

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

أسم الطالب

أمل قاسم الدعبوش

2021205156

مشروع تخرج- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

٢٠٢٤- الفصل الدراسي الثاني

جدول المحتويات

٢	١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
٣	١,١. المقدمة:.....
٥	١,٢. مشكلة الدراسة.....
٥	١,٢,١. فجوات على المستوى النظري.....
٦	١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي.....
٦	١,٣. أهمية الدراسة.....
٦	١,٣,١. على المستوى النظري:.....
٧	١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:.....
٨	١,٤. أسئلة الدراسة.....
٨	١,٥. أهداف الدراسة.....
٩	١,٦. فرضيات الدراسة.....
٩	١,٧. نموذج الدراسة.....
١٠	١,٨. منهجية الدراسة.....
١١	١,٩. الدراسة الميدانية.....
١٢	١,١٠. مخطط المشروع المقترح.....
١٣	٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
١٣	٢,١. المقدمة:.....
١٤	٢,٢. المتغير المستقل.....
١٤	٢,٣. المتغير التابع.....
١٤	٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
١٤	٢,٥. الخاتمة.....
١٥	قائمة المراجع.....

١. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١,١ . المقدمة:

في العصر الحالي تواجه المؤسسات تحديات كبيرة ومتزايدة نتيجة للتطور السريع في تكنولوجيا المعلومات وزيادة المنافسة العالمية. لذلك أصبحت إدارة الجودة الشاملة (Total Quality Management) أحد العناصر الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات

لتحقيق النجاح والتميز . 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 العميل واحداً من أهم الأهداف التي تسعى لتحقيقها المؤسسات من خلال تطبيق إدارة الجودة الشاملة، حيث أن رضا العميل 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 العميل، 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 العملاء في مجمع السعر المنافس، وذلك من خلال دراسة حالة محددة واستعراض التجارب والخبرات المتعلقة بهذا الموضوع .

محمد ، أحمد (٢٠٢٠)

تطبيق إدارة الجودة الشاملة يؤدي إلى تحسين جودة الخدمات والمنتجات مما يساهم بشكل كبير في زيادة رضا العملاء (ص . ٤٥) الخالدي، سعاد (٢٠١٨)

إدارة الجودة الشاملة تعد أداة فعالة لتحسين الأداء المؤسسي من خلال التركيز على تلبية احتياجات و توقعات العملاء

(ص ٦٧) 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)

الدوسري، ناصر (٢٠١٧)

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

العتيبي، فهد (٢٠١٦) 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) 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) (الغامدي، فيصل (٢٠١٣)

تحقيق رضا العميل من خلال إدارة الجودة الشاملة يتطلب التزاماً من الإدارة العليا وتعاون جميع أفراد المؤسسة في تطبيق وتحسين العمليات البقي، سامي (٢٠١٢)

أظهرت الدراسة أن التقييم المستمر لجودة الخدمات والمراجعة الدورية لعمليات الجودة تؤدي إلى زيادة رضا العملاء وثقتهم في المؤسسة (ص ٧٤) 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 العملاء والمحافظة على (ولائهم) (ص ٩٩) في ظل التنافس المتزايد بين الشركات والمؤسسات في السوق، أصبحت إدارة الجودة الشاملة (TQM) واحدة من الاستراتيجيات الرئيسية التي تعتمدها المؤسسات لتحقيق رضا العملاء وضمان 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 العملاء يومياً. لذا، فإن تحسين جودة الخدمات والمنتجات المقدمة في هذا المجمع يعد أمراً ضرورياً لضمان ولاء العملاء وزيادة تنافسية المجمع في السوق. (Juran, 1988, p. 45)

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

(Deming, 1986, p. 67)

تعد 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 توقعات العملاء بشكل أفضل

(Oakland,) 2003، (p89)

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

١,٢. مشكلة الدراسة

في السوق التجارية التنافسية اليوم، أصبحت المؤسسات ملزمة بتبني استراتيجيات مبتكرة لضمان رضا العملاء والحفاظ على ولائهم. تعتبر إدارة الجودة الشاملة (TQM) واحدة من هذه 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 عدم التوافق بين تلك المبادئ واحتياجات العملاء المحليين

(Juran , 1988, p. 112).

