

Final Project 1
Code:MGM496-PMG496
Project Template

Faculty of Management
MidoceanUniversity

رضا العملاء

الاء عامر بن طالب

233001874

مشروع تخرج - 1

كلية الادارة جامعة ميدأوشن

إشراف د. عبدالرحيم نادر

عضو هيئة التدريس -كلية الإدارة- جامعة ميدأوشن

السنة الثالثة _ الفصل الثاني 2025

جدول المحتويات

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة 3

المقدمة 4

مشكلة البحث 5

فجوات البحث النظرية والتطبيقية 6

أهمية البحث النظرية والتطبيقية 7

أسئلة البحث 9

أهداف البحث 9

فرضيات البحث 10

نموذج البحث 11

منهجية البحث 12

الدراسة الميدانية 12

مخطط المشروع المقترح 14

الفصل الثاني: الدراسات السابقة 15

المقدمة 16

المتغير التابع 19

العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع .. 20

الخاتمة 21

قائمة المراجع 23

الفصل الاول :الإطار العام للدراسة

1.1. المقدمة

شهدت العقود الأخيرة من القرن العشرين اهتمامًا متزايدًا بمفهوم الجودة في مختلف المجالات الاقتصادية والإدارية والهندسية، حيث أصبح هذا المفهوم عنصرًا أساسيًا في تحقيق التميز والاستمرارية للمؤسسات. ومع تطور بيئة الأعمال واشتداد المنافسة، لم يعد التركيز مقتصرًا على تقديم المنتجات أو الخدمات فحسب، بل أصبح موجّهًا نحو تحقيق رضا المستهلك باعتباره الهدف النهائي لنجاح أي منظمة.

وقد أدى هذا الاهتمام إلى ظهور مفهوم إدارة الجودة الشاملة، التي تقوم على إشراك جميع أفراد المؤسسة في تحسين الأداء والالتزام بمبدأ التحسين المستمر، بحيث يتحمل كل فرد مسؤولية جودة العمل الذي يؤديه. كما ساهم هذا التوجه في انتقال المؤسسات من الأساليب الإدارية التقليدية إلى أساليب أكثر تطورًا وحدثت تمكّنها من التكيف مع متطلبات السوق المتغيرة.

وتُعد الجودة من أهم العوامل المؤثرة في رضا المستهلك، حيث ترتبط بقدرة المنتج أو الخدمة على تلبية احتياجات وتوقعات العملاء. وقد تعددت تعريفات الجودة، فمنها ما يربطها بمطابقة المنتج للمواصفات، ومنها ما يركز على تحقيق رضا المستهلك، كما أشار ديمينج إلى أن الجودة تعني تلبية احتياجات وتوقعات المستهلك حاضراً ومستقبلاً.

وبناءً على ذلك، تبرز أهمية دراسة رضا المستهلك باعتباره مؤشراً رئيسياً لنجاح المؤسسات، ووسيلة فعّالة لتعزيز قدرتها التنافسية، مما يجعل من إدارة الجودة الشاملة أداة أساسية لتحقيق هذا الهدف.

وفي ظل التحول الرقمي والتطور التكنولوجي المتسارع، أصبح المستهلك أكثر وعيًا وقدرة على تقييم المنتجات والخدمات، كما أتاح له الوصول السريع إلى المعلومات ومقارنة البدائل بسهولة. وهذا ما فرض على المؤسسات ضرورة تبني استراتيجيات حديثة تركز على تحسين تجربة العميل بشكل متكامل،

وليس فقط جودة المنتج ذاته. كما أصبح الاهتمام بسرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء، وتقديم خدمات ما بعد البيع، ومعالجة الشكاوى بكفاءة، من العوامل الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر في مستوى رضا المستهلك وتعزز من مكانة المؤسسة في السوق

1.2 مشكلة البحث :

