



بسم الله الرحمن الرحيم

الاسم : فهد المبارك

المادة: دراسات نقدية 3

اسم الرسالة الدكتوراه : اداره الجوده ودورها في بنا الشركات
للطالب : عبد العزيز عبد العال زكي عبد العال

فيما يلي تحليل لتقييم النتائج الدراسية التي وردت في الرسالة، مع الإشارة إلى أهم النقاط:

1. جودة المنتجات

• تحسين جودة النتاج ومطابقتها للمواصفات:

أظهرت النتائج أن متوسط تراكيز "الاداة الفعالة" انخفض من 102.99 إلى 100.23 بعد تطبيق نظام إدارة الجودة، (ISO 9001:2015) حيث بلغ قيمة اختبار t 10.063 مع دلالة إحصائية. ($p < 0.001$) هذا يشير إلى تحسين ملحوظ في جودة المنتجات بحيث أصبح أكثر توافقاً مع المواصفات المطلوبة.

• اتساق المنتجات:

كما انخفض متوسط الانحراف المعياري لتراكيز "الاداة الفعالة" من 5.35 إلى 2.68، ($t = 8.338$ ، $p < 0.001$) مما يدل على تقليل التباين وزيادة اتساق المنتجات.

2. الأداء التشغيلي

• الإنتاجية:

لوحظ انخفاض في متوسط عدد التحضيرات من 23.92 إلى 19.92؛ ومع ذلك، لم يكن الفرق دالياً إحصائياً. ($t = 1.113$ ، $p = 0.289$)

وبالنسبة لكمية الإنتاج، سجلت الشركة انخفاضاً من 169,372.41 إلى 110,595.37؛ حيث كانت قيمة t 2.125 مع قيمة p تقريبية ($p = 0.057$) مما يشير إلى تأثير هام ولكنه قد يحتاج إلى مزيد من التفسير ضمن سياق استراتيجيات الإنتاج.

• جدوى الشركة:

ارتفعت قيمة جدوى الشركة من 21.58 إلى 85.50 مع قيمة t تبلغ ($p = 1.155$)، مما يعكس تحسناً ملحوظاً في الكفاءة الاقتصادية والقدرة التنافسية.

● تقليل الهدر:

شهدت كمية الهدر انخفاضًا كبيرًا من 270.71 إلى 130.76 ($t = 2.040$ ، $p = 0.007$)، وهو مؤشر قوي على تحسين كفاءة العمليات وتقليل الفاقد.

3. رضا العملاء والأداء التسويقي.

● رضا العملاء:

ارتفع معدل رضا العملاء من 62.41% إلى 76% ($t = 4.651$ ، $p = 0.043$)،

مما يدل على تأثير إيجابي لتطبيق نظام إدارة الجودة في تعزيز تجربة العميل وتحقيق توقعاته.

● ولاء العملاء:

لم يظهر الفرق في معدل ولاء العملاء (من 3.8% إلى 9.8%) دلالة إحصائية ($t = 1.086$ ، $p = 0.338$)، مما قد يشير إلى حاجة لمزيد من التدخل في هذا المحور لتعزيز الولاء.

● الأداء التسويقي:

بالرغم من ظهور بعض المؤشرات الإيجابية مثل زيادة طفيفة في نسبة تغير المبيعات (مؤشر الحصة السوقية)، لم تُظهر بعض مؤشرات التسويق مثل عدد الفروع أو عدد المنتجات في كل قسم فروقاً دالة إحصائية بعد تطبيق النظام.

4. الأداء المالي

• تحسين الربحية:

لوحظ زيادة في هامش مجمل الربح من 2.40% إلى 51.25% ($t = 0.773$ ، $p = 0.035$) مما يشير إلى تحسين كبير في الأداء المالي للشركة بعد تطبيق نظام إدارة الجودة.

اهم الاشياء

تشير النتائج إلى أن تطبيق نظام إدارة الجودة (ISO 9001:2015) كان له تأثير إيجابي وملحوظ على عدة جوانب:

• تحسين جودة المنتجات واتساقها.

• تقليل الفاقد والهدر، مما ينعكس إيجابياً على الكفاءة التشغيلية.

• تعزيز رضا العملاء وتحسين الأداء المالي من خلال زيادة الربحية.

