

أثر إدارة الجودة على أداء مبيعات العقارات لموظفي قسم المبيعات بالتطبيق على شركة العلا العقارية بمدينة جدة

غدير علي أحمد

2021205304

مشروع تخرج - 2

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

الشكر والتقدير

الإهداء

مستخلص الدراسة

الهدف:

المنهجية:

النتائج:

التطبيقات والأهمية:

الكلمات المفتاحية:

جدول المحتويات

1	الشكر والتقدير.....
2	الإهداء.....
3	مستخلص الدراسة.....
8	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
9	1.1. المقدمة:.....
11	1.2. مشكلة الدراسة.....
11	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....
11	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
12	1.3. أهمية الدراسة.....
12	1.3.1. على المستوى النظري:.....
12	1.3.2. على المستوى التطبيقي:.....
13	1.4. أسئلة الدراسة.....
13	1.5. أهداف الدراسة.....
14	1.6. فرضيات الدراسة.....
14	1.7. نموذج الدراسة.....
15	1.8. الدراسة الميدانية.....
17	1.9. مخطط المشروع.....
18	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
19	2.1. المقدمة:.....
19	2.2. المتغير المستقل.....
24	2.3. المتغير التابع.....
26	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
27	2.5. الخاتمة.....
28	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
29	3.1. المقدمة.....
29	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
30	3.3. تصميم البحث.....
31	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....
32	3.5. طريقة جمع البيانات.....
34	3.6. أنواع البيانات.....

35.....	3.7. إجراءات التحليل الإحصائي
36.....	3.8. الخاتمة
37.....	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج
38.....	4.1. المقدمة
38.....	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)
38.....	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات
39.....	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)
39.....	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج
39.....	4.6. الخاتمة
40.....	5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات
41.....	5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية
41.....	5.2. توصيات الدراسة
41.....	5.3. الخاتمة
42.....	قائمة المراجع
44.....	الملاحق

جدول الأشكال

العنوان	رقم الشكل	رقم الصفحة
نموذج البحث (من اعداد الطالبة)	1	9
أهمية إدارة الجودة (المصدر : قاسم نايف علوان المحياوي)	2	24
ملخص منهجية البحث (اعداد الطالبة)	3	30

جدول الجداول

العنوان	رقم الجدول	رقم الصفحة
مجتمع البحث المصدر له (شركة العلا العقارية)	1	31
عينة البحث اعداد (1970) krejcie	2	31
المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل إدارة الجودة (اعداد الطالبة)	3	32
المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع أداء المبيعات (اعداد الطالبة)	4	33

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

كلمة الجودة والتي تعني إتقان الشيء وعمله بجودة عالية، أما معنى الجودة الشاملة فهي تعني الوفاء بمتطلبات السوق من حيث

جودة التصميم والأداء الجيد وخدمات ما بعد البيع، كما تم تعريفها بشكل آخر وهو عبارة عن مجموعة الخصائص والصفات

التي تتعلق بمنتج عقاري لتلبية احتياجات معينة للعملاء، وهي عملية إدارية تقوم بها المنظمة بشكل تعاوني بين الإدارة والموظفين

لتحسين الجودة وزيادة الإنتاجية باستمرار لضمان رضا العملاء واستمرارهم على المدى الطويل.

شهد سوق العقارات في جدة، المملكة العربية السعودية، نموًا وتحولًا كبيرين في السنوات الأخيرة. يُعد أداء مبيعات العقارات

عاملاً حاسماً. في هذه المقدمة، سنستكشف تأثير ممارسات إدارة الجودة على مبيعات العقارات، مع النظر في الأدبيات الحالية والفجوات في البحث.

تمثل مبيعات العقارات المتغير التابع في هذه الدراسة. تمثل هذه المعاملات النشاط الأساسي داخل سوق العقارات، بما يشمل العقارات السكنية والتجارية والصناعية. فهم العوامل التي تؤثر في أداء المبيعات أمر بالغ الأهمية للمطورين والمستثمرين وصناع السياسات.

قدمت الأبحاث السابقة رؤى قيمة حول العلاقة بين ممارسات إدارة الجودة ومبيعات العقارات. استكشف العلماء جوانب مختلفة،

بما في ذلك رضا العملاء، وجودة المشروع، وكفاءة العمليات.

على سبيل المثال:

- أجرى الباحث علاء م. شتوان دراسة حول تصميم الداخلية للشقق السكنية في جدة من وجهة نظر المستخدمين. أظهرت الدراسة أهمية أن يأخذ مطورو العقارات في اعتبارهم الأنماط الثقافية والاجتماعية عند تصميم الشقق.
- قامت دراسات أخرى بالتركيز على موضوعات إدارة العقارات الأوسع، مؤكدة أهمية الممارسات الفعالة في تطوير العقارات والتسويق وخدمة العملاء.

على الرغم من بعض الدراسات الحالية، إلّا أن هناك فجوات في فهمنا لتأثير ممارسات إدارة الجودة على أداء مبيعات العقارات في جدة. يعد هذا الجانب محوراً مهماً للبحث، حيث يمكن أن يساهم في تحديد استراتيجيات إدارة الجودة الفعالة التي يمكن أن تؤثر بشكل إيجابي على أداء المبيعات. يجب أن نركز على الجوانب التي لم تُدرس بشكل كافٍ، مثل تقييم تأثير ممارسات الجودة على تحقيق الأهداف المالية وتحسين تجربة العملاء.

1.2. مشكلة الدراسة

سوق العقارات في جدة يشهد تطورًا، متأثرًا بعوامل متعددة مثل النمو الاقتصادي والتقدم التكنولوجي وتغير تفضيلات المستهلكين. ومع ذلك، هناك حاجة استكشاف التأثير المحدد لممارسات إدارة الجودة على أداء مبيعات العقارات في هذا السياق

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

- لم تتناول الدراسات السابقة بشكل كامل العلاقة بين إدارة الجودة وأداء مبيعات العقارات في جدة. لم يحدد الباحثون بشكل كافي الآليات المحددة التي تؤثر بها ممارسات إدارة الجودة على نتائج المبيعات.
- يظل تأثير ممارسات إدارة الجودة (المتغير الأول) على أداء مبيعات العقارات (المتغير الثاني) مجالًا يعاني من الثغرات النظرية.

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

في حين أن الأدبيات الحالية تقدم رؤى حول ممارسات إدارة الجودة في السياق الأوسع، إلّا أن البحث التجريبي المحدد لجدة نادر. سيكشف البحث في السوق العقاري المحلي عن تحديات وفرص فريدة تتعلق بإدارة الجودة

لذا، هناك حاجة لدراسة تأثير ممارسات إدارة الجودة على أداء مبيعات العقارات داخل منطقة جدة الجغرافية.

تسلط هذه الثغرة التجريبية الضوء على الحاجة إلى البحث المحلي

سؤال البحث الرئيسي "ما هو تأثير ممارسات إدارة الجودة على أداء مبيعات العقارات في جدة؟"

1.3. أهمية الدراسة

إن إدارة الجودة تلعب دورًا حاسمًا في تحقيق النجاح في قطاع العقارات. يؤدي تحسين جودة الخدمات والمنتجات إلى تعزيز الثقة لدى المشترين والمستثمرين. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن تؤدي إدارة الجودة الفعالة إلى تحسين كفاءة العمليات وتقليل التكاليف.

تحديد تأثير إدارة الجودة على مبيعات العقارات في جدة يمكن أن يكون مفتاحًا لتحسين الأداء العام للقطاع العقاري. سيساعد هذا البحث في توجيه الجهود نحو تطبيق ممارسات إدارة الجودة الفعالة وتحقيق نتائج إيجابية للشركات والمستثمرين.

