوقعاتهم. 4. تأثير العوامل الثقافية والديني مكة المكرمة لها طابع خاص نظراً لأهميتها الدينية والثقافية. هناك حاجة لدراسات تستكشف كيف تؤثر هذه العوامل الفريدة على تطبيق إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء.. دراسة تأثير الموسم مكة المكرمة تشهد تغيرات كبيرة في عدد الزوار خلال مواسم الحج والعمرة. هناك فجوة في الأبحاث التي تدرس كيف يؤثر تباين الأعداد الموسمية للزوار على جودة الخدمات ورضا العملاء.. التكنولوجيا وإدارة الجودة الشامل تأثير التكنولوجيا الحديثة، مثل التطبيقات الذكية والخدمات الرقمية، على إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء لم يتم استكشافه بشكل كافٍ في سياق مكة المكرمة التوصيات لسد الفجوات البحثي إجراء دراسات محلية وميدانية: تشجيع الأبحاث التي تركز على مكة المكرمة باستخدام البيانات المحلية والميدانية. البحث متعدد القطاعات: تضمين قطاعات متنوعة في الدراسات لفهم التأثير الشامل لإدارة الجودة الشاملة. استخدام البيانات النوعية: دمج المقابلات والملاحظات مع الاستبيانات للحصول على رؤى أعمق مراعاة العوامل الثقافية والدينية: أخذ العوامل الثقافية والدينية في الاعتبار عند تصميم وتنفيذ الدراسات. دراسة تأثير الموسم: تحليل تأثير التغيرات الموسمية في عدد الزوار على جودة الخدمات ورضا العملاء وتوظيف التكنولوجيا: دراسة دور التكنولوجيا في تحسين إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء.

عنصراً حيوياً لنجاح المؤسسات، خاصة في المدن المقدسة مثل مكة المكرمة، حيث (TQM) تعتبر إدارة الجودة الشاملة (يرتفع الطلب على الخدمات ذات الجودة العالية من قِبَل الحجاج والزوار. ومع ذلك، تُعاني المؤسسات في مكة المكرمة من تحديات متعددة تتعلق بتطبيق إدارة الجودة الشاملة وضمان رضا العملاء. توجد قلة في الدراسات السابقة التي تستكشف هذا المجال بشكل شامل في مكة المكرمة، مما يترك فجوة في المعرفة حول كيفية تأثير إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في هذا السياق الفريد.

تُعد شركة بن لادن من الشركات الرائدة في مجال البناء والتشييد في مكة المكرمة، حيث تُعد مشاريعها من الأبرز في المدينة المقدسة. تكمن أهمية هذا البحث في دراسة تأثير إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في شركة بن لادن، حيث تُعتبر الجودة أحد العوامل الحاسمة في النجاح التنافسي للمشروعات الكبيرة. فهم كيفية تأثير تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء يمكن أن يوفر رؤى قيمة لتحسين الأداء وزيادة مستوى الخدمة المقدمة، خاصة في ظل الطلب المرتفع والمعايير العالية التي يتطلبها السوق في مكة المكرمة. تُعاني الدراسات السابقة من نقص في التركيز على حالات محددة مثل شركة بن لادن، مما يجعل من الضروري إجراء بحث مستفيض لدراسة هذا التأثير في سياق الشركات الكبرى والمشاريع الضخمة في مكة المكرمة.

1.1. مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في قلة الدراسات التي تناولت تأثير إدارة الجودة الشاملة (TQM) على رضا العملاء في سياق شركة بن لادن في مكة المكرمة. إدارة الجودة الشاملة تُعد من الممارسات الأساسية لتحسين جودة الخدمات وزيادة رضا العملاء في قطاع البناء والتشييد، لكن الدراسات السابقة تفتقر إلى التعمق في كيفية تطبيق هذه المبادئ في الشركات الكبرى في مكة، التي تواجه متطلبات خاصة نظراً للطبيعة الفريدة لمشاريعها. هذا النقص في البحث يؤدي إلى عدم وضوح التأثير الفعلي لإدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في سياق شركة بن لادن، مما يبرز الحاجة إلى دراسة متكاملة لفهم العلاقة بين الجودة ورضا العملاء في هذا السياق الخاص.