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).

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 للملائم لجمع البيانات . كما يجب أيضاً مراعاة العوامل الخارجية التي قد تؤثر على النتائج كالتغيرات الاقتصادية والتشريعات المحلية ، وضمان تمثيلية العينة المختارة للدراسة .

١,٢,١. فجوات على المستوى النظري

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 العملاء بشكل محدد في سوق البيع بالتجزئة في مكة المكرمة، مما يجعل من الصعب تحقيق فهم شامل للعلاقة بين هذين العنصرين .

١,٢,٢. فجوات على المستوى التطبيقي

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.

سؤال البحث الرئيسي:-

كيف تؤثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق رضا العميل في مجمع السعر المنافس بمنطقة مكة المكرمة ؟

١,٣. أهمية الدراسة

في دراسة حالة حول إدارة الجودة الشاملة وتحقيق رضا العميل 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 العملاء، مما يعزز من تنافسية الشركات ويعزز الاستدامة في السوق .

١,٣,١. على المستوى النظري:

--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 العملاء .

١,٣,٢. على المستوى التطبيقي:

يوفر البحث إسهامات قيمة للمديرين وصناع القرار في الشركات، حيث يمكنهم استخدام النتائج لتحسين أداء الشركة وزيادة رضا العملاء .

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 تسهم 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 المحلية والدولية .

أشار إلى أن تطبيق TQM

يسهم بشكل كبير في تحسين جودة المنتجات والخدمات المقدمة .

(76 . q) Oakland (2003)

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 زيادة التوصيات الشفهية وتحسين سمعة المجمع. أكد على أن رضا العملاء هو نتيجة مباشرة لتطبيق مبادئ الجودة الشاملة .

q) Juran (1988). (110)

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. أشار

إلى أن التحسين المستمر للعمليات الداخلية هو أحد أبرز فوائد

TQM (45.q) Deming (1986)

٤. مواكبة التغيرات والتطورات في السوق:٠

من خلال التركيز على التحسين المستمر، يمكن لمجمع السعر المنافس التكيف بشكل أفضل مع التغيرات في السوق والاحتياجات المتغيرة للعملاء، مما يعزز من قدرته على الاستمرارية والنمو. أوضح أن القدرة على التكيف مع التغيرات السوقية هو أحد مكونات نجاح .

TQM (32.q) Ishikawa (1985)

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

(92.q) Oakland (2003).

١,٤ . أسئلة الدراسة

سؤال البحث الرئيسي :-

كيف تؤثر ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تحقيق رضا العميل في مجمع السعر المنافس بمنطقة مكة المكرمة ؟

- ما هو دور القيادة الفعالة في توفير الموارد اللازمة لتلبية احتياجات العملاء؟
- كيف يساعد التخطيط الاستراتيجي للجودة في تحديد احتياجات العملاء ومتطلباتهم؟
- ما هي آليات التعامل مع شكاوى العملاء وإدارتها لتحسين رضاهم؟
- كيف يؤثر اتصال المنظمة الفعال مع العملاء على فهم احتياجاتهم ومتطلباتهم؟

١,٥ . أهداف الدراسة

أن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو الكشف عن تأثير إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء.

١. فهم دور القيادة الفعالة في توفير الموارد اللازمة لتلبية احتياجات العملاء.

٢. معرفة كيف يساعد التخطيط الاستراتيجي للجودة في تحديد احتياجات العملاء ومتطلباتهم.

٣. التعرف على آليات التعامل مع شكاوى العملاء وإدارتها لتحسين رضاهم

٤. الكشف عن تأثير اتصال المنظمة الفعال مع العملاء على فهم احتياجاتهم ومتطلباتهم.

