

أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء دراسة تطبيقية على شركة الراجحي للتأمين
التعاوني

**The impact of applying Total Quality Management on customer
satisfaction an applied study on Al Rajhi Cooperative Insurance
Company**

إعداد الطالب/

خلود سعد علي ال عثمان

إشراف/

د/ الفیصل عبدالحمید محمد حسن

د/ فايز على جراد

العام الدراسي:

2024

Contents

3	مقدمة:
4	1/1 مشكلة البحث:
4	2/1 أهمية البحث:
5	3/1 أهداف البحث:
5	4/1 أسئلة البحث:
5	5/1 فرضيات البحث:
6	6/1 حدود البحث:
6	7/1 مصطلحات البحث:
7	8/1 منهجية البحث:
7	1/8/1 أنواع ومصادر البيانات:
7	2/8/1 مجتمع وعينة البحث:
7	3/8/1 أداة البحث:
8	4/8/1 الأساليب الإحصائية والأدوات التحليلية المستخدمة في البحث:
8	9/1 الدراسات السابقة:
14	10/1 خطة البحث:
15	المراجع:

مقدمة:

إن للجودة عامل مهم في قوة المنظمات في الآونة الأخيرة، التي تحاول تحسين مركزها التنافسي أمام التغيرات والتطورات المتسارعة التي يشهدها العالم في جميع المجالات خاصة مع ظاهرة العولمة وما نتج عنها من حرية الإنتقال لعناصر الإنتاج، الأمر الذي يضع العميل صدد عدة خيارات تولد لديه صعوبة في عملية صنع القرار الشرائي (عبد الرحيم وبن جيمة، 2022؛ ص: 559). ان الجودة الفعلية المرتبطة بعمليات التصنيع لم تعد تأخذ الاهتمام الأكبر، بل باتت الجودة المدركة وتوقعات العميل هي العامل الأكثر تأثير على الجودة الكلية للمنتج، حيث تساهم الجودة المدركة في بناء القيمة والرضا للعميل، لذا تقوم المنظمات بإجراء التعديلات لتحسين جودة السلع والخدمات بما يتناسب مع مدركات وتوقعات العميل (نادر وبلال، 2018؛ ص: 309).

ولذا، فإدارة الجودة الشاملة تعد أسلوب جديد في إدارة منظمات الأعمال الحديثة، حيث تقوم على مجموعة من المبادئ والأفكار التي يمكن أن تطبقها أي منظمة بهدف تطوير خدماتها، وفي ظل زيادة عدد منظمات الأعمال على اختلاف مجالاتها، فإدارة الجودة الشاملة هي ثقافة تقوم بتعزيز مفهوم الالتزام الكامل تجاه رضا العملاء عن طريق التطور المستمر في جميع الخدمات، حيث تهدف إدارة الجودة الشاملة الى البحث عن إشباع حاجات ومتطلبات العملاء، وحتى يتم الوصول إلى هذا الهدف يحتاج الأمر الى إحداث تغييرات في ثقافة المنظمة، فإدارة الجودة الشاملة تعد فلسفة تأخذ شكل نظام إداري قائم على أساس إحداث تغييرات جذرية ايجابية داخل المنظمة، بغرض تحسين وتطوير المنظمة للوصول إلى أعلى جودة في مخرجاتها، بأقل تكلفة حتى يتم تحقيق درجة عالية من رضا العملاء. ولذا، فان إدارة الجودة الشاملة تشجع على تطبيق متطلبات الجودة، وتقوم ببناء فلسفة التحسين المستمر والاهتمام بضرورة دعم وتطوير رؤية إستراتيجية للمنظمة (بوزقية، 2023؛ ص: 34).

حيث يعد رضا العميل عامل أساسي في ظل تنافس المنظمات على جذب عملاء جدد والاحتفاظ بهم، وذلك عند عملية وضع استراتيجيات التسويق، حيث أن رضا العميل يعتمد بدرجة كبيرة على مدى قدرة المنظمات على إشباع توقعات العملاء. فرضا العميل يعد المحور الأساسي لتوثيق العلاقة الترابطية الدائمة بين المنظمة والعميل وذلك لتحقيق القناعة لديه بأن المنتج المقدم إليه هو مطابق لتوقعاته وحاجاته ومنه تهدف المنظمة إلي بناء علاقات مستقبلية طويلة الأجل مبنية على تبادل المنفعة بين الطرفين (Eckert et al., 2022; P: 570). ولذا، يهدف هذا البحث الي دراسة أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.