1.1.1. فجوات على المستوى النظري

تشير الفجوات النظرية في البحث المتعلق بتأثير إدارة الجودة الشاملة (TQM) على رضا العملاء في شركة بن لادن بمكة المكرمة إلى عدة نقصيات رئيسية في الأدبيات الحالية: نقص الدراسات المتخصصة في الشركات الكبرى في مكة؛ هناك نقص في الدراسات التي تركز بشكل خاص على تطبيق إدارة الجودة الشاملة في سياق شركات البناء الكبيرة مثل شركة بن لادن في مكة المكرمة. معظم الدراسات تتناول التطبيقات العامة لإدارة الجودة الشاملة أو تركز على قطاعات أخرى أو سياقات جغرافية مختلفة.

1.1.2. فجوات على المستوى التطبيقي

نقص في تطبيق استراتيجيات الجودة الشاملة الخاصة بالسياق المحلي: تفتقر الدراسات الحالية إلى استعراض كيفية تطبيق استراتيجيات إدارة الجودة الشاملة في سياق شركة بن لادن، وخاصة في مكة المكرمة، حيث تواجه الشركة متطلبات فريدة تتعلق بالمعايير الدينية والثقافية الخاصة بتحديات تنفيذ TQM في مشاريع ضخمة: لم يتم تناول كيفية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة بشكل فعال في مشاريع البناء الكبرى التي تنفذها شركة بن لادن، بما في ذلك كيفية التعامل مع تحديات مثل التكلفة العالية، التوقيتات المشددة، وضغوط الجودة العالية. تقييم فعالية أدوات الجودة الشاملة المستخدمة: هناك نقص في الدراسات التي تقيم فعالية الأدوات والتقنيات المستخدمة في إدارة الجودة الشاملة داخل شركة بن لادن. يتطلب ذلك فحص كيفية تنفيذ هذه الأدوات وكيفية تأثيرها على تحسين رضا العملاء في المشاريع الإنشائية الكبرى.

سؤال البحث الرئيسي

تتناول هذا الدراسة التساؤل البحثي الرئيسي التالي:

" إلى أي مدى يمكن أن يؤثر إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في مكة المكرمة؟"

1.1. أهمية البحث

1.1.1. تكتسب دراسة تأثير إدارة الجودة الشاملة (TQM) على رضا العملاء في شركة بن لادن في مكة المكرمة أهمية كبيرة نظراً للدور البارز الذي تلعبه الشركة في مشاريع البناء والتشييد في المدينة المقدسة. فهم العلاقة بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة ورضا العملاء يمكن أن يساهم في تحسين الأداء وزيادة كفاءة المشاريع، خاصة في بيئة ذات متطلبات خاصة مثل مكة المكرمة. هذه الدراسة يمكن أن توفر رؤى قيمة لتحسين ممارسات الجودة ورفع مستوى الخدمة المقدمة، مما يعزز من القدرة التنافسية للشركة ويزيد من رضا العملاء.

1.1.2.

الأهمية النظرية: تعتبر دراسة تأثير إدارة الجودة الشاملة (TQM) على رضا العملاء في شركة بن لادن في مكة المكرمة ذات أهمية نظرية كبيرة، لأنها تساهم في سد الفجوات المعرفية الحالية في الأدبيات المتعلقة بإدارة الجودة ورضا العملاء في قطاع البناء والتشييد في السعودية. الأهمية النظرية لهذه الدراسة تتجلى في النقاط التالية: توسيع قاعدة المعرفة حول TQM في السياقات الثقافية والدينية الخاصة: تساهم الدراسة في فهم كيفية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في بيئة ثقافية ودينية مميزة مثل مكة المكرمة، مما يضيف بُعداً جديداً للأدبيات الحالية حول إدارة الجودة في سياقات غير تقليدية تحليل العلاقة بين TQM ورضا العملاء: توفر الدراسة تحليلاً معمقاً للعلاقة بين تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء، مما يعزز الفهم النظري لكيفية تأثير هذه الممارسات على تحسين مستوى الخدمة في شركات البناء الكبرى إثراء الأدبيات الخاصة بقطاع البناء والتشييد: تضيف الدراسة إلى الأدبيات الخاصة بإدارة الجودة في قطاع البناء والتشييد، من خلال تقديم نموذج دراسة حالة لشركة كبرى تعمل في بيئة ذات تحديات فريدة، مما يساهم في تطوير استراتيجيات جديدة لتحسين الأداء والجودة.