١,٦. فرضيات الدراسة

- **H توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء**

- **Ha** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الإدارة العليا ورضا العملاء.

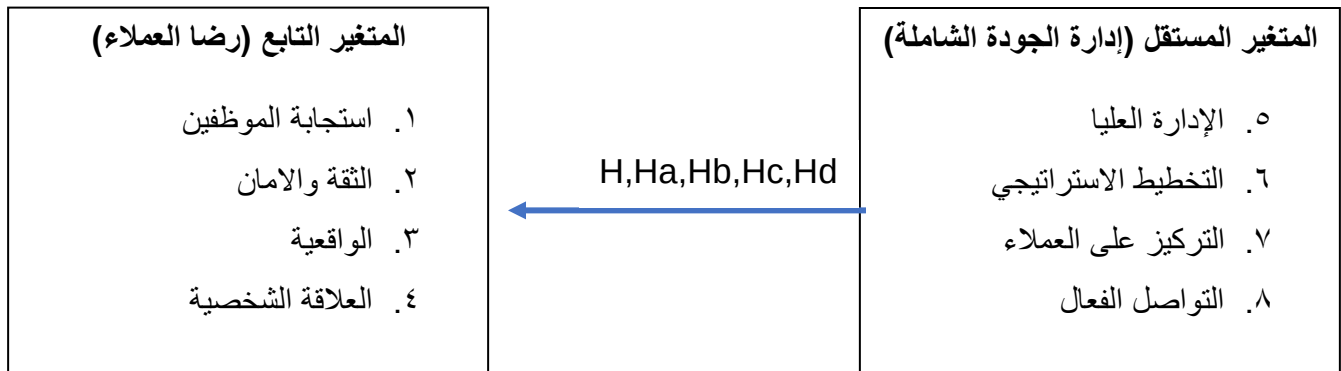
- **Hb** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التخطيط الاستراتيجي ورضا العملاء.

- **Hc** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التركيز على العملاء ورضا العملاء.

- **Hd** توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين التواصل الفعال ورضا العملاء.

