



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية

Arab Journal for Humanities and Social Sciences

**العدد السادس عشر / الجزء الثاني كانون الأول 2022**

**لدور الوسيط لرضا العملاء في العلاقة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والولاء الوظيفي  
(دراسة حالة شركة دال للصناعات الغذائية-كوكاكولا)**

**The Impact of the Application of Total Quality Management on  
Employment Loyalty: customer's satisfactions as mediator. (A  
case study of Dal Company for Food Industries – Coca-Cola).**

1. د. تھاني الرشيد أحمد حمزة TahaniAlrasheed51@gmail.com

2. د. أبوبكر عامر محمد لقمة abubker.logma@gmail.com

Dr.Tahani Arshid Ahmed Hamza.

Dr. Abu Bakr Amer Muhammad Lokma.

### المخلص.

تناولت الدراسة أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء بالتطبيق على شركة دال للصناعات الغذائية كوكاكولا وتمثلت مشكلة الدراسة في تتمثل مشكلة البحث في كيفية تحقيق رضا العملاء ومدى تعدد العوامل المؤثرة فيه ومن خلال هذا البحث سوف يسلط الضوء على المشكلة من خلال مدى مساهمة إدارة الجودة الشاملة في تحقيق رضا العملاء وذلك من خلال الإجابة على الاسئلة تطبيق إدارة جودة المنتجات يؤدي لتحقيق رضا العملاء؟ دراسة احتياجات العملاء تساهم في تحديد جودة المنتجات؟ وتمثلت أهمية الدراسة في توضيح أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة ومدى تأثيرها في تحقيق رغبات العملاء، توضيح أهمية رضا العملاء ومدى مساهمته في تحقيق أهداف المنظمات. هدفت الدراسة إلى معرفة ما إذا كان تطبيق إدارة الجودة الشاملة كافياً لتحقيق رضا العملاء معرفة مدى تأثير أبعاد الجودة المختلفة في تحقيق رضا العملاء معرفة كيفية قياس رضا العملاء وجاءت فرضيات الدراسة في هناك علاقة إيجابية بين تطبيق الجودة الشاملة والولاء، هناك علاقة إيجابية بين فهم احتياجات الزبائن والرضا، هناك علاقة إيجابية بين



## المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية Arab Journal for Humanities and Social Sciences

سهولة و إمكانية الحصول على السلعة والخدمة والرضا، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها: توجد علاقة إيجابية بين تطبيق الجودة الشاملة والولاء، يوجد علاقة إيجابية تطبيق الجودة الشامل على الرضا، لا توجد علاقة إيجابية في فهم احتياجات الزبائن والرضا. وأوصت الدراسة بعدة توصيات منها: على شركة دال للصناعات الغذائية زيادة درجة الاهتمام بتطبيق إدارة الجودة الشاملة لما لها من علاقة في زيادة ولاء العملاء مما يؤدي إلى الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد، على شركة دال للصناعات الغذائية الاهتمام بكيفية تحقيق رضا العملاء لان رضا العملاء يؤدي إلى تحقيق الولاء، على شركة دال للصناعات الغذائية زيادة الاهتمام في مسألة فهم احتياجات الزبائن بصورة دقيقة جداً والعمل على تحقيق او تلبية احتياجات الزبائن وحتى التنبؤ بها مستقبلاً إذ اثبتت الدراسة أنه هناك قصور في مسألة فهم احتياجات الزبائن وهذا يؤدي لعدم تحقيق رضا العملاء.  
**الكلمات المفتاحية:** إدارة الجودة الشاملة، رضا العملاء.

### **Abstract.**

The study has tackled the Application of Comprehensive Quality Administration Impact on clients' satisfaction by applying on DAL Company for Nutrition Industries as agents, the problem of the study represented by the achievement way of clients' satisfaction and the range of the effective multitude factors on it. Light shed on the range of the comprehensive quality administration for satisfaction achievement throughout the answer of the questions, the application of quality administration production leads to achieve clients' satisfaction. Clients' needs studies can participate to determine the products quality? The importance of the study represented by clarifying the importance of comprehensive quality administration, and its impact range to achieve clients' desires , clarifying the importance of clients' satisfaction and its extent for participation to achieve the



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

terms' objectives. The study has aimed to identify if the application of comprehensive quality administration as a tool for clients' satisfaction achievement. The hypotheses of the study point that there is a relationship between the application of comprehensive quality administration and the loyalty. There is a relationship between the needs comprehension and satisfaction. There is a considerable relationship between the application of comprehensive administration and loyalty. There is a considerable relationship between customs' needs and satisfaction. The study recommended that DAL Company for Nutrition Industries should have to increase importance degree by applying the application of the comprehensive quality administration for its relationship in clients' loyalty augment, which deals to keep the current clients and to attract new ones. DAL term for nutrition industries should have to augment the importance of how to achieve clients' satisfaction, because it leads to fulfill the loyalty. DAL Term for Nutrition Industries should have to increase the importance for understanding the customs' needs problem very clearly and working to achieve or respond to customs' needs in the future, the study stated that there is a lack of clients' needs understanding problem and that will lead to not achieving the clients' satisfaction.

**Keywords: total quality management, customer satisfaction.**

**مشكلة الدراسة:**

تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس ما أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على الولاء الوظيفي؟، وينتزع منه التساؤلات التالية:

1- ما مدى مساهمة تطبيق إدارة جودة المنتجات في تحقيق رضا العملاء؟



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

- 2- ما دور دراسة احتياجات العملاء في تحديد جودة المنتجات؟  
3- هل ساهم تنبي مفهوم إدارة الجودة الشاملة من قبل الشركة في تحقيق رضا العملاء؟  
4- ما أثر رضا العملاء على الولاء؟

**أهداف الدراسة:**

- 1- معرفة العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة ورضا العملاء.  
2- معرفة مدى تأثير أبعاد الجودة المختلفة في تحقيق رضا العملاء.  
3- معرفة العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة والولاء الوظيفي بوجود الرضا كمتغير وسيط.

**أهمية الدراسة:**

1. توضيح أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة ومدى تأثيرها في تحقيق رغبات العملاء.  
2. توضيح أهمية رضا العملاء ومدى مساهمته في تحقيق أهداف المنظمات.

**فروض الدراسة:**

**الفرضية الرئيسية الأولى:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الجودة الشاملة والولاء، وتتفرع منها الفرضيات التالية:

- أ- هناك علاقة إيجابية بين فهم احتياجات الزبائن والولاء.  
ب- هناك علاقة إيجابية بين سهولة وإمكانية الحصول على الخدمة أو السلعة والولاء.  
ج- هناك علاقة إيجابية بين تحقيق الامان والولاء.

**الفرضية الرئيسية الثانية:** هناك علاقة ايجابية بين تطبيق الجودة الشاملة والرضا، وتتفرع منها الفرضيات التالية:

- أ. هناك علاقة إيجابية بين فهم احتياجات الزبائن والرضا.  
ب. هناك علاقة إيجابية بين سهولة وإمكانية الحصول على السلعة والخدمة والرضا.  
ت. هناك علاقة إيجابية بين تحقيق الامان والرضا.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

الفرضية الرئيسية الثالثة: هناك علاقة إيجابية بين الولاء والرضا.

الفرضية الرئيسية الرابعة: الرضا يتوسط العلاقة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة والولاء،  
وتتفرع منها الفرضيات التالية:

أ. الرضا يتوسط العلاقة بين فهم احتياجات الزبائن والولاء.