من خلال المقابلات الشخصية اتضح للباحث أن ضبط جودة الإنتاج في شركات الغلال قد شهدت تدني ملحوظ وتتعدد العوامل لذلك ، ويرجع الي عدم رضا المستهلك وذلك بعدم الاهتمام بضبط جودة الإنتاج، وعليه يمكن صياغة المشكلة من خلال السؤال الرئيسي الذي ينص علي ما هو دور ضبط جودة الإنتاج في رضا المستهلك والميزة التنافسية؟

ويتفرع من ذلك السؤال الأتي: ما هو دور أبعاد ضبط جودة الإنتاج في أبعاد رضا المستهلك ؟

1.2.1 فجوات على المستوى النظري :

- تباينت تعريفات مفهومي الجودة ورضا المستهلك بين الباحثين، مما أدى إلى عدم وجود إطار نظري موحد يربط بينهما بشكل دقيق.
- ركزت العديد من الدراسات على الجودة كهدف مستقل، دون التعمق الكافي في تحليل العلاقة التكاملية بينها وبين رضا المستهلك.
- وجود نقص في الدراسات التي تدمج بين إدارة الجودة الشاملة وتجربة العميل بشكل شامل، خاصة في ظل التحولات الحديثة في بيئة الأعمال.
- عدم كفاية النماذج النظرية التي تفسر تأثير العوامل غير الملموسة (مثل الثقة والانطباع) على رضا المستهلك.
- قلة الدراسات التي تناولت تأثير التحول الرقمي والتكنولوجيا الحديثة على مفاهيم الجودة ورضا المستهلك من منظور نظري متكامل

1.2.2 فجوات على المستوى التطبيقي :

- ضعف تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة بشكل فعلي في بعض المؤسسات، رغم الاعتراف بأهميتها.
- وجود فجوة بين توقعات المستهلكين ومستوى الخدمة أو المنتج المقدم في الواقع العملي.
- قلة استخدام أدوات قياس رضا المستهلك بشكل دوري ومنهجي داخل المؤسسات.
- محدودية الدراسات التطبيقية التي تقيس أثر الجودة على رضا المستهلك في البيئة المحلية أو العربية.
- عدم الاهتمام الكافي بتحليل شكاوى العملاء والاستفادة منها في تحسين الأداء.
- تفاوت مستوى تطبيق الجودة بين المؤسسات، مما يؤدي إلى اختلاف واضح في مستويات رضا العملاء

1.3 أهمية البحث:

تتمثل الأهمية العلمية في توفير مادة علمية عن ضبط جودة الإنتاج ورضا المستهلك يمكن للباحث الاستفادة منها

تتمثل الأهمية العملية في التوصيات لمتخذي القرارات لمعالجة مشكلة ضبط جودة الإنتاج ورضا المستهلك

1.3.1 الأهمية على المستوى النظري:

تنبع الأهمية النظرية لهذا البحث من كونه يساهم في إثراء الأدبيات العلمية المرتبطة بمجالي ضبط جودة الإنتاج ورضا المستهلك، حيث يعمل على تقديم إطار معرفي متكامل يربط بين المفهومين بصورة منهجية حديثة. كما يساهم في توضيح العلاقات المتبادلة بين جودة العمليات الإنتاجية ومستوى إدراك المستهلك للقيمة، وهو ما يعزز الفهم العميق لديناميكيات السوق المعاصرة.

إضافة إلى ذلك، يوفر البحث تحليلاً علمياً للمفاهيم الأساسية مثل الجودة الشاملة، ومعايير الإنتاج، وسلوك المستهلك، مع إعادة تنظيمها ضمن سياق تطبيقي حديث يتماشى مع تطورات بيئة الأعمال. ويساعد هذا الطرح في سد النقص المعرفي الموجود في بعض الدراسات السابقة التي تناولت كل متغير بشكل منفصل دون الربط بينهما بصورة تكاملية.

