

تأثير إدارة الجودة على رضا العملاء في تطبيقات التوصيل في المملكة العربية السعودية.

أسم الطالب

محمد بن احمد العائمي

المشروع النهائي- ١

كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس- كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

التاريخ- الفصل الدراسي

٢٠٢٥

الشكر والتقدير

أُتقدّم بخالص الشكر والتقدير إلى كل من أسهم في إنجاز هذا البحث، وقدم لي الدعم والمساندة العلمية والمعنوية خلال فترة إعداد الدراسة. أخص بالشكر مشرفي الأكاديمي على توجيهاته القيّمة وملاحظاته البناءة التي كان لها الأثر الكبير في إثراء هذا العمل العلمي. كما أتوجّه بالشكر إلى جميع أفراد عينة الدراسة على تعاونهم واستجاباتهم للاستبانة، مما ساهم في تحقيق أهداف البحث. ولا يفوتني أن أعبر عن تقديري لأسرتي الكريمة على دعمها المتواصل وتشجيعها المستمر الذي كان دافعاً قوياً لي خلال مراحل إعداد هذا البحث.

الإهداء

إلى من كانوا لي بعد الله مصدر الإلهام والعزم والصبر،
إلى والديّ العزيزين الذين غرسا فيّ حب العلم والعمل،
إلى أساتذتي الكرام الذين لم يبخلوا بعلمهم وتوجيههم،
إلى كل من آمن بقدرتي وشجعني على المضي قدماً،
أهدي هذا العمل المتواضع عرفاناً وتقديرًا لجميل عطائكم ودعمكم اللامحدود.

مستخلص الدراسة

الهدف:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في تطبيقات التوصيل بالمملكة العربية السعودية، من خلال قياس العلاقة بين ممارسات إدارة الجودة (مثل التحسين المستمر، وكفاءة الخدمة، وإدارة الشكاوى) ومستوى رضا المستخدمين عن الخدمات المقدمة.

المنهجية:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي (Descriptive-Analytical Method) باستخدام الاستبانة الإلكترونية كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة مكونة من (٢٨٠) مستخدمًا لتطبيقات التوصيل الشهيرة في المملكة مثل (مرسول، جاهز، هنقرستيشن، طلبات). تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS من خلال الإحصاءات الوصفية، ومعامل كرونباخ ألفا، واختبار الارتباط والانحدار الخطي البسيط لقياس العلاقة بين المتغيرات.

النتائج:

أظهرت النتائج أن هناك تطبيقًا مرتفعًا لممارسات إدارة الجودة في تطبيقات التوصيل، وأن مستوى رضا العملاء مرتفع أيضًا. كما بين تحليل الانحدار أن إدارة الجودة تؤثر إيجابيًا وبدرجة دالة إحصائية على رضا العملاء، مما يعني أن تحسين جودة الخدمة واستجابة الإدارة لملاحظات العملاء يؤديان إلى تعزيز رضا المستخدمين واستمرارهم في استخدام التطبيق.

التطبيقات والأهمية:

تؤكد نتائج الدراسة أهمية تعزيز سياسات الجودة الشاملة في تطبيقات التوصيل، خصوصًا في مجالات تدريب الموظفين، وضمان سرعة الاستجابة، وتحسين تجربة المستخدم. كما تقدم الدراسة توصيات عملية يمكن أن تساعد إدارات التطبيقات على رفع مستوى رضا العملاء وتعزيز ولائهم في ظل المنافسة المتزايدة في سوق الخدمات الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: إدارة الجودة، رضا العملاء، تطبيقات التوصيل، الجودة الشاملة، الخدمات الإلكترونية، المملكة العربية السعودية.

