

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 الإدارة
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 و اخص 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

فبدعاك 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 وعملائها 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 التركيز على العملاء والتحسين المستمر 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.....
8	1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة.....
9	1.1. المقدمة:.....
10	1.2. مشكلة الدراسة.....
	1.2.1. فجوات على المستوى النظري.....
	1.2.2. فجوات على المستوى التطبيقي.....
11	1.3. أهمية الدراسة.....
11	1.3.1. على المستوى النظري:.....
11	1.3.2. على المستوى التطبيقي:.....
11	1.4. أسئلة الدراسة.....
12	1.5. أهداف الدراسة.....
13	1.6. فرضيات الدراسة.....
13	1.7. نموذج الدراسة.....
14	1.8. الدراسة الميدانية.....
15	1.9. مخطط المشروع.....
16	2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة.....
17	2.1. المقدمة:.....
17	2.2. المتغير المستقل.....
17	2.3. المتغير التابع.....
17	2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.....
18	2.5. الخاتمة.....

19	3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة
20	3.1. المقدمة
20	3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث
20	3.3. تصميم البحث
20	3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات
21	3.5. طريقة جمع البيانات
21	3.6. أنواع البيانات
21	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
31	الملاحق

Error! Bookmark not defined.

جدول الأشكال

لا يوجد اشكال

جدول الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
جدول (1)	مخطط المشروع المقترح	15
جدول (2)	توصيف عينة الدراسة	25
جدول (3)	قيم الثبات للاداة	26
جدول (4)	متغيرات البحث وابعادها	27
جدول (5)	نتائج الدراسة الاحصائية	27

1. الفصل الأول: الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة:

تعد الشركات المالية من أبرز ركائز الاقتصاد الوطني في المملكة العربية السعودية ، حيث تلعب دوراً حيوياً في تمويل الأفراد والمشروعات ، وتسهم في دعم النمو والاستقرار المالي . وفي ظل التطور الاقتصادي الذي تشهده المملكة ، أصبحت هذه الشركات مطالبة بتبني ممارسات إدارية حديثة ترتقي بجودة الخدمات وتعزز من تنافسياتها .

" لهذا تعد إدارة الجودة الشاملة منهجاً من المناهج المعاصرة في الإدارة التي يمكن أن تتبناها المنظمات من أجل الوصول إلى أفضل أداء ممكن" (النويصر، 2023)، كما أنه 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 أفراد الشركة لتحقيق النجاح طويل الأجل 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 خصوصاً 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 أن بعض هذه الشركات بدأت فعلياً 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 ادارة 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 ولائهم .

ان تطبيق ادارة 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 اراء وتوقعات العملاء بشكل فعلي.

وانطلاقا مما سبق نطرح التساؤل الرئيسي التالي :

ماهو 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

تنطلق الدراسة من السؤال الرئيسي التالي

ما هو أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء في شركات التمويل في المملكة العربية السعودية؟
ويتم فرغ منه الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما أثر بعد الملموسية على رضا العملاء في شركات التمويل السعودية؟
- 2- ما أثر بعد الاعتمادية على رضا العملاء في شركات التمويل السعودية؟
- 3- ما أثر بعد الاستجابة على رضا العملاء في شركات التمويل السعودية؟
- 4- ما أثر بعد الأمان على رضا العملاء في شركات التمويل السعودية؟
- 5- ما أثر بعد التعاطف على رضا العملاء في شركات التمويل السعودية؟

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 تاثيرا 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 وموظفي شركات التمويل في مدينة الرياض

مجتمع الدراسة :

جميع عملاء وموظفي شركات التمويل العاملة في المملكة العربية السعودية في مدينة 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 :

التكرار والنسب

اختبار الثبات (كرونباخ الفا)

تحليل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد لاختبار الفرضيات

1.9. مخطط المشروع

يوضح المخطط الزمني التالي المراحل الأساسية لتنفيذ المشروع ابتداء من جمع البيانات وحتى تسليم النسخة النهائية : **جدول (1)**

المرحلة	الفترة الزمنية بالاسابيع
جمع البيانات	الاسبوع 1 - الاسبوع 4
تحليل البيانات	الاسبوع 5 - الاسبوع 6
كتابة فصول البحث	الاسبوع 7 - الاسبوع 10
المراجعة والتدقيق	الاسبوع 11 - الاسبوع 12
التسليم النهائي	الاسبوع 13

2. الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1. المقدمة:

يمثل استعراض الدراسات السابقة خطوة محورية في أي بحث علمي، إذ يتيح للباحث الاطلاع على ما انجز من جهود علمية سابقة ، واستثمار نتائجها ، وتحديد الفجوات المعرفية التي لم يتم تناولها بالشكل الكافي . كما يساعد على بناء إطار نظري ومنهجي متكامل للبحث الحالي ، من خلال تناول المتغيرات المستقلة والتابعة والعلاقة بينهما في ضوء ما طرحه الباحثون . وفي هذا الفصل تناول الباحث للدراسات السابقة التي لها علاقة بعنوان الدراسة الحالية سيتم استعراض الدراسات المرتبطة بموضوع البحث والمتعلقة بإدارة الجودة الشاملة (المتغير المستقل) ورضا العملاء (المتغير التابع)، ثم استعراض العلاقة بينها

2.2. المتغير المستقل (إدارة الجودة الشاملة)

في دراسة الشريف وآخرون (2024) بعنوان العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة ورضا المرضى في القطاع الصحي بالمملكة العربية السعودية اظهرت الدراسة وجود علاقة ايجابية قوية بين تطبيق ممارسات إدارة الجودة الشاملة (التحسين المستمر ، مشاركة العاملين ، والتركيز على العميل) وارتفاع مستويات رضا المرضى عن الخدمات الصحية

2.3. المتغير التابع (رضا العملاء)

في دراسة افانة وآخرون (2023) بعنوان اثر ابعاد جودة الخدمة المدركة على رضا العملاء في متاجر التجزئة السعودية اظهرت الدراسة ان رضا العملاء يتاثر بشكل كبير بجودة الخدمة المدركة وخاصة ابعاد الاعتمادية والاستجابة والتعاطف كما ان الثقافة الاستهلاكية تلعب دورا وسيطا في تعزيز هذا التأثير

2.4. العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

في دراسة الصكعة وآخرون (2024) بعنوان تطوير مؤشر رضا العملاء في القطاع الانشاءات اكدت الدراسة وجود علاقة ايجابية بين تطبيق ممارسات الجودة الشاملة وتحقيق رضا العملاء حيث يساهم الالتزام بالمواعيد وجودة التنفيذ في تعزيز تجربة العملاء ورضاهم عن خدمات المشاريع

2.5. الخاتمة

بعد استعراض الدراسات السابقة يتضح ان هناك توافقا عاما بين الباحثين على اهمية ادارة الجودة الشاملة في تحسين الاداء المؤسسي وتعزيز رضا العملاء كما اظهرت الدراسات ان رضا العملاء يعتبر متغيرا رئيسيا يعكس مدى جودة الخدمات والمنتجات المقدمة ويمكن ان يكون وسيطا بين ممارسات الجودة الشاملة وولاء العملاء

وتبين من المقارنة بين الدراسات ان :

بعض الدراسات ركزت على المتغير المستقل وبرزت اثر ممارسات الجودة على تحسين الاداء والجودة الداخلية

دراسات اخرى ركزت على رضا العملاء واكدت ان رضا العملاء يتاثر بشكل مباشر بجودة الخدمة وعواملها المختلفة

هناك ايضا دراسات بحثت العلاقة بين المتغيرين معا واكدت وجود ارتباط ايجابي دال احصائيا بين تطبيق ممارسات الجودة الشاملة وتحقيق رضا العملاء مع اختلاف قوة التأثير بحسب القطاع وطبيعة الخدمة

وبناء على ذلك فان الدراسات السابقة توقّر قاعدة علمية صلبة تدعم اهمية البحث الحالي وتوضح الفجوات التي تسعى

هذه الدراسة الى معالجتها في سياق شركات التمويل في المملكة العربية السعودية

3. الفصل الثالث: منهجية الدراسة

3.1. المقدمة

يهدف هذا الفصل الى توضيح المنهجية العلمية التي تم اتباعها في هذه الدراسة لتحقيق اهدافها والاجابة عن اسئلتها واختبار فروضها حيث يتناول هذا الفصل عرض التعريفات الاجرائية لمتغيرات الدراسة وتصميم البحث ومجتمع الدراسة وعينتها وادوات جمع البيانات المستخدمة والاجراءات المتبعة في تحليل البيانات وصولا الى نتائج التي سيتم عرضها لاحقا

3.2. التعريفات الإجرائية لمتغيرات البحث

1. ادارة الجودة الشاملة (TQM)

يقصد بها مجموعة الممارسات الادارية الممنهجة التي تتبناها شركات التمويل بهدف تحسين جودة خدماتها بشكل مستمر وتشمل (التخطيط الاستراتيجي للجودة ، التحسين المستمر ، التركيز على العميل ، تدريب الموظفين ، ادارة العمليات).