1.1.3. تطوير النظريات والمفاهيم: إثراء نظرية الجودة الشاملة في السياقات

الخاصة: من خلال تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في بيئة مكة المكرمة، تُسهم الدراسة في توسيع نظرية الجودة الشاملة لتشمل السياقات التي تنسم بتحديات ثقافية ودينية خاصة، مما يوفر رؤى جديدة حول كيفية تعديل استراتيجيات الجودة لتناسب هذه البيئة الفريدة. تعزيز نموذج العلاقة بين الجودة ورضا العملاء: من خلال تحليل البيانات من شركة بن لادن، تساهم الدراسة في بناء وتطوير نماذج نظرية توضح العلاقة بين تطبيق TQM ورضا العملاء في قطاع البناء، مما يعزز فهمنا لكيفية تأثير الجودة على جوانب مختلفة من تجربة العميل.

1.1.4. على الأهمية التطبيقي: تحسين أداء الشركة: يمكن أن تساعد نتائج الدراسة شركة بن

لادن في تبني وتنفيذ استراتيجيات إدارة الجودة الشاملة بشكل أكثر فعالية، مما يؤدي إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة وزيادة رضا العملاء تقديم نموذج تطبيقي للشركات الأخرى: ستوفر الدراسة نموذجاً يمكن أن تستفيد منه الشركات الأخرى في قطاع البناء في السعودية وفي المناطق الأخرى ذات الظروف المشابهة، مما يعزز تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في السياقات المحلية والخاصة

1,4 أسئلة البحث الفرعية:

ما هي المعايير والممارسات المستخدمة في تطبيق إدارة الجودة الشاملة في شركة بن لادن؟

ما هي العوامل التي تؤثر على رضا العملاء في شركة بن لادن؟

ما هي التحديات التي تواجه شركة بن لادن في تطبيق إدارة الجودة الشاملة؟

كيف تؤثر تطبيقات إدارة الجودة الشاملة على مستوى رضا العملاء في شركة بن لادن؟

1,5 الهدف العام هو:

الهدف العام من هذه الدراسة هو تحليل تأثير إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في شركة بن لادن بمكة المكرمة. تهدف الدراسة إلى تحديد مدى فعالية تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في الشركة وكيفية تأثيرها على رضا العملاء، بالإضافة إلى استكشاف العوامل التي تسهم في تعزيز أو عرقلة هذه العلاقة.

1,6 الهداف الفرعية ستكون:

تحديد معايير وممارسات إدارة الجودة الشاملة المطبقة في شركة بن لادن.

تقييم مستوى رضا العملاء عن خدمات ومنتجات شركة بن لادن.
تحليل العوامل المؤثرة على رضا العملاء في شركة بن لادن.

إلى أي مدى يمكن أن يؤثر إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في مكة المكرمة؟

الهدف العام من هذه الدراسة هو تحليل تأثير إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في شركة بن لادن بمكة المكرمة. تهدف الدراسة إلى تحديد مدى فعالية تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في الشركة وكيفية تأثيرها على رضا العملاء، بالإضافة إلى استكشاف العوامل التي تسهم في تعزيز أو عرقلة هذه العلاقة.

الأهداف الفرعية ستكون:

تحديد معايير وممارسات إدارة الجودة الشاملة المطبقة في شركة بن لادن.
تقييم مستوى رضا العملاء عن خدمات ومنتجات شركة بن لادن.
تحليل العوامل المؤثرة على رضا العملاء في شركة بن لادن.

