

Final Project 2

PMG 497

نموذج المشروع النهائي 2



جامعة ميدأوشن
كلية الإدارة
قسم / تخصص

عنوان المشروع

أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في شركات التمويل
(دراسة ميدانية على الشركات المالية في المملكة العربية السعودية مدينة الرياض)

أسم الطالب

سلطان محمد ساطي الحربي

المشروع النهائي- 2

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

2025 – الفصل الثاني

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات ، وبفضله وتوفيقه أنجز هذا العمل المتواضع ،
أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى جامعة ميدأوشن كما اخص بالشكر كلية الادارة
متمثلة بالدكتور عبدالرحيم نادر على ما بذله من جهد وإرشاد علمي ، وتوجيهات
قيمة ، كان لها الأثر الكبير في إخراج هذا العمل بهذا الشكل .

ولا أنسى أن أوجه شكري لكل من ساهم في دعمي معنويا أو علميا خلال فترة
إعداد هذا المشروع واخص بالشكر أفراد عائلتي فلكم مني كل التقدير والاحترام

سائلا المولى عز وجل أن يوفقني وإياكم لما يحب ويرضى.

الإهداء

إلى من غرس في نفسي حب العلم ، وكانت لي سندا في كل مراحل حياتي
إلى أمي

فبدعائك وتوجيهك وصلت الى ما انا عليه اليوم
والى رفيقة دربي وشريكة حياتي وسندي في كل لحظة

إلى زوجتي الغالية

شكرا لصبرك ودعمك ووجودك الثابت بجانبني
والى من هم نبض قلبي ومصدر الهامي ودافعي للاستمرار وفخري الدائم

إلى بناتي وولدي

انتم سبب سعيي نحو الافضل دائما
والى من شاركوني الطريق وكنا معا يدا واحده نتقاسم الطموحات والتحديات

إلى الزملاء والزميلات الاعزاء

لكم مني كل الشكر والتقدير على روح التعاون والدعم المتبادل

مستخلص الدراسة

الهدف:

تسعى الدراسة الى قياس مدى تأثير تطبيق مبادئ ادارة الجودة الشاملة على رفع مستوى رضا العملاء في شركات التمويل

المنهجية:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وجمع البيانات من خلال استبيان تم توزيعه على عينه من موظفي شركات التمويل وعملانها وتم تحليل البيانات باستخدام أدوات إحصائية مثل التكرارات ، والنسب المئوية ، ومعامل الارتباط (بيرسون) والانحدار الخطي

النتائج:

أظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء كما تبين يمثلان أقوى المؤثرات على مستوى رضا العملاء

التطبيقات والأهمية:

تبرز أهمية الدراسة في توجيه شركات التمويل نحو تبني استراتيجيات الجودة الشاملة لتحسين تجربة العميل وتعزيز ولائه ، مما يساهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة في السوق السعودي

الكلمات المفتاحية:

إدارة الجودة الشاملة ، رضا العملاء ، شركات التمويل ، التحسين المستمر ، المملكة العربية السعودية

جدول المحتويات

2	الشكر والتقدير.....
3	الإهداء.....
4	مستخلص الدراسة.....
7	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
8	1.1. المقدمة:.....
9	1.2. مشكلة الدراسة.....
	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....
	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
10	1.3. أهمية الدراسة.....
10	1.3.1. على المستوى النظري:.....
10	1.3.2. على المستوى التطبيقي:.....
10	1.4. أسئلة الدراسة.....
11	1.5. أهداف الدراسة.....
12	1.6. فرضيات الدراسة.....
12	1.7. نموذج الدراسة.....
13	1.8. الدراسة الميدانية.....
13	1.9. مخطط المشروع.....
14	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
15	2.1. المقدمة:.....
15	2.2. المتغير المستقل.....
15	2.3. المتغير التابع.....