كما يقدم البحث أساساً نظرياً يمكن أن يُبنى عليه في الدراسات المستقبلية، سواء من خلال اختبار النماذج المقترحة أو تطويرها، مما يفتح آفاقاً جديدة للباحثين في مجالات الإدارة الصناعية والتسويق وإدارة الجودة. ويعزز كذلك من إمكانية المقارنة بين البيئات المختلفة، الأمر الذي يدعم تعميم النتائج وتطوير النظريات ذات الصلة

1.3.2 الأهمية على المستوى التطبيقي:

تكمن الأهمية التطبيقية لهذا البحث في كونه يقدم مجموعة من الرؤى العملية والتوصيات التي يمكن أن تسهم في تحسين أداء المؤسسات الإنتاجية، خاصة فيما يتعلق بتطوير نظم ضبط الجودة ورفع مستوى رضا المستهلك. حيث يساعد متخذي القرار على فهم العوامل المؤثرة في جودة المنتجات والخدمات، وبالتالي اتخاذ قرارات مبنية على أسس علمية مدروسة.

كما يتيح البحث إمكانية الاستفادة من نتائجه في تصميم استراتيجيات فعالة لتحسين العمليات الإنتاجية وتقليل الأخطاء والهدر، مما ينعكس إيجاباً على الكفاءة التشغيلية وخفض التكاليف. ويساعد أيضاً في تطوير آليات قياس رضا المستهلك بشكل أدق، مما يمكن المؤسسات من الاستجابة السريعة لمتطلبات السوق وتحسين مستوى الولاء لدى العملاء.

ومن الجانب العملي كذلك، يدعم البحث تطبيق مفاهيم الجودة الحديثة داخل بيئة العمل، مثل التحسين المستمر والرقابة الشاملة، بما يسهم في تحقيق ميزة تنافسية مستدامة. كما يمكن أن تستفيد منه الجهات المعنية في وضع سياسات وإجراءات تنظيمية تعزز من جودة الإنتاج وتحمي حقوق المستهلك.

1.4 أسئلة البحث:

سؤال البحث الرئيسي: ما دور ضبط جودة الإنتاج في تحقيق رضا المستهلك؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما المقصود بضبط جودة الإنتاج؟
2. ما هي الأنظمة والأساليب المستخدمة في ضبط الجودة؟
3. ما مدى تطبيق نظم الجودة في الشركات محل الدراسة؟
4. ما العلاقة بين جودة الإنتاج ورضا المستهلك؟
5. إلى أي مدى تؤثر جودة المنتج على مستوى رضا المستهلك؟

1.5 هدف البحث:

1. التعرف على مفهوم ضبط جودة الإنتاج وأهميته في المؤسسات الإنتاجية.
2. تحليل دور نظم الجودة المطبقة في تحسين جودة المنتجات.
3. دراسة العلاقة بين جودة الإنتاج ورضا المستهلك.
4. تحديد مدى تأثير جودة الإنتاج على سلوك المستهلك ورضاه.
5. الخروج بتوصيات تساعد الشركات على تحسين جودة الإنتاج لتحقيق رضا المستهلك.

1.6 فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضبط جودة الإنتاج ورضا المستهلك

فرضيات الفرعية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحسين جودة المنتج وزيادة رضا المستهلك.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق معايير الجودة وثقة المستهلك في المنتج.
3. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأساليب ضبط الجودة على سلوك المستهلك الشرائي.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استمرارية مراقبة الجودة وتحقيق رضا المستهلك.
5. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لارتفاع مستوى الجودة على ولاء المستهلك

1.6 فرضيات البحث:

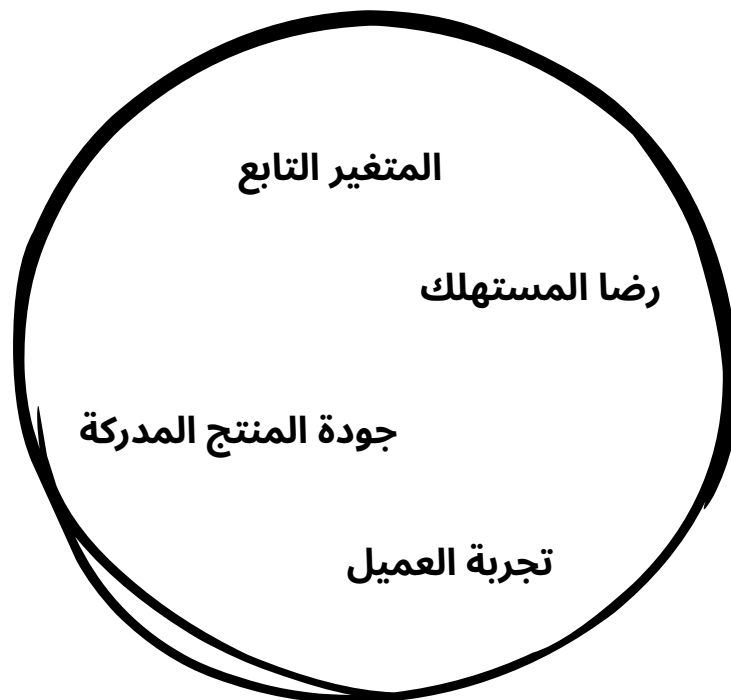
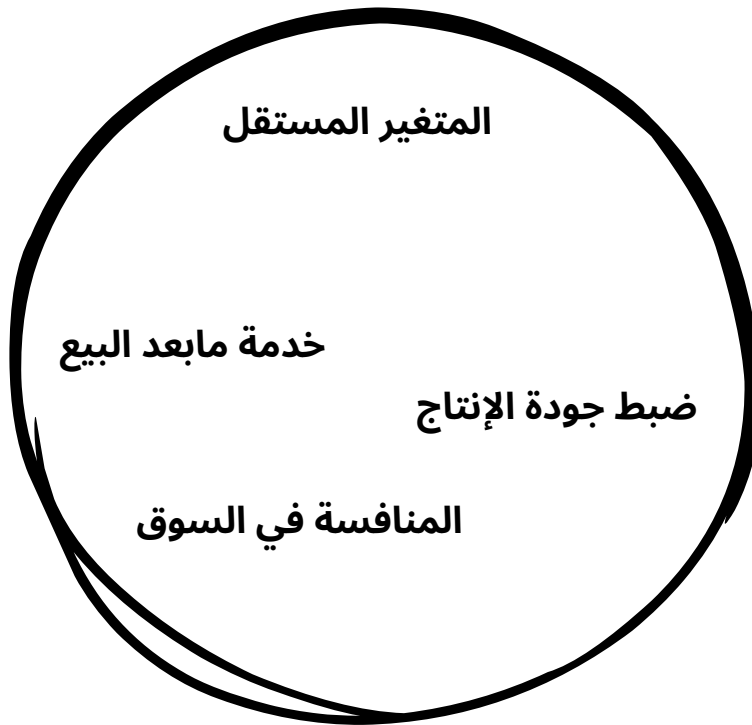
الفرضية الرئيسية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضبط جودة الإنتاج ورضا المستهلك

فرضيات الفرعية:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تحسين جودة المنتج وزيادة رضا المستهلك.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق معايير الجودة وثقة المستهلك في المنتج.
3. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأساليب ضبط الجودة على سلوك المستهلك الشرائي.
4. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استمرارية مراقبة الجودة وتحقيق رضا المستهلك.
5. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لارتفاع مستوى الجودة على ولاء المستهلك

1.7 نموذج الدراسة :



1.8 منهجية الدراسة:

من أجل دراسة موضوع البحث من مختلف أبعاده وجوانبه وتوضيح الهدف منه اعتمد الباحث على المنهجين الوصفي التحليلي، وجمع البيانات والمعلومات

المتوفرة من مصادرها ومعالجتها بطريقة علمية موضوعية للوصول إلى النتائج المتوقعة للبحث

مصادر الدراسة

يعتمد الباحث على المصادر الأولية والمصادر الثانوية

المصادر الأولية الاستبانة الملاحظة والمقابلة

المصادر الثانوية المراجع والكتب وكافة المؤلفات والنشرات العلمية ذات الصلة بمجال الإنتاج، الإحصاءات والتقارير والبيانات الصادرة من المؤسسات