- 1,6 فرضيات البحث ستكون:
- H1: الفرضية الرئيسية
 - o هناك تأثير إيجابي لإدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في شركة بن " لادن بمكة المكرمة
- Ha: الفرضية الفرعية الأولى
 - o تؤدي تطبيقات إدارة الجودة الشاملة إلى تحسين مستوى رضا العملاء في شركة بن " لادن بمكة المكرمة
- Hb: الفرضية الثانية
 - o تؤثر استراتيجيات التدريب والتطوير في إدارة الجودة الشاملة بشكل إيجابي على " رضا العملاء في شركة بن لادن بمكة المكرمة
- HC: الفرضية الثالثة
 - o يؤدي تحسين عمليات التقييم والمراجعة في إدارة الجودة الشاملة إلى زيادة رضا "العملاء في شركة بن لادن بمكة المكرمة

1,7 نموذج الدراسة:

توضح المقدمة أهمية إدارة الجودة الشاملة في تحقيق رضا العملاء، وتبرز أهمية هذه الدراسة في تقديم رؤى حول كيفية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في شركة بن لادن بمكة المكرمة وتأثيرها على رضا العملاء.

1,8 منهجية الدراسة: دراسة حالة

طرق جمع البيانات: الاستبيانات

عينة الدراسة: مجموعة من العملاء والموظفين في شركة بن لادن بمكة المكرمة تعبر إدارة الجودة الشاملة من أهم الاستراتيجيات التي تتبناها الشركات لتحسين الأداء وزيادة رضا العملاء. هذه الدراسة تهدف إلى تحليل تأثير تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في شركة بن لادن بمكة المكرمة

المتغير المستقل

المتغير التابع

دراسة تأثير إدارة الجودة الشاملة:

القيادة والإدارة العليا
التركيز على العمليات
المشاركة والتدريب تحسين العمليات
القياس والتقييم

H1,Ha,Hb,Hc

رضا العملاء:

جودة الخدمة الاستجابة والتفاعل
الأسعار والقيمة
التميز في الخدمة الرضا العام

أبعاد دراسة تأثير إدارة الجودة الشاملة:

القيادة والإدارة العليا التركيز على العميل المشاركة والتدريب تحسين العمليات

أبعاد رضا العملاء:

جودة الخدمة الاستجابة , والتفاعل , الأسعار والقيمة , التميز في الخدمة , الرضا العام