1.3.1. على المستوى النظري:

أظهرت الدراسات السابقة وجود فجوة في الأبحاث المتعلقة بممارسات إدارة الجودة في قطاع العقارات. يمكن أن تشمل هذه الثغرات المجالات التي تفتقر إلى الأدلة التجريبية أو التي لم يتم استكشاف جوانب محددة من إدارة الجودة بشكل كامل.

من خلال تحديد هذه الثغرات، يمكن أن يساهم بحثي في الجسم المعرفي الحالي من خلال التعامل مع الأسئلة التي لم يتم الإجابة عليها أو الأبعاد التي لم يتم استكشافها بشكل كامل.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

يقدم هذا البحث توصيات قابلة للتنفيذ للممارسين ويوجه صانعي القرار و ممارسو العقارات، بما في ذلك الوكلاء والسماسرة

ومطوري العقارات، من فهم كيفية تأثير ممارسات إدارة الجودة مباشرة على نتائج المبيعات في قطاع العقارات بجده.

فهم العلاقة بين ممارسات الجودة (مثل) فحوصات العقارات والالتزام بالمعايير (والنتائج المالية) مثل إيرادات المبيعات والربحية (يمكن ان يوجه القرارات الإستراتيجية وتوزيع الموارد.

1.4. أسئلة الدراسة

"سؤال البحث الرئيسي : ما هو تأثير ممارسات إدارة الجودة على أداء مبيعات العقارات في جدة؟

السؤال الفرعي 1 : كيف تؤثر نظم ضمان الجودة على مستوى رضا العملاء ، وبالتالي على أداء المبيعات ؟

السؤال الفرعي 2: ما مدى تأثير ثقافة المنظمة على الالتزام بجودة الخدمة والجودة المنتجة في أداء المبيعات ؟

السؤال الفرعي 3: الى أي مدى تلعب البنية التحتية دورا في تحسين الجودة وبالتالي تعزيز أداء المبيعات ؟

1.5. أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي : ما هو تأثير ممارسات إدارة الجودة على أداء مبيعات العقارات في جدة

السؤال الفرعي 1 : كيف تؤثر نظم ضمان الجودة على مستوى رضا العملاء ، وبالتالي على أداء المبيعات ؟

السؤال الفرعي 2: ما مدى تأثير ثقافة المنظمة على الالتزام بجودة الخدمة والجودة المنتجة في أداء المبيعات ؟

السؤال الفرعي 3: الى أي مدى تلعب البنية التحتية دورا في تحسين الجودة وبالتالي تعزيز أداء المبيعات ؟

1.6. فرضيات الدراسة

الفرضية الأساسية : توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين إدارة الجودة وأداء المبيعات

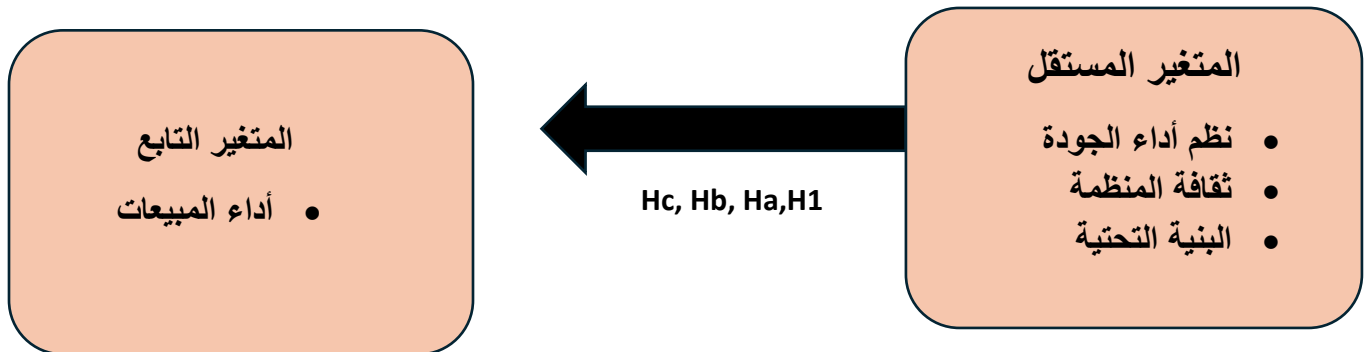
الفرضية الفرعية 1: توجد علاقة معنوية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين نظم أداء الجودة وأداء المبيعات

الفرضية الفرعية 2: توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين ثقافة المنظمة وأداء المبيعات

الفرضية الفرعية 3 : توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين البنية التحتية وأداء المبيعات

1.7. نموذج الدراسة

يوضح الشكل التالي العلاقة بين متغيرات البحث وفرضيات البحث كما يلي



الشكل 1 : نموذج الدراسة (من اعداد الطالبة)

1.8. الدراسة الميدانية

شركة العلا العقارية هي واحدة من الشركات الرائدة في سوق العقارات في المملكة العربية السعودية. إلي بعض المعلومات الأساسية عنها:

نبذة عن الشركة:

-**التأسيس:** تأسست شركة العلا العقارية في البداية لتلبية الطلب المتزايد على المشاريع العقارية في السوق السعودي، خاصة في ظل النمو الاقتصادي الذي تشهده المملكة.

-**المقر:** يتواجد مقرها الرئيسي في المدينة المنورة، وتعتبر هذه المدينة أحد أهم الوجهات السياحية والدينية في المملكة. الرؤية والرسالة:

-تسعى شركة العلا العقارية إلى تقديم حلولاً عقارية مبتكرة تلبي احتياجات عملائها، مع التركيز على الجودة والتميز في جميع خدماتها ومنتجاتها.

المشاريع:

-**الأنواع:** تشمل مشاريع الشركة تطوير المجمعات السكنية، والمراكز التجارية، والمشاريع السياحية، بالإضافة إلى الأراضي التجارية والسكنية.

-**التطوير المستدام:** تركز الشركة على تنفيذ مشاريع تتماشى مع مبادئ الاستدامة وتلبية احتياجات المجتمع المحلي.

التوجه نحو التكنولوجيا:

-تستخدم شركة العلا العقارية أحدث التقنيات في التسويق العقاري، حيث تستثمر في منصات رقمية لتسهيل عملية البيع والشراء، وتقديم معلومات مفصلة للعملاء عن المشاريع المتاحة.

العملاء والشركاء:

-تتعاون الشركة مع مجموعة متنوعة من العملاء، بما في ذلك المستثمرين الأفراد والشركات الكبيرة، مما يساهم في تحقيق نمو مستدام.

المبادرات المجتمعية:

-تشارك شركة العلا العقارية في العديد من المبادرات المجتمعية، حيث تهتم بتطوير المجتمع المحلي والمساهمة في المشاريع التنموية.

الأهداف:

- تهدف الشركة إلى تحقيق التميز في تقديم منتجات وخدمات عقارية مبتكرة وبأسعار تنافسية تساهم في تحسين جودة الحياة للعملاء. (موقع شركة العلا العقارية)

الفصل الأول : المقدمة

الفصل الثاني: الاطار النظري

الفصل الثالث : منهجية البحث

الفصل الرابع : التحليل الاحصائي

الفصل الخامس : مناقشة النتائج والخاتمة

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

تُعد صناعة العقارات من أهم القطاعات الاقتصادية في المملكة العربية السعودية، حيث تساهم بشكل كبير في الناتج المحلي الإجمالي وتوفير فرص العمل. وتعتبر مدينة جدة من أهم وأكبر الأسواق العقارية في المملكة، نظرًا لنموها السكاني والاقتصادي المتسارع.