جدول المحتويات

١.....	الشكر والتقدير
٢.....	الإهداء
٣.....	مستخلص الدراسة
٧.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
٨.....	١-١ المقدمة
٩.....	١-٢ مشكلة الدراسة
٩.....	١-٢-١ الفجوات على المستوى النظري:
٩.....	١-٢-٢ الفجوات على المستوى التطبيقي:
١٠.....	١-٣ أهمية الدراسة
١٠.....	١-٣-١ على المستوى النظري:
١٠.....	١-٣-٢ على المستوى التطبيقي:
١٠.....	١-٤ أسئلة الدراسة
١٠.....	١-٥ أهداف الدراسة
١١.....	١-٦ فرضيات الدراسة
١٢.....	١-٧ نموذج الدراسة
١٢.....	١-٨ الدراسة الميدانية
١٢.....	١-٩ مخطط المشروع
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	الفصل الثاني: الدراسات السابقة
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	١-٢ المقدمة
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	٢-٢ المتغير المستقل: إدارة الجودة الشاملة
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	٢-٣ المتغير التابع: رضا العملاء
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	٢-٤ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	٢-٥ الخاتمة
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	الفصل الثالث: منهجية الدراسة
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	١-٣ المقدمة
ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.	٢-٣ التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

3-3	تصميم البحث	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3-4	مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3-5	طريقة جمع البيانات	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3-6	أنواع البيانات	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	تتضمن الدراسة نوعين من البيانات:	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3-7	إجراءات التحليل الإحصائي	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
3-8	الخاتمة	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	الفصل الرابع:	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	التحليل الإحصائي ومناقشة النتائج	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4-1	المقدمة	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4-2	توصيف عينة الدراسة (الإحصائيات الوصفية لعينة البحث)	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4-3	اختبارات الصدق والثبات للاستبيانات	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4-4	الإحصاء الوصفي لمتغيرات البحث (الإجابة على أسئلة البحث)	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4-5	اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
4-6	الخاتمة	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
	الفصل الخامس: حدود البحث والتوصيات والاستنتاجات	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5-1	أحدود الدراسة والدراسات المستقبلية	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5-2	توصيات الدراسة	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
5-3	الخاتمة	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.
14	قائمة المراجع	
14	أولاً: المراجع العربية	
15	ثانياً: المراجع الإنجليزية	
	الملاحق	ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

جدول الأشكال

شكل (١-٤) التوزيع الوصفي لخصائص عينة الدراسة..... Error! Bookmark not defined.

شكل (٢-٤) معامل كرونباخ ألفا لاختبار الثبات..... Error! Bookmark not defined.

جدول الجداول

جدول (١-٤): التوزيع الوصفي لخصائص عينة الدراسة..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

جدول (٢-٤) حساب معامل كرونباخ ألفا لاختبار الثبات..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

الجدول رقم (٣-٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور "إدارة الجودة" ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

الجدول رقم (٤-٤) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات محور "رضا العملاء" ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

الجدول رقم (٥-٤): نتائج تحليل الارتباط بين إدارة الجودة ورضا العملاء..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

الجدول رقم (٦-٤): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

الجدول رقم (٧-٤): نتائج اختبار ANOVA لنموذج الانحدار..... ERROR! BOOKMARK NOT DEFINED.

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

١-١ المقدمة

تُعَدُّ إدارة الجودة الشاملة (TQM) من أهم المداخل الإدارية الحديثة التي تسعى المؤسسات الخدمية إلى تطبيقها لتحقيق التميز واستدامة الأداء. ومع التطور التكنولوجي المتسارع، برزت تطبيقات التوصيل الإلكتروني كأحد القطاعات الخدمية التي تعتمد بشكل كبير على رضا العملاء كعامل رئيسي لنجاحها واستمراريتها. إذ أصبحت الجودة في الخدمات الرقمية أحد المحددات الأساسية لولاء العملاء وقراراتهم الشرائية (أبو زيد، ٢٠٢١، ص ١٤٨).

ويؤكد (Alzoubi & Alshurideh، 2021، ص ٣٤٧) أن العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء تمثل محوراً استراتيجياً لأي مؤسسة خدمية، خصوصاً في القطاعات التي تتعامل بشكل مباشر مع المستخدمين مثل تطبيقات التوصيل.

وفي هذا السياق، ظهرت الحاجة إلى دراسة مدى تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في تطبيقات التوصيل داخل المملكة العربية السعودية، ومدى انعكاس ذلك على رضا العملاء. وتكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تسلط الضوء على تفاعل العملاء مع الخدمات الرقمية في بيئة تنافسية تتسم بسرعة التغيير، مما يساهم في تحسين مستوى الأداء وتعزيز ثقة المستهلكين.