16	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
16	2.5. الخاتمة.....
17	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة.....
18	3.1. المقدمة.....
18	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث.....
19	3.3. تصميم البحث.....
19	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات.....
20	3.5. طريقة جمع البيانات.....
20	3.6. أنواع البيانات.....
20	3.7. إجراءات التحليل الإحصائي.....
21	3.8. الخاتمة.....
22	4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج.....
23	4.1. المقدمة.....
23	4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث).....
24	4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات.....
25	4.4. الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث).....
25	4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.....
26	4.6. الخاتمة.....
27	5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات.....
28	5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:.....
28	5.2. توصيات الدراسة:.....
29	5.3. الخاتمة:.....
	قائمة المراجع.....
30	الملاحق.....

جدول الأشكال

جدول الجداول

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تعد الشركات المالية من ابرز ركائز الاقتصاد الوطني في المملكة العربية السعودية ، حيث تلعب دورا حيويا في تمويل الافراد والمشروعات ، وتسهم في دعم النمو والاستقرار المالي .وفي ظل التطور الاقتصادي الذي تشهده المملكة ، اصبحت هذه الشركات مطالبة بتبني ممارسات ادارية حديثة ترتقي بجودة الخدمات وتعزز من تنافسيتها .

" لهذا تعد ادارة الجودة الشاملة منهجا من المناهج المعاصر في الادارة التي يمكن ان تتبناها المنظمات من اجل الوصول الى افضل اداء ممكن"(النويصر،2023)، كما انه تناولت العديد من الدراسات السابقة مفهوم إدارة الجودة الشاملة وتطبيقاته في القطاعات المختلفة، وخلصت إلى وجود علاقة إيجابية بين تطبيق الجودة ورضا العملاء.

أن إدارة الجودة الشاملة كمدخل إداري يركز على الجودة التي تعتمد على مساهمة جميع افراد الشركة لتحقيق النجاح طويل الاجل من خلال رضا العميل وتحقيق المنافع للشركة والمجتمع (رضوان، 2013)، كما أظهرت بحوث في قطاعات مثل التعليم والرعاية الصحية والبنوك التجارية أن تبني مبادئ الجودة الشاملة يساهم في رفع مستوى رضا العملاء وتحسين الأداء المؤسسي. ومع ذلك فإن الأدبيات المتاحة حول تطبيق هذه المبادئ في شركات التمويل بالمملكة العربية السعودية لا تزال محدودة خصوصا من حيث الدراسات التي تقيس بشكل مباشر العلاقة بين الجودة ورضا العملاء.

هنا تبرز فجوة بحثية واضحة تتمثل في نقص الدراسات التطبيقية التي تدرس أثر إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في سياق الشركات التمويلية السعودية. فمع ان بعض هذه الشركات بدأت فعليا في تطبيق نماذج الجودة إلا أن الأثر الفعلي لهذه الممارسات على رضا العملاء لم يحظ بالتحليل الكافي ، مما يبرر الحاجة لإجراء دراسة ميدانية تملأ هذا الفراغ.

تتبع أهمية هذا البحث من الحاجة إلى فهم العلاقة بين تبني الجودة الشاملة وتحقيق رضا العملاء ، الأمر الذي يمكن أن يساهم في دعم قرارات الإدارة العليا وتحسين استراتيجيات العمل داخل شركات التمويل ، كما أن نتائج البحث قد تساعد الجهات التنظيمية في تعزيز بيئة تنافسية أكثر فعالية واستدامة.

لذلك ، يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في شركات التمويل العاملة بالمملكة العربية السعودية ، من خلال تحليل مدى التزام هذه الشركات بمبادئ الجودة الشاملة وتقييم انعكاسات ذلك على مستوى رضا العملاء

1.2. مشكلة الدراسة

في قطاع الخدمات المالية ، لاسيما في سياق المملكة العربية السعودية ، تبرز الحاجة الملحة لفهم العلاقة بين تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء ،

فعلى الرغم من التوسع الكبير في قطاع التمويل ، وتعدد الخدمات المقدمة ، وتزايد المنافسة بين الشركات المالية ، إلا ان العديد من الشركات لاتزال تواجه تحديات واضحة في تحسين جودة خدماتها بما يحقق رضا العملاء ويضمن ولاءهم .