-

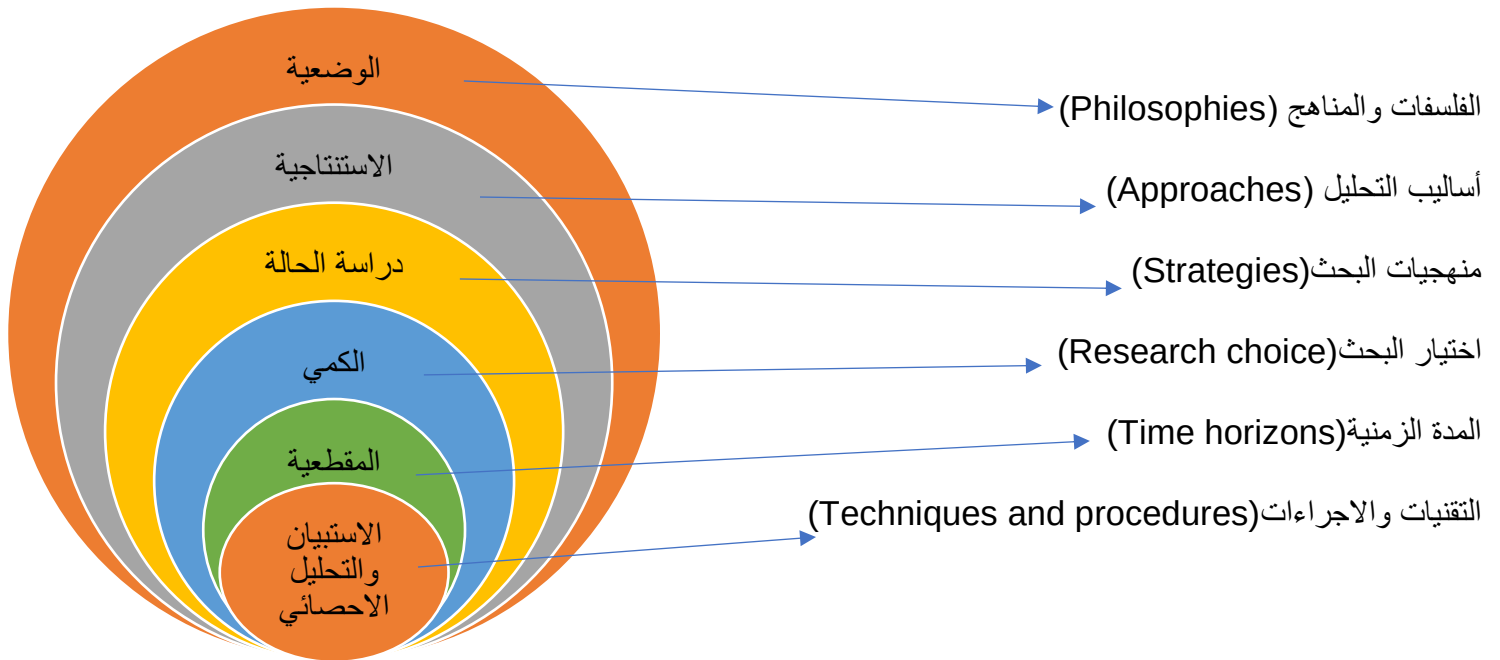
١,٧. نموذج الدراسة



شكل ١: النموذج المقترح للبحث المصدر: الباحث

١,٨ . منهجية الدراسة

- فلسفة البحث: الوضعية.
- منهج البحث: الاستنتاجية.
- إستراتيجية البحث: دراسة حالة.
- اختيار البحث: الكمي.
- الأفق الزمنية: المقطعية.
- التقنيات والإجراءات: الاستبيان والتحليل الإحصائي.



الشكل ٢: منهجية البحث: المصدر الباحث

١,٩. الدراسة الميدانية

مجمع السعر المنافس هو سوق تجاري كبير ومهم يقع في مدينة مكة المكرمة.

تأسس المجمع عام ١٤٠٢ هجرية (١٩٨٢ ميلادي) ويعتبر أحد أبرز المراكز التجارية في المدينة المقدسة.

يُعرف المجمع أيضًا باسم "سوق الجملة" أو "سوق العطور" نسبةً لبعض أبرز منتجاته.

ومن مجالاته واهتماماته:

-التجارة العامة: يضم المجمع مئات المتاجر التي تباع مجموعة واسعة من السلع الاستهلاكية بأسعار تنافسية مثل الملابس والأحذية والإلكترونيات والمفروشات.

-السياحة والحج: بموقعه في مكة، يقدم المجمع خدمات مهمة لحجاج بيت الله الحرام من خلال توفير السلع والخدمات التي يحتاجونها.

-الصناعات اليدوية والتراثية: يضم المجمع محلات تباع منتجات حرفية وتراثية سعودية وإسلامية مما يجذب زوار مهتمين بالثقافة والتاريخ.

-الخدمات المالية والتجارية: يوفر المجمع خدمات مصرفية وتجارية مثل البنوك وشركات الصرافة وخدمات الشحن والتخليص الجمركي.

يتم إدارة وتنظيم مجمع السعر المنافس من قبل الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني في المملكة العربية السعودية.

تحظى هذه المنشأة التجارية الكبيرة باهتمام كبير من قبل المسؤولين والحكومة السعودية باعتبارها واحدة من أهم المناطق التجارية في مكة المكرمة.