كما تُعنى الدراسة بتحليل العلاقة بين جودة الخدمات المقدمة ومستوى الرضا، من خلال استقصاء آراء المستخدمين حول عدة جوانب مثل سرعة الاستجابة، سهولة الاستخدام، الأمان، وكفاءة المندوبين. ومن ثم، تمثل هذه الدراسة محاولة علمية لتفسير كيفية توظيف مبادئ الجودة الشاملة في تحقيق رضا العملاء في بيئة الخدمات الإلكترونية الحديثة (الشمري، ٢٠٢٠، ص ٢٤٧).

١-٢ مشكلة الدراسة

مقدمة المشكلة:

على الرغم من الانتشار الواسع لتطبيقات التوصيل في المملكة العربية السعودية، إلا أن مستويات رضا العملاء ما زالت متباينة، وهو ما يشير إلى وجود فجوة بين جودة الخدمة المقدمة وتوقعات العملاء وقد أظهرت بعض الدراسات أن تطبيقات التوصيل تواجه تحديات تتعلق بسرعة الاستجابة، ووضوح سياسات الاسترجاع، وكفاءة المندوبين، ما قد ينعكس سلباً على مستوى الرضا العام.

١-٢-١ الفجوات على المستوى النظري:

تتجلى الفجوة النظرية في قلة الدراسات العربية التي تناولت العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء في بيئة التطبيقات الإلكترونية، إذ ركزت معظم الأبحاث السابقة على المؤسسات التقليدية دون التطرق الكافي للقطاع التقني الحديث (الزهراني، ٢٠٢٣، ص ١٠٤). كما أن بعض النماذج النظرية مثل نموذج SERVQUAL لا تزال بحاجة إلى تكيفها مع طبيعة الخدمات الرقمية.

١-٢-٢ الفجوات على المستوى التطبيقي:

على الصعيد العملي، تبرز فجوة في تطبيق مفاهيم الجودة الشاملة في إدارة تطبيقات التوصيل، خاصة في ما يتعلق بتدريب العاملين ومتابعة الأداء الدوري (الغامدي، ٢٠٢١، ص ٩١). كما تُظهر بعض التطبيقات ضعفاً في التواصل مع العملاء ومعالجة الشكاوى بسرعة، مما يعكس فجوة بين الممارسات الحالية ومتطلبات الجودة الحديثة.

السؤال الرئيسي للدراسة:

ما أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في تطبيقات التوصيل بالمملكة العربية السعودية؟

١-٣ أهمية الدراسة

١-٣-١ على المستوى النظري:

تسهم الدراسة في إثراء الأدبيات العربية حول العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء في البيئة الإلكترونية، كما تقدم نموذجًا يمكن الاستفادة منه في البحوث المستقبلية في مجالات الإدارة والتسويق الرقمي

١-٣-٢ على المستوى التطبيقي:

تُفيد نتائج هذه الدراسة مديري تطبيقات التوصيل في المملكة في تطوير استراتيجيات جودة متكاملة، تركز على التحسين المستمر، والتدريب، والتقنيات الحديثة لضمان رضا العملاء واستمراريتهم .

١-٤ أسئلة الدراسة

١. ما مدى تطبيق ممارسات إدارة الجودة في تطبيقات التوصيل في المملكة العربية السعودية؟
٢. ما مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة في تطبيقات التوصيل؟
٣. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الجودة ورضا العملاء في هذه التطبيقات؟
٤. ما أهم أبعاد إدارة الجودة المؤثرة في رضا العملاء؟

١-٥ أهداف الدراسة

١. التعرف على واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في تطبيقات التوصيل بالمملكة.
٢. قياس مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة.
٣. تحليل العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء.

٤. اقتراح توصيات عملية لتحسين جودة الخدمات وزيادة رضا العملاء.

٦-١ فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية: (H0)

لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الجودة ورضا العملاء في تطبيقات التوصيل بالمملكة العربية السعودية.

الفرضية البديلة: (H1)

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين إدارة الجودة ورضا العملاء في تطبيقات التوصيل بالمملكة العربية السعودية.