1/1 مشكلة البحث:

يحظى موضوع الجودة بالأولوية في اهتمام الفكر الإداري، والمنظمات المختلفة بهدف تحسين الإنتاجية، بعد أن اتضح أن العامل الرئيسي في نجاح المنظمة، وكان نجاح اليابان خلال العقود الثلاث الأخيرة من القرن الماضي، نموذجًا لسعي المنظمات للاهتمام بالجودة إذ أثبتت التجربة اليابانية، أن الجودة لا تعني بالضرورة السعر المرتفع، وهذا ما أكدته السلع اليابانية التي غزت الأسواق الأمريكية والأوروبية بجودة مرتفعة وسعر منخفض فقد أدت التحسينات المستمرة للجودة إلى تخفيض التكلفة، وتمكنت من تحقيق إنجازات على المستوى العالمي بتطبيق فلسفة متقدمة ورائدة، وهي فلسفة إدارة الجودة الشاملة، التي تعتمد على التحسين المستمر للجودة، واعتبار الجودة مسؤولية الجميع.

ومما لا شك فيه أن المنظمات السعودية ليست بمعزل عن المنظمات العالمية فهي تحاول تقوية وضعها التنافسي، ودخول الأسواق العالمية ومنافسة منتجاتها وخدماتها، كل هذه التحديات تفرض على ها تشكيل قاعدة قوية والارتقاء بأدائها الى المستوى الذي يسمح لها بالبقاء والإستمرار في السوق التنافسية، منتجها بذلك عدة سبل لتحسين جودتها وكسب رضا عملائها من خلال العمل بأسلوب إداري حديث يقوم على مجموعة من الأفكار والمبادئ يعرف بنظام إدارة الجودة الشاملة، فهذا الأخير أصبح مسعى كل منظمة لتبنيه والنجاح في تطبيقه بعد ما حققه هذا الأسلوب من نتائج إيجابية للمنظمات التي تبنته من قبل باعتمادها على السعي وراء إرضاء عملائها بشتى الطرق والوسائل باعتبارها مطلب من مطالب العملاء.

2/1 أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث فيما يلي:

- اعتماده على موضوع مهم جدًا وهو الجودة الشاملة في تحقيق رضا العملاء في شركات التأمين حيث يستخدم أسلوب الجودة الشاملة في مواجهة كافة العقبات الإدارية التي تواجه إدارة شركات التأمين، وكيفية تقديم أفضل الخدمات المتميزة بأعلى كفاءة لتحسين مستوى رضا العملاء عن الخدمات المقدمة له.
- قلة الدراسات التي تربط نفس متغيرات البحث، وهي توضيح أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء بنفس المجال التطبيقي، فهي محاولة لسد الفجوة البحثية في هذا الموضوع.

3/1 أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في تحديد أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني، وينبثق منه الأهداف الفرعية التالية:

- تحديد أثر مشاركة العاملين على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.
- تحديد أثر التدريب على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.
- تحديد أثر التحسين المستمر على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.
- تحديد أثر دعم الإدارة العليا على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.
- تحديد أثر التركيز على العميل على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.

4/1 أسئلة البحث:

وفقاً لمشكلة البحث يتمثل التساؤل الرئيسي في: ما هو أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني؟ وينبثق منه التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو أثر مشاركة العاملين على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني؟
- ما هو أثر التدريب على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني؟
- ما هو أثر التحسين المستمر على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني؟
- ما هو أثر دعم الإدارة العليا على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني؟
- ما هو أثر التركيز على العميل على رضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني؟

5/1 فرضيات البحث:

تتمثل الفرضية الرئيسية للبحث في: "توجد علاقة ذو دلالة معنوية بين إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني". وينبثق منه الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ذو دلالة معنوية بين مشاركة العاملين ورضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.

الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ذو دلالة معنوية بين التدريب ورضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.

الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ذو دلالة معنوية بين التحسين المستمر ورضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.

الفرضية الفرعية الرابعة: توجد علاقة ذو دلالة معنوية بين دعم الإدارة العليا ورضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.

الفرضية الفرعية الخامسة: توجد علاقة ذو دلالة معنوية بين التركيز على العميل ورضا العملاء بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.

6/1 حدود البحث:

سيتم إجراء الدراسة واختبار فروضها في ضوء المحددات التالية:

- **الحدود العلمية:** تقتصر الدراسة على تحديد أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة بأبعادها (مشاركة العاملين، التدريب، التحسين المستمر، دعم الإدارة العليا، التركيز على العميل) على رضا العملاء بأبعاده (الرضا عن سير الإجراءات، الرضا عن العاملين، الرضا عن الخدمات المقدمة) بالتطبيق على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.
- **الحدود المكانية:** اقتصرت الدراسة على شركة الراجحي للتأمين التعاوني.
- **الحدود البشرية:** تتمثل الحدود البشرية في وحدة المعاينة التي اعتمدت عليها الدراسة في جمع البيانات، وهي عينة من عاملين وعملاء شركة الراجحي للتأمين التعاوني.