في ظل هذا النمو والتطور، أصبحت إدارة الجودة في القطاع العقاري أمرًا بالغ الأهمية لتحقيق التميز والاستدامة. فإدارة الجودة تساهم في تحسين كفاءة العمليات والخدمات المقدمة، مما ينعكس إيجابًا على أداء المبيعات والربحية (Al-Khatib et al., 2022).

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر تطبيق إدارة الجودة على أداء مبيعات العقارات في مدينة جدة. وسيتم تحليل مدى التزام شركات التطوير العقاري بمعايير الجودة وانعكاس ذلك على رضا العملاء وزيادة حجم المبيعات. كما سيتم التعرف على أهم التحديات والمعوقات التي تواجه تطبيق إدارة الجودة في القطاع العقاري.

النتائج المتوقعة من هذا البحث ستساهم في تقديم توصيات لشركات التطوير العقاري لتعزيز ممارسات إدارة الجودة وتحسين أداء مبيعاتهم، مما ينعكس على نمو وتطور القطاع العقاري في مدينة جدة.

2.2. إدارة الجودة

تتعدد استعمالات مصطلح إدارة الجودة ومدلولاته في الحياة اليومية، فقد تستعمل للإشارة إلى ما هو ممتاز، ويراها البعض متحققة في السلع والخدمات مرتفعة السعر وغائبة عن ما هو رخيص. تستعمل لوصف السلع التي لها خصائص وصفات مرغوب بها أو للدلالة على دقة أداء السلعة للوظيفة المشتراة لأجلها. وقد يترادف استخدامها مع منتجات دولة معينة (مثلاً: إنتاج (ياباني) أو مؤسسة وغير ذلك، وهكذا تشير إلى أن الجودة تعني إنشاء مختلف للأفراد المختلفين. "إن مصطلح الجودة ظهر كنتيجة للتنافس بين الدول الصناعية المتقدمة، حيث عرف ابن منظور كلمة الجودة في معجم لسان العرب على أنها: "جود" و الجيد نقيض الرديء، وجاد الشيء جوده و جوده أي صار جيداً و أحداث الشيء فجاد و التجويد مثله، و قد جاد جوده و أجاد أي أتى بالجيد من القول والفعل يرجع أصل كلمة الجودة إلى الكلمة اللاتينية (Qualitas) و التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء و درجة الصلابة، و قدما كانت تعني الدقة والإتقان

وقد تعرض عدة باحثين و متخصصين لموضوع إدارة الجودة ووضعوا عدة تعاريف ، نذكر أهمها:

إدارة الجودة عند تاجوشي " (Taguchi) هي تعبير عن مقدار الخسارة يمكن تفاديها، والتي يسببها المنتج للمجتمع بعد تسليمه ، ويتضمن ذلك الفشل في تلبية توقعات الزبون والفشل في تلبية خصائص الأداء " .

ويعرفها إيشيكوا (Ishikawa) بأنها تعني التخلص من العيوب، بمعنى أن معدل الأخطاء يجب أن يكون قليلا جدا سواء في تصميم المنتج أو الخدمة أو تقليل إعادة العمل الخاطئ ونسبة معدلات التفتيش".

يرى فيشر " (fisher) أنها تعبر عن درجة التألق والتميز، وكون الأداء ممتازا، أو كون خصائص أو بعض خصائص المنتج (خدمة أو سلعة ممتازة عند مقارنتها مع المعايير الموضوعة من منظور المؤسسة أو من منظور الزبون)". (قويسم & المعتمد بالله)

❖ تطوره :

تعتبر الثورة الصناعية التي حدثت خلال القرن الثامن عشر حدثا مهما في تاريخ البشرية الحديث ومن النتائج التي تبعت هذه الثورة تطور مفهوم الجودة إلى أربع مراحل هي :

المرحلة الأولى: مرحلة الفحص

كانت تحليلات الجودة تركز فقط على فحص المنتج، وكان القرار الرئيسي السائد خلال تلك الحقبة هو القرار الخاص بتحديد متى يتم فحص المنتجات و ما هو عدد المنتجات التي تخضع للفحص. وتتضمن عملية الفحص الأنشطة المتعلقة بقياس واختبار وتفتيش المنتج وتحديد مدى مطابقة المنتج للمواصفات الفنية والموضوعية، وبالتالي فإن المنتجات المطابقة للمواصفات الفنية يمكن تسليمها للعميل أما المنتجات غير المطابقة للمواصفات الفنية فإنها إما تتلف أو يعاد العمل عليها أو يتم بيعها بأسعار أقل، وبهذا فإن عملية فحص المنتج كانت تركز فقط على اكتشاف الأخطاء والقيام بتصحيحها، فالخطأ أو العيب أو التلف قد حصل فعلا، إن عملية الفحص تعني اكتشاف الخطأ و لكنها لم تقم بمنعه من الأساس " .

المرحلة الثانية مرحلة مراقبة الجودة

السلطات اليابانية، وذلك بغرض مساعدة أرباب العمل اليابانيين ورفع فعاليتهم.

يعد "ديمغ" من أكبر رواد الجودة الذين استخدموا أسلوب الرقابة على الجودة باستخدام الأساليب الإحصائية من أشهرها نظرية الاحتمالات باستخدام أسلوب العينات الإحصائي - حيث نقل أفكاره بعد أن

طورها إلى اليابان في شهر جوان من سنة 1950م وعرضها في ملتقى دام ثمانية أيام، يتناول موضوع الرقابة على الجودة وقد دعي من قبل كذلك بين عام 1944م - 1941م قام كلا من "هارولد دودج و رومينغ" بتصميم جدول للعينات سمح لغير المختصين في الإحصاء باستعمالها في مجال الرقابة على الجودة.

لكن أسلوب العينات لم يعد مقبولا في فترة الثمانينات لكونه لا يتصف بالدقة، فالقيام بفحص العينة لا يعتبر مؤشرا دقيقا على مستوى جودة المنتج كله بمعنى هناك احتمال ظهور وحدات معيبة في المنتجات المعروضة الأمر الذي يؤثر سلبيا على سمعة المنظمة و رضا عملائها، و هذا ما دفع المنظمات إلى مراقبة كل وحدة تخرج من مصانعها إلى السوق

المرحلة الثالثة: مرحلة تأكيد الجودة

ترتكز هذه المرحلة على توجيه كافة الجهود للوقاية من حدوث الأخطاء، وبالتالي وصفت المرحلة بأنها تعتمد على نظام أساسه منع الوقوع في الأخطاء منذ البداية، فإيجاد حل لمشكل عدم مطابقة المواصفات ليست طريقة فعالة، حيث الأفضل من ذلك هو منع وقوع المشكلة أصلا والقضاء على أسبابها منذ البداية. إن عملية تأكيد الجودة تتضمن كافة الإجراءات اللازمة لتوفير الثقة بأن المنتج أو العملية تفي بمتطلبات الجودة وبناء على ذلك فإن أسلوب تفكير الإدارة ينبغي أن يتغير ليطور فلسفة رقابية تعتمد على الوقاية بدلا من الفحص واكتشاف الخطأ بعد فوات الاوان

المرحلة الرابعة مرحلة إدارة الجودة الشاملة

تطورت مفاهيم الجودة على مر العصور من مفهوم نوعية المنتج النهائي إلى مفهوم نظام إدارة الجودة الشاملة، حيث توسعت فكرة مشاركة العاملين للسيطرة على الجودة في المؤسسة، فقد عرف معهد المقياس البريطاني إدارة الجودة الشاملة بأنها : "فلسفة إدارية تشمل كافة نشاطات المؤسسة التي من خلالها يتم تحقيق احتياجات وتوقعات العميل والمجتمع وتحقيق أهداف المؤسسة كذلك بكافأ الطرق وأقلها تكلفة عن طريق الاستخدام الأمثل لطاقات جميع العاملين بدافع مستمر للتطوير"، حيث أن استعمال الحاسوب خلال الثمانينات صاحبه ظهور الكثير من البرمجيات للسيطرة على الجودة في السوق، و فكرة السيطرة على الجودة الشاملة تبنت تأكيدا متزايدا في السيطرة على الجودة للمجهز وتأكيد صميم المنتج وتدقيق جودة المنتج والمجالات الأخرى ذات الصيانة