المتغير المستقل

المتغير التابع

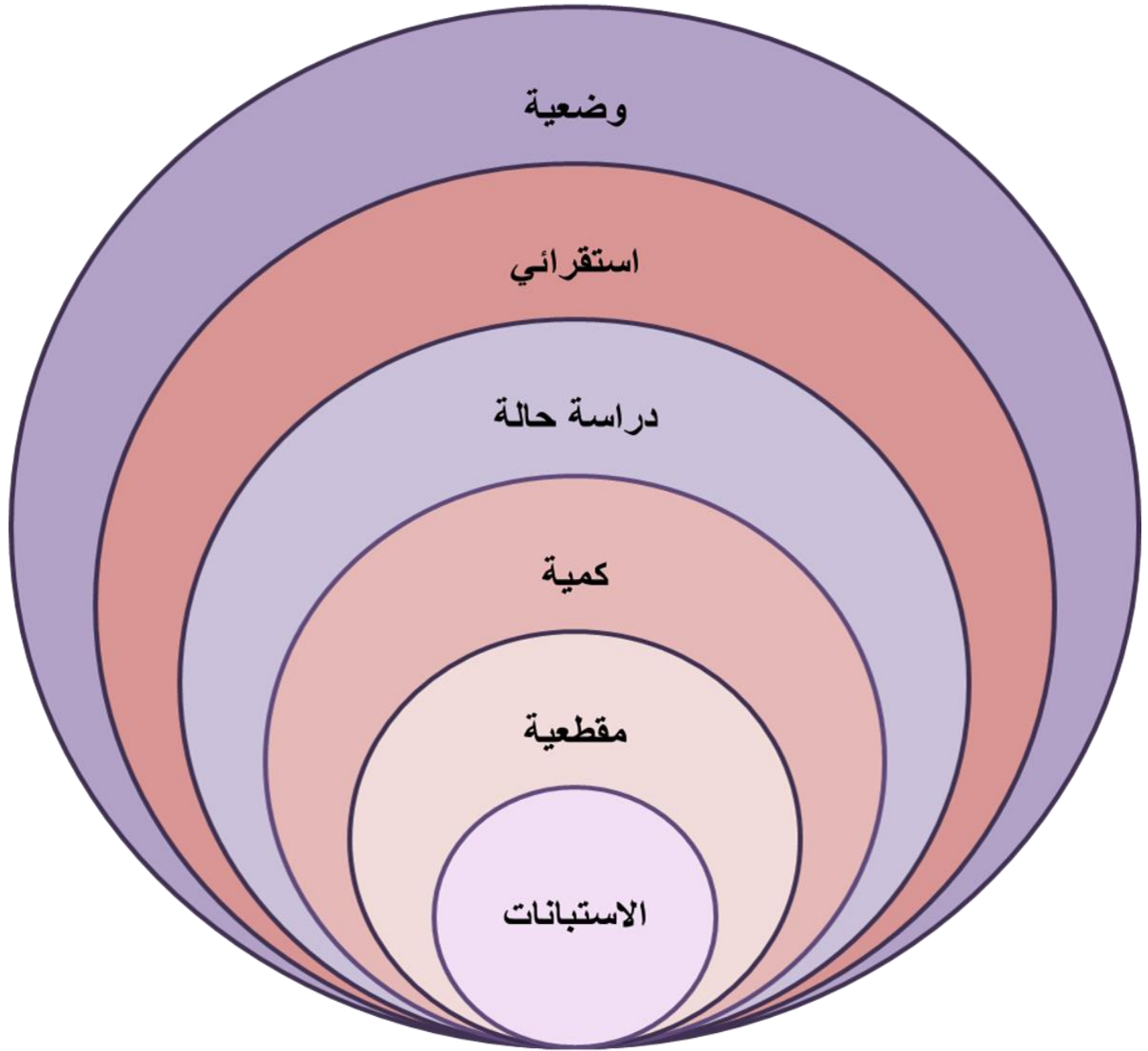
دراسة تأثير إدارة الجودة الشاملة

القيادة والإدارة العليا
التركيز على العمليات
المشاركة والتدريب
تحسين العمليات
القياس والتقييم والتحسين المستمر

H1,Ha,Hb,HC

رضا العملاء

جودة الخدمة
الاستجابة التفاعل
التميز في الخدمة
الرضا العام



مكونات بصلة البحث
فلسفة البحث: وضعية
منهج البحث: استقرائي
استراتيجية البحث: دراسة حالة
نوع البحث: كمية
الافق الزمني: مقطعية
طرق وجمع البيانات: الاستبانات

الفصل الاول : المقدمة

الفصل الثاني :الاطار النظري

الفصل الثالث :منهجية البحث

الفصل الرابع :التحليل الاحصائي

الفصل الخامس مناقشة والنتائج

قائمة المراجع

مراجع:

1. P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge. Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2002). Understanding relationship marketing outcomes: An integration of relational benefits and relationship quality. *Journal of Service Research*, 4(3), 230-247.
2. Kumar, V., Smart, P. A., Maddern, H., & Maull, R. S. (2008). Alternative perspectives on service quality and customer satisfaction: The role of BPM. *International Journal of Service Industry Management*, 19(2), 176-187. Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 67-82. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. Sila, I., & Ebrahimpour, M. (2002). An investigation of the total quality management survey based research published between 1989 and 2000. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 19(7), 902-970.
- ٣- Alsughayir, A. (2013). "Does practicing total quality management affect employee job satisfaction in Saudi Arabian organizations?" *European Journal of*