7/1 مصطلحات البحث:

- **إدارة الجودة الشاملة:** تعرف بأنها عملية مستمرة لإكتشاف وتقليل أو إزالة الأخطاء في التصنيع وتحسين تجربة العملاء، والتأكد من أن الموظفين على دراية بالتدريب، وتهدف الي مساهمة جميع الأطراف المشاركة في عملية الإنتاج عن الجودة الشاملة للمنتج أو الخدمة النهائية (علام ومحمد، 2023؛ ص: 34).
- **رضا العملاء:** الحالة أو الشعور الذي يعيشه العميل نتيجة لمقارنة أداء منتج أو خدمة ما مع ما كان متوقع الحصول عليه والتي تشعر العميل بالسعادة (Novitasari et al., 2022; P:283).

8/1 منهجية البحث:

سوف يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي الإستنباطي لتوصيف المشكلة محل الدراسة والعلاقة بين المتغيرات، وكذلك أسلوب البحث الميداني لاختبار فروض الدراسة، ويركز منهج البحث على تحديد العناصر التالية:

1/8/1 أنواع ومصادر البيانات:

اعتمد البحث على مزيج من البيانات الثانوية والأولية، في تكوين الإطار الفكري والمنهجي للبحث:

فيما يتعلق بالبيانات الثانوية (المكتبية):

استند البحث إلى البيانات المنشورة المتعلقة بإدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء، والتي ستساهم في تكوين الإطار النظري للبحث، وسيتم الحصول على هذه البيانات من خلال:

- الكتب والمراجع العربية في مجال إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء.
- الأبحاث والدراسات العلمية المنشورة في الدوريات والمؤتمرات والندوات العلمية المتعلقة بموضوع البحث.
- مواقع الإنترنت الموثقة.

أما فيما يتعلق بالبيانات الأولية (الميدانية):

سيستخدم البحث في جمع البيانات على قائمتين استقصاء يتم توجيهها الأولى إلى العاملين بشركة الراجحي للتأمين التعاوني، والثانية إلى عملاء شركة الراجحي، وذلك بغرض اختبار فروض الدراسة تمهيداً لإستخلاص النتائج وطرح التوصيات المقترحة.

2/8/1 مجتمع وعينة البحث:

- **مجتمع البحث:** يتمثل مجتمع البحث في عملاء وعاملين شركة الراجحي للتأمين التعاوني.
- **عينة البحث:** سيعتمد البحث على العينة العشوائية من العملاء والعاملين بشركة الراجحي للتأمين التعاوني.

3/8/1 أداة البحث:

سوف يعتمد البحث في جمع بيانات الدراسة الميدانية على قائمة استقصاء تم تصميمها لهذا الغرض في ضوء الدراسات السابقة، حيث تشمل القائمة على متغيرين وهما إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء.

ويتضمن المتغير المستقل إدارة الجودة الشاملة خمسة أبعاد هي (مشاركة العاملين، التدريب، التحسين المستمر، دعم الإدارة العليا، التركيز على العميل)، في حين يتضمن المتغير التابع رضا العملاء ثلاثة أبعاد هي (الرضا عن سير الإجراءات، الرضا عن العاملين، الرضا عن الخدمات المقدمة)، وسوف يستخدم البحث مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات مفردات العينة.

4/8/1 الأساليب الإحصائية والأدوات التحليلية المستخدمة في البحث:

سوف يعتمد البحث في التحليل الإحصائي للبيانات على:

أولاً: استخدام برنامج (Microsoft Excel): لإدخال البيانات الأولية التي تم جمعها عن طريق قائمة الاستقصاء المصممة لقياس متغيرات البحث، وكذلك استخدامه في رسم الأشكال البيانية.

ثانياً: استخدام برنامج (SPSS): لتكويد وترميز اجابات العينة على قائمة الاستقصاء، وبشكل أكثر تحديداً تم استخدام البرنامج في تطبيق الأساليب الإحصائية التالية:

- معامل ارتباط ألفا كرونباخ: لقياس مدى ثبات مقاييس متغيرات البحث، وكذلك معاملات الصدق عن طريق ايجاد الجذر التربيعي لمعاملات الثبات.
- الإحصاء الوصفي: توصيف آراء مفردات العينة من خلال مقاييس الوسط الحسابي والانحراف المعياري.
- تحليل الارتباط المتعدد: لإيجاد العلاقة بين متغيرات البحث وتحديد مستوى قوتها واتجاهها.