توتبني هذه الفلسفة في تزايد مستمر إضافة إلى الاهتمام المتزايد بحاجات المستهلك كونه هو المحدد الأول لمستوى الجودة (قويسم & المعتمد بالله)

❖ نظرياته :

هناك العديد من النظريات والمداخل المتعلقة بإدارة الجودة في المنظمات، ومن أبرزها:

1. نظرية الجودة الشاملة: (Total Quality Management - TQM)

- تركز على إشراك جميع العاملين في المنظمة لتحقيق التحسين المستمر في الجودة.
 - تهدف إلى تلبية احتياجات العملاء وتجاوز توقعاتهم.
 - تعتمد على المبادئ الرئيسية للجودة مثل التركيز على العميل، التحسين المستمر، وإشراك العاملين.
- (Deming, 1986)

نظرية الحلقات النوعية: (Quality Circles)

- تركز على إشراك العاملين في مناقشة المشكلات وإيجاد الحلول لها.
 - تهدف إلى تحسين الجودة وزيادة إنتاجية العمل.
 - تعتمد على العمل الجماعي والتحسين المستمر.
- (Ishikawa, 1985)

نموذج ماليكوفسكي للجودة: (Mallikarjun Model of Quality)

- يركز على العوامل التنظيمية التي تؤثر على إدارة الجودة.
 - يشمل العوامل الداخلية (القيادة، الثقافة التنظيمية) والخارجية (البيئة التنافسية).
 - يهدف إلى تحسين أداء المنظمة من خلال تحسين إدارة الجودة.
- (Mallikarjun, 2014)

❖ أبعاده :

إدارة الجودة تتضمن مجموعة من الأبعاد الرئيسية التي تساهم في تحقيق الجودة الشاملة للمنتجات والخدمات، ومن أهم هذه الأبعاد:

التركيز على العميل:

- فهم احتياجات العملاء وتوقعاتهم.
- السعي لتجاوز توقعات العملاء وتلبية متطلباتهم.
- قياس رضا العملاء واستخدام ذلك في التحسين المستمر.

(Juran & Godfrey, 1999)

التحسين المستمر:

- تبني فلسفة التحسين المستمر في جميع الأنشطة.
- استخدام الأساليب والأدوات اللازمة لتحديد وحل المشكلات.
- إشراك العاملين في عمليات التحسين.

(Deming, 1986)

إشراك العاملين:

- تمكين العاملين وتفويضهم بالصلاحيات.
- تدريب وتطوير مهارات العاملين.
- تعزيز روح الفريق والعمل الجماعي.

(Oakland, 2014)

القيادة الفعالة:

- التزام القيادة بأهداف الجودة والتحسين المستمر.
- تبني أسلوب القيادة التشاركية والداعمة.
- توفير الموارد اللازمة لتطبيق إدارة الجودة.

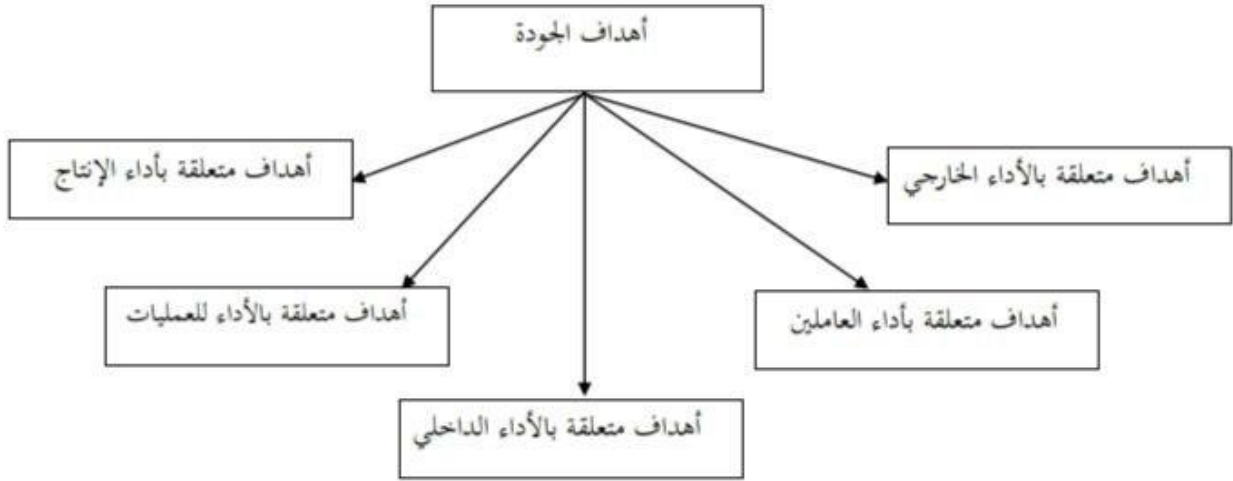
(Juran & Godfrey, 1999)

التخطيط الاستراتيجي:

- ربط إدارة الجودة بالأهداف والاستراتيجيات الشاملة للمنظمة.
- وضع خطط عمل واضحة لتحقيق أهداف الجودة.

- قياس الأداء وتقييم النتائج مقارنة بالأهداف المحددة.
(Oakland, 2014)

تمثيل اهداف إدارة الجودة في الشكل التالي :



المصدر : قاسم نايف علوان المحياوي الشكل رقم (2)

2.3. أداء المبيعات

❖ تعريفاته :

أداء المبيعات (Sales Performance) يُعرّف بأنه مقياس لمدى نجاح الموظف أو الفريق في تحقيق أهداف المبيعات المحددة من قبل المنظمة. (Churchill et al., 1985) .

❖ تطوره :

التطور في أداء المبيعات (Evolution of Sales Performance) أداء المبيعات قد شهد تطوراً ملحوظاً على مر السنين، حيث انتقل من التركيز البسيط على حجم المبيعات إلى مقاييس أكثر شمولية وتعقيداً: (Zoltners et al., 2008)

المرحلة التقليدية: في هذه المرحلة، كان التركيز الأساسي على تحقيق أهداف المبيعات الكمية، مثل الحجم والحصة السوقية.

المرحلة المتقدمة: بدأ التركيز ينتقل إلى قياس ربحية المبيعات، بالإضافة إلى الحجم والحصة السوقية. كما ظهرت أهمية قياس رضا العملاء ووفائهم.

المرحلة الحديثة: في هذه المرحلة، أصبح أداء المبيعات يُقاس بمجموعة متكاملة من المؤشرات، بما في ذلك الربحية، والحصة السوقية، ورضا العملاء، وولائهم، والتحول إلى قنوات التسويق الرقمية.

هذا التطور جاء نتيجة للتغيرات في بيئة الأعمال والتكنولوجيا، والتي أدت إلى ظهور متطلبات جديدة لقياس أداء المبيعات بشكل أكثر شمولية. (Cron & Decarlo, 2006)

❖ أبعاده :

حجم المبيعات: (Sales Volume) إجمالي المبيعات المحققة خلال فترة زمنية معينة.

الحصة السوقية: (Market Share) نسبة مبيعات الشركة إلى إجمالي مبيعات السوق.

ربحية المبيعات: (Sales Profitability) صافي الربح الناتج عن المبيعات.

رضا العملاء: (Customer Satisfaction) مدى رضا العملاء عن خدمات وأداء الموظف أو الفريق.