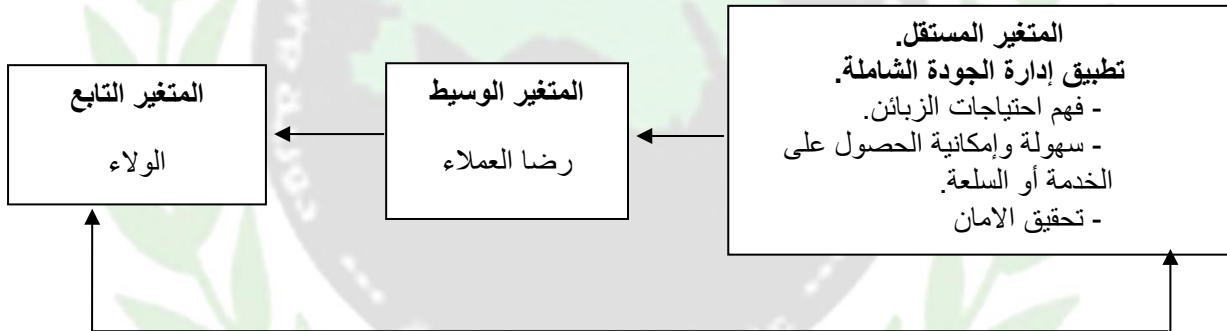
ب. الرضا يتوسط العلاقة بين سهولة الحصول على السلعة أو الخدمة والولاء.

ج. الرضا يتوسط العلاقة بين تحقيق الامان والولاء.

نموذج الدراسة:

بناءً على محاور ومتغيرات الدراسة تم وضع نموذج الدراسة المبدئي كما في الشكل أدناه.

شكل رقم (1) يوضح نموذج الدراسة



المصدر: إعداد الباحثان (2022م)

منهجية الدراسة:

أستخدم الباحثان المنهج التاريخي والمنهج الاستنباطي والمنهج الاستقرائي في عرض الدراسات السابقة والمنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاحصائي في تحليل اختبار الفرضيات.

مصادر جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات على الآتي:

1- المصادر الأولية من خلال استمارة الاستبيان.

2- المصادر الثانوية من المراجع وتقارير إدارة المبيعات وإدارة الترويج ومن الرسائل والمنشورات.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

**مجتمع الدراسة:**

يتكون مجتمع الدراسة من موظفي إدارة الموارد البشرية وقسم التدريب إدارة الجودة وقسم الترويج (شركة دال للصناعة) وقد اختيرت عينه افتراضية وحلت واختبرت فروضها.

**الدراسات السابقة:**

**1. أثر جودة الخدمات على رضا العملاء (1):**

**مشكلة الدراسة:**

نظرا " لضرورة قياس جودة الخدمة كمدخل أساسي لتطوير الجودة وتحسينها في المؤسسات الخدمية والصعوبات والتباين في كيفية قياس جودة الخدمات، والحاجات الملحة لقياس جودة الخدمات في مؤسسات الاتصال وتمثلت مشكلة الدراسة في الاسئلة التالية:

- هل تتوافق توقعات عملاء الشركة محل الدراسة مع الخدمات المدركة فعلا؟
- ماهي أهم المؤثرات التي تؤثر على جودة الخدمات المدركة من وجهة نظر العملاء؟
- هل هناك علاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء؟

**أهداف الدراسة:**

1. لفت الانتباه لأهمية الخدمات التكميلية المصاحبة لخدمة الجمهور.
2. قياس الفجوة الناتجة من الخدمة المدركة من قبل العملاء ومقارنتها بتوقعاتهم.
3. تحديد درجة رضا عملاء الشركة محل الدراسة عن الخدمة المقدمة إليهم.
4. درجة ارتباط مؤشر الاعتمادية في الخدمة التكميلية وعلاقته بجودة الخدمة.
5. تقديم التوصيات اللازمة لتحسين جودة الخدمات التكميلية للعملاء بالشركة محل الدراسة وفق مرئيات الجودة الشاملة.

(1) نزار خليل أبوبكر سليمان - أثر جودة الخدمات على رضا العملاء (دراسة حالة شركة زين للاتصالات بولاية الخرطوم (2006 - 2009) - جامعة النيلين - رسالة ماجستير - يوليو 2010 - دراسة غير منشوره.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

6. تحليل العلاقة الموجودة بين الخدمة المدركة ورضاء العملاء

7. تطبيق نموذج سيرفوكول (servqual) لقياس الفجوة الموجودة في مؤشرات جودة الخدمة.

**فروض الدراسة:**

1. توجد فروقات علاقة ذات دلالة إحصائية بين الخدمة المدركة من قبل عملاء الشركة محل الدراسة وتوقعاتهم لهذه الخدمة.

2. توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين مؤشر الملموسية المدرك والمتوقع من قبل عملاء الشركة محل الدراسة.

3. توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين مؤشر الاعتمادية المدرك والمتوقع من قبل عملاء الشركة محل الدراسة.

4. توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين مؤشر الاستجابة المدرك والمتوقع من قبل عملاء الشركة محل الدراسة.

5. توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين مؤشر الأمان المدرك والمتوقع من قبل عملاء الشركة محل الدراسة.

6. توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين مؤشر التعاطف المدرك والمتوقع من قبل عملاء الشركة محل الدراسة.

7. توجد علاقة ارتباط بين جودة الخدمة المدركة ومؤشر الاعتمادية.

**منهجية الدراسة:**

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، حيث اعتمد المنهج الوصفي على أهم المراجع والدوريات المنشورة وغير المنشورة بالإضافة الي البحوث بينما اعتمد المنهج التحليلي على الاستبيان المكمل لمعلومات الإطار النظري إضافة الي المقابلات والملاحظات الشخصية.



## 2. أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء: (1)

### مشكلة البحث:

ي طرح الباحث مشكلة البحث من خلال الاسئلة الرئيسية التالية:

- هل توجد علاقة بين تطبيق الجودة الشاملة وتحقيق رضا العملاء في الشركة السودانية لتوليد  
الحراري للكهرباء؟

- كيف يتم تطبيق الجودة الشاملة على الخدمات التي تقدمها هذه الشركة؟

- ماهي الخطوات المطلوبة لتطبيق إدارة الجودة الشاملة؟

- ماهي الآثار الناتجة عن تطبيق ادارة الجودة الشاملة بالشركة السودانية لتوليد الكهرباء؟

### أهداف البحث:

- دراسة تأثير إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء.

- دراسة مدى تأثير إدارة الجودة الشاملة على تطوير عملية توليد الكهرباء.

- اقتراح بعض الحلول التي تصف تطبيق نظام الجودة الشاملة.

- عكس أهمية الجودة في القطاعات الخدمية في السودان وخاصة خدمات الكهرباء.

### فروض البحث:

- إدارة الجودة الشاملة لها أثر في تطوير الشركة السودانية لتوليد الحراري.

- هناك علاقة بين تطبيق إدارة الجودة الشاملة بالشركة ورضا العملاء.

- تطبيق نظام الجودة الشاملة في شركات الكهرباء يؤثر إيجاباً في التنبؤ باحتياجات العملاء

واستقطابهم.

(1) عبدالمنعم إسحق سليمان إبراهيم – أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على رضا العملاء (تطبيق على الشركة السودانية لتوليد الكهرباء الحرارية )  
(2010-2012) - جامعة الزعيم الأزهرى - رسالة ماجستير - اغسطس 2012 - دراسة غير منشوره.





المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

**منهجية الدراسة:**

يستخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي الإحصائي الاستقرائي ودراسة الحالة واعتمد في الحصول على البيانات من المصادر الثانوية من الكتب والدوريات والمجلات العلمية اما البيانات الأولية تم الحصول عليها عن طريق الاستبيان.