9/1 الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات السابقة التي تناولت المتغير المستقل (إدارة الجودة الشاملة):

دراسة (الأسد والمحمودي، 2024) بعنوان: "أثر الإدارة الإستراتيجية في تحقيق إدارة الجودة الشاملة للبنوك التجارية اليمنية العاملة بأمانة العاصمة".

تهدف الدراسة إلى قياس أثر الإدارة الإستراتيجية بأبعادها (التحليل البيئي، صياغة الإستراتيجية، تنفيذ الإستراتيجية، الرقابة والتقييم) في تحقيق إدارة الجودة الشاملة بأبعادها (التركيز على العميل، التحسين المستمر، مشاركة العاملين، دعم والتزام الإدارة العليا، التركيز على العمليات) للبنوك التجارية اليمنية العاملة بأمانة العاصمة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات، وتكون مجتمع الدراسة من (1452) مفردة تمثل (7) بنوك تجارية، وبلغ عدد أفراد العينة المستهدفة (304) مفردة، وتم استعادة (220) استبانة، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها وجود

أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة المعنوية ($\alpha \leq 0.05$) للإدارة الإستراتيجية في تحقيق إدارة الجودة الشاملة في البنوك التجارية اليمنية العاملة بأمانة العاصمة، ووجود تأثير إيجابي لأبعاد الإدارة الإستراتيجية (التحليل البيئي، وصياغة الإستراتيجية، وتنفيذ الإستراتيجية، والمراقبة والتقييم) في تحقيق إدارة الجودة الشاملة في البنوك التجارية اليمنية العاملة بأمانة العاصمة.

دراسة (علام، 2023) بعنوان: "دور الإدارة الإستراتيجية في تعزيز جودة أداء المستشفيات الخاصة في مصر من خلال إدارة الجودة الشاملة".

هدفت الدراسة الي تحديد دور الإدارة الإستراتيجية في تعزيز جودة أداء المستشفيات الخاصة في مصر، وتحديد دور الإدارة الإستراتيجية في تعزيز إدارة الجودة الشاملة، والتعرف على الدور الوسيط لإدارة الجودة الشاملة في العلاقة بين الإدارة الإستراتيجية وجودة أداء المستشفيات الخاصة في مصر، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع بيانات الدراسة الميدانية، وتمثل مجتمع الدراسة في مديري الإدارة العليا بالمستشفيات، وتم توزيع (441) استبانة على جميع المديرين بالإدارات العليا في المستشفيات الخاصة في مصر، وهم (246) إناث، و(195) ذكور، وتوصلت نتائج الدراسة الي أن الإدارة الاستراتيجية تلعب دور كبير في مستقبل المستشفيات الخاصة في مصر من خلال إدارة الجودة الشاملة ومن خلال رسمها لرؤية مستقبلية وتحديدها لرسالة وأهداف المنظمة وقدرتها على التفكير والتحليل الاستراتيجي وصياغة خطة استراتيجية ومن ثم تنفيذها وتقييمها.

دراسة (بلحاج، 2023) بعنوان: "أثر أبعاد إدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد إدارة الجودة الشاملة في تحسين الميزة التنافسية بالمراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية، ولتحقيق أهداف الدراسة، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث استخدمت الدراسة أداة الاستبيان لجمع البيانات، وقد تم توزيع الاستبيان على (112) موظفاً من مديري ورؤساء الأقسام وعدد من العاملين بالمراكز الصحية الخاصة، وبلغت الاستبيانات المستردة (107) استمارة، بنسبة استرداد قدرها (95%)، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج ومن أهم هذه النتائج أن مستوي أبعاد إدارة الجودة الشاملة المتمثلة في (تدريب العاملين، تمكين العاملين، التركيز على تحسين المستمر، والتركيز على المستقبل) في المراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية كان متوسطاً، وكذلك يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد إدارة الجودة الشاملة ومستوى الميزة التنافسية من وجهة نظر العاملين في المراكز الصحية الخاصة قيد الدراسة.

دراسة (صلاح وأحمد، 2022) بعنوان: "دور ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تعزيز الأولويات التنافسية «دراسة ميدانية»".

هدفت الدراسة إلى دراسة دور إدارة الجودة الشاملة المتمثلة في (التركيز على العملاء، والعمل الجماعي، ودعم الإدارة العليا، والبحث والتطوير، والتدريب) في تعزيز الأولويات التنافسية المتمثلة في (الإنتاجية، والجودة، وسرعة التوصيل، والمرونة، والأمان والسلامة، والروح المعنوية ورضا الموظفين). وقد اعتمدت الدراسة في تصميمها على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة العلاقات بين المتغيرات. وفيما يخص المجتمع وعينة الدراسة، تم تطبيق دراسة ميدانية على شركة إنرجايزر مصر كحصر شامل للعاملين بالشركة من خلال توزيع قوائم استقصاء ثم تجميعها وتحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS 26 للوصول للنتائج. وتوصلت الدراسة إلى: وجود علاقة جوهرية ذات دلالة إحصائية بين ممارسات إدارة الجودة الشاملة والأولويات التنافسية بشركة إنرجايزر - مصر.