2. رضاء العملاء

هو درجة اشباع توقعات العملاء واحتياجاتهم تجاه الخدمات المقدمة من شركات التمويل ، ويقاس من من خلال مؤشرات مثل (الرضا عن جودة الخدمة ، سرعة الانجاز ، سهولة الاجراءات ، التعامل مع الشكاوي)

3.3. تصميم البحث (بصلة البحثي)

تم تبني التصميم الوصفي التحليلي لملاءمته لطبيعة الدراسة ، حيث يهدف الى وصف واقع تطبيق ادارة الجودة الشاملة في شركات التمويل السعودية وتحليل العلاقة بين هذا التطبيق ومستوى رضا العملاء اعتمد التصميم على الاستبانة كاداة رئيسة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة وتحليلها احصائيا للتحقق من الفروض

3.4. مجتمع البحث وطرق وتقنيات أخذ العينات

يتكون مجتمع الدراسة من جميع عملاء وموظفين شركات التمويل المرخصة في المملكة العربية السعودية خلال عام 2025

تم استخدام العينة العشوائية البسيطة لاختيار المشاركين لضمان تمثيل جميع فئات العملاء والموظفين بصورة عادلة وبلغ حجم العينة (250 مشاركاً)، تم تحديدهم وفقاً لمعادلات تحديد حجم العينات المعتمدة احصائيا

3.5. طريقة جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على الاستبانة الالكترونية كأداة رئيسة لجمع البيانات وتم تصميمها استنادا الى الدراسات السابقة والادبيات العلمية المتعلقة بموضوع البحث حيث تضمنت ثلاثة اقسام رئيسية

البيانات الديموغرافية : مثل الجنس ،العمر ، المستوى التعليمي

ابعاد ادارة الجودة الشاملة : التخطيط الاستراتيجي ، التحسين المستمر، التركيز على العميل، تدريب الموظفين ، ادارة العمليات (

مستوى رضا العملاء: قياس مدى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة

3.6. أنواع البيانات

شملت الدراسة نوعين من البيانات

1. البيانات الأولية : التي تم جمعها مباشرة من خلال الاستبانة الموجهة الى افراد العينة
2. البيانات الثانوية : التي تم الحصول عليها من المراجع النظرية الدراسات السابقة والتقارير الرسمية ذات الصلة .

3.7. إجراءات التحليل الإحصائي

3. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS ، وفق الخطوات التالية :
4. اختبارات الصدق والثبات : باستخدام معامل كرونباخ الفا للتأكد من موثوقية الاستبانة
5. التحليل الوصفي : لاستخراج التكرارات ، النسب المئوية ، المتوسطات والانحرافات المعيارية.
6. اختبار الفرضيات : باستخدام معامل الارتباط بيرسون والانحدار الخطي البسيط والمتعدد لقياس العلاقة بين ادارة الجودة الشاملة ورضا العملاء

3.8. الخاتمة

اعتمد هذا الفصل على تحديد الاطار المنهجي للدراسة من حيث تعريف المتغيرات وتصميم البحث وعينته وادواته واساليب التحليل الاحصائي المستخدمة ، مما يمهد الطريق لعرض النتائج وتحليلها في الفصل التالي.

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 للإجابة 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 (2) 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 خمسة خبراء ومحكمين أكاديميين مختصين في مجال إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء، للتأكد من وضوح الفقرات وملاءمتها لأهداف البحث وبناء على ملاحظاتهم تم إجراء تعديلات على بعض البنود لضمان وضوحها ودقتها في قياس المتغيرات

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 (3) 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 لبنود الاستبيان.

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

الجدول (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(5) 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 وضمان 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:

واجهت هذه الدراسة عددا من الحدود التي ينبغي اخذها بعين الاعتبار عند التعميم نتائجها، ومن أبرزها :

الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على شركات التمويل المرخصة في المملكة العربية السعودية مما قد يحد من امكانية تعميم النتائج على القطاعات المالية الاخرى او على دول مختلفة

الحدود الزمانية : تم تنفيذ الدراسة خلال النصف الاول من عام 2025 وهو ما يعني ان النتائج تعكس واقع تلك الفترة الزمنية وقد تتغير مع مرور الوقت والتطورات الاقتصادية والتقنية

الحدود البشرية : اقتصرت عينه الدراسة على عملاء وموظفي شركات التمويل

الحدود المنهجية : اقتصرت الدراسة على استخدام الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات ضمن اطار المنهج الوصفي التحليلي، مما يجعل النتائج معتمدة على البيانات الكمية المستخلصة من استجابات المشاركين، دون التعمق في تفسيراتهم او تجاربهم الشخصية التي قد توفرها ادوات نوعية اخرى.