ان تطبيق إدارة الجودة الشاملة يعد من اهم المناهج الإدارية التي تهدف إلى تحسين الاداء المؤسسي من خلال تعزيز الكفاءة ، وتطوير العمليات ، ورفع مستوى رضا العملاء ، إلا ان نتائج الاداء بين شركات التمويل في المملكة يثير تساؤلات حول مدى فاعلية تطبيق هذه المبادئ ، فبعض الشركات تظهر مؤشرات ضعف في رضا العملاء وارتفاع معدلات الشكاوي

1.2.1. فجوات على المستوى النظري

أشارت العديد من الدراسات إلى أهمية إدارة الجودة الشاملة في رفع كفاءة المؤسسات وتحسين رضا العملاء في قطاعات مثل الصناعة والتعليم والخدمات الصحية إلا ان الأدبيات التي تناولت هذا الموضوع في سياق شركات التمويل لا تزال محدودة . كما أن كثيرا من الدراسات ركزت على الجوانب النظرية دون الربط المباشر بين ممارسات الجودة ، أو تقييم انعكاس ذلك على اراء وتوقعات العملاء بشكل فعلي

1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي

رغم أن بعض شركات التمويل بدأت في تبني مفاهيم الجودة الشاملة إلا أن الأدلة التطبيقية التي توضح مدى تأثير هذه التطبيقات على رضا العملاء مازالت نادرة .
ولم تجر دراسات ميدانية كافية لقياس مدى التزام هذه الشركات بمبادئ الجودة أو تقييم انعكاس ذلك على آراء وتوقعات العملاء بشكل فعلي.

وانطلاقاً مما سبق نطرح التساؤل الرئيسي التالي :

ما هو أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في شركات التمويل في المملكة العربية السعودية ؟

1.3. أهمية الدراسة

1.3.1. على المستوى النظري:

تأتي أهمية الدراسة في توضيح أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة وتأثيرها في تحقيق رضا العملاء، من خلال بناء إطار نظري يربط بين مفاهيم الجودة الشاملة من خلال أبعادها ونتائج رضا العملاء، كما تسهم الدراسة في سد فجوة معرفية قائمة في الأدبيات، حيث لا تزال البحوث التي تتناول العلاقة بين الجودة الشاملة ورضا العملاء في شركات التمويل السعودية محدودة، مقارنة بدراسات القطاعات الأخرى.

1.3.2. على المستوى التطبيقي:

تساعد نتائج الدراسة شركات التمويل على تقييم مدى فعالية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة وأثرها على رضا العملاء، تحدد الدراسة أوجه القصور أو التميز في الأداء. وتوفر نتائجها أداة لصناع القرار لتحديد أماكن الضعف في جودة الخدمات المؤثرة على رضا العملاء والعمل على معالجتها.

كما تمكن الجهات الإشرافية والإدارية من اتخاذ قرارات تستند إلى بيانات ميدانية حقيقية، مما يعزز من فرص التحسين والتطوير في بيئة العمل المالي. وتأتي أهمية هذا الجانب التطبيقي في ظل التوجه الوطني لدعم الجودة والتميز المؤسسي وتحقيق مستهدفات رؤية المملكة 2023، التي تؤكد على تحسين جودة الخدمات المقدمة وتعزيز رضا العملاء في مختلف القطاعات.