يعكس أداء المبيعات بهذه الأبعاد مدى قدرة الموظف أو الفريق على تحقيق أهداف المبيعات والحفاظ على ولاء العملاء، مما ينعكس على نجاح المنظمة ككل. (Baldauf et al., 2001)

❖ نظرياته :

هناك العديد من النظريات المختلفة التي حاولت تفسير أداء المبيعات وتحديد العوامل المؤثرة عليه. هذه هي بعض النظريات الرئيسية:

نظرية التوقع (Expectancy Theory)

وفقاً لهذه النظرية، فإن أداء المبيعات يتحدد بتوقعات الموظف بأن جهوده ستؤدي إلى نتائج معينة، وبالتالي قيمة هذه النتائج بالنسبة له. (Vroom, 1964) وهذا يعني أن الموظفين سيكونون أكثر دافعية عندما يعتقدون أن أدائهم سوف يؤدي إلى عائدات مرغوبة.

نظرية الحافز-الحاجة (Motivation-Need Theory)

هذه النظرية تقترح أن أداء المبيعات يتأثر بالحاجات الأساسية للموظفين والحوافز التي تلبى تلك الاحتياجات (McClelland, 1961) على سبيل المثال، الموظفون ذوو الحاجة إلى الإنجاز سيكونون أكثر دافعية لتحقيق أهداف المبيعات.

نظرية العدالة (Equity Theory)

وفقاً لهذه النظرية، فإن أداء المبيعات يتأثر بمدى إدراك الموظفين لعدالة المكافآت والمعاملة مقارنة بالآخرين (Adams, 1963) إذا شعر الموظفون بعدم المساواة، فقد ينخفض أداؤهم المبيعي.

2.4. العلاقة بين إدارة الجودة وأداء المبيعات

إدارة الجودة لها تأثير إيجابي على أداء المبيعات في المنظمات. هناك علاقة قوية بين جودة المنتجات والخدمات وزيادة المبيعات والحصة السوقية.

وفقاً لدراسة أجراها (Paravie et al., 2022)، فإن تطبيق ممارسات إدارة الجودة الشاملة يؤدي إلى تحسين الجودة المدركة من قبل العملاء، مما يزيد من رضاهم ولائهم وبالتالي زيادة المبيعات. كما أن التركيز على إرضاء العملاء وتلبية متطلباتهم يحسن من قدرة المنظمة على المنافسة في السوق.

بالإضافة إلى ذلك، تؤدي ممارسات إدارة الجودة الفعالة إلى خفض التكاليف وزيادة الكفاءة، مما ينعكس إيجاباً على قدرة المنظمة على تسعير منتجاتها بشكل تنافسي وتحسين هوامش الربح. (Paravie et al., 2022) في النهاية، تطوير نظام إدارة الجودة الشاملة يزيد من ثقة العملاء في المنتجات والخدمات، مما يعزز صورة العلامة التجارية وسمعتها في السوق، وهو ما ينعكس على زيادة المبيعات على المدى الطويل.

2.5. الخاتمة

في هذا الفصل، تم استعراض وتحليل الأدبيات السابقة المتعلقة بأثر إدارة الجودة على أداء مبيعات العقارات. تم تناول المتغير المستقل (إدارة الجودة) والمتغير التابع (أداء مبيعات العقارات) بشكل مفصل من خلال تعريفاتهما وأبعادهما وأهميتهما.

كما تم استعراض العديد من الدراسات السابقة التي بحثت في طبيعة العلاقة بين المتغيرين. أظهرت هذه الدراسات أن هناك علاقة إيجابية بين إدارة الجودة وأداء مبيعات العقارات، حيث أن تطبيق ممارسات إدارة الجودة الفعالة يؤدي إلى تحسين جودة المنتج العقاري وتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل، مما ينعكس إيجابًا على أداء المبيعات.

وتجدر الإشارة إلى أن معظم الدراسات السابقة ركزت على القطاع العقاري بشكل عام، ولم تتناول بشكل خاص أثر إدارة الجودة على أداء مبيعات شركة عال العقارية في مدينة جدة. هذا ما ستحاول الدراسة الحالية سده من خلال التركيز على هذا الجانب التطبيقي.

علاوة على ذلك، لاحظت الباحثة أن هناك ندرة في الدراسات العربية التي تناولت هذا الموضوع بشكل مباشر. لذلك، تسعى هذه الدراسة إلى سد هذه الفجوة من خلال إجراء بحث ميداني في بيئة عربية محددة، وهي شركة علا العقارية في مدينة جدة بالمملكة العربية السعودية.

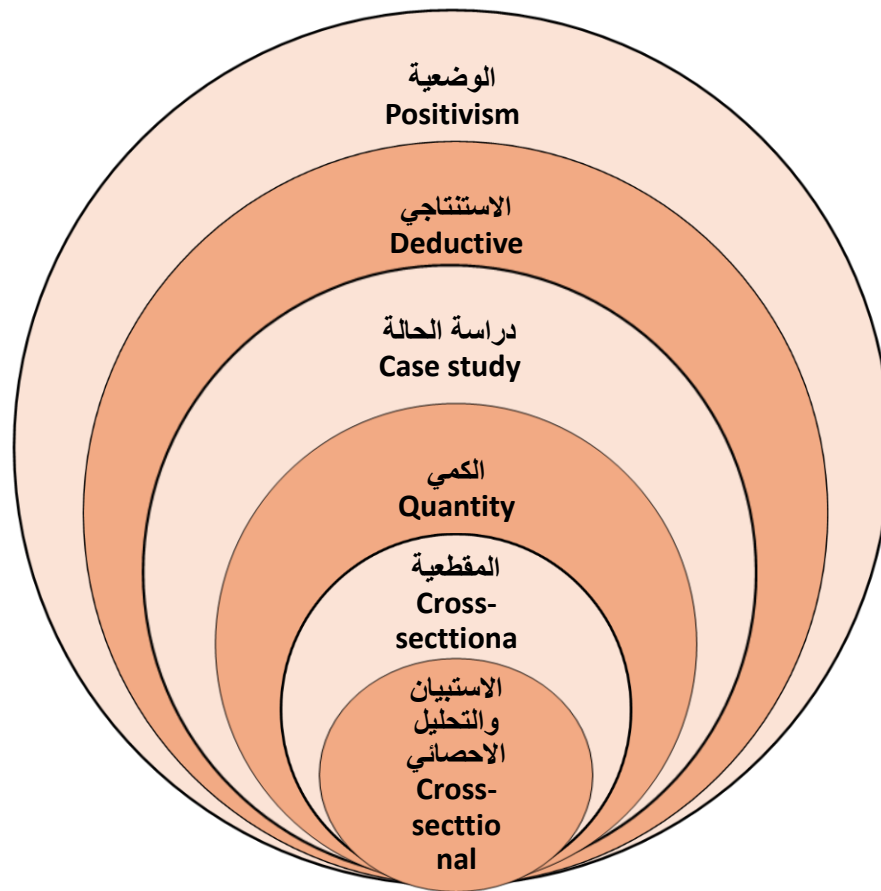
3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

3.3. تصميم البحث (بصلة البحثي)

- فلسفة البحث: الوضعية
- منهج البحث: استنتاجي
- استراتيجية البحث: مسحي
- اختيار البحث: كمي
- الافق الزمنية: المقطعية
- تقنيات والاجراءات: الاستبيان والتحليل الاحصائي



الشكل 3 : ملخص منهجية البحث (اعداد الطالبة)

3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

تستهدف هذه الدراسة جميع موظفي قسم المبيعات في شركة علا العقارية بمدينة جدة، حيث يبلغ عددهم 40 موظفًا. تُعتبر شركة علا العقارية من الشركات الرائدة في مجال العقارات بالمملكة العربية السعودية، حيث تلتزم بتقديم خدمات عالية الجودة وبيئة عمل محفزة. بفضل كفاءات موظفيها وتبنيها لأحدث أساليب إدارة الجودة، تساهم الشركة في تحسين أداء مبيعاتها وتعزيز رضا العملاء. كما تتميز الشركة بتوفير تدريبات مستمرة لموظفيها وتعزيز التعاون مع المجتمع المحلي، مما جعلها نموذجًا يُحتذى به في قطاع العقارات بجدة

❖ مجتمع البحث:

مجتمع البحث لهذا الدراسة هو موظفي قسم المبيعات في شركة العلا العقارية في مدينة جدة والبالغ عددهم (40) موظف تم اختيار عينة عشوائية والتي شملت (36) موظف وقد قام (36) موظف بتعبئة الاستبيان الخاص بالدراسة، وهي تمثل % 90 من مجتمع البحث.