دراسة (البطي وآخرون، 2022) بعنوان: "أثر إدارة الجودة الشاملة على الإبداع الإداري".

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر إدارة الجودة الشاملة بأبعادها (إقتناع ودعم الإدارة العليا، فرق العمل، تدريب العاملين) على الإبداع الإداري، وتم استخدام منهج التحليل الوصفي والاستبانة في جمع البيانات الأولية، طبقت هذه الدراسة على العاملين بصندوق التضامن الإجتماعي بسرت، وقد أظهرت الدراسة عدة نتائج منها وجود أثر لإدارة الجودة الشاملة بأبعادها (إقتناع ودعم الإدارة العليا، فرق العمل، تدريب العاملين) على الإبداع الإداري، وأوضحت الدراسة أن البعد الأكثر تأثيراً على الإبداع الإداري هو بُعد (فرق العمل)، يليه بُعد (تدريب العاملين)، ثم بُعد (إقتناع ودعم الإدارة العليا)، وقد أوصت الدراسة بضرورة تبني صندوق التضامن لنظام إدارة الجودة الشاملة في جميع سياساته وبرامجه وإجراءاته، وأيضاً الإهتمام بالإبداع الإداري ومعرفة أهم العوامل المؤثرة عليه، والعمل على إزالة وتدنية العقبات التي تقف عائقاً في طريقه.

دراسة (القحطاني وشعبي، 2022) بعنوان: "أثر إدارة الجودة الشاملة على كفاءة الأداء. دراسة ميدانية على الموظفين الإداريين في إدارة التعليم بمحافظة جدة".

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى تبني الإدارة العليا بإدارة التعليم بمحافظة جدة لمفهوم إدارة الجودة الشاملة، والتعرف على تأثير تطبيقات الجودة الشاملة وكل من أبعادها (القيادة، مشاركة الموظفين، التركيز على العملاء، التحسين المستمر، التخطيط الإستراتيجي، إدارة العمليات) على كفاءة الأداء الفردي والمؤسسي في مخرجات التعليم في إدارة التعليم بمحافظة جدة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الإستبانة كأداة للدراسة بهدف جمع المعلومات من الموظفين الإداريين

في إدارة التعليم بمحافظة جدة والبالغ عددهم (11320) إداري وإدارية بحسب خطاب من قسم التخطيط بالإدارة العامة للتعليم بمحافظة جدة، وقد تم إختيار عينة عشوائية قوامها (372) طبقاً لمعادلة ريتشارد جيجر، وتوصلت الدراسة الى جملة من النتائج أبرزها أن إدارة الجودة الشاملة بأبعادها (القيادة، مشاركة الموظفين، التركيز على العملاء، التحسين المستمر، التخطيط الإستراتيجي، إدارة العمليات) لها تأثير على تحسين كفاءة الأداء الفردي والمؤسسي في مخرجات التعليم في إدارة التعليم بمحافظة جدة.

دراسة (البارقي وأبو سندس، 2020) بعنوان: "واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة وأثرها على الإنتاجية" دراسة تطبيقية على الشركة السعودية للكهرباء بالقطاع الجنوبي".

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الشركة السعودية للكهرباء بالقطاع الجنوبي ودراسة أثر تطبيقها على الإنتاجية، حيث اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع الدراسة من جميع الموظفين العاملين بالشركة السعودية للكهرباء بالقطاع الجنوبي، حيث يبلغ عددهم (993) موظفاً، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تطوير أداة الدراسة (الاستبانة) كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث اشتملت على (26) عبارة، وتم توزيعها على (150) موظفاً، وقد تم استعادة (145) استبانة وبعد تدقيقها وجد (142) استبانة صالحة للتحليل، وأظهرت الدراسة عدة نتائج من أبرزها: أن مستوى تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الشركة السعودية للكهرباء بالقطاع الجنوبي جيد، وكذلك يوجد أثر لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في الشركة السعودية للكهرباء بالقطاع الجنوبي على الإنتاجية.

ثانياً: الدراسات السابقة التي تناولت المتغير التابع (رضا العملاء):

دراسة (حسن، 2023) بعنوان: "تقييم أبعاد الكلمة المنطوقة إلكترونياً كمتغير وسيط بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء بمطاعم الخدمة السريعة".