**3. أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء (1) :**

**مشكلة البحث:**

تتمثل مشكلة البحث في ما مدى تأثير جودة الخدمات المصرفية على رضا العميل؟

تندرج تحت هذا السؤال المحوري اسئلة فرعية على النحو التالي:

1. كيف يقيم العملاء جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة؟

2. ماهي المؤشرات التي يستخدمها العملاء في تقييم جودة الخدمة؟

3. هل هناك ارتباط بين جودة الخدمة المدركة ورضا العميل؟

**أهداف البحث:**

1. تقديم إطار نظري يحدد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة والمؤشرات ونماذج تقييمها وسبل

تحسينها بالإضافة الي التعريف بالرضا وخصائصه وطرق قياسه.

2. تحليل العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء.

3. تطبيق نموذج لتقييم جودة الخدمة المقدمة.

4. التأكيد على أهمية جودة الخدمة المقدمة كمصدر للميزة التنافسية في ظل الانفتاح على السوق

العالمي.

(1) رندا عطا قسم الله فضل المولى – أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء (دراسة تطبيقية على البنك السوداني الفرنسي من الفترة 2005-2011) - جامعة الزعيم الأزهرى – رسالة ماجستير – اغسطس ( 1433 هـ -2012م) – دراسة غير منشوره.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

5.التوصل الي بعض النتائج والاقتراحات التي من الممكن ان تساهم في تطور جودة الخدمة في المصارف السودانية.

**فروض البحث:**

- 1.هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العميل.
- 2.توسع تشكيلة الخدمات تؤدي الي رضا العميل وجذب عملاء جدد.
- 3.جودة الخدمة المصرفية تؤدي الي تحسين اداء المصارف.
4. أثر جودة خدمات تأمين السيارات في رضا العملاء(1):

**مشكلة البحث:**

تتمثل مشكلة البحث في تدني مستوى جودة الخدمات التأمينية التي تقدمها شركات التأمين السودانية بفرع تأمين السيارات وتتمثل أهم ملامح هذا التدني في ضعف مهارات استقبال وتقديم الخدمة من قبل مقدمي الخدمة (الموظفين) بفرع تأمين السيارات بالإضافة الي ضعف الاستجابة لشكاوى ومقترحات عملاء فرع السيارات ولجوء شركات التأمين الي المماطلة والتأخير في سداد المطالبات المستحقة للعملاء بفرع السيارات وفرض مبالغ تحمل واستهلاك عالية بقية تحميل جزء كبير من الخسارة للعملاء وغير ذلك.

من المشاكل الأخرى المتعلقة بفرع السيارات التي ادت الي تدني مستوى جودة الخدمة التي يقدمها فرع السيارات بشركات التأمين السودانية.

تحاول هذه الدراسة البحث في معايير جودة الخدمات التأمينية المتمثلة في العناصر (الملموسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، العناية والاهتمام الشخصي، الثقة، الامان) وإمكانية تطبيقها على فرع تأمين السيارات بشركات التأمين السودانية بهدف ضمان جودة الخدمة المقدمة.

(1) هيام ابراهيم شيخ الدين – أثر جودة خدمات تأمين السيارات في رضا العملاء (شركة شيكان للتأمين و إعادة التأمين فرع الابيض)- جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا – رسالة ماجستير –2012 – دراسة غير منشوره.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

**أهداف البحث:**

1. يهدف البحث الي التعرف على مدى امكانية تطبيق معايير جودة الخدمة في فروع تأمين السيارات في شركات التأمين السودانية.
2. الكشف عن الأبعاد التي يستخدمها العملاء في تقييم جودة الخدمة في فروع تأمين السيارات في شركات التأمين السودانية.
3. التعرف على مستوى رضا العملاء بفرع تأمين السيارات بشركة شيكان للتأمين وإعادة التأمين عن جودة الخدمة التي يقدمها هذا الفرع.

**فروض البحث:**

- أ. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للعناصر الملموسة لخدمة تأمين السيارات على رضا العملاء في شركات التأمين السودانية.
- ب. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للثقة والثبات (الاعتمادية) في مستوى اداء خدمة تأمين السيارات على رضا العملاء عن جودة الخدمة في الشركات السودانية.
- ج. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لسرعة الاستجابة (المصدقية) في مستوى اداء خدمة تأمين السيارات على رضا العملاء عن جوده الخدمة في الشركات السودانية.
- د. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية في شعور العملاء بالثقة والامان (الضمان) في مستوى اداء خدمة تأمين السيارات على رضا العملاء عن جودة الخدمة في الشركات السودانية.

**منهجية البحث:**

- اعتمد الباحث على المنهج التاريخي والمنهج الاستنباطي والمنهج الاستقرائي في عرض الدراسات السابقة والمنهج الوصفي التحليلي والمنهج الإحصائي في تحليل واختبار الفرضيات.
5. جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا الزبون (1):

(1) آدم يعقوب ابرك حماد - جودة الخدمات المصرفية و أثرها على رضا الزبون (دراسة ميدانية على مصرف الإنذار والتنمية الاجتماعية) - جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا - رسالة ماجستير - 2014 - دراسة غير منشوره.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

مشكلة البحث: تكمن مشكلة الدراسة في الخدمات المصرفية بالبنمطية من حيث الطبيعة الإجرائية وقد تلقي النمطية امكانيات التميز في الخدمة والتي تعد من متطلبات التنافس هذه النمطية دفعت المصارف نحو تحسين خدماتها والاهتمام بجودتها من أجل اشباع حاجات ورغبات الزبائن وكسب رضاهم وولائهم ومن ثم تغطية الارباح.

يقوم المصرف بتقديم خدمات مصرفية متنوعة ومتعددة وفقاً لمستوى جوده معين وتعتقد إدارة البنك أنها تحقق من خلال الميزة التنافسية المطلوبة لتحقيق رضا عملاء المصرف والاحتفاظ بهم إلا أن عملية تحسين وتطوير جودة الخدمات المقدمة يجب أن تبنى وفق رغبات واحتياجات العملاء وفقاً للمفهوم الحديث للتسويق.

تتمثل مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

- أ. ماهي قدرة واتجاه العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ورضا الزبون؟
- ب. ماهي قوة واتجاه العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية ورضا الزبون؟
- ج. ماهي قوة واتجاه العلاقة بين الاعتمادية ورضا الزبون؟
- د. كيف يمكن تحديد العلاقة بين الاستجابة ورضا الزبون؟

**أهداف الدراسة:**

- أ. تقديم إطار نظري يحدد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية والمؤشرات ونماذج تقسيمها وسبل تحسينها بالإضافة الي التعريف بالرضا وخصائصه وطرق قياسه.
- ب. تحليل العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العميل.
- ج. توفير معلومات تساعد إدارة البنك في قياس جودة ما تقدمه من خدمات مصرفية وتحديد أهم العوامل التي يوليها العملاء أهمية نسبية عالية خاصة عند تقييمهم لجودة تلك الخدمات وذلك لمعرفة اولويات التطور.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

**فرضيات الدراسة:**

الفرضية الرئيسية توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية بين أبعاد وجودة الخدمة ورضا الزبائن  
تنبثق منها الفرضيات التالية:

- أ. هناك علاقة ارتباط إيجابية بين الملموسية ورضا الزبون.
- ب. توجد علاقة ارتباط بين الاعتمادية ورضا الزبون.
- ت. هناك علاقة ارتباط إيجابية معنوية بين الاستجابة ورضا الزبون.