الحكومية والدراسات السابقة في هذا المجال

1.9 الدراسة الميدانية:

الإجراءات التي اتبعتها الباحثة في الدراسة التطبيقية من تحديد مجتمع الدراسة الميدانية ، واختيار مفردات العينة الممثلة لهذا المجتمع ووصفها. مع بيان الأداة المستخدمة لجمع البيانات وكيفية التوصل إليها، وإجراء اختبارات الثبات والصدق لهذه الأداة للتأكد من صلاحيتها للدراسة. كما يتم توضيح المقاييس والأساليب الإحصائية التي استخدمت الدراسة وتحليل البيانات واختبار فروض الدراسة : وذلك على النحو التالي

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة.

. يتكون المجتمع الأساسي للدراسة موظفي شركات ا (سيقا - سين - ويتا)

وتم اختيار مفردات عينة البحث بطريقة عينة عشوائية بسيطة للحصول على بيانات الدراسة، فطبيعة مشكلة وفرضيات هذا البحث يوجد لها اهتماماً مقدراً وسط مجتمع البحث ، وتم تصميم استبيان الكترونياً وتم الاستجابة بعدد (218) استبيان على أن يشمل التوزيع جميع المستويات الموضحة في مجتمع البحث وتم استرجاع (218) استبيان سليمة تم استخدامها في التحليل بيانه كالاتي

البيان :
استبيانات تم توزيعها
استبيانات تم جمعها - صالحة للتحليل

العدد: 218/ 283

النسبة. % 100 ./ %77

الفصل الأول: المقدمة



الفصل الثاني: الإطار النظري



الفصل الثالث: منهجية البحث



الفصل الرابع: التحليل الإحصائي



الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة



الفصل الثاني: الدراسات السابقة

2.1 المقدمة

أصبح موضوع الجودة ورضا المستهلك من أبرز القضايا التي تحظى باهتمام واسع في بيئة الأعمال الحديثة، وذلك لما لهما من دور مباشر في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات واستمراريتها في الأسواق. ففي ظل التغيرات السريعة في احتياجات المستهلكين وارتفاع مستوى توقعاتهم، لم يعد نجاح المؤسسات يعتمد فقط على تقديم منتجات أو خدمات، بل أصبح مرتبطًا بمدى قدرتها على تحقيق جودة عالية تلبي تلك التوقعات وتفوقها.

ويُعد ضبط جودة الإنتاج من أهم الأدوات الإدارية التي تعتمد عليها المؤسسات لضمان مطابقة المنتجات للمواصفات والمعايير المحددة، والحد من الأخطاء والعيوب في مراحل الإنتاج المختلفة. كما أن تحقيق رضا المستهلك يُعد مؤشرًا مهمًا على نجاح المؤسسة في تلبية احتياجات السوق، حيث يعكس مدى قبول العملاء للمنتج وثقتهم به واستمرار تعاملهم معه.

مفهوم ضبط جودة الإنتاج

2.1 مفهوم الجودة:

. لقد تعددت التعريفات لمفهوم إدارة الجودة الشاملة وأن كانت جميعها تدور حول الكلمات الأساسية المكونة لهذا المفهوم (إدارة الجودة الشاملة)

تعني تطوير قدرات تنظيمية وقيادات إدارية قادرة على التحسين المستمر والمحافظة علي مستوى عالي من جودة الأداء, Management, ,, فكلية إدارة

فيقصد بها تحقيق رغبات وتوقعات المستهلكين والمستفيدين مما تقدمه المنظمة من سلع وخدمات ، بل أنها تصل الي محاولة Qualité ,, أما كلمة الجودة فتعني إدخال كل عناصر العمل بالمنظمة في التحديد والتعريف الدقيق لحاجات ورغبات Total, تقديم مستوى أعلى من التوقعات . وكلمة الشاملة المستهلك أو المستفيد من سلع وخدمات المنظمة والعمل على بذل كل جهد جماعي وفردى ، ممكن في سبيل تحقيق تلك الغايات .