هدفت الدراسة الى تقييم أبعاد الكلمة المنطوقة إلكترونياً كمتغير وسيط بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء بمطاعم الخدمة السريعة وتم توزيع 425 استمارة لضمان معدل استجابات يفي بالعدد المطلوب، وقد بلغ عدد الاستمارات مكتمله الاجابات 394 استمارة، ولم يستكمل 18 استمارة، كما بلغت الاستمارات غير المناسبة للتحليل 13 استمارة. لذا فإن حجم العينة إذن قد بلغ 394 استبانة، وبتصنيف هذا العدد تبين أن 180 مفردة من عملاء سلاسل مطاعم الوجبات السريعة التابعة لشركات حاصلة على ترخيص من شركات دولية 209 استبانة ، و 185 استبانة من العملاء مطاعم الوجبات السريعة المستقلة التي لا تتبع سلسلة مطاعم، وأظهرت النتائج وجود تأثير معنوي للمتغير المستقل (أبعاد جوده الخدمة) على المتغير التابع (رضاء العملاء) في ضوء المتغير الوسيط (الكلمة المنطوقة إلكترونياً).

دراسة (حجازي وخليفة، 2022) بعنوان: "الدور الوسيط لثقة العميل في العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات ورضا العميل (دراسة تطبيقية على عملاء البنوك التجارية بمحافظة الدقهلية)".

تتناول هذه الدراسة بيان الدور الوسيط لثقة العميل وتأثيره في العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل بالتطبيق على عملاء البنوك التجارية بمحافظة الدقهلية. وكذلك بيان التأثير المباشر لجودة الخدمات المقدمة على ثقة العميل، وكذلك دراسة الأثر المباشر لجودة الخدمات على رضا العميل، وكذلك معرفة الأثر المباشر لثقة العميل على رضا العميل، وكذلك تحليل التأثير غير المباشر لجودة الخدمات على رضا العميل من خلال توسيط ثقة العميل ذلك بالتطبيق على عملاء البنوك التجارية العاملة بمحافظة الدقهلية. كما تهدف تلك الدراسة إلى معرفة الدور الوسيط لثقة العميل في العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات ورضا العميل، ويشمل مجتمع هذه الدراسة عملاء البنوك التجارية العاملة بمحافظة الدقهلية والتي تمثل (40) بنك بإجمالي عدد (3920) فرع بالمحافظة. لذا قام الباحثان بسحب عينة عشوائية منتظمة من المترددين على تلك البنوك، وبلغ حجمها (384) مفردة، وقد توصلت الدراسة إلى أن جودة الخدمات تؤثر تأثيراً معنوياً وإيجابياً في جميع أبعاد ثقة العميل ممثلة في كل من (مصادقية العلامة، نوايا العلامة، نزاهة العلامة)، كما تبين أن جودة الخدمات تؤثر تأثيراً مباشراً معنوياً وإيجابياً في رضا العميل، كما تبين أن ثقة العميل تؤثر تأثيراً مباشراً معنوياً وإيجابياً في رضا العميل، وقد تبين أنه يوجد تأثير معنوي إيجابي غير مباشر لجودة الخدمات على رضا العميل من خلال توسيط ثقة العميل، وذلك بالتطبيق على عملاء البنوك التجارية العاملة بمحافظة الدقهلية.

دراسة (محمد، 2021) بعنوان: "تأثير جودة الخدمة المدركة لإدارة الدوري الرياضي على رضا الجمهور المصري: الدور الوسيط للولاء للمنتجات الوطنية والمعدل للتعصب العرقي مقارنة بالدوري الإنجليزي".

هدفت الدراسة إلى التعرف على ما إذا كان هناك علاقة بين التعصب العرقي للعميل والرضا عن المنتج، كذلك مدى وجود علاقة بين الولاء للمنتجات الوطنية والرضا عن المنتج، كذلك دراسة مدى قوة وتأثير التعصب العرقي كمتغير معدل في العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العميل لكلا من المنتج الوطني والمنتج الأجنبي، وقد أظهرت النتائج عدم وجود تأثير للتعصب العرقي للعميل على الولاء نحو المنتج الوطني وجودة الخدمة المدركة، كذلك أن الولاء للمنتجات الوطنية دافع مؤثر في زيادة الرضا عن المنتج الوطني، كذلك أظهرت النتائج انخفاض مستوى الرضا عن المنتج الوطني، كما أظهرت أن الولاء للمنتج الوطني لا يؤثر كمتغير وسيط في العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العميل، وكذلك التعصب العرقي كمتغير معدل لا يؤثر على العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العميل عن المنتج الوطني.

دراسة (إسماعيل والناصر، 2021) بعنوان: "دور جودة الخدمة في تحسين مستوى رضا عملاء الخطوط الجوية الكويتية".