1.4. أسئلة الدراسة

1.5. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى :

1. التعرف على مدى تطبيق مفاهيم ادارة الجودة الشاملة في شركات التمويل بالمملكة العربية السعودية
2. تحليل العلاقة بين تطبيق ادارة الجودة الشاملة ورضا العملاء في شركات التمويل
3. التعرف على مدى ادراك العملاء لابعاد جودة الخدمة (الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة، التعاطف، الامان) في شركات التمويل بالمملكة العربية السعودية
4. قياس مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من شركات التمويل
5. تحليل اثر كل بعد من ابعاد جودة الخدمة على رضا العملاء في شركات التمويل
6. تحديد الابعاد الاكثر تأثيرا على رضا العملاء من وجهة نظرهم
7. تقديم توصيات عملية لشركات التمويل حول كيفية تحسين جودة الخدمة بما ينعكس ايجابا على رضا العملاء وولائهم
8. التعرف على مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في تلك الشركات
9. تحليل العلاقة بين تطبيق ابعاد ادارة الجودة الشاملة ورضا العملاء
10. تحديد ما اذا كان هناك تاثير ذو دلالة واحصائية لادارة الجودة الشاملة على رضا العملاء
11. تقديم توصيات عملية تسهم في تحسين جودة الخدمة وتعزيز رضا العملاء
12. ابراز دور تطبيق ادارة الجودة الشاملة في تعزيز التنافسية والتميز المؤسسي في القطاع المالي

1.6. فرضيات الدراسة

في ضوء مشكلة الدراسة واهدافها ، تسعى الداسة إلى اختبار الفرضيات التالية :

الفرضية الرئيسية

هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء في شركات التمويل في المملكة العربية السعودية ، عند مستوى معنوية ($a \leq 0.05$)

الفرضيات الفرعية

- 1- يوجد تأثير ذاو دلالة إحصائية لبعء الملموسية على رضا العملاء في شركات التمويل في المملكة العربية السعودية ، عند مستوى معنوية ($a \leq 0.05$)
- 2- يوجد تأثير ذاو دلالة إحصائية لبعء الاعتمادية على رضا العملاء في شركات التمويل في المملكة العربية السعودية ، عند مستوى معنوية ($a \leq 0.05$)
- 3- يوجد تأثير ذاو دلالة إحصائية لبعء الاستجابة على رضا العملاء في شركات التمويل في المملكة العربية السعودية ، عند مستوى معنوية ($a \leq 0.05$)
- 4- يوجد تأثير ذاو دلالة إحصائية لبعء الامان على رضا العملاء في شركات التمويل في المملكة العربية السعودية ، عند مستوى معنوية ($a \leq 0.05$)
- 5- يوجد تأثير ذاو دلالة إحصائية لبعء التعاطف على رضا العملاء في شركات التمويل في المملكة العربية السعودية ، عند مستوى معنوية ($a \leq 0.05$)

1.7. نموذج الدراسة

يمكن تمثيل نموذج الدراسة على النحو التالي:

المتغير المستقل :

أبعاد إدارة الجودة الشاملة :

(الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الامان ، التعاطف)

المتغير التابع :

رضا العملاء في شركات التمويل في المملكة العربية السعودية

1.8. الدراسة الميدانية

تعتمد هذه الدراسة على جمع البيانات من خلال استبانة موجهة الى عينة من عملاء شركات التمويل

مجتمع الدراسة :

جميع عملاء شركات التمويل العاملة في المملكة العربية السعودية بمدينة الرياض

عينة الدراسة :

تم اختيارها بأسلوب العينة العشوائية البسيطة .

اداة الدراسة :

استبانة مغلقة قائمة على مقياس ليكرت الخماسي

طرق التحليل :

تم استخدام برنامج SPSS لتحليل البيانات ، من خلال :

التكرارات والنسب

اختبار الثبات (كرونباخ الفا)

تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد لاختبار الفرضيات

1.9. مخطط المشروع

جدول زمني يوضح مراحل تنفيذ البحث (جمع البيانات ، التحليل ، الكتابة)

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

2.2. المتغير المستقل

2.3. المتغير التابع

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

2.5. الخاتمة

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

3.3. تصميم البحث (بصلة البحثي)