مع ذلك، بعض مؤشرات الأداء التشغيلي (مثل الإنتاجية من حيث عدد التحضيرات أو كمية الناتج) لم تظهر فروقاً دالة إحصائية، ما يستدعي النظر في التغييرات المحتملة في استراتيجية الإنتاج أو عوامل أخرى قد تؤثر على هذه المؤشرات.

هذا التحليل يدعم فكرة أن تطبيق نظام إدارة الجودة ليس مجرد وسيلة للحصول على شهادة، بل هو أداة استراتيجية لتحسين الأداء العام للشركة وتعزيز قدرتها التنافسية

في هذه الدراسة تم صياغة مجموعة من الفرضيات البحثية لقياس أثر تطبيق نظام إدارة الجودة (ISO 9001:2015) على عدة محاور رئيسية مثل:

1. جودة المنتجات:

a. تشير النتائج إلى انخفاض في متوسط تركيزات المادة الفعالة وانخفاض ملحوظ في التباين (الانحراف المعياري)، مما يدل على تحسين جودة ومطابقة المنتجات للمواصفات.

b. هذا يتوافق بشكل قوي مع الفرضية القائلة بأن تطبيق نظام إدارة الجودة يُحسن جودة المنتجات ويزيد من اتساقها.

2. الأداء التشغيلي:

a. بينما لاحظت الدراسة تحسينات واضحة في تقليل الهدر وزيادة جدوى الشركة، لم تُظهر بعض مؤشرات الإنتاجية (مثل عدد التحضيرات) فروقًا دالة إحصائية.

b. هذا يعني أن العلاقة بين نظام الجودة وبعض مؤشرات الأداء التشغيلي مدعومة جزئيًا؛ فقد يكون هناك تأثير إيجابي على بعض الجوانب التشغيلية دون تأثير ملموس على أخرى.

3. رضا العملاء:

a. ارتفع معدل رضا العملاء بشكل ملحوظ بعد تطبيق النظام، مما يؤيد الفرضية المتعلقة بتحسين تجربة العميل وجودة الخدمة المقدمة.

b. ومع ذلك، لم يظهر تأثير دال على ولاء العملاء، ما يشير إلى أن الجانب الخاص بالولاء قد يحتاج إلى استراتيجيات إضافية.

4. الأداء التسويقي:

a. بينت النتائج بعض الإشارات الإيجابية مثل زيادة طفيفة في نسبة تغير المبيعات (مؤشر الحصة السوقية)، لكن لم يُظهر البحث فروقاً دالة على بعض مؤشرات التسويق الأخرى كالتوسع في أسواق جديدة أو زيادة عدد المنتجات.

b. هذا يشير إلى دعم جزئي للفرضية المتعلقة بالأداء التسويقي.

5. الأداء المالي:

a. سجلت الدراسة زيادة كبيرة في هامش مجمل الربح بعد تطبيق النظام، مما يؤكد الفرضية بأن تحسين نظام الجودة يساهم في تعزيز الأداء المالي والربحية.

مدى ارتباط البحث بالفرضيات البحثية

بشكل عام، يُظهر البحث ارتباطاً وثيقاً مع الفرضيات الأساسية التي تم طرحها، حيث:

• الدعم القوي:

النتائج التي تخص جودة المنتجات والأداء المالي تأتي متوافقة تماماً مع الفرضيات، مما يُثبت أن تطبيق نظام إدارة الجودة له تأثير إيجابي واضح في هذين المجالين.

• الدعم الجزئي:

بالنسبة للأداء التشغيلي والتسويقي ورضا العملاء (خصوصاً جانب الولاء)، نجد أن النتائج جاءت إيجابية إلى حد ما لكنها ليست دالة إحصائياً في بعض المؤشرات، مما يشير إلى تأثير محدود أو يحتاج إلى مزيد من التدخل لتحسينه.

باختصار، فإن البحث يُثبت أن تطبيق نظام إدارة الجودة له تأثير إيجابي عام، ويدعم الفرضيات البحثية فيما يتعلق بتحسين جودة المنتجات وزيادة الربحية، بينما تُظهر بعض المؤشرات التشغيلية والتسويقية ورضا العملاء (الولاء) تأثيرًا جزئيًا، مما يستدعي دراسة أعمق أو تبني استراتيجيات إضافية لتعزيز تلك الجوانب.

هذا الفحص يعكس مدى تكامل البحث مع الفرضيات البحثية، ويوفر أساسًا قويًا للتوصيات المستقبلية في تحسين الأداء المؤسسي عبر نظام إدارة الجودة