هدفت الدراسة الى توصيف أبعاد جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الكويتية وأبعاد رضا العملاء، إضافة الى تحديد نوع وقوة العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء، وتم الاعتماد على قائمة الاستقصاء لجمع بيانات الدراسة باستخدام عينة قوامها (380) مفردة من المسافرين على الخطوط الجوية الكويتية، وأظهرت نتائج الدراسة عدم وجود اختلافات ذا دلالة احصائية بين إدراك عينة الدراسة حول مستوى رضا العملاء باختلاف الخصائص الديموجرافية، كما كشفت النتائج عن وجود علاقة طردية ذات دلالة احصائية بين أبعاد جودة الخدمة وأبعاد رضا العملاء.

دراسة (Hammoud et al., 2018) بعنوان: "تأثير جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء: أدلة من القطاع المصرفي اللبناني".

هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية والمتمثلة في (الكفاءة والموثوقية والأمن والخصوصية والاستجابة والتواصل) ورضا العملاء في القطاع المصرفي اللبناني، وذلك لتحديد البعد الذي يمكن أن يكون له التأثير الأقوى على رضا العملاء، وتوصلت إلى أن الموثوقية والكفاءة وسهولة الاستخدام والاستجابة والتواصل بالإضافة إلى الأمان والخصوصية جميعها لها تأثير معنوي على رضا العملاء، وخاصة الموثوقية والتي كانت البعد الأقوى تأثيراً.

دراسة (Song & Noone, 2017) بعنوان: "التأثير الوسيط للازدحام المكاني المدرك على العلاقة بين سرعة مواجهة الخدمة المدركة ورضا العملاء".

هدفت الدراسة الى قياس تأثير الزحام المكاني على العلاقة بين سرعة اللقاء الخدمي المدرك ورضا العميل، حيث هدفت إلى تحقيق أعلى الإيرادات من خلال التركيز على لقاء خدمي متميز أثناء فترات تجمهر العملاء في المطعم بهدف تحقيق رضائهم ومحاولة تكرار تجربتهم في المطاعم، إذ أن الدراسة تسعى إلى تقليل مدة اللقاء الخدمي خلال فترات الطلب العالية بحيث يتم زيادة معدل السرعة والقيمة التي يحصل عليها العميل. وتوصلت إلى وجود علاقة منحنية بين سرعة اللقاء الخدمي المدرك ورضا العميل، كلما انخفض أو ازداد الزحام في المطعم فإن العلاقة بين سرعة وجودة اللقاء الخدمي ورضا العميل تبدأ في الانخفاض كلما زاد الزحام في المطعم، كما أوضحت الدراسة أن العملاء سوف يكونون أكثر تسامحاً أثناء اللقاء الخدمي إذا ما كان المطعم مكتظاً بالعملاء الآخرين.

دراسة (Hanaysha, 2016) بعنوان: "اختبار تأثيرات جودة الغذاء وعدالة الأسعار والبيئة المادية على رضا العملاء في صناعة مطاعم الوجبات السريعة".

هدفت الدراسة إلى فحص آثار جودة الطعام وعدالة الأسعار والبيئة المادية على رضا العملاء في صناعة مطاعم الوجبات السريعة في السوق الماليزية. حيث تركزت مشكلة الدراسة في أن بناء رضا العميل له أولوية رئيسية لنجاح الأعمال واستمرارها، لذلك من المهم تحديد العوامل التي تؤثر على رضا العملاء ومحاولة البحث فيها لأجل معالجة الخلل فيها، وتوصلت النتائج إلى أن البيئة المادية لها تأثير إيجابي كبير في رضا العملاء وكانت مدعومة من قبل الأبحاث السابقة، وكذلك وجد أن البيئة المادية كانت محركاً رئيسياً لتفضيل العلامة التجارية، هذا يعني أن العملاء الذين لديهم تصورات إيجابية تجاه البيئة المادية للمطعم هم أكثر عرضه لتطوير درجة أعلى من الرضا. وأوضح بعض العلماء أن البيئة المادية هي إحدى الإشارات المهمة التي يميل العملاء إلى استعمالها لتقييم القيمة التي يتلقونها من عروض المطعم.

10/1 خطة البحث:

الفصل الأول: الإطار العام للبحث.

الفصل الثاني: الإطار النظري للبحث.

الفصل الثالث: منهجية البحث.

الفصل الرابع: الدراسة التطبيقية.

الفصل الخامس: النتائج والتوصيات والبحوث المستقبلية.