**منهج الدراسة:**

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لموضوع الدراسة من اجل وصف الخلفية النظرية للموضوع وذلك نسبة لملائمة المنهج الوصفي لطبيعة الموضوع ومن ثم التوجه الي ميدان الدراسة وجمع البيانات الخاصة بالمصرف وتبويبها بهدف اختبار الفرضيات واستخلاص النتائج.

**المقارنة بين الدراسات السابقة:**

اتفقت الدراسة مع الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي لوصف الظاهرة محل الدراسة بينما كان الاختلاف في ان الدراسة السابقة تناولت رضا العملاء في مجال الخدمات المصرفية وخدمات تأمين السيارات بينما تناولت الدراسة الحالية رضا العملاء من جانب الخدمات والمنتجات من خلال اختبار ابعاد جودة المنتجات والخدمات.



### مفهوم وإدارة الجودة الشاملة Total Quality Management

إدارة الجودة الشاملة هي عبارة عن فلسفة عامة تقدم على مجموعة من الأفكار التي تمثل تحولاً عملياً ومجموعة من المفاهيم والمعتقدات والممارسات الإدارية التي جمعت من قبل مجموعة كبيرة من العلماء خلال فترة الثلاث أو الأربعة عقود الماضية.

عرف (Okland 2000) إدارة الجودة الشاملة بأنها عبارة عن منهج إداري لتحسين درجة المنافسة، الفعالية والمرونة للمنظمة ككل، وهي طريقة لمعرفة جميع الأنشطة وتعتمد على جميع الأفراد في جميع المستويات الإدارية.

#### المراحل التاريخية لتطور إدارة الجودة الشاملة:

إن الجودة الشاملة ليست ابتكاراً من ابتكارات القدرة الصناعية كما يدعي الغرب بل أنها كانت في القرن الثامن عشر قبل الميلاد عند البابليين في العراق، وخير شاهد على ذلك ما ورد في حيلة حمورابي من أنظمة وقوانين تنتشر بشكل واضح إلى الجودة في جميع مجالات الحياة (العزاوي، 2002م، ص 7).

والأهرامات في مصر شاهد على جودة أداء الفراعنة في بناء وصيغ جدران المعابد المصرية وكان ذلك في القرن الخامس عشر الميلادي (الدرادكة والشبلي، 2002م، ص 35).

وفي ظل المفهوم الإسلام للجودة هناك دلالات واضحة على تأكيد الإسلام للأخذ بالجودة.

إن أول مدرسة (جامعة) طبقت معايير الجودة، مدرسين وطلبة ومنهج دراسة هي المدرسة المستنصرية التي افتتحها الخليفة العباسي المنتصر بالله في العام (635) هـ بعد أن استمر بناءها (6) سنوات وتكلفة سبعمائة ألف دينار (العلي وآخرون / 1983م، ص 510).

إن المتتبع لمراحل تطور هذا المفهوم يري أنه قد مر بسبعة مراحل هي:



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

1. **مرحلة ما قبل الثورة الصناعية:** مرحلة ضبط العامل المنفذ للجودة (Oprerator) تتلخص

بأن عاملاً أو مجموعة من العمال مسئولون عن تصنيع المنتج بالكامل بوحدة تصنيعية مصغرة (عقلي، 2001م، ص 22) وفي هذه المرحلة كان الاحساس بالإنجاز والفخر موجوداً لدى العامل الذي يخلق حافزاً للعمل لديه (حلاوي، 2000م، ص 11)

2. **مرحلة ما بعد الثورة الصناعية:** ضبط رئيس العمال للجودة forman من بداية القرن العشرين حتى أواخر العقد الثاني منه نتيجة لتوسع المصانع والتخصص في العمل وظهور الصناعات الحديثة وتوسعها فقد أدى إلى أن يتوزع العمل إلى أكثر من عامل وتطلب ذلك أن يكلف رئيس العمال بمسئولية الجودة في الإنتاج.

3. **مرحلة الإدارة العلمية:** ضبط الجودة والتفتيش Inspection ظهرت مطلع القرن العشرين بزيادة فريدريك ونسلو تيلور إذ اهتمت فيها بالوقت والحركة time and motion وسبل تخفيض الإنتاج من خلال الحركة والهدر والضياع وقد رفض الحرب العالمية الأولى 1914م بظلالها على الصناعة وأنظمتها على أساليب الإنتاج وأصبح رئيس العمال مسئولاً عن إعداد كبيرة من العمال فأدى ذلك إلى ظهور المفتش وتطلب ذلك مفتشين في ورش الإنتاج متخصصين لإنجاز مهمة التفتيش وقد وضعت مواصفات قاسية في التصنيع وعمليات تفتيش صارمة سميت بالرقابة البوليسية (Police control).

4. **مرحلة ضبط الجودة إحصائياً:** sbatistical quality control أن زيادة الإنتاج بشكل كبير زاد من تعقيد التفتيش الكلي بنسبة 100% مما أدى إلى ضرورة اتباع أسلوب فحص العينات (sampling lngpeetion) مع الاعتماد على لوحات الضبط، ويعد العالم والترشيوران (hraltersherart) من مؤسسي ومطوري نظرية ضبط الجودة الإحصائية.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

أن نمطية المنتج وفق مقاسات موحدة مكنت من استخدام الأساليب والأدوات الإحصائية في مجال الرقابة وبرز من استخدم الرقابة الإحصائية على الجودة العالم أدورد ديمينج ( Edwerd Deming) (عقلي ، 2002 ، ص 23 - 24).

5.مرحلة ضمان الجودة: **qualib byas suranee** نتيجة لما حققه اليابانيون من ايجابيات ملموسة بتطبيقهم فكرة حلقات الجودة والتي حققوا من خلالها الإنتاج الخالي من العيوب ( zero defective) وهي تتطلب رقابة شاملة على العمليات كافة وجهود مشتركة من الإدارة المعنية كافة بتنفيذ مراحل العمل وقد تم اعتماد ثلاثة أنواع من الرقابة (الوقائية ، المرحلية ، البعدية). وقد أصبح ضمان الجودة إحدى الاستراتيجيات الأساسية التي تقوم عليها إدارة الجودة الشاملة فالإنتاج من دون أخطاء يعني إنتاج عالي الجودة وهو الجسر الذي تعبر المؤسسة من خلاله إلى تحقيق الرضا لدى المستفيدين (العالي وآخرون، 2002م ، ص 12-15).

6.مرحلة إدارة الجودة الشاملة: **Bbrategic Quality Management** وظلت التجارة العالمية في حالة منافسة شديدة بين الشركات لكسب حصص البر من السوق ولا سيما الشركات اليابانية وقد اعتمدن شركة (IMB) إدارة الجودة الاستراتيجية لمواجهة التقدم والزحف الياباني ونفذت المعايير الآتية:

- رضا المستفيدين وتلبية ما يريده.
- الجودة مسئولية الجميع من قمة الهرم التنظيمي حتى قاعدته.
- المطلوب تحقيق الجودة في كل شيء (الأنظمة، الثقافة التنظيمية، الهيكل التنظيمي ، أساليب وإجراءات العمل).
- أن إدارة الجودة الاستراتيجية تركز على الجودة وإرضاء المستهلك هي الأساس الذي تقوم عليه استراتيجيات المؤسسات العالمية في الوقت الحاضر (عقلي، 2002م، ص 27-28).





المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

7.مرحلة إدارة الجودة الشاملة: **Total Quality Management** أن زيادة شركات

المنافسة العالمية واكتساح الصناعة اليابانية للأسواق العالمية دفع بالمؤسسات الأمريكية إلى تطوير وتوسيع مفهوم إدارة الجودة الاستراتيجية بإضافة جوانب أكثر شمولاً وعمقاً ، واستخدمت أساليب متطورة لتحسين الجودة والتعامل مع المستفيدين والموردين وتفضيل أساليب تأكيد الجودة ليصبح أسلوباً رقابياً استراتيجياً للجودة.(1)

ثانياً: **رضاء العملاء**

**مفهوم رضا الزبون:**

فيما يلي تقدم مجموعة من التعاريف الخاصة برضا الزبون والتي تطرق إليها بعض الباحثين.  
- تعريف (1960) Peter olsonHowarShelh) رضا الزبون هو الدرجة التي في حدودها توقعات الزبون لا عادة شراء منتج أو خدمة، تكون مستجابة (متحققة، منجزة) أو تفوق تلك التوقعات.

تعريف (2000) (Kotler)(2)

رضا الزبون هو إحساس الزبون بالمتعة او خيبة الأمل الناتجة عن مقارنته لأداء لمنتج المقدم له (المدرک) بتوقعاته السابقة عن هذا المنتج.

**خصائص رضا العملاء:**

1/ الرضا الذاتي: يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين اساسيين هما طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من فهمه والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى ، فنظرة العميل هي الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار فيما يخص موضوع الرضا، فالعميل لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية فه يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة، فالعميل الذي يرى بأن الخدمة المقدمة بأنها أضمنت من الخدمات المنافسة، يراها عميل اخر

(1)سوسن شاكر مجيد ومحمد عواد الزيان، إدارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعليم، عمان، دار صفاء، 2007، ص 43-46.

(2) herkin ampal sigh the importance of customer salis faction to customer loyalty and retention V.C.T.2006,PL



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

بأنها أقل جودة من الخدمات الموجودة في السوق ومن هنا تظهر أهمية الانتقال من النظرة الداخلية التي تركز على (الجودة. المطابقة) إلى النظرة الخارجية التي تعتمد (الجودة. ورضا المطابقة) فالمؤسسة يجب ان لا تقدم خدمات وفق مواصفات ومعايير محددة وانما تنتج وفق ما يتوقعه و يحتاجه العميل .وأن الخاصية الذاتية للرضا ينتج عنها ضرورة وجود عناصر مادية خاصة بالأنشطة، أي جعل العناصر المعنوية ملموسة، حتى نجعل جودة الخدمة مرئية ومن أجل إظهار الخفي لدى العميل.

2/ الرضا النسبي: . لا يتعلق الرضا بحالة مطلقة وانما بتقدير نسبي فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال تطرقه لمعايير السوق. فبرغم ان الرضا ذاتي إلا انه يتغير حسب مستويات التوقع. ففي حلة عميلان يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن ان يكون رأيهما حولها مختلف تماماً لأن توقعاتهما الأساسية نحو الخدمة المختلفة وهذا يفسر لنا بأنه ليست الخدمات الأحسن هي التي تباع بمعدلات كبيرة فالمهم ليس أن تكون الأحسن ولكن يجب أن تكون الأكثر توافقاً مع توقعات العملاء ، من هنا يمكن أن نفهم شكل أفضل دور مهم لتقسيم السوق في مجال التسويق ، فليس تحديد القطاعات السوقية وانما لتحديد التوقعات المتجانسة للعملاء من أجل تقديم خدمات تتوافق مع هذه التوقعات .

3/ الرضا تطوري: يعتبر رضا العميل من خلال تطوير هذين المعيارين، مستوى التوقع من جهة مستوى الأداء المدرك من جهة أخرى فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل ان تعرف تطوراً نسبة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمة المقدمة وذلك بسبب زيادة المنافسة، ونفس الشيء بالنسبة لإدراك العميل لجودة الخدمة الذي يمكن ان يعرف هو ايضاً تطوراً اخر خلال عملية تقديم الخدمة.

أن قياس رضا العميل أصبح يتبع نظام يتوافق مع هذه التطورات عن طريق الأخذ في الحسان جمعي التغيرات الحاصلة.



اختبار الفرضية الاولى: العلاقة بين تطبيق الجودة الشاملة والولاء:

تنص الفرضية الرئيسية الاولى على انه توجد علاقة ايجابية ذات تأثير معنوي بين تطبيق ادارة الجودة الشاملة والولاء، واختبار هذه الفرضية تم استخدام اسلوب تحليل المسار. شكل يوضح الفرضية الاولى: هنالك علاقة ايجابية بين التميز في ادارة العمليات الخدمية والميزة التنافسية (التكلفة الاقل).

تم استخدام اسلوب تحليل المسار للتعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة المستقلة تطبيق ادارة الجودة الشاملة والولاء باستخدام البرنامج الاحصائي AMOS23 وفي ضوء افتراض التطابق بين مصفوفة التباين (للمتغيرات الداخلة في التحليل) والمصفوفة المفترضة من قبل النموذج والتحليل ينتج العديد من المؤشرات الدالة على جودة هذه المطابقة والتي يتم قبول النموذج المفترض للبيانات او رفضه في ضوءها والتي تعرف بمؤشرات جودة النموذج. تشير اوزان معاملات الانحدار في العلاقة بين ادارة الجودة الشاملة والولاء الي انخفاض تأثير المتغير المستقل سهولة وامكانية الحصول على الخدمة او السلعة حيث بلغت قيمته (0.15) ويمكننا ملاحظة الاثر المباشر اعتمادا على معاملات الارتباط المتعدد ( $R^2$ ) حيث بلغت 0.22 اما بقية الابعاد فكانت معاملات الانحدار مرتفعة نسبيا حيث بلغت للمتغير فهم احتياجات الزبائن (0.45) ويفسر 0.22 من التباين. كما بلغت للمتغير الامان (0.53) ويفسر 0.47 من التباين. كما في الشكل رقم ( ) ومن التحليل نجد ان هنالك علاقة معنوية بين تطبيق ادارة الجودة الشاملة والولاء اذ بلغت قيمة مربع كاي (62.973) وهي ليست مهمة احصائيا عند مستوي (0.05) وبلغت قيمة (RMR) اقل من 0.10. و مؤشر جودة المطابقة (GFI) و مؤشر المطابقة المقارن (CFI) اكبر من 0.90 وبالنظر الي الجدول رقم ( ) الذي يبين قيم معاملات المسار نجد ان بعد سهولة وامكانية الحصول على الخدمة او السلعة وبعد الامان لم



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

تكن ذات دلالة علي الولاء اما بعد فهم احتياجات الزبائن لم وتحقيق الامان بلغا مستوى الدلالة عند مستوي (0.05) فاعل.