Business and Management, 5(12), 123-129. Al-Qahtani, N. D., Alshehri, S. N., & Aziz, A. (2015). "Total quality management in Saudi higher education." *Quality Assurance in Education*, 23(2), 149-162. Al-Swidi, A. K., & Mahmood, R. (2012). "Total quality management, entrepreneurial orientation and organizational performance: The role of organizational culture." *African Journal of Business Management*, 6(13), 4717-4727. Aldosari, F., & Ibrahim, M. (2013). "Quality management in healthcare organizations: Enhancing patient safety and customer satisfaction." *Journal of Healthcare Management*, 58(6), 420-429. Alshammari, S. D., & Alqahtani, M. S. (2016). "The impact of total quality management on customer satisfaction in Saudi organizations." *International Journal of Business and Management*, 11(9), 145-155.

Al-Mansour, A. B., & Al-Rawi, H. (2016). "The impact of total quality management on construction project success: A case study of the Saudi Arabian construction industry." *Journal of Construction Engineering and Management*, 142(2), 04015062. Alhajeri, S. A., & Al-Hashem, A. R. (2014). "Total quality management practices and their impact on customer satisfaction in the Saudi construction sector." *International Journal of Project Management*, 32(4), 629-638. Al-Harbi, K. M., & Al-Ghamdi, S. A. (2015). "Application of total quality management in the Saudi construction industry: A case study of large projects." *Construction Innovation*, 15(3), 333-352. Al-Mohamed, H., & Al-Ahmad, N. (2017). "Evaluating the effect of total quality management on customer satisfaction in the Saudi Arabian construction industry." *Journal of Management in Engineering*, 33(5), 04017022. Ibrahim, M., & Al-Qatawneh, A. (2018). "The role of total quality management in improving customer satisfaction in large-scale construction projects: Evidence from Saudi Arabia." *International Journal of Construction Management*, 18(3), 213-221.

Al-Mohamed, H., & Al-Ahmad, N. (2017). Evaluating the effect of total quality management on customer satisfaction in the Saudi Arabian construction industry. *Journal of Management in Engineering*, 33(5), 04017022.

Ibrahim, M., & Al-Qatawneh, A. (2018). The role of total quality management in improving customer satisfaction in large-scale construction projects: Evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Construction Management*, 18(3), 213-221.

Al-Mohamed, H., & Al-Ahmad, N. (2017). Evaluating the effect of total quality management on customer satisfaction in the Saudi Arabian construction industry. *Journal of Management in Engineering*, 33(5), 04017022.

Ibrahim, M., & Al-Qatawneh, A. (2018). The role of total quality management in improving customer satisfaction in large-scale construction projects: Evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Construction Management*, 18(3), 213-221.

APA:Al-Harbi, K. M., & Al-Ghamdi, S. A. (2015). Application of total quality management in the Saudi construction industry: A case study of large projects. *Construction Innovation*, 15(3), 333-352.

Al-Mohamed, H., & Al-Ahmad, N. (2017). Evaluating the effect of total quality management on customer satisfaction in the Saudi Arabian construction industry. *Journal of Management in Engineering*, 33(5), 04017022.

Ibrahim, M., & Al-Qatawneh, A. (2018). The role of total quality management in improving customer satisfaction in large-scale construction projects: Evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Construction Management*, 18(3), 213-221.

Alhajeri, S. A., & Al-Hashem, A. R. (2014). Total quality management practices and their impact on customer satisfaction in the Saudi construction sector. *International Journal of Project Management*, 32(4), 629-638.

Al-Mansour, A. B., & Al-Rawi, H. (2016). The impact of total quality management on construction project success: A case study of the Saudi Arabian construction industry. *Journal of Construction Engineering and Management*, 142(2), 04015062

- ١١

Al-Harbi, K. M., & Al-Ghamdi, S. A. (2015). Application of total quality management in the Saudi construction industry: A case study of large projects. *Construction Innovation*, 15(3), 333-352.

Al-Mohamed, H., & Al-Ahmad, N. (2017). Evaluating the effect of total quality management on customer satisfaction in the Saudi Arabian construction industry. *Journal of Management in Engineering*, 33(5), 04017022

- ١٢