المراجع:

أولاً: المراجع العربية:

- اسماعيل، عمار فتحى موسى والناصر، مريم عيسى علي (2021). دور جودة الخدمة في تحسين مستوى رضا عملاء الخطوط الجوية الكويتية. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*، 12(2)، 1-26.
- البطي، احمد علي، محمد ياسين دبنون، مصباح سالم العماري وسعد ابريك ابو رميله (2022). أثر إدارة الجودة الشاملة على الإبداع الإداري. *مجلة الدراسات الاقتصادية*، 5(1)، 66-9.
- القحطاني، حسين حسن وشعبي، فيصل احمد (2022). أثر إدارة الجودة الشاملة على كفاءة الأداء. *المجلة العربية للآداب والدراسات الإنسانية*، 6(24)، 181-226.
- البارقي، عامر بن محمد شار وأبو سندس، إبراهيم بن عبدالحميد (2020). واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة وأثرها على الإنتاجية. *مجلة كلية التربية (أسيوط)*، 36(2)، 493-517.
- الأسد، خالد عبدالله محمد والمحمودي، فضل محمد (2024). أثر الإدارة الإستراتيجية في تحقيق إدارة الجودة الشاملة للبنوك التجارية اليمنية العاملة بأمانة العاصمة. *مجلة جامعة صنعاء للعلوم الإنسانية*، 3(1)، 326-360.
- بوزقية، حنان عبدالرحمن محمد (2024). متطلبات تطبيق إدارة الجودة الشاملة" دراسة تطبيقية على موظفي شركة هاتف ليبيا للاتصالات بمدينة بنغازي". *المجلة الأفروآسيوية للبحث العلمي*، 2(2)، 33-50.
- بلحاج، براهيم بلقاسم (2023). أثر أبعاد إدارة الجودة الشاملة في الميزة التنافسية: دراسة ميدانية في المراكز الصحية الخاصة بمدينة الزاوية. *مجلة أبحاث*، 15(2)، 69-93.
- حجازي، أحمد عبدالحميد أمين وخليفة، هاني عبدالمنعم محمد (2022). الدور الوسيط لثقة العميل في العلاقة التأثيرية بين جودة الخدمات ورضا العميل (دراسة تطبيقية على عملاء البنوك التجارية بمحافظة الدقهلية). *مجلة البحوث التجارية*، 44(4)، 291-330.
- حسن، نسرين فاروق معوض (2023). تقييم أبعاد الكلمة المنطوقة إلكترونياً كمتغير وسيط بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء بمطاعم الخدمة السريعة. *المجلة العلمية للبحوث التجارية* (جامعة المنوفية)، 50(3)، 871-898.

صلاح، إنجي أحمد يحيى وأحمد، محمود سامح احمد (2022). دور ممارسات إدارة الجودة الشاملة في تعزيز الأولويات التنافسية: دراسة ميدانية. *المجلة العربية للإدارة*، 42(3)، 131-150.

عبدالرحيم، رحاوي وبن جيمة، عمر (2022). تأثير الجودة المدركة على ولاء المستهلك للعلامة التجارية. *مجلة البشائر الاقتصادية*، 8(1)، 557 - 576.

علام، أحمد سامح رفعت حسن ومحمد، محمد سعد (2023). دور الإدارة الاستراتيجية في تعزيز جودة أداء المستشفيات الخاصة في مصر من خلال إدارة الجودة الشاملة. *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، 14(3)، 23-49.

محمد، حسام الدين فتحي (2021). تأثير جودة الخدمة المدركة لإدارة الدوري الرياضي على رضا الجمهور المصري: الدور الوسيط للولاء للمنتجات الوطنية والمعدل للتعصب العرقي مقارنة بالدوري الإنجليزي. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*، 10(1)، 151-192.

نادر، نهاد وبلال، مروان (2018). أثر التغليف البيئي على الجودة المدركة. *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية*، 40(1)، 307-322.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Eckert, C., Neunsinger, C., & Osterrieder, K. (2022). Managing customer satisfaction: digital applications for insurance companies. *The Geneva Papers on Risk and Insurance-Issues and Practice*, 47(3), 569-602.
- Hammoud, J., Bizri, R. M., & El Baba, I. (2018). The impact of e-banking service quality on customer satisfaction: Evidence from the Lebanese banking sector. *Sage Open*, 8(3), 2158244018790633.
- Hanaysha, J. (2016). Testing the effects of food quality, price fairness, and physical environment on customer satisfaction in fast food restaurant industry. *Journal of Asian Business Strategy*, 6(2), 31-40.
- Novitasari, D., Napitupulu, B. B. J., Abadiyah, S., Silitonga, N., & Asbari, M. (2022). Linking between Brand Leadership, Customer Satisfaction, and Repurchase Intention in the E-commerce Industry. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(1), 280-289.
- Song, M., & Noone, B. M. (2017). The moderating effect of perceived spatial crowding on the relationship between perceived service encounter pace and customer satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 65, 37-46.