جدول يوضح نتائج الفرضية الاولى (1)

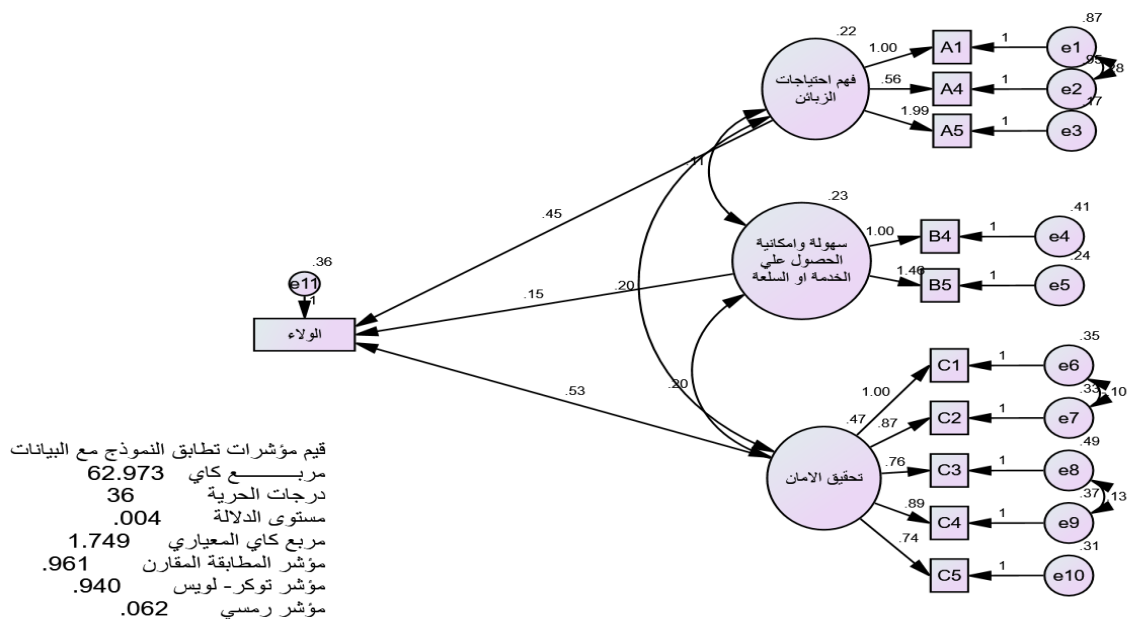
هنالك علاقة ايجابية بين تطبيق الجودة الشاملة والولاء

م	العلاقات	التقديرات Estimates	الخطاء المعيار S.E	القيمة الدرجة CR	الدلالة P	النتيجة
1	فهم احتياجات الزبائن	.449	.173	2.593	.010	دعمت
2	سهولة وإمكانية الحصول علي الخدمة	.149	.156	.955	.340	لم تدعم
	الأمان	.528	.132	3.991	***	دعمت

المصدر إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية (2021م)

مستوي المعنوية:  $p < 0.10$ ,  $**p < 0.05$ ,  $***p < 0$ .

الشكل رقم (1) يوضح نتائج الفرضية الاولى العلاقة بين تطبيق الجودة الشاملة والولاء



المصدر إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية (2021م)



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

الفرضية الثانية: العلاقة بين تطبيق الجودة الشاملة على الرضا:

تنص الفرضية الرئيسية الثانية على انه توجد علاقة ايجابية ذات تأثير معنوي بين تطبيق الجودة الشاملة على الرضا.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اسلوب تحليل المسار للتعرف على العلاقة بين متغيرات الدراسة المستقلة تطبيق ادارة الجودة الشاملة والرضا باستخدام البرنامج الاحصائي AMOS23 وفي ضوء افتراض التطابق بين مصفوفة التباين (للمتغيرات الداخلة في التحليل) والمصفوفة المفترضة من قبل النموذج والتحليل ينتج العديد من المؤشرات الدالة على جودة هذه المطابقة والتي يتم قبول النموذج المفترض للبيانات او رفضه في ضوءها والتي تعرف بمؤشرات جودة النموذج .

تشير اوزان معاملات الانحدار في العلاقة بين ادارة الجودة الشاملة والرضا الي انخفاض تأثير المتغير المستقل فهم احتياجات الزبائن حيث بلغت قيمته (0.13) ويمكننا ملاحظة الاثر المباشر اعتمادا على معاملات الارتباط المتعدد ( $R^2$ ) حيث بلغت 0.17 اما بقية الابعاد فكانت معاملات الانحدار مرتفعة نسبيا حيث بلغت للمتغير سهولة وامكانية الحصول على الخدمة او السلعة (0.25) ويفسر 0.28 من التباين. كما بلغت للمتغير الامان (0.50) ويفسر 0.42 من التباين. كما في الشكل رقم ( ) ومن التحليل نجد ان هنالك علاقة معنوية بين تطبيق ادارة الجودة الشاملة والرضا اذ بلغت قيمة مربع كاي (59.898) وهي ليست مهمة احصائيا عند مستوي (0.05) وبلغت قيمة (RMR) اقل من 0.10 . و مؤشر جودة المطابقة (GFI) و مؤشر المطابقة المقارن (CFI) اكبر من 0.90 وبالنظر الي الجدول رقم ( ) الذي يبين قيم معاملات المسار نجد ان بعد سهولة وامكانية الحصول على الخدمة او السلعة وبعد الامان كانت ذات دلالة على والرضا اما بعد فهم احتياجات الزبائن لم يبلغ مستوي الدلالة عند مستوي (0.05) فاقل



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

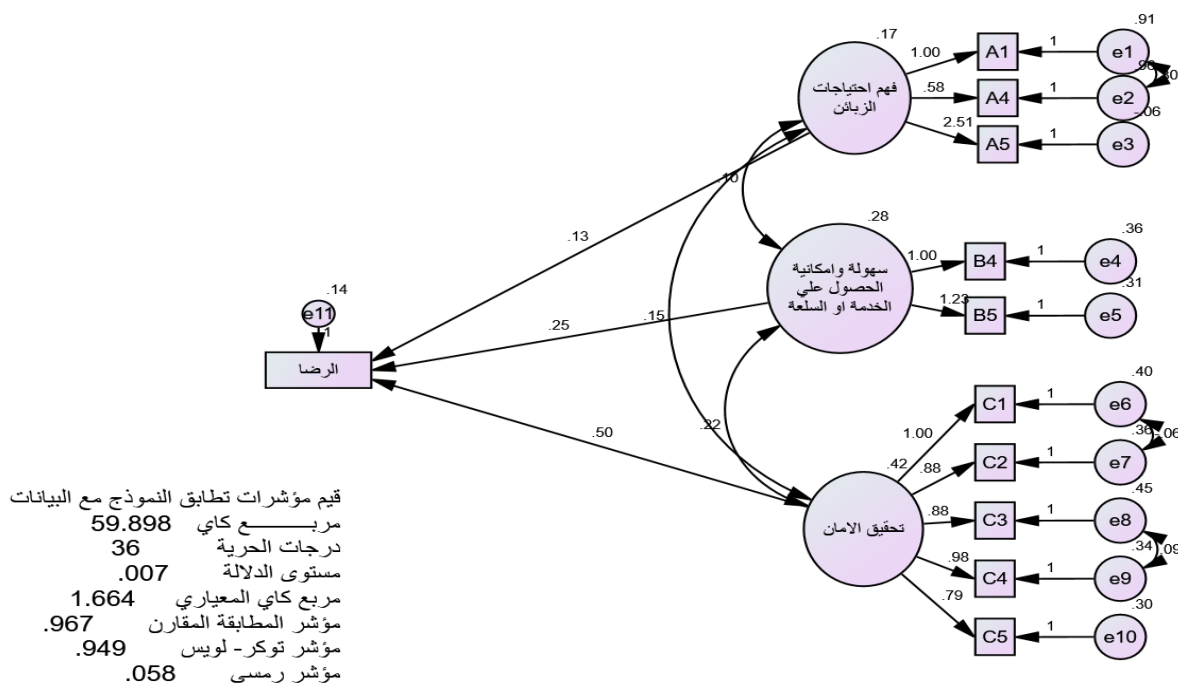
جدول يوضح نتائج الفرضية الثانية (2) هنالك علاقة ايجابية بين التميز في ادارة العمليات الخدمية والميزة التنافسية (التكلفة الاقل)