ولتعزيز الاختبار التفصيلي، يمكن اشتقاق الفرضيات الفرعية التالية:

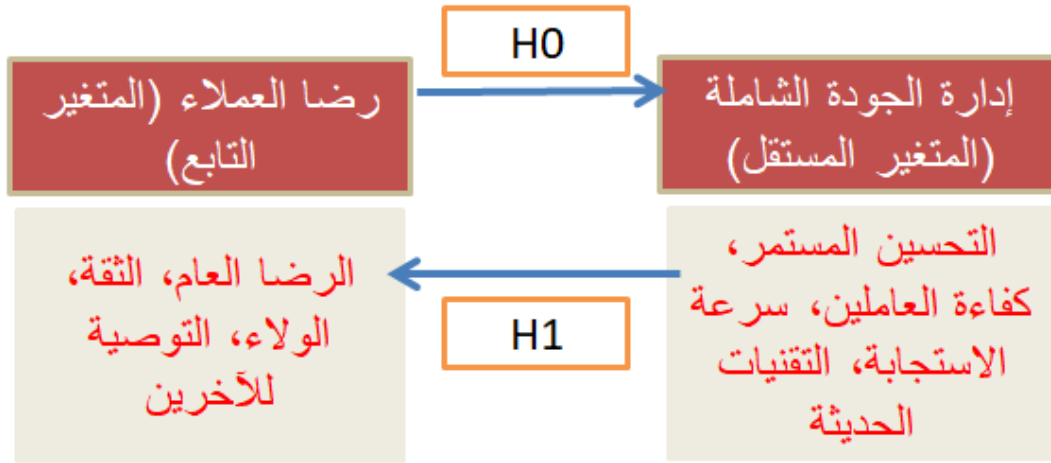
١. الفرضية الفرعية الأولى: (H1-1) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحسين المستمر في الجودة ورضا العملاء.

٢. الفرضية الفرعية الثانية: (H1-2) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين سرعة الاستجابة للشكاوى ورضا العملاء.

٣. الفرضية الفرعية الثالثة: (H1-3) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين كفاءة العاملين والتوصيل ورضا العملاء.

٤. الفرضية الفرعية الرابعة: (H1-4) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التقنيات الحديثة في التطبيق ورضا العملاء.

١-٧ نموذج الدراسة



١-٨ الدراسة الميدانية

تم تنفيذ الدراسة الميدانية في عدد من المدن السعودية الكبرى مثل الرياض وجدة والدمام، باستخدام استبيان إلكتروني تم توزيعه على عينة من مستخدمي تطبيقات التوصيل (هفستيشن، مرسول، جاهز، طلبات). بلغ حجم العينة (٢٧٠) ، واستخدم مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجاباتهم. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS ، مع الاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وتحليل الارتباط والانحدار الخطي البسيط للتحقق من الفرضيات.

١-٩ مخطط المشروع

المرحلة	النشاط	المدة الزمنية	الأدوات المستخدمة
1	إعداد الإطار النظري	أسبوعان	مراجعة أدبيات ومصادر أكاديمية
2	تصميم أداة البحث	أسبوع	Google Forms

		(الاستبيان)	
التوزيع الإلكتروني	أسبوعان	جمع البيانات	3
SPSS	أسبوع	التحليل الإحصائي	4
Word وExcel	أسبوع	كتابة النتائج والمناقشة	5
مراجعة وتحرير لغوي	أسبوع	إعداد التوصيات والخاتمة	6