جدول رقم 1 : مجتمع البحث

التصنيف	عدد الموظفين	النسبة المئوية
موظفي قسم المبيعات	40	100%
المجموع	40	100%

❖ عينة البحث:

وفقا لجدول (1970) krejcie فان عدد العينة (36) هو عدد العينة الممثلة لحجم المجتمع (40) بناء على ذلك تم توزيع الاستبيان على عينة عشوائية من مجتمع البحث البالغ عددهم 36 موظف وقد تم استخدام جداول الأرقام العشوائية لضمان التمثيل الملائم لمختلف الفئات العمرية في العينة.

جدول رقم 2 : عينة البحث

التصنيف	عدد الموظفين	النسبة المئوية
موظفي قسم المبيعات	36	90%
المجموع	36	90%

❖ طرق وتقنيات اخذ العينة

في هذا البحث تم استخدام العينة العشوائية البسيطة. وفقا لهذه التقنية، تم اختيار الخصائص من مجتمع البحث بطريقة عشوائية، مما يتضمن تمثيل المجتمع بشكل دقيق. وقد تم استخدام جداول الأرقام العشوائية لضمان التمثيل الملائم لمختلف الفئات العمرية في العينة، ثم تم اختيار عينة عشوائية منها وهذه الطريقة تضمنت ان يكون لكل معلم فرصة متساوية للاختيار في العينة، مما اعطى تمثيلا دقيقا للمجتمع الأصلي.

وتعبر تقنية العينة العشوائية البسيطة نوعا من تقنيات اخذ العينة المحتملة، حيث ان جميع افراد المجتمع لديها فرصة متساوية للاختيار في العينة. وهذا يضمن الحصول على نتائج موثوقة وقابلة للتعميم على مجتمع الدراسة.

3.5. طريقة جمع البيانات

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

❖ المتغير المستقل: (إدارة الجودة)

واعتمد الباحث على استبانة (قويسم &، المعتمد بالله). وذلك لقياس المتغير المستقل إدارة الجودة وذلك من حيث 3 ابعاد وهي نظم ضمان الجودة والثقافة التنظيمية والبنية التحتية باجمالي 14 للمتغير حيث ان بعد نظم ضمان الجودة يتكون 5 عناصر، وبعد الثقافة التنظيمية يتكون من 5 عناصر ، والبنية التحتية يتكون من 4 عناصر . نوع الاستبيان هو ليكرت الثلاثي حيث 1= موافق، 2= محايد، 3= غير موافق .

جدول 3: المقياس المستخدم لقياس المتغير المستقل إدارة الجودة .

المتغير المستقل	الابعاد	عدد العبارات	المصدر
إدارة الجودة	نظم ضمان الجودة	5	قويسم & ,المعتصم بالله. اثر ادارة الجودة على تحسين اداء المورد البشري.
	الثقافة التنظيمية	5	
	البنية التحتية	4	
	العدد الكلي	14	

المصدر: الطالبة

❖ المتغير التابع:(أداء مبيعات)

واعتمد الباحث على استبانة (نور السعيد وآخرون). وذلك لقياس المتغير التابع أداء المبيعات ، وذلك من حيث العبارات الخاصة للأداء المبيعات ، بأجمالي 14 للمتغير، نوع الاستبانة نوع الاستبيان هو ليكرت الثلاثي حيث 1= موافق، 2=محايد، 3= غير موافق

جدول 4: المقياس المستخدم لقياس المتغير التابع أداء المبيعات .

المتغير التابع	عدد العبارات	المصدر
أداء المبيعات	14	نور السعيد, أ., أحمد, عبد & ,الحسين مهدي الصخني محسن. (2022). العلاقة التكاملية لأنشطة الاتصال الفندقية ودورها في تحسين الأداء التسويقي للفنادق مجلة كلية السياحة المصرية والفنادق. جامعة المنصورة 11(3), 417-461

المصدر: الطالبة

3.6. أنواع البيانات

- ❖ في هذا القسم، سنقوم بالتمييز بين البيانات الأولية والبيانات الثانوية التي تم استخدامها في هذه الدراسة.
- البيانات الأولية هي تلك المعلومات التي يتم جمعها مباشرة من المصادر الأساسية، مثل المقابلات الشخصية أو الاستبيانات أو الملاحظات المباشرة. هذه البيانات تكون مصممة خصيصًا لأغراض الدراسة الحالية.
- بينما البيانات الثانوية هي تلك المعلومات التي تم جمعها من قبل آخرين لأغراض مختلفة، والتي يتم الاستفادة منها في هذه الدراسة. وهذه البيانات قد تأتي من مصادر مثل التقارير السابقة أو الإحصاءات الرسمية أو قواعد البيانات الموجودة.

تحليل كل من البيانات الأولية والثانوية سيساعدنا في الحصول على نظرة شاملة حول موضوع الدراسة وتعزيز النتائج النهائية.

❖ البيانات الأولية:

- إعداد استبيان للموظفين لقياس مستوى أداء المبيعات وربطه بإدارة الجودة. سيتضمن الاستبيان أسئلة حول إدارة الجودة مثل نظم ضمان الجودة ، الثقافة التنظيمية ، البنية التحتية وارتباطها بمستوى أداء المبيعات
- تحديد مجتمع البحث والعينة المستهدفة من الموظفين بطريقة عشوائية لضمان تمثيل شامل.
- توزيع الاستبيان على العينة المختارة وجمع البيانات الخام حول تقييم أداء مبيعات الموظفين

❖ البيانات الثانوية:

- مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة حول إدارة الجودة وعلاقتها بأداء المبيعات
- الاطلاع على الأبحاث المنشورة في المجالات العلمية المحكمة والرسائل الجامعية ذات الصلة.
- تحليل الأطر المفاهيمية والنظرية المرتبطة بمتغيرات البحث.
- استخلاص أهم العوامل والمؤشرات المؤثرة على أداء مبيعات الموظفين.

3.7. إجراءات التحليل الإحصائي

بعد جمع البيانات، من الضروري تحليل المعلومات التي تم جمعها لاستخلاص استنتاجات ذات معنى. حيث تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وتحديد الإصدار 28 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 التحليلي (العاملي الاستكشافي) لتحديد ما إذا كانت أدوات البحث تقيس ما تهدف إلى قياسه، بينما تقوم اختبارات الثبات (اختبار كرونباخ ألفا بتقييم ثبات النتائج مع مرور الوقت

- 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

3.8. الخاتمة

في هذا الفصل تم استعراض المنهجية المتبعة في إجراء هذه الدراسة البحثية والتي شكلت الركيزة السياسية لتحقيق أهدافها وإيجاد إجابات دقيقة ومفصلة لتساؤلاتها. بدأنا بتحديد مجتمع الدراسة وهم موظفي قسم المبيعات في شركة العلا بمدينة جدة، ثم اختيار عينة ممثلة لهذا المجتمع بطريقة عشوائية بسيطة بحيث تعكس خصائص المجتمع الأصلي.