يقع مركز السعر المنافس التجاري في حي الشوقية بمدينة مكة المكرمة، بالتحديد على شارع إبراهيم الخليل . يبعد المجمع حوالي ٤,٨ كم من مركز المدينة، مما يجعله موقعًا مميزًا لتسوق السكان والزوار [oai_citation:1]، مركز السعر المنافس التجاري، إبراهيم الخليل، الشوقية، مكة ٢٤٣٥١، السعودية]

[o a i _citation :2

مركز السعر المنافس التجاري ، ، إبراهيم الخليل، الشوقية ، مكة ٢٤٣٥١، السعودية]

(20292/14948

الخدمات المقدمة :-

يقدم المجمع مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات التي تشمل الملابس الجاهزة، الأحذية، و الشنط . يتميز المركز بأسعاره التنافسية التي تجذب العديد من العملاء الباحثين عن الجودة والسعر المناسب

[oai_citation:3]، مركز السعر المنافس - Find Saudi - دليل الشركات السعودية - الدليل السعودي]

١,١٠. مخطط المشروع المقترح

الفصل الأول :- المقدمة

الفصل الثاني :- الإطار النظري

الفصل الثالث :- منهجية البحث

الفصل الرابع :- التحليل الإحصائي

الفصل الخامس :- مناقشة النتائج والخاتمة

٢. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢,١. المقدمة:

٢,٢. المتغير المستقل

٢,٣. المتغير التابع

٢,٤. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

٢,٥. الخاتمة

قائمة المراجع

- Ishikawa, K. (1985). What Is Total Quality Control? The Japanese Way. Prentice Hall.32.q.
- 45.q. Juran, J. M. (1988). Juran's Quality Control Handbook. McGraw-Hill.
- 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
- محمد، أحمد (٢٠٢٠). *إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق رضا العميل*. دار الفكر، الرياض.
- ٢. الخالدي، سعاد (٢٠١٨). *تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية*. جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.
- ٣. علي، خالد (٢٠١٩). *تحليل رضا العميل كمتغير أساسي في تقييم الأداء المؤسسي المجلة العربية للإدارة، المجلد ١٤، العدد ١٤.
- ٤. الدوسري، ناصر (٢٠١٧). *أثر إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في القطاع الصحي*. جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
- 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 العملاء*. المجلة السعودية للإدارة، المجلد ١٠، العدد ٢.
- ١٠. المهندس، خالد (٢٠١١). **إدارة الجودة الشاملة: فلسفة تنظيمية لتحقيق رضا العملاء*. دار الفكر، الرياض.
- ١١. الدوسري، ناصر (٢٠١٧). أثر إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في القطاع الصحي*. جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
- * ١٢. العتيبي، فهد (٢٠١٦). **إدارة الجودة الشاملة: منهجيات وتطبيقات*. دار النشر العربية، القاهرة.
- ١٣. محمد، أحمد (٢٠٢٠). **إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق رضا العميل*. دار الفكر، الرياض.
- * ١٤. الخالدي، سعاد (٢٠١٨). **تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية*. جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.

- ١٥. علي، خالد (٢٠١٩). **تحليل رضا العميل 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 الصحي*. جامعة أم القرى، مكة المكرمة. 26.
- ٢٦. العنبي، فهد (٢٠١٦) *إدارة الجودة الشاملة: منهجيات وتطبيقات*. دار النشر العربية، القاهرة.
- ٢٨. محمد، أحمد (٢٠٢٠) *إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحقيق رضا العميل*. دار الفكر، الرياض.
- ٢٩. الخالدي، سعاد (٢٠١٨) *تطبيقات إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية*. جامعة الملك عبدالعزيز، جدة.
- ٣٠. علي، خالد (٢٠١٩) *تحليل رضا العميل 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 ○
- 36- ((<https://2pos.city/10146/7474>)) ○
- 37- ((<https://readymap.city/>)) ٢٢٤٦ ٦٣٢ ١٢ ٩٦٦ + ○
- (38- <https://www.findsaudi.com/ar/CatView/301/21252.aspx>) ○