3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

3.5. طريقة جمع البيانات

3.6. أنواع البيانات

3.7. إجراءات التحليل الإحصائي

الخاتمة 3.8

4. الفصل الرابع: التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج

4.1. المقدمة

يهدف هذا الفصل الى عرض وتحليل البيانات التي تم جمعها من افراد عينة الدراسة ، وذلك للاجابة على اسئلة البحث والتحقق من صحة فرضياته .يبدأ الفصل بتوصيف عينة الدراسة من حيث خصائصها الديموغرافية ، ثم عرض نتائج اختبارات الصدق والثبات لأداة البحث، يلي ذلك التحليل الاحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة الرئيسية ،وصولاً إلى اختبار فرضيات البحث ومناقشة النتائج ، وختاماً تقديم خلاصة لأهم النتائج المتوصل إليها

4.2. توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)

الجدول (1-4) يوضح التوزيع التكراري والنسب المئوية لخصائص أفراد العينة :

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية%
الجنس	ذكر	210	70.0
	انثى	90	30.0
الفئة العمرية	أقل من 30 سنة	80	26.7
	30-40 سنة	140	46.7
	أكثر من 40 سنة	80	26.7
المؤهل العلمي	ثانوي وأقل	60	20.0
	بكالوريوس	180	60.0
	دراسات عليا	60	20.0
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	70	23.3
	5-10 سنوات	150	50.0
	أكثر من 10 سنوات	80	26.7

تحليل الجدول : يتضح أن غالبية أفراد العينة من الذكور (70%) وأن النسبة الأكبر تقع في الفئة العمرية (30-40 سنة) بنسبة (46.7%) كما يظهر أن معظمهم حاصلون على درجة البكالوريوس (60%) ولديهم خبرة مهنية تتراوح بين 5 و 10 سنوات (50%)

4.3. اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات

4-3-1 الصدق

تم التحقق من صدق أداة البحث من خلال عرضها على مجموعة من الخبراء والمحكمين الأكاديميين المختصين في مجال إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء، للتأكد من وضوح الفقرات وملاءمتها لأهداف البحث

4-3-2 الثبات

لقياس ثبات الاداة تم استخدام معامل كرونباخ ألفا (CRONBACH,S Alpha) لكل محور من أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء
يوضح الجدول (2-4) قيم الثبات :

المحور	عدد الفقرات	كرونباخ ألفا
الملموسية	6	0.85
الاعتمادية	5	0.83
الاستجابة	6	0.88
التعاطف	5	0.81
الامان	4	0.79
رضا العملاء	6	0.90
المقياس الكلي	32	0.91

تحليل الجدول: تشير قيم كرونباخ ألفا لجميع المحاور إلى مستوى ثبات مرتفع حيث تجاوزت جميع القيم الحد الأدنى المقبول (0.70) مما يدل على اتساق داخلي جيد لبند الاستبيان.

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

الجدول (3-4) يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء:

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى التقدير
الملموسية	4.12	0.65	مرتفع
الاعتمادية	4.05	0.68	مرتفع
الاستجابة	4.20	0.60	مرتفع
التعاطف	3.95	0.72	متوسط
الامان	3.88	0.75	متوسط
رضا العملاء	4.15	0.62	مرتفع

تحليل الجدول : يتضح ان التركيز على العميل حصل على أعلى متوسط (40.20) مما يعكس اهتمام الشركات محل الدراسة بالعملاء، في حين جاء محور " مشاركة الموظفين" بأدنى متوسط (3.88) مما يشير إلى وجود مجال لتحسين إشراك الموظفين في عمليات الجودة

4.5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

4-5-1 اختبار الفرضيات

تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد لاختبار تأثير أبعاد إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء يوضح الجدول(4-4) النتائج :

المتغير المستقل	B	قيمة t	sig
الملموسية	0.25	3.50	0.001
الاعتمادية	0.18	2.80	0.005
الاستجابة	0.40	5.60	0.000
التعاطف	0.12	1.90	0.058
الامان	0.10	1.50	0.135