م	العلاقات	التقديرات Estimates	الخطأ المعيار S.E	القيمة الدرجة CR	الدلالة P	النتيجة
1	فهم احتياجات الزبائن	.128	.093	1.376	.169	لم تدعم
2	سهولة وامكانية الحصول على الخدمة	.249	.108	2.303	.021	دعمت
	الامان	.504	.094	5.350	***	دعمت

المصدر إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية (2021م)

مستوي المعنوية:  $p < 0.10$ ,  $**p < 0.05$ ,  $***p < 0.001$

الشكل رقم (2) يوضح نتائج الفرضية الثانية العلاقة بين تطبيق الجودة الشاملة والرضا



المصدر إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية (2021م)



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

الفرضية الثالثة: العلاقة بين الرضا والولاء

تنص الفرضية الرئيسية الاولى على انه توجد علاقة ايجابية ذات تأثير معنوي بين الرضا والولاء، واختبار هذه الفرضية تم استخدام اسلوب تحليل المسار للتعرف علي العلاقة بين متغيرات الدراسة المستقلة الرضا والولاء باستخدام البرنامج الاحصائي AMOS23 وفي ضوء افتراض التطابق بين مصفوفة التباين (للمتغيرات الداخلة في التحليل) والمصفوفة المفترضة من قبل النموذج والتحليل ينتج العديد من المؤشرات الدالة علي جودة هذه المطابقة والتي يتم قبول النموذج المفترض للبيانات او رفضه في ضوءها والتي تعرف بمؤشرات جودة النموذج .

تشير اوزان معاملات الانحدار في العلاقة بين التميز في ادارة العمليات الخدمية والميزة التنافسية (الابداع والاستجابة) الي ارتفاع تأثير المتغير المستقل الرضا حيث بلغت قيمته (1.27) ويمكننا ملاحظة الاثر المباشر اعتمادا على معاملات الارتباط المتعدد ( $R^2$ ) حيث بلغت 0.17. كما في الشكل رقم ( ) ومن التحليل نجد ان هنالك علاقة معنوية بين الرضا والولاء اذ بلغت قيمة مربع كاي (6.262) وهي ليست مهمة احصائيا عند مستوي (0.05) وبلغت قيمة (RMR) اقل من 0.10 . و مؤشر جودة المطابقة (GFI) و مؤشر المطابقة المقارن (CFI) اكبر من 0.90 وبالنظر الي الجدول رقم ( ) الذي يبين قيم معاملات المسار نجد ان بعد الرضا كانت ذات دلالة على الولاء حيث بلغ مستوي الدلالة عند مستوي (0.05) فاقل.

جدول يوضح نتائج الفرضية الثالثة (3) هنالك علاقة ايجابية بين الرضا والولاء

م	العلاقات	التقديرات Estimates	الخطأ المعيار S.E	القيمة الحرية CR	الدلالة P	النتيجة
1	والاجراءات	1.269	.213	5.951	***	دعمت

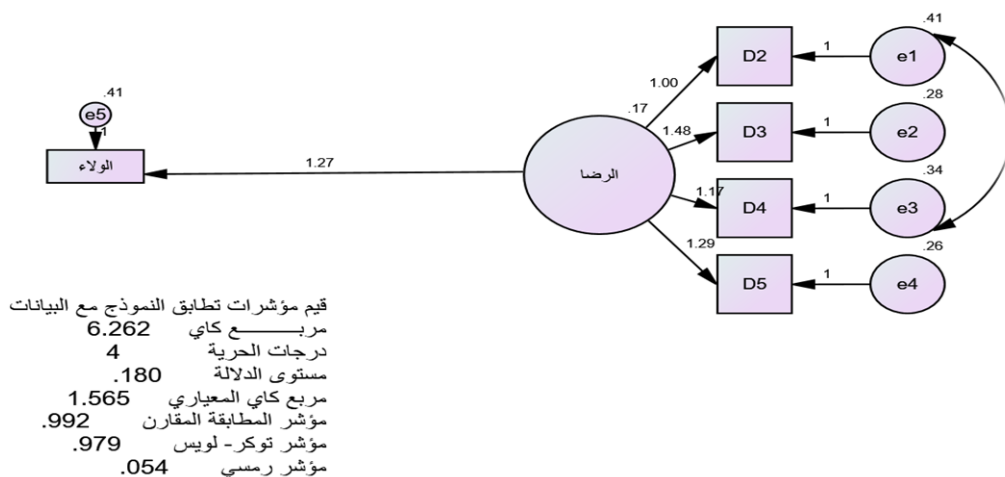
المصدر إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية (2021)

مستوي المعنوية:  $p < 0.10$ ,  $p < 0.05$ ,  $p < 0.001$



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

شكل (3) يوضح نتائج الفرضية الثالثة العلاقة بين الرضا والولاء



المصدر إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2021م

اختبار الفرضية الرابعة: ان الرضا يتوسط العلاقة بين تطبيق ادارة الجودة الشاملة والولاء .

تنص الفرضية الرئيسية الرابعة على ان الرضا يتوسط العلاقة بين تطبيق ادارة الجودة الشاملة والولاء

لاختبار العلاقة الوسيطة تم الاعتماد على تحليل المسار بطريقة BOOTSTRAP والتي تشير الي الشروط التالية:

1. اذا كانت العلاقة غير المباشرة بين المتغير المستقل والمتغير التابع كانت معنوية فتوجد علاقة توسط للمتغير الوسيط.

2. إذا كانت العلاقة الغير مباشرة بين المتغير المستقل والمتغير التابع غير معنوية فلا يوجد توسط.

3. إذا كانت العلاقة المباشرة بين المتغير المستقل والمتغير التابع معنوية يكون هنالك توسط جزئي للمتغير الوسيط.





المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

4. إذا كانت العلاقة المباشرة بين المتغير المستقل والمتغير التابع غير معنوية يكون هنالك توسط كامل للمتغير الوسيط.

وتم استخدام أسلوب تحليل المسار Path analysis باستخدام برنامج (spss.21) المدعوم ببرنامج AMOS.23 بطريقة BOOTSTRAP للتحقق من وجود أثر للرضا في العلاقة بين تطبيق ادارة الجودة الشاملة والولاء تشير نتائج التحليل الي وجود أثر للرضا في العلاقة بين تطبيق ادارة الجودة الشاملة و الولاء اذ بلغت قيمة مربع كاي(331.634) عند مستوي (0.000) وهي غير مهمة احصائيا وبلغت قيمة (RMR) اقل من 0.10. و مؤشر جودة المطابقة (GFI) و مؤشر المطابقة المقارن (CFI) اكبر من 0.90 حيث بلغت نجد انه يوجد علاقة توسط للرضا في العلاقة بين فهم احتياجات الزبائن والولاء، كما توجد علاقة توسط بين سهولة وامكانية الحصول على الخدمة او السلعة والولاء كما توجد علاقة توسط للرضا بين تحقيق الامان والولاء.