1-تعريف الجودة

تعددت وتباينت التعريفات التي أوردها العلماء والمهتمين بموضوع الجودة منها ويعرف ديمنج الجودة بأنها تحقيق احتياجات وتوقعات المستهلك حاضراً ومستقبلاً . ((5)) 1 وتعرف الجمعية الأمريكية للجودة والمنظمة الدولية للمواصفات العالمية الجودة بأنها الدرجة التي تشبع فيها الحاجات والتوقعات الظاهرية والضمنية 2..
للمستهلك من خلال جملة الخصائص الرئيسية المحددة مسبقاً .

2-ضبط الجودة Quality Control :

عبارة عن مجموعة من السمات في منتج ما وتأكيد ملاءمة هذا المنتج للمهمة المطلوبة من تأديتها لدى المستهلك والمحافظة على هذه السمات

وأن تنسجم مع عوامل مختلفة يعيشها كالوضع الاقتصادي والاجتماعي

ويرى البعض أنها مجموعة من العمليات الخاصة بالتفتيش على الإنتاج في جميع مراحله وتسجيل بيانات عنه ثم تحليل هذه البيانات بقصد تحديد الاختلاف عن المواصفات الموضوعية

: يعتمد الضبط على خطوات رئيسية

وضع المعايير (الأنماط) وذلك لتحديد تكاليف وأنماط الجودة المستهدفة 1.

. تصميم المخرجات وذلك بتقييم خصائص المنتج بالمواصفات الموضوعية مسبقاً 2.

اتخاذ إجراءات التصحيح في حالة تجاوز تلك المواصفات 3.

1- رضا المستهلك :

يعرف الرضا بأنه شعور المستهلك بالسرور والارتياح ، عند مقارنة أداء المنتج الذي حصل عليه فعلاً بالتوقعات التي يحملها هذا المنتج من قبل ، فإذا كان أداء المنتج أقل من التوقعات فإن المستهلك يكون غير راضى ، أما إذا كان أداء المنتج أعلى من التوقعات فإن المستهلك يكون مسروراً وراضياً عن المنتج ، أما الإشباع فيعرف بأنه " الحالة النفسية التي يتعرض لها المستهلك عندما تتأكد توقعاته أو لا تتأكد ، يعد رضا المستهلك أحد الأولويات التي تعطيها . الشركات أهمية خاصة ، وذلك في سعيها الدءوب لإيجاد وسائل تفي بحاجات ورغبات المستهلك إلى جذب مستهلكين جدد على حساب المنافسين

2- العوامل المؤثرة على الرضا :

ملامح وخصائص السلعة الرضا يتأثر بمدى إدراك المستهلك الملامح وخصائص السلعة 1.

. العوامل الشخصية هي الأساسيس الموجودة في وجدان المستهلك تؤثر في الرضا وتختلف عندما يكون المستهلك مسروراً 2.

الجودة أن إدراك المستهلك لأبعاد الجودة المتعددة تؤثر بالرضا 3.

الأسعار تؤثر الأسعار ارتفاعا وانخفاضا بالرضا 4.

2.3 المتغير التابع

العبارات		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
يفضل-16 المستهلكون منتجات الشركة عن غيرها	العدد	96	77	35	7	3
	%النسبة	44.0	35.3	16.1	3.2	1.4
هنالك رضاء-17 عن منتجات الشركة من قبل المستهلك .	العدد	65	100	37	11	5
	%النسبة	29.8	45.9	17.0	5.0	2.3
أسعار-18 منتجات هذه الشركة مناسبة .	العدد	58	91	42	21	6
	%النسبة	26.6	41.7	19.3	9.6	2.8
موقع-19 الشركة مناسب بالنسبة للمستهلك .	العدد	67	98	29	19	5
	%النسبة	30.7	45.0	13.3	8.7	2.3
قرار-20 التعامل مع الشركة قرار صائب	العدد	79	87	24	18	10
	%النسبة	36.2	39.9	11.0	8.3	4.6

