

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

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

٢-١ المقدمة

يُعد استعراض الدراسات السابقة خطوة أساسية في أي بحث علمي، إذ يُسهم في تحديد الإطار النظري للموضوع، ويبرز الثغرات المعرفية التي يمكن أن تُسد من خلال الدراسة الحالية.

وتُركّز هذه الدراسات على إدارة الجودة الشاملة (Total Quality Management) كمتغير مستقل، ورضا العملاء (Customer Satisfaction) كمتغير تابع، في سياق تطبيقات التوصيل بالمملكة العربية السعودية.

يستعرض هذا الفصل أبرز الدراسات المحلية والعربية والأجنبية ذات الصلة بالموضوع، بهدف بناء خلفية علمية متكاملة تسند فرضيات البحث وتوجه تحليله الإحصائي.

٢-٢ المتغير المستقل: إدارة الجودة الشاملة

تُعرّف إدارة الجودة الشاملة بأنها "منهج إداري شامل يهدف إلى تحقيق رضا العملاء من خلال التحسين المستمر لجميع العمليات التنظيمية" (أبو زيد، ٢٠٢١، ص. ١٤٨).

وقد ركزت العديد من الدراسات على محاور إدارة الجودة في المؤسسات الخدمية، مثل القيادة، والتحسين المستمر، وتمكين العاملين، والتركيز على العميل.

الفروع الأساسية لمفهوم إدارة الجودة الشاملة:

١. القيادة ودعم الإدارة العليا:

أكّد (الشمري، ٢٠٢٠، ص. ٢٤٨) أن دعم القيادة العليا يعدّ الركيزة الأساسية لتطبيق مبادئ الجودة الشاملة، حيث تسهم الإدارة في توفير الموارد وتحديد الرؤية والرسالة لتحقيق الأهداف التنظيمية.

٢. التحسين المستمر في العمليات:

أشار (Alzoubi & Alshurideh, 2021, p. 347) إلى أن التحسين المستمر يُعدّ أحد العوامل الجوهرية لتحقيق رضا العملاء، من خلال المراجعة المستمرة للعمليات التشغيلية في تطبيقات التوصيل.

٣. التركيز على العميل:

يرى (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, p. 18) أن نجاح أي مؤسسة خدمية يعتمد على فهم توقعات العملاء وإدارتها، وهو ما يمثل قلب إدارة الجودة الشاملة.

٤. تمكين العاملين والمشاركة الجماعية:

يؤكد (الزهراني، ٢٠٢٣، ص. ١١٥) أن إشراك العاملين في اتخاذ القرارات يعزز من فعالية نظام الجودة ويحسن أداء الخدمات.

٥. التحكم في العمليات والبيانات:

أوضح (Al-Tamimi & Al-Jarallah, 2020, p. 75) أن استخدام أدوات تحليل البيانات يساعد في مراقبة الأداء وتحسين جودة الخدمات في بيئة التجارة الإلكترونية.

٦. ثقافة الجودة التنظيمية:

بيّن (Abomaleh & Zahari, 2014, p. 17) أن غرس ثقافة الجودة في بيئة العمل يعدّ عاملاً حاسماً في نجاح المؤسسات الخدمية في السعودية.

٢-٣ المتغير التابع: رضا العملاء

يُعرّف رضا العملاء بأنه "النتيجة النفسية الناتجة عن مقارنة العميل بين ما يتوقعه من الخدمة وما يتلقاه فعلياً" (Kotler & Keller, 2016, p. 123).

ويُعدّ رضا العملاء مؤشراً رئيسياً على نجاح تطبيقات التوصيل في الحفاظ على العملاء وزيادة ولائهم (الغامدي، ٢٠٢١، ص. ٩٦).

الفروع الأساسية لمفهوم رضا العملاء:

١. جودة الخدمة المدركة: (Perceived Service Quality)

يرى (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2018, p. 115) أن جودة الخدمة تُعد أهم محدد لرضا العملاء، إذ تُقاس من خلال عناصر مثل الاعتمادية والاستجابة والأمان.

٢. الثقة في الخدمة الإلكترونية:

أوضح (Al-Qahtani & Al-Duhailan, 2022, p. 61) أن الثقة في التطبيقات الإلكترونية تُعد متغيراً وسيطاً يعزز العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء.