تم تصميم استبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات اعتماداً على الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث. وللتأكد من صدق هذه الاداء وقدرتها على قياس ما وضعت من أجله، تم عرضها على مجموعة من الموظفين المختصين في المجال لبردي آرائهم، كما تم حساب معاملات الصدق والثبات للاستبانة.

أما بالنسبة للأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات، فقد تنوعت بين الاحصاء الوصفي كالتكرارات والنسب المئوية.

إن اختيار المنهجية المناسبة للدراسة يُعد من أهم العوامل المؤثرة على مصداقية النتائج وقدرتها على تحقيق الأهداف المرجوة. لذا تم الاهتمام بتصميم منهجية البحث بعناية فائقة بما يضمن الوصول إلى استنتاجات موثوقة وذات دلالة إحصائية قوية.

وفي الفصل التالي سوف يتم عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية والتحقق من صحة الفرضيات المطروحة، مما سيسهم في إثراء المعرفة العلمية في هذا المجال.

4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

4.1. المقدمة

4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

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

4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

4.6. الخاتمة

5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

5.2. توصيات الدراسة:

5.3. الخاتمة

قائمة المراجع

المراجع العربية :

1. سلطان ، مأمون).0008، "أنظمة إدارة الجودة الشاملة"، الجامعة الافتراضية السورية.
 2. الشربيني الهلالي، ا &، الهلالي).0008. ملخص مشروع: تطبيق إدارة الجودة الشاملة في كليتي التربية النوعية بجامعة المنصورة مشروع بحثي ممول من وحدة إدارة البحوث بجامعة المنصورة .مجلة بحوث التربية النوعية.455-480، (21)، 2008 ,
 3. (هنلي & فواز). 0002. (أثر جودة تصميم المنتجات في زيادة مبيعات المؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة مؤسسة الحضنة حليب بالمسيلة ،Doctoral dissertation،)شيخ هجيرة.
 4. علا، زيدان).9102، "تقييم درجة توافر متطلبات إدارة الجودة الشاملة في الجامعات دراسة ميدانية على جامعة تشرين.
 5. قويسم &، المعتمد بالله. اثر ادارة الجودة على تحسين اداء المورد البشري.
- <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=979100aa7258aa3eJmldHM9MTcyMzMzNDQwMCZpZ3VpZD0yMmQ0MWUxYS02YjYyLTUwNzQtMGZkOS0wYWlwnmExNDYxNGImaW5zaWQ9NTE5MQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=22d41e1a-6b62-6074-0fd9-0ab06a14614b&psq=%d8%a7%d9%84%d8%a8%d8%a7%d8%ad%d8%ab+%d8%a7%d9%84%d8%b9%d9%84%d9%85%d9%8a5.%09%d9%82%d9%88%d9%8a%d8%b3%d9%85+%26+%2c%d8%a7%d9%84%d9%85%d8%b9%d8%aa%d8%b5%d9%85+%d8%a8%d8%a7%d9%84%d9%84%d9%87.+%d8%a7%d8%ab%d8%b1+%d8%a7%d8%af%d8%a7%d8%b1%d8%a9+%d8%a7%d9%84%d8%ac%d9%88%d8%af%d8%a9+%d8%b9%d9%84%d9%89+%d8%aa%d8%ad%d8%b3%d9%8a%d9%86+%d8%a7%d8%af%d8%a7%d8%a1+%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%88%d8%b1%d8%af+%d8%a7%d9%84%d8%a8%d8%b4%d8%b1%d9%8a.+&u=a1aHR0cDovL2FvY2hpdmVzLnVuaXYtYmlza3JhLmR6L2hhbmRsZS8xMjM0NTY3ODkvMTA0OTc&ntb=1>

6. خالد محمد أحمد محمد، إيمان سيد أحمد مختار &، زمزل محمد على).0000. أثر إدارة الجودة الشاملة على
09. سياسات إدارة الموارد البشرية-65، 9(2)، *Journal of the Faculty of Human Development*.

شركة العلا العقارية

<https://www.bing.com/ck/a?!&&p=7c5e153da6966674JmltdHM9MTcvMjU1NjgwMCZpZ3VpZD0yMmQ0MWUxYS02YjYyLTYwNzQtMGZkOS0wYWlwnmExNDYxNGImaW5zaWQ9NTIyNQ&ptn=3&ver=2&hsh=3&fclid=22d41e1a-6b62-6074-0fd9-0ab06a14614b&psq=%d9%85%d9%88%d9%82%d8%b9+%d8%b4%d8%b1%d9%83%d8%a9+%d8%a7%d9%84%d8%b9%d9%84%d8%a7+%d8%a7%d9%84%d8%b9%d9%82%d8%a7%d8%b1%d9%8a%d8%a9+%d8%ac%d8%af%d8%a9&u=a1aHR0cHM6Ly93d3cuYml6bWlkZWZdC5jb20vU0EvJUQ4JUI0JUQ4JUIxJUQ5JTgzJUQ4JUE5LSVEOCVCOSVEOSU4QyVEOSU4MCVEOSU4MCVEOSU4NCVEOCVBNv0IRDglQTclRDklODQIRDglQjklRDklODIIRDglQTclRDglQjEIRDklOEIIRDglQTktOTIwMC0xMjU0NQ&ntb=1>

رابط الاستبيان الالكتروني :

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScofNvASdFr-IG8n8cLEvrk0107FySIESd_kMtfnjuqW3zgvA/viewform?usp=pp_url&entry.1661582900=%D9%85%D9%88%D8%A7%D9%81%D9%82

المراجع الأجنبية :

Paravie, D., Pires, S. R. I., & Sacomano, J. B. (2022). The impact of total quality management practices on sales performance: Mediating role of customer satisfaction. Total Quality Management & Business Excellence, 33(9-10), 965-986.

<https://doi.org/10.1080/14783363.2020.1843410>

Deming, W. E. (1986). Out of the Crisis. Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study.

Juran, J. M., & Godfrey, A. B. (1999). Juran's Quality Handbook (5th ed.). McGraw-Hill.

Oakland, J. S. (2014). Total Quality Management and Operational Excellence: Text with Cases (4th ed.). Routledge.

Deming, W. E. (1986). Out of the Crisis. Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study.

Ishikawa, K. (1985). What is Total Quality Control? The Japanese Way. Prentice-Hall.

Mallikarjun, S. (2014). Quality management practices in Indian manufacturing organizations: An exploratory study. Benchmarking: An International Journal, 21(3), 419-430.

<https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2013-0007>

- Cron, W. L., & DeCarlo, T. E. (2006). Dalrymple's sales management. John Wiley & Sons.
- Zoltners, A. A., Sinha, P., & Lorimer, S. E. (2008). Sales force effectiveness: A framework for researchers and practitioners. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 28(2), 115
- Baldauf, A., Cravens, D. W., & Piercy, N. F. (2001). Examining business strategy, sales management, and salesperson antecedents of sales organization effectiveness. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 21(2), 109-122.
- Churchill, G. A., Ford, N. M., Hartley, S. W., & Walker, O. C. (1985). The determinants of salesperson performance: A meta-analysis. *Journal of Marketing Research*, 22(2), 103-118.
- Adams, J. S. (1963). Towards an understanding of inequity. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(5), 422-436.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Vroom, V. H. (1964). *Work and Motivation*. New York, NY: Wiley.