من الجدول أعلاه نجد

أن 44.0% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة يفضل المستهلكون منتجات الشركة عن غيرها و 35.3% يوافقون و 16.1% محايدون و 3.2% لا يوافقون بشدة 1.4% لا يوافقون بشدة

أن 29.8% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة هنالك رضاء عن منتجات الشركة من قبل المستهلك و 45.9% يوافقون و 17.0% محايدون و 5.0% لا يوافقون بشدة 2.3% لا يوافقون بشدة

أن 26.6% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة أسعار منتجات هذه الشركة مناسبة و 41.7% يوافقون و 19.3% محايدون و 9.6% لا يوافقون بشدة 2.8% لا يوافقون بشدة

يلاحظ أن 36.2% من أفراد عينة الدراسة يوافقون بشدة قرار التعامل مع الشركة قرار صائب و 39.9% يوافقون و 11.0% محايدون و 8.3% لا يوافقون بشدة 4.6% لا يوافقون بشدة

2.4 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع:

(1) تأثير ضبط جودة الانتاج على جودة المنتج النهائي

يُعد ضبط جودة الإنتاج (المتغير المستقل) العامل الأساسي في تحسين جودة المنتج النهائي، حيث يؤدي الالتزام بالمعايير والمواصفات أثناء مراحل الإنتاج إلى تقليل الأخطاء والعيوب. وكلما ارتفعت جودة المنتج النهائي، زادت قدرة المؤسسة على تقديم منتجات مطابقة لتوقعات المستهلك، مما ينعكس إيجاباً على مستوى الرضا

(2) تأثير ضبط الجودة على تقليل العيوب والمشكلات

يسهم ضبط جودة الإنتاج في تقليل نسبة المنتجات المعيبة أو غير المطابقة للمواصفات، من خلال عمليات الفحص والمراقبة المستمرة. هذا الانخفاض في العيوب يؤدي إلى تقليل شكاوى العملاء، وبالتالي رفع مستوى رضا المستهلك (المتغير التابع) وزيادة الثقة في المنتج

(3) تأثير ضبط الجودة على رضا المستهلك وولائه

إن تطبيق أنظمة ضبط جودة فعّالة يؤدي إلى تحقيق رضا المستهلك بشكل مباشر، حيث يشعر العميل بأن المنتج يلبي توقعاته أو يتجاوزها. ومع استمرار جودة المنتجات، يتحول الرضا إلى ولاء، مما يعزز العلاقة طويلة المدى بين المستهلك والمؤسسة ويزيد من فرص تكرار الشراء

اظهرت نتائج البحث أن يتضح أن ضبط جودة الإنتاج يُعد من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات لتحقيق التميز والاستمرارية في بيئة تنافسية متسارعة. وقد بينت الدراسة أن هناك علاقة وثيقة ومباشرة بين مستوى جودة الإنتاج ورضا العملاء، حيث يؤدي الالتزام بمعايير الجودة ومراقبة العمليات الإنتاجية إلى تقليل الأخطاء وتحسين خصائص المنتج النهائي، مما ينعكس إيجاباً على انطباعات المستهلكين وثقتهم.

كما أظهرت النتائج أن الاهتمام بآراء العملاء وقياس مستوى رضاهم يساهم في توجيه العملية الإنتاجية نحو تلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم بشكل أفضل، إضافة إلى أن التعامل الجاد مع شكاوى العملاء يساعد في اكتشاف نقاط الضعف ومعالجتها بشكل مبكر. كذلك فإن التقييم المستمر لمستوى الجودة داخل المؤسسة يُعد أداة فعالة لضمان التحسين المستمر والحفاظ على رضا العملاء.

ومن هذا المنطلق، فإن تحقيق رضا العملاء لا يتحقق بشكل عشوائي، بل هو نتيجة مباشرة لتطبيق أنظمة فعالة في ضبط جودة الإنتاج، والاهتمام بكافة مراحل العملية الإنتاجية، إلى جانب تبني ثقافة تنظيمية قائمة على التحسين المستمر والابتكار.