٣. سهولة الاستخدام وتجربة العميل:

بينت دراسة (Taufiq-Hail et al., 2023, p. 2224175) أن تجربة المستخدم وسهولة التفاعل مع التطبيق ترفع من مستوى الرضا والقبول للخدمات الرقمية.

٤. الاستجابة السريعة وحل المشكلات:

ذكر (Sanjuq, 2014, p. 79) أن سرعة الاستجابة لشكاوى العملاء وجودة الدعم الفني تمثلان عاملاً أساسياً في تحقيق رضاهم.

٥. الأسعار العادلة وجودة القيمة:

أوضح (Ahmed, 2021, p. 2140) أن العميل يربط بين السعر وجودة الخدمة المقدمة، مما يجعل "القيمة مقابل المال" مؤشراً مباشراً للرضا العام.

٦. الولاء والاستمرارية في الاستخدام:

أشار (الحري، ٢٠٢٢، ص. ٦٦) إلى أن رضا العملاء في تطبيقات التوصيل يؤدي إلى زيادة ولائهم واستمرارهم في استخدام الخدمة.

٢-٤ العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

تؤكد الأدبيات النظرية والدراسات التطبيقية وجود علاقة طردية إيجابية بين إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء، حيث يؤدي تطبيق مبادئ الجودة إلى تحسين مستوى الخدمات ورفع كفاءة العمليات، مما ينعكس على رضا العملاء وولائهم. (Alzoubi & Alshurideh, 2021, p. 350)

- أشارت دراسة (الزهراني، ٢٠٢٣، ص. ١١٨) إلى أن إدارة الجودة الشاملة تُسهم في تحسين تجربة العملاء في الخدمات اللوجستية عبر تطوير إجراءات التشغيل.
- كما توصلت دراسة (Al-Qahtani & Al-Duhailan, 2022, p. 64) إلى أن جودة الخدمة تلعب دوراً وسيطاً في العلاقة بين تطبيق مبادئ الجودة الشاملة ورضا العملاء.
- وأكدت دراسة (Alshehri et al., 2025, p. 60) في قطاع الرعاية الصحية الإلكتروني أن اعتماد مبادئ إدارة الجودة يؤدي إلى زيادة رضا المستخدمين وتحسين ثقتهم بالخدمات الرقمية.
- وفي السياق المحلي، بيّن (الشمري، ٢٠٢٠، ص. ٢٥٩) أن المؤسسات السعودية التي تطبق معايير الجودة الشاملة تحقق مستويات أعلى من رضا العملاء مقارنة بالمؤسسات التي لا تطبقها.

إجمالاً، تُظهر الدراسات أن إدارة الجودة الشاملة ليست مجرد نظام إداري، بل هي ثقافة تنظيمية متكاملة تؤثر في سلوك العاملين وطريقة تقديم الخدمة، مما يؤدي إلى تعزيز رضا العملاء واستدامة العلاقة معهم (Kotler & Keller, 2016, p. 128).

٢-٥ الخاتمة

خلصت مراجعة الأدبيات السابقة إلى أن إدارة الجودة الشاملة تمثل أحد العوامل الجوهرية التي تؤثر في رضا العملاء في تطبيقات التوصيل. وقد اتفقت الدراسات على أن نجاح هذه التطبيقات يعتمد على تبني منهج الجودة كقيمة استراتيجية في بيئة العمل، من خلال التحسين المستمر، وتمكين العاملين، والتركيز على متطلبات العملاء.

كما أظهرت الدراسات أن رضا العملاء لا يتحقق فقط من خلال جودة الخدمة، بل أيضاً من خلال الثقة، وسهولة الاستخدام، والاستجابة السريعة، والتواصل الفعال. ومن ثم، فإن تعزيز التكامل بين إدارة الجودة ورضا العملاء يُعدّ مفتاحاً أساسياً للتميز في قطاع الخدمات الإلكترونية في المملكة العربية السعودية. تُمهّد هذه النتائج النظرية للتحليل التطبيقي في الفصول اللاحقة، ولا سيما في اختبار فرضيات العلاقة بين إدارة الجودة ورضا العملاء باستخدام الأساليب الإحصائية الحديثة.