الملاحق :

استمارة البحث

السيدة والسادة الأفاضل

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نحن نقوم بإجراء بحث علمي يهدف إلى " أثر إدارة الجودة على أداء مبيعات العقارات في جدة بالتطبيق على شركة العلا العقارية "

يسعى هذا الاستبيان إلى جمع بيانات حول تجاربكم وآرائكم،

والتي ستساهم بشكل كبير في تحليل العلاقة بين إدارة الجودة وأداء المبيعات . هذا البحث جزء من

متطلبات الحصول على شهادة البكالوريوس في إدارة المشاريع من جامعة ميدأوشن، ولكن يرتبط بمصلحتكم

المباشرة. نأمل منكم قراءة الاستبيان بدقة والإجابة على جميع الأسئلة بوضع علامة صح في المربع المناسب بما

يعبر عن رأيكم.

نشكركم مقدما على تقديركم لأهمية هذه الدراسة وتعاونكم معنا لتحقيق نجاحها نود أن نؤكد أن المعلومات

التي ستتم جمعها من خلال هذا الاستبيان ستستخدم فقط لأغراض البحث العلمي وستعامل بسرية تامة.

وتفضلوه بقبول فائق الاحترام والتقدير

الطالبة : غدير علي أحمد

البيانات الشخصية:

الجنس:

☐ ذكر

☐ انثى

المستوى التعليمي:

☐ تعليم ثانوي

☐ بكالوريوس

☐ ماجستير

☐ اخرى

العمر:

☐ اقل من 30 سنة

☐ من 30 سنة الى 40 سنة

☐ من 40 سنة الى 50 سنة

☐ أكثر من 50 سنة

سنوات الخبرة:

☐ اقل من 5 سنين

☐ من 5 الى 10 سنوات

☐ من 10 الى 15 سنة

☐ من 15 سنة فأكثر

المحور الأول: إدارة الجودة

الرقم	إدارة الجودة	موافق	محايد	غير موافق
	نظم ضمان الجودة			
1	يتم تحديد أهداف نظم ضمان الجودة بدقة وبعد دراسة معمقة			
2	يتم اختيار الآليات المناسبة لتطبيق نظم ضمان الجودة			
3	يتم تحديد نطاق وأبعاد نظم ضمان الجودة بدقة			
4	تتم المراقبة الدورية للخطط والبرامج			
5	تتبع الشركة سياسات واجراءات تتناسب مع نظم ضمان الجودة			
	الثقافة التنظيمية			
	موافق			غير موافق
6	تعكس الثقافة التنظيمية في شركة علا العقارية مدى التزامها بأعلى معايير إدارة الجودة، مما يسهم في تعزيز أداء مبيعاتها وكسب ثقة العملاء.			
7	تعتبر الثقافة التنظيمية الداعمة لجودة الخدمة ركيزة أساسية في شركة علا العقارية، حيث تساهم في تحقيق أداء متميز في سوق العقارات بمدينة جدة.			
8	تعزز الثقافة التنظيمية التي تروج لجودة الأداء في شركة علا العقارية من قدرة فريق المبيعات على تلبي احتياجات السوق والتكيف مع تغيراتها بسرعة وفعالية.			
9	تساهم الثقافة التنظيمية الإيجابية في شركة علا العقارية في خلق بيئة عمل محفزة، مما يعزز من روح التعاون بين الموظفين ويرفع من كفاءة أداء فريق المبيعات			
10	تأسيس ثقافة تنظيمية تراعي المبادئ الأساسية لإدارة الجودة يساهم في استدامة النجاح عبر تعزيز قدرة شركة علا العقارية على مواجهة تحديات السوق وتحقيق أهدافها البيعية.			
	البنية التحتية			
	موافق			غير موافق
11	إن وجود بنية تحتية قائمة على التكنولوجيا الحديثة يساهم في رفع مستوى الجودة في العمليات البيعية، مما يعزز من			

			قدرة شركة علا العقارية على تلبية احتياجات السوق المحلي
12			تعتبر البنية التحتية التنظيمية الفعالة ضرورية لتطبيق أنظمة إدارة الجودة، حيث تساهم في تحسين التنسيق بين الفرق المختلفة في شركة علا العقارية وتعزيز النتائج البيعية.
13			من خلال توفير بنية تحتية قوية تدعم أدوات إدارة الجودة، تستطيع شركة علا العقارية تحسين أداء فريق المبيعات وزيادة فعالية الحملات التسويقية.
14			يؤدي الاستثمار في تحسين البنية التحتية داخل شركة علا العقارية إلى توفير أدوات فعالة لإدارة الجودة، مما يساعد في تسريع عمليات البيع وزيادة رضا العملاء

المحور الثاني: أداء المبيعات

الرقم	أداء المبيعات	موافق	محايد	غير موافق
1	يعتبر أداء مبيعات العقارات في شركة علا العقارية مؤشراً أساسياً على مدى نجاح استراتيجيات إدارة الجودة المطبقة في العمليات البيعية			
2	تتأثر نتائج أداء المبيعات بشكل مباشر بتطبيق معايير إدارة الجودة، حيث تساهم في تحسين تجربة العملاء وزيادة معدلات رضاهم، وبالتالي تعزيز المبيعات.			
3	تظهر البيانات أن تنفيذ ممارسات إدارة الجودة في شركة علا العقارية قاد إلى زيادة ملحوظة في حجم المبيعات، مما يعكس فعالية هذه الممارسات في تحسين الأداء البيعي.			
4	تتطلب تحسينات أداء المبيعات في السوق العقاري بجدة التركيز على تطبيق نظم إدارة الجودة، حيث يمكن أن تسهم في رفع مستوى الاحترافية في عمليات البيع.			
5	من خلال تقييم أداء المبيعات، تتضح العلاقة بين استراتيجيات إدارة الجودة ونجاح شركة علا العقارية في تعزيز قدرتها التنافسية في سوق العقارات.			

6	عادةً ما يكون أداء المبيعات المبني على معايير إدارة الجودة أكثر استدامة وفعالية، مما يؤدي إلى تحسين العائدات وزيادة الحصة السوقية لشركة علا العقارية		
7	إن تحسين أداء المبيعات ليس فقط نتيجة استراتيجيات تسويقية فعالة، بل يتطلب أيضاً تفعيل إدارة الجودة لتحقيق التكامل بين جميع عمليات الشركة.		
8	تساعد إدارة الجودة على تطوير مهارات فريق المبيعات في شركة علا العقارية، مما ينعكس إيجاباً على أدائهم وقدرتهم على إتمام الصفقات بنجاح.		
9	تقليل الأخطاء في الإجراءات البيعية وزيادة الدقة في العمليات تعتبر من الفوائد الأساسية لتطبيق إدارة الجودة، مما يساهم في تحسين أداء المبيعات في شركة علا العقارية.		
10	تعمل إدارة الجودة على تعزيز التعاون والتنسيق بين فرق المبيعات والتسويق، مما يساهم في تحسين أداء المبيعات وجذب المزيد من العملاء في سوق العقارات بجدة.		
11	لقد أظهرت التحليلات أن الشركات التي تتبنى مبادئ إدارة الجودة تحقق نتائج أفضل في أداء المبيعات، مما يوفر فرصة لشركة علا العقارية لتطوير استراتيجيات جديدة للتوسع والنمو.		
12	تعتبر المرونة والقدرة على التكيف مع احتياجات السوق من العوامل التي تعزز أداء المبيعات، وهو ما يمكن تحقيقه من خلال تطبيق نظام إدارة جودة متكامل في شركة علا العقارية.		
13	تعد القياسات التي توفرها أنظمة إدارة الجودة ضرورية لتقييم أداء المبيعات، حيث تساعد على تحديد نقاط القوة والضعف في استراتيجيات البيع الحالية بشركة علا العقارية.		
14	يمكن لنجاح شركة علا العقارية في تحقيق أهداف مبيعاتها أن يُعزى جزئياً إلى التركيز على إدارة الجودة كجزء أساسي من الثقافة التنظيمية، مما يعزز التوجه نحو الأداء العالي.		