جدول (5) يوضح جودة الخدمة الداخلية (جودة التفاعل ومستوي التعاون) يتوسط العلاقة بين التميز في ادارة العمليات الخدمية والميزة التنافسية

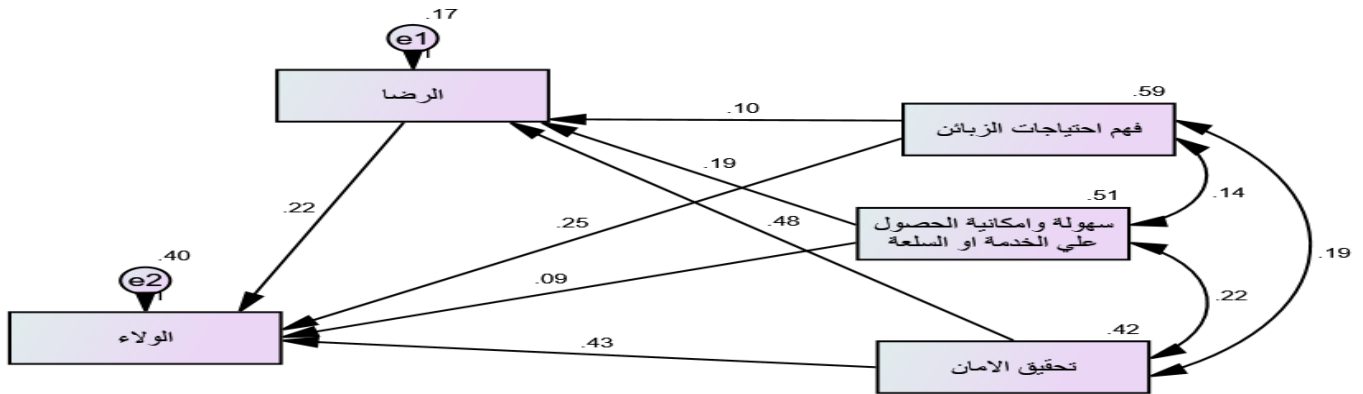
م	الفرضيات	العلاقات غير المباشرة	العلاقات المباشرة	النتيجة
1	فهم احتياجات الزبائن <-- الرضا <-- الولاء	0.059	0.001	جزئي توسط
2	سهولة وامكانية الحصول على الخدمة او السلعة <-- الرضا <-- الولاء	0.033	0.303	توسط كامل
3	تحقيق الامان <-- الرضا <-- الولاء	0.051	0.001	توسط جزئي

مستوي الدلالة :  $p < 0.001$ ,  $p < 0.05$ ,  $p < 0.10$ \*



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

شكل رقم (5) أثر المتغير الوسيط جودة الخدمة الداخلية (وجودة التفاعل ومستوى التعاون) يتوسط العلاقة بين التميز في دارة العمليات الخدمية والميزة التنافسية



قيم مؤشرات تطابق النموذج مع البيانات  
مربع كاي .000  
درجات الحرية 0  
مستوى الدلالة .05  
مربع كاي المعياري  $\chi^2$   
مؤشر المطابقة المقارن 1.000  
مؤشر توكر- لويس  $\lambda$   
مؤشر رمسي  $\chi^2/df$



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

نموذج الدراسة المعدل

بناءً علي نتائج التحليل العاملي التوكيدي والاعتمادية بقيت محاور وأبعاد جميع المتغيرات كما هي في النموذج الأولى للدراسة في الإطار المنهجي، وذلك كما في الشكل التالي.



المصدر إعداد الباحثان من بيانات الدراسة الميدانية 2021م



### النتائج والتوصيات

#### أولاً: النتائج:

#### نتائج البيانات الديموغرافية:

1. وجد ان نسبة حملة الشهادات الجامعية 65% وهي أكبر نسبة تليها حملة الشهادات فوق الجامعية بنسبة 22.2% مما يدل على أن المؤسسة لديها كوادر متعلمة.
2. وجد أن التخصص الأكاديمي لمتخصصين تخصصات أخرى نسبة 52% وهي أكبر نسبة تليها نسبة المتخصصين في إدارة الأعمال بنسبة 23.2% ثم المتخصصين في مجال المحاسبة 15.2%.
3. وجد أن نسبة التخصص الوظيفي حيث بلغت 48.8% من العينة تليها نسبة وظيفة مبيعات بنسبة 24.2% ثم وظيفة تسويق بنسبة 14.1% ووظيفة موارد بشرية بنسبة 0.1% والذين لم يستجيبوا بنسبة 0.5%.
4. وجد ان نسبة الموظفين بلغت نسبتهم 81.3% وهي أكبر تليها العاملين في وظيفة رئيس قسم بنسبة 10.6% والشاغرين لوظيفة مدير إدارة بنسبة 7.1% الذين لم يستجيبوا بنسبة 1.0%.
5. وجد أن غالبية سنوات الخبرة 72.2% وتشكل أكبر نسبة تليها الفئة من 10 15 سنة حيث بلغت 16.2% ثم الفئة أكثر من سنة بلغت نسبة 7.1% واخيراً الفئة من 15-20 سنة بنسبة 4.5%.

#### نتائج إثبات الفروض:

1. توجد علاقة إيجابية بين تطبيق الجودة الشاملة والولاء.
2. يوجد علاقة إيجابية تطبيق الجودة الشامل على الرضا.



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

3. لا توجد علاقة إيجابية في فهم احتياجات الزبائن والرضا.

4. توجد علاقة إيجابية بين الرضا والولاء.

5. توجد علاقة إيجابية بين الرضا والولاء والإجراءات.

ثانياً التوصيات:

1. على شركة دال للصناعات الغذائية زيادة درجة الاهتمام بتطبيق إدارة الجودة الشاملة لما لها

من علاقة في زيادة ولاء العملاء مما يؤدي إلى الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.

2. على شركة دال للصناعات الغذائية الاهتمام بكيفية تحقيق رضا العملاء لان رضا العملاء

يؤدي إلى تحقيق الولاء.

3. على شركة دال للصناعات الغذائية زيادة الاهتمام في مسألة فهم احتياجات الزبائن بصورة

دقيقة جداً والعمل على تحقيق او تلبية احتياجات الزبائن وحتى التنبؤ بها مستقبلاً إذ اثبتت

الدراسة أنه هناك قصور في مسألة فهم احتياجات الزبائن وهذا يؤدي لعدم تحقيق رضا

العملاء.

4. عدم الاعتماد على حجم المبيعات كمؤشر لرضا العملاء.

5. التركيز على عمليات التسويق لأن الجودة تبدأ بعمليات التسويق

6. على شركة دال إجراء المزيد من البحوث التي تخص جانب خدمة العملاء والتي تركز على

فهم واحتياجات الزبون

7. التطوير في خدمات ما بعد البيع لما لها من أثر على رضا العملاء.

8. التواصل مع العملاء عبر عمليات التنوير للعملاء بزيارة مختلف مراحل انتاج السلع .

المصادر والمراجع

1- عمر أحمد عثمان المقلي، عبد الله عبد الرحيم إدريس، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الثانية، (الخرطوم -

2011م) .



المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية  
Arab Journal for Humanities and Social Sciences

2- طارق عبد الرؤوف عامر، ايهاب عيسى المصري، الجودة الشاملة والاعمار الأكاديمي في التعليم، القاهرة المجموعة العربية للنشر والتدريب، 2014م .

3- سوسن شاكر مجيد ومحمد عواد الزيان، إدارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعليم، عمان، دار صفاء، 2007.

4- حسين محمد الحراشنة . إدارة الجودة الشاملة والأداء الوظيفي، عمان، دار جليس الزمان، 2004م.

5- يوسف حجي الطائي وآخرون، نظم إدارة الجودة الشاملة في المنظمات الانتاجية والخدمية، الاردن - عمان - دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

6- بوزيان حسان - أثر جودة الخدمة على رضا الزبون ( دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة العلمة) جامعة قسطينة 2006 h hacene\_bouziane@yahoo.fr دراسة منشوره.

ثالثاً: المراجع الاجنبية:

1. relationship betnesn service quality and esustouner salisactisnin the Australian car industry, international conference in economic business innovation, sigapore, 2012, p22o.

2. herkin ampal sigh the importance of customer sales faction to customer loyalty and retention V.C.T.2006,PL.