وبناءً على ذلك، يمكن القول إن المؤسسات التي تسعى إلى رفع مستوى رضا عملائها ينبغي عليها التركيز بشكل أكبر على تطوير أنظمة الجودة، وتأهيل العاملين، والاستفادة من ملاحظات العملاء، لما لذلك من أثر كبير في تعزيز ولاء العملاء وزيادة القدرة التنافسية في السوق

ويمكن تلخيص أبرز ما توصل إليه البحث في النقاط التالية:

الارتباط الشرطي: إن زيادة كفاءة العمليات الإنتاجية ومراجعة مواصفات المنتج بصفة دورية تعد المحرك الأساسي لتعزيز ثقة العميل وولائه.

الاستجابة الفعالة: أظهرت النتائج أن التعامل المبكر والجاد مع شكاوى العملاء يساهم في تلافي الأخطاء التصنيعية قبل تفاقمها، مما يعكس صورة إيجابية عن حرص الشركة على تلبية توقعات جمهورها.

التطوير المعرفي: إن الاستثمار في تدريب الكوادر البشرية على أحدث تقنيات الرقابة والجودة ينعكس مباشرة على جودة المخرجات، وبالتالي يحقق مستويات رضا تتجاوز المأمول.

قائمة المراجع

1. محمود إبراهيم، إدارة الجودة من المنظور الإداري، الإسكندرية: الدار الجامعية للنشر، 2009م.
2. أروى عبد الحميد، إدارة الجودة الشاملة، الخرطوم: شركة مطابع العملة، 2008م.
3. قابس أحمد ديلات المزروعى، أثر تطبيق مبادئ الجودة الشاملة على الأداء المؤسسي (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة أم درمان الإسلامية، 2012م.
4. مؤيد معبد السالم، إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي، الأردن: إثراء للنشر، 2009م.
5. عائشة عبد الله المحجوب، سياسات ضبط مراقبة إدارة الجودة الشاملة، الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة، 2009م.
6. توفيق محمد عبد المحسن، مراقبة مدخل إدارة الجودة الشاملة، أيزو 9000، مصر: دار الفكر العربي، 2000م.
7. جوزيف كيلان، تكامل إعادة الهندسة مع إدارة الجودة الشاملة (ترجمة سرور علي إبراهيم)، الرياض: دار المريخ للنشر، 2004م.
8. بوناظيرو ليلي، أدوات ضبط الجودة الشاملة (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة سوف بن خدة، الجزائر.
9. محمود جاسم الصميدعي، (مرجع سابق ورد في الهوامش).
10. نظام موسى سويدان، (مرجع ورد في الهوامش).
11. علي السلمي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأمين للأيزو (9000)، القاهرة: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
12. محمد توفيق ماضي، إدارة الإنتاج والعمليات، الإسكندرية: جامعة الإسكندرية، كلية التجارة، 1997م.

13. مجلة المواصفات، مجلة أسبوعية تصدر عن الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس، العدد (35)، أبريل 2021م.
14. نخبة من الخبراء، الإدارة والجودة الشاملة، الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، 2014م.
15. محمود منصور أبو خليل وآخرون، سلوك المستهلك والقرارات الشرائية، عمان: دار مكتبة النشر، 2014م.
16. محمد منصور أبو خليل وآخرون، المفاهيم التسويقية الحديثة وأساليبها، عمان: دار غيداء للنشر والتوزيع، 2014م.
17. عامر علي محمد، دور عناصر المزيج الترويجي في رضا الزبون، كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد الواحد والخمسون، 2017م.
18. موقع نيل وفرات، الشبكة الدولية للمعلومات: <http://www.Neelwafurat.com>.

1. Steven Cohen and William Eimicke, "Project Focused Total Quality Management," *Public Administration Review*, September 1994, Vol. 54, No. 5, p. 450.
2. Robert Denhardt, *Public Administration: An Action Orientation*, Pacific Grove, California, USA: Brooks/Cole Publishing, 1991, pp. 266, 295.
3. Ar.triangle innovation hub.com, (موقع إلكتروني تم الاطلاع عليه بتاريخ 9/2/2022م).