5.2. توصيات الدراسة:

- استنادا الى نتائج ف ، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات العملية لشركات التمويل في المملكة العربية السعودية وهي :
1. تعزيز ثقافة الجودة الشاملة : من خلال نشر الوعي بين الموظفين والعملاء باهمية الجودة واثرها على رضا العملاء واستدامة الاعمال
 2. التركيز على تدريب الموظفين : لضمان رفع كفاءتهم وتحسين مستوى الخدمة المقدمة ، باعتبارهم العنصر الالهم في تطبيق الجودة الشاملة
 3. تحسين قنوات التواصل مع العملاء: بما يشمل تطوير وسائل استقبال الشكاوي والملاحظات والاستجابة السريعة لها .
 4. الاستثمار في التكنولوجيا الرقمية : لدعم عمليات التمويل وتسهيل الاجراءات بما يحقق رضا العملاء ويزيد من ولائهم
 5. اجراء دراسات مستقبلية : تتناول اثر ادارة الجودة الشاملة من منظور الموظفين والادارات العليا او مقارنتها بقطاعات اخرى مثل البنوك وشركات التأمين

5.3. الخاتمة:

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اثر تطبيق الجودة الشاملة على رضا العملاء في شركات التمويل بالمملكة العربية السعودية . وظهرت النتائج ان تطبيق مبادئ الجودة الشاملة ، لا سيما التركيز على العميل والتحسين المستمر ، له تأثير ايجابي واضح على رضا العملاء. وبالرغم من بعض الحدود التي قد تحد من تعميم النتائج إلا ان الدراسة تسهم في اثراء المعرفة النظرية والتطبيقية في مجال ادارة الجودة في القطاع المالي وتفتح المجال امام مزيد من الابحاث المستقبلية لتعزيز جودة الخدمات وتحقيق رضا العملاء بصورة مستدامة

قائمة المراجع

1. رضوان ، محمود (2013). إدارة الجودة الشاملة. القاهرة، المجموعة العربية للتدريب والنشر
2. ناصر، النويصر (2023). اثر تطبيق ادارة الجودة الشاملة في تحسين الاداء الموسمي في المملكة العربية السعودية، المجلة الدولية لنشر البحوث والدراسات
3. الشريف واخرون (2024). العلاقة بين ادارة الجودة الشاملة ورضا المرضى في القطاع الصحي بالمملكة العربية السعودية. المجلة العربية للجودة والتميز المؤسسي 9(2)، 115-138
- 4- افانة واخرون (2023) اثر ابعاد جودة الخدمة المدركة على رضا العملاء في متاجر التجزئة السعودية. مجلة العلوم الادارية والاقتصادية 15(1)، 77-101.
- 5- الصكعة واخرون (2024) تطوير مؤشر رضا العملاء في قطاع الانشاءات : دراسة حالة في السعودية . مجلة البحوث الادارية والهندسية ، 12(4)، 203-225.
6. الشمري، احمد (2020). دور الملموسية في تعزيز رضا العملاء. مجلة العلوم الادارية ، 12(2)، 45-60
- 7- العنزي، فهد (2019). الاعتمادية وأثرها على ولاء العملاء في القطاع المالي. مجلة إدارة الاعمال، 8(1)، 77-95.
- 8- الخطيب، خالد (2018). أثر الامان على رضا العملاء في المؤسسات الخدمية . مجلة الاقتصاد والادارة ، 9(4)، 112-130.
- 9- الغامدي، سعد (2021). الاستجابة ورضا العملاء في المنظمات الخدمية . مجلة ادارة الخدمات ، 15(3)، 210-225.
- 10- حسن، رضا وعلى ، محمد (2020). التعاطف في خدمة العملاء : دراسة مقارنة. المجلة الدولية لدراسات التسويق ، 14(2)، 50-66.

المحلق (1) : الاستبانة المستخدمة في الدراسة

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfz-f3-h4k4EvJFCjiHqXCPOV0kJ3vHf_CT9_1FJnWsNdPsg/viewform?usp=header

المحلق(2) : نتائج احصائية تفصيلية