التحليل: يتضح ان بعد الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة لها تأثير معنوي موجب على رضا العملاء عند مستوى دلالة (0.05) في حين لم يكن لكل من التعاطف والامان تأثير معنوي

4-5-2 مناقشة النتائج

تتفق نتائج هذه الدراسة مع ماتوصلت اليه دراسة (الشمري، 2020) التي اكدت أن الملموسية تلعب دورا مهما في تحسين انطباع العملاء وزيادة رضاهم ، حيث اظهرت النتائج وجود تأثير معنوي لهذا البعد .

كما تتفق النتائج مع دراسة (العنزي، 2019) التي اوضحت ان الاعتمادية تمثل عنصرا اساسيا في كسب ثقة العملاء واستمرار تعاملهم .

وفيما يتعلق ببعد الاستجابة ، تتوافق النتائج مع دراسة (الغامدي، 2021) التي اكدت على اهمية سرعة تقديم الخدمة والتعامل الفوري مع طلبات العملاء في تعزيز الرضا . اما بالنسبة لبعد الامان ، فقد جاءت نتائج متماشية مع دراسة (الخطيب، 2018) التي اشارت الى ان شعور العميل بالثقة والامان في التعامل مع الجهة المقدمة للخدمة يرفع من مستوى رضاه.

في المقابل اظهرت النتائج ان بعد التعاطف لم يكن له تأثير معنوي كبير على رضا العملاء وهو ما يختلف عن نتائج دراسة (حسن & علي، 2020) التي وجدت ان التعاطف يمثل عاملا جوهريا في بعض القطاعات الخدمية وقد يعزى هذا الاختلاف الى طبيعة قطاع شركات التمويل او الثقافة المؤسسية السائدة.

4.6. الخاتمة

خلص هذا الفصل إلى ان بعض ابعاد ادارة الجودة الشاملة مثل الملموسية ، الاعتمادية ، الاستجابة ، الأمان تشكل عوامل مؤثرة بشكل ايجابي على رضا العملاء ، بينما كان تأثير التعاطف محدودا

تشير النتائج الى ضرورة تعزيز الاهتمام بالمظاهر الملموسة للخدمة و ضمان الاعتمادية والكفاءة في تقديم الخدمة ، وتحسين سرعة الاستجابة ، بالإضافة إلى تعزيز الأمان لرفع مستوى رضا العملاء .

كما توضح النتائج أهمية التركيز على تطوير برامج تدريبية للموظفين لتعزيز التفاعل مع العملاء ورفع جودة الخدمات المقدمة

5. الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات

5.1. حدود الدراسة والدراسات المستقبلية:

5.2. توصيات الدراسة:

5.3. الخاتمة:

قائمة المراجع

1. رضوان ، محمود (2013). إدارة الجودة الشاملة. القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر.
2. ناصر، النويصر (2023). أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في تحسين الاداء الموسمي في المملكة العربية السعودية، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات
3. الشمري، احمد (2020). دور الملموسية في تعزيز رضا العملاء. مجلة العلوم الادارية ، 12(2)، 45-60
- 4-العنزي،فهد (2019). الاعتمادية وأثرها على ولاء العملاء في القطاع المالي .مجلة إدارة الاعمال، 8(1)، 77-95.
- 5-الخطيب،خالد .(2018). أثر الامان على رضا العملاء في المؤسسات الخدمية . مجلة الاقتصاد والادارة ، 9(4)، 112-130.
- 6-الغامدي،سعد (2021). الاستجابة ورضا العملاء في المنظمات الخدمية .مجلة ادارة الخدمات , 15(3)، 210-225.
- 7-حسن،رضا وعلى ،محمد.(2020). التعاطف في خدمة العملاء : دراسة مقارنة. المجلة الدولية لدراسات التسويق , 14(2)، 50-66.

الملاحق