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

١. أبو زيد، محمد عبد الله. (٢٠٢١). إدارة الجودة الشاملة وأثرها على رضا العملاء في المؤسسات الخدمية. مجلة الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ١٣(٢)، ١٤٥-١٦٨.
٢. الحربي، ناصر بن عبد العزيز. (٢٠٢٢). العوامل المؤثرة في رضا العملاء عن تطبيقات التوصيل الإلكترونية في المملكة العربية السعودية. المجلة السعودية للإدارة، ١٨(١)، ٥٥-٧٨.
٣. الخطيب، سامي. (٢٠١٩). العلاقة بين إدارة الجودة والأداء التنظيمي في المؤسسات الخدمية. دار الفكر العربي.
٤. الخطيب، سامي. (٢٠٢٠). مبادئ إدارة الجودة الشاملة. دار وائل للنشر، عمان.
٥. الزهراني، منى بنت عبد الرحمن. (٢٠٢٣). إدارة الجودة كمدخل لتحقيق رضا العملاء في قطاع الخدمات اللوجستية. مجلة جامعة الأميرة نورة، ٦(١)، ١٠١-١٢٥.
٦. السرحان، ليلي. (٢٠٢١). تحليل رضا العملاء في الخدمات الإلكترونية. جامعة الملك سعود، الرياض.
٧. الشمري، عبد الله فهد. (٢٠٢٠). دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين مستوى الخدمات الإلكترونية. مجلة جامعة الملك سعود - العلوم الإدارية، ٣٢(٣)، ٢٤٥-٢٦٢.
٨. العطار، أحمد. (٢٠٢٠). إدارة الجودة الشاملة وأثرها في تحسين رضا العملاء. المجلة العربية للإدارة.
٩. الغامدي، فهد بن محمد. (٢٠٢١). رضا المستهلك السعودي عن تطبيقات التوصيل: دراسة ميدانية على مستخدمي تطبيقات هنقرستيشن ومرسول وطلبات. مجلة العلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة الملك فيصل، ١٤(٢)، ٨٩-١١٠.

ثانياً: المراجع الإنكليزية

1. Abomaleh, A., & Zahari, I. (2014). The impact of management commitment to service quality and customer satisfaction: A Review of Saudi Arabia public service sector. *Journal of Modern Marketing Research*, 3(1), 15-24.
2. Ahmed, A. (2021). The importance of supply chain management practices in increasing customer satisfaction and customer retention: Evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Scientific Research and Management*, 9(3), 2136-2151.
3. Al-Dhaafri, H. S., & Al-Swidi, A. K. (2016). *The Impact of Total Quality Management and Entrepreneurial Orientation on Organizational Performance*. The International Journal of Productivity and Quality Management, 17(4), 449-471.
4. Al-Qahtani, A. M., & Al-Duhailan, A. (2022). *Service quality and customer satisfaction in delivery applications: The moderating role of customer trust*. *International Journal of Business and Management*, 17(5), 57-69.

5. Alshehri, A., Alshehri, R., Saeed, A., Alshahrani, M., Ageeli, A., Khuzaee, M., ... & Alhwaizi, K. (2025). The Impact of Total Quality Management on Consumer Satisfaction in e-Healthcare Services in Saudi Arabia Utilizing the 5Qs Model. *Hail Journal of Health Sciences*, 7(1), 57-67.
6. Altalhi, H. H., & Basiouni, A. F. (2023). An Empirical Study on the Applicability of the Customer Satisfaction Index Model in Guiding the Adoption of Supply Chain Management Systems Among Businesses in Saudi Arabia. *Indian Journal of Science and Technology*, 16(43), 3948-3958.
7. Al-Tamimi, H. A., & Al-Jarallah, R. S. (2020). *Quality management practices and customer satisfaction: Evidence from the Saudi e-commerce sector. Arab Economic and Business Journal*, 15(2), 72-83.
8. Alzoubi, H., & Alshurideh, M. (2021). *The impact of total quality management on customer satisfaction in service industries: Evidence from delivery applications in Saudi Arabia. Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 345-356.
9. Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford University Press.
10. Bryman, A. (2016). *Social Research Methods*. Oxford University Press.

11. Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage Publications.
12. Deming, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. MIT Press.
13. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Multivariate Data Analysis*. Pearson.
14. ISO. (2015). *Quality Management Systems – Requirements (ISO 9001:2015)*.
15. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
16. 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.
17. Sanjuq, G. (2014). The impact of service quality delivery on customer satisfaction in the banking sector in Riyadh, Saudi Arabia. *International Journal of Business Administration*, 5(4), 77.
18. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research Methods for Business Students*. Pearson.
19. Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Wiley.

20. Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Wiley.
21. Taufiq-Hail, A. M., Yusof, S. A. B. M., Al Shamsi, I. R. H., Bino, E., Saleem, M., Mahmood, M., & Kamran, H. (2023). Investigating the impact of customer satisfaction, trust, and quality of services on the acceptance of delivery services companies and related applications in Omani context: A Predictive model assessment using PLSpredict. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2